

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

SEDE JOSE MIGUEL CARRERA - VIÑA DEL MAR

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE EMPRESA
DISTRIBUIDORA DE CARNES PREMIUM “PREMIUM STEAKS”.**

Proyecto de Titulación para optar al Título de
Ingeniero de Ejecución en Gestión Industrial

Alumno:

Nicolás Andrés Sanhueza San Juan

Profesor guía

Ing. Dagoberto Cabrera Tapia

RESUMEN EJECUTIVO

Keywords: Carne, cortes Premium, comercio, Alimento.

En el presente trabajo de título, se tiene como objetivo la implementación de una distribuidora de carnes Premium, en la comuna de Quillota, V región de Chile. La idea formativa de este proyecto nace de una visión general del consumo de carne actual de las personas y cómo ha crecido el mercado ganadero Premium a nivel nacional.

En la actualidad, la competencia del mercado de las carnes Premium no es de alta intensidad, ya que no existen en gran cantidad por el reciente conocimiento de las personas sobre estas. Por lo cual existe una gran demanda para cada una de estas comercializadoras o distribuidoras ubicadas a lo largo del país. Lo que demuestra un punto a favor para entrar a competir al mercado comercializador de cortes Premium, para lo cual se realizará un estudio de prefactibilidad tanto de manera económica como de manera técnica.

Para su realización, se presentan las siguientes temáticas:

Capítulo 1: “Diagnóstico y metodología de evaluación”: En este capítulo, se analizarán los antecedentes generales y específicos a destacar sobre el proyecto como también los objetivos que se desean conseguir. También se detallará el contexto de desarrollo del proyecto y, para finalizar, el tamaño e impactos relacionados con este, también se describe la metodología, definiendo las situaciones con y sin proyecto. Por último, se identifican los métodos para obtener beneficios y costos de éste y se establecerán los criterios de evaluación a utilizar.

Capítulo 2: “Análisis de Prefactibilidad Mercado”: En este capítulo se analizarán las situaciones actuales del mercado, con un análisis de la demanda actual y futura, variables que la afectan, comportamiento del mercado actual. Se evaluará la oferta actual y futura mediante datos históricos.

Por otro lado, se realiza el análisis de macro localización y micro localización para el proyecto y sistema: “Análisis de prefactibilidad técnica”; el cual apunta a desarrollar el proyecto en general, la selección de equipos, procesos productivos, rendimientos y calidad del producto.

Capítulo 3: “Análisis de prefactibilidad técnica”; desde el aspecto técnico como la selección de equipos, procesos productivos, rendimientos y calidad del producto. Cabe señalar, que para el desarrollo del proyecto se requerirá una inversión inicial de 488,70 UF

Capítulo 4: “Análisis de prefactibilidad administrativa, legal, societaria, y tributaria, financiera y ambiental”; se entregan los cálculos del personal requerido, turnos y programas de trabajo. Además, se describe el segmento legal, societaria, tributaria, financiera y ambiental relacionada con el proyecto.

Capítulo 5: “Evaluación económica”; se analizan todos los aspectos económicos del proyecto, presentando los flujos de cajas y análisis de sensibilidad como resultado final, se evaluará el mejor VAN considerando financiamiento externo de 50% y 75% además, de calcular una tasa de retorno (TIR) para determinar la rentabilidad del proyecto.

Los resultados obtenidos fueron:

Resultado del Proyecto con distintos financiamientos				
Financiamiento	VAN (UF)	TIR (%)	PRI (AÑOS)	IVAN
PURO	1360,16	88,94%	1	2,62
FINANCIAMIENTO 50%	1535,01	189,84%	1	2,96
FINANCIAMIENTO 75%	1441,12	295,47%	1	2,78

Fuente: elaboración propia

Tasa de descuento: 11,61%

Conclusiones y recomendaciones: En el presente proyecto, se concluye que en la ciudad de Quillota el crecimiento de su población es constantemente en alza y también en el conocimiento y consumo de productos de Carnes Premium, por lo que según se consultó a un determinado número de personas de la comuna y ciudades cercanas de la V región del país, el proyecto llama la atención de las personas.

En el aspecto económico, se llegó a la conclusión a base de los flujos de caja desarrollados, que el proyecto con financiamiento del 50% es el más conveniente según los datos obtenidos. Con un VAN de 1.535,01 UF, una TIR de 189,84% y un periodo de recuperación de la inversión al primer año, lo que demuestra ser el proyecto más factible.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACION	2
1 DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN	3
1.1 HISTORIA DEL CONSUMO DE CARNE DEL SER HUMANO	3
1.2 ANTECEDENTES DEL PROYECTO	4
1.2.1 Antecedentes generales y específicos del proyecto.	4
1.2.2 Objetivos del proyecto.	4
1.2.2.1 Objetivo general	5
1.2.2.2 Objetivos específicos	5
1.2.3 Antecedentes cualitativos	5
1.2.4 Contexto de desarrollo del proyecto	5
1.2.5. Tamaño del proyecto	7
1.2.6 Impactos relacionados con el proyecto	7
1.3 DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN	8
1.3.1 Definición de situación sin proyecto	8
1.3.2 Definición de situación con proyecto	9
1.3.3 Análisis de separabilidad	9
1.3.4 Método para la definición de costos y beneficios	9
1.3.5 Ingresos	10
1.3.6 Egresos	10
1.3.7 Indicadores	10
1.3.8 Período de recuperación de la inversión (PRI)	13
1.3.9 Criterios de evaluación económica	13
Valor actual neto (VAN)	14
Tasa interna de retorno (TIR)	14
Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	14
1.3.10 Análisis de sensibilidad	14
1.3.11 Estructura de evaluación del proyecto	14
CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO	17
2. ANALISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO	18
2.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO	18
2.1.1 Producto principal	18
2.1.2 Producto Secundario	21
2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA ACTUAL Y FUTURA	21
2.2.1 Demanda Actual	21
2.2.2 Análisis de la población residente en la comuna de Quillota.	22

2.3	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	23
2.3.1	Conclusiones de la encuesta	31
2.4	VARIABLES QUE AFECTAN LA DEMANDA	32
2.5	ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL Y FUTURA.	33
2.5.1	Análisis de la oferta actual.	33
2.6	COMPORTAMIENTO DEL MERCADO.	35
2.6.1	FODA: Análisis del medio externo.	36
2.6.2	Oportunidades	36
2.6.3	Amenazas.	36
2.7	DETERMINACIÓN DE NIVELES DE PRECIO	37
2.8	ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN	39
2.9	ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN.	40
2.9.1	Marketing Estratégico	40
2.9.2	Marketing operacional	41
	CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA	42
3.	ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA	43
3.1	DESCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS	43
3.1.1	Proceso de atención al cliente	43
3.1.2	Designación de Valores	44
3.2	SELECCIÓN DE EQUIPOS	45
3.2.1	Equipos fundamentales para el proyecto	45
3.2.2	Equipos para la producción	48
3.2.3	Equipos de oficina y complementarios	48
3.4	LAYOUT	49
3.5	DETERMINACIÓN DE INSUMOS, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS.	51
3.5.1	Insumos productos principales.	51
3.5.2	Insumos subproductos.	53
3.6	FLEXIBILIDAD Y RENDIMIENTO CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	55
3.7	CONSUMOS DE ENERGÍA Y AGUA POTABLE.	55
3.8	PROGRAMAS DE TRABAJO, TURNOS Y GASTO EN PERSONAL.	56
3.8.1	Programa de trabajo.	56
3.8.2	Horarios y turnos del personal	56
3.8.3	Gastos en personal	57
3.9	PERSONAL DE OPERACIONES, CARGOS Y PERFILES.	57
3.9.1	Perfil vendedor	58
3.9.2	Perfil del chofer	58
3.9.3	Perfil encargado de finanzas	59
3.9.4	Sueldos	59

3.10	INVERSIÓN EN EQUIPOS	60
3.10.1	Costos en inversión en equipos	60
3.11	COSTOS OPERACIONALES	62
3.11. 1	Costos fijos	62
3.12	INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO	64
3.13	COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	66
3.13.1	Resumen de costos de puesta en marcha	66
3.14	COSTOS DE IMPREVISTOS	66
3.15	RESUMEN DE LA INVERSIÓN INICIAL	67
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y AMBIENTAL		68
4.	ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y AMBIENTAL	69
4.1	PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA	69
4.1.1	Personal	69
4.1.3	Personal Administrativo	70
4.2	SISTEMAS DE INFORMACIÓN ADMINISTRATIVOS	71
4.3	PERSONAL ADMINISTRATIVO, CARGOS PERFILES Y SUELDOS	71
4.3.1	Cargos	71
4.3.2	Perfil vendedor	72
4.3.3	Perfil del chofer	72
4.3.4	Perfil encargado de finanzas	73
4.3.5	Sueldos	73
4.4	LEGAL	74
4.4.1	Marco legal vigente nacional e internacional	74
4.4.2	Marco legal nacional	74
4.4.3	Marco legal internacional	76
4.4.4	Aspectos legales del giro del proyecto	76
4.4.5	Incentivos sobre la personalidad jurídica definida	76
4.4.6	Aspectos laborales	77
4.5	SOCIETARIA	78
4.5.1	Estructura societaria	78
4.5.2	Estimación del gasto para dar forma a la estructura societaria	79
4.6	TRIBUTARIA	79
4.6.1	Sistema tributario	79
4.6.2	Determinación de impuesto mensual (IVA F-29) y Reforma Tributaria.	80
4.6.3	Impuesto de primera categoría	80
4.6.5	Régimen Simplificado de Tributación 14 Ter	82

4.7	FINANCIERA	83
4.7.1	Fuentes de financiamiento	83
4.7.2	Inversionistas	83
4.7.3	Instituciones crediticias	83
4.7.4	Leasing	84
4.7.5	Costos de financiamiento	84
4.8.	AMBIENTAL	84
4.8.1.	Impacto medio ambiente	85
CAPÍTULO V: EVALUACIÓN ECONÓMICA		86
5.	EVALUACIÓN ECONÓMICA	87
5.1	EVALUACIÓN ECONÓMICA	87
5.1.1	Horizonte del proyecto	87
5.1.2	Tasa de descuento	87
5.1.3	Cálculo de tasa de descuento	87
5.1.4	Cálculo de tasa de descuento	88
5.2	MONEDA A UTILIZAR	91
5.3	IMPUESTOS	91
5.4	INVERSIÓN INICIAL	91
5.5	INGRESOS	92
5.6	EGRESOS	94
5.7	DEPRECIACIONES	95
5.8	VALOR LIBRO DE UN BIEN	98
5.9	VALOR RESIDUAL DE UN BIEN	98
5.10	Reinversiones	98
5.11	AMORTIZACIÓN	98
5.12	FLUJO DE CAJA PURO	99
5.12.1	Resultados del flujo de caja proyecto puro	100
5.13	FLUJO DE CAJA FINANCIADO 50%	101
5.13.1	Resultados del flujo de caja con proyecto financiado en 50%	101
5.14	FLUJO DE CAJA PROYECTO FINANCIADO 75%	102
5.14.1	Resultados del flujo de caja con 75% financiamiento	103
5.15	RESUMEN DE INDICADORES ECONÓMICOS Y RENTABILIDAD	103
5.16	SENSIBILIZACIÓN	104
5.17	SENSIBILIZACIÓN DE LOS COSTOS VARIABLES	105
5-24.	VARIACIÓN DE LOS COSTOS VARIABLES	106
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		108
BIBLIOGRAFÍA		110

INTRODUCCIÓN

La industria y el mercado se encuentran en una constante expansión comercial, las personas y también los grupos inversionistas están en una continua búsqueda tanto de mejoras como de innovaciones que penetren en el mercado. Las oportunidades son variadas, con estudios bien acabados como base y con equipos de profesionales capacitados como refuerzo, estas pueden ser descubiertas y aprovechadas para ser utilizados con fines económicos como también con fines sociales, dependiendo del rol y fin que se le atribuya al proyecto.

Un proyecto puede contemplar diferentes aspectos y aristas desde la cual abordar una problemática o necesidad que se halle, sin embargo, todos ellos deben en sí mantener una estructura que permita el correcto análisis e interpretación por cualquier persona que desee interiorizarse acerca de él, o bien, los inversionistas que desean conocer la estructura, parámetros e historia relacionada a dicho proyecto.

En este estudio, se buscará abordar desde una arista específica (prefactibilidad) de un proyecto empresarial y económico. En este caso se afrontará el análisis y estudio de una empresa distribuidora de carnes Premium. Mediante un análisis metodológico, se permitirá conocer los puntos fundamentales para la implementación y creación de dicha empresa, a través de las factibilidades técnicas, económicas, financiera y de recursos humanos, para así dar el visto bueno (o rechazar) el proyecto presentado.

Mediante la utilización de distintas herramientas e indicadores, se permitirá avizorar el pronóstico que le depara al proyecto con indicadores como el TIR, PRI y VAN, se tendrá una mirada certera acerca de la rentabilidad del proyecto, para así, mediante estos tomar las decisiones correctas sobre la implementación y puesta en marcha del proyecto. Así también, se podrá analizar desde la perspectiva medio ambiental, laboral, legal, tributaria para así dar cumplimiento a las normativas legales actuales.

CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACION

1 DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

1.1 Historia del consumo de carne del ser humano

La carne ha sido el alimento más consumido en la historia del ser humano. Desde tiempos ancestrales el hombre se ha caracterizado por la caza de animales para poder conseguir alimento. En la época que el humano estaba en procesos de aprendizaje básico para la supervivencia, se habla sobre el momento en el que fue descubierto el fuego lo cual marca un hito histórico para la vida de los primeros Homo Erectus.

Durante el neolítico el hombre descubre las primeras técnicas de agricultura, con lo cual deja de depender de la caza, se torna sedentario e inicia la domesticación y estabulación de animales para la obtención de carne. Esto ocurrió hace 7,000 años en Macedonia, Creta y Anatolia.

Durante la historia de la humanidad el consumo de carne conservó su papel relevante, tanto a nivel alimenticio como cultural; en algunas culturas antiguas, el consumo de carne se asociaba a rituales religiosos como la hecatombe en la Antigua Grecia: la palabra significa sacrificio de 100 bueyes. En la Grecia Clásica una parte del animal sacrificado era ofrecido a los dioses y otra era consumida por los que participaban en el ritual. Durante el imperio romano se consumía carne de cabras y ovejas de pastoreo, así como de cerdo domesticado.

Hoy en día, la carne sigue siendo un alimento fundamental para el correcto desarrollo del organismo y forma parte del plato del buen comer por su alta calidad nutritiva. Aporta principalmente macronutrientes como las proteínas de alto valor biológico y vitaminas, en especial del grupo B, tiamina (B1), niacina (B3), riboflavina (B2), piridoxina (B6) y cianocobalamina (B12), además de vitamina A. La carne contiene algunos nutrimentos inorgánicos como hierro, cobre, zinc, selenio entre otros minerales. Al hierro que contiene la carne se le caracteriza por tener una biodisponibilidad alta (es más fácil de integrar al cuerpo). Está demostrado que una de las bondades de la carne es que su consumo aumenta la absorción de hierro de alimentos vegetales de dos a cuatro veces.

En Chile, la carne es uno de los alimentos más consumidos por los chilenos, cual sea la preparación de este elemento, está siempre presente en la cocina del país más largo del mundo. Sin mencionar la cantidad de carne que se consume en festividades del país, destacando las fiestas patrias del 18 de Septiembre, navidades, años nuevos, etc.

1.2 Antecedentes del proyecto

1.2.1 Antecedentes generales y específicos del proyecto.

En estos últimos años la comuna de Quillota ha tenido un gran crecimiento inmobiliario, además cuenta con varios establecimientos educacionales, de salud y de construcción, siendo puntos de gran concurrencia de personas, que en conjunto logra que este sector sea lo bastante atractivo para la instalación de locales comerciales que satisfagan necesidades cotidianas.

La situación anteriormente descrita es la base en la que se sustenta la presentación del presente proyecto que consiste en un plan de prefactibilidad para la creación de una empresa distribuidora de Carnes Premium.

Se busca satisfacer la necesidad de los consumidores, proporcionándoles productos variados y de primera calidad que se adapte a las necesidades de la población actual.

Hoy se puede hablar de que la población chilena, ha desarrollado una cultura con la preparación y consumo de carne. Esto se debe en gran parte a la globalización de los mercados y la libre demanda, en donde se transmiten diversas culturas a nivel mundial. Es por ello que el desarrollo de la industria de la carne ha aumentado en los últimos años. Según datos de Euromonitor International, las ventas de este producto alcanzaron las 7.000 toneladas en 2016. En términos económicos, significa US\$10,6 millones en la línea de la carne, cifra tres veces mayor que el año 2014 y se proyecta que para el año 2022 el ingreso por venta de la carne crezca un 45%, llegando a ventas de US\$15,3 millones. Cabe señalar, que los últimos años la importación de carne ha ampliado su origen en donde destacan países como Brasil, Colombia, Uruguay, Paraguay y Argentina.



Figura 1-1. Imagen referencial corte Carne Premium

Fuente: cortecriollo.cl

1.2.2 Objetivos del proyecto.

1.2.2.1 Objetivo general

Realizar un estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa distribuidora de Carnes Premium en la comuna de Quillota.

1.2.2.2 Objetivos específicos

- Realizar un estudio de prefactibilidad de mercado
- Realizar un estudio de prefactibilidad técnica
- Concretar un estudio de prefactibilidad en el área administrativa
- Lograr factibilidad en el proyecto.

1.2.3 Antecedentes cualitativos

En Chile, el comercio de la carne ha sido tendencia desde hace muchas décadas, predominando en comparación con cualquier otro alimento que se consume en la mesa de los habitantes. En un país con algo más de 18 millones de habitantes, con una economía abierta al mundo y donde los aranceles promedio para ingresar productos del exterior son inferiores al 1%, la única forma de lograr una industria sostenible en el tiempo es fijar la mirada en los mercados internacionales. En el año 2018, Chile superó la barrera de los 1.000 millones de dólares en exportaciones de carnes consolidando al sector como un actor relevante en la oferta exportadora de alimentos de Chile.

Sin dejar de lado las importaciones de carne, Chile importa productos de países como Brasil, Uruguay y Argentina, los cuales destacan por sus productos de mejor calidad que los países anteriormente mencionados. Estos países poseen una cultura de la preparación de la carne, logrando ser especialistas en preparaciones descendientes de sus pueblos originarios las cuales siguen siendo practicadas hasta el presente. Chile gasta un aproximado de 5000 millones de pesos al año en importación de carne de bajo precio.

1.2.4 Contexto de desarrollo del proyecto

Se desea crear una empresa distribuidora de carnes Premium, apuntando a un producto bastante consumido dentro del país. Este proyecto se crea con el fin de dar crecimiento e invadir el mercado nacional en un periodo determinado. Como característica principal se busca diferenciarse

de las propuestas existentes en el mercado, para así satisfacer una necesidad creciente entre la población objetiva.

Chile ha de ser uno de los países a nivel latinoamericano que en el último tiempo más se ha desarrollado económicamente, esto sin dudas ha permitido un leve incremento en la calidad de vida de su población.

En Chile la tasa de pobreza por ingresos se ha reducido considerablemente en las últimas dos décadas, esto se refleja de forma clara, ya que, si en 1990 casi 7 de cada 10 personas estaban en situación de pobreza por ingresos, 27 años después esta proporción se redujo a poco más de 8 de cada 100 personas.

En la última década, los índices de pobreza en Chile han disminuido, estos han bajado en más de 20 puntos porcentuales, lo que claramente se puede deducir en la mejora de la calidad de vida de la población, según estudios realizados el año 2017, Chile tiene un porcentaje de pobreza de 8.6 %, más concretamente en la región de Valparaíso, esta cifra se encuentra por debajo del promedio país con un aporte de 7.1%.

Sin duda, ante las eventualidades actuales que se han sucedido a nivel nacional, contrario al mal pronóstico que se auguraba debido al estallido social, seguido de la pandemia por SARS-COV 2, la creación de empresas a nivel nacional ha aumentado fuertemente, es así que, ha aumentado en un 70.3 % en los últimos 12 meses (2020) siendo liderado este índice por la región Metropolitana con una participación del 45,3%. El aporte realizado a este ítem por nuestra región, Valparaíso, escala con una participación del 10,1% de aumento, lo que sin duda es un buen indicador, del incentivo que ha tenido la actividad en el último año.

Los índices anteriormente mencionados entran en una cierta dicotomía con uno de los índices más utilizados para la medición de los ingresos del país, tanto a nivel general como per cápita. El PIB es una medida macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de demanda final de un país, durante un periodo determinado de tiempo, comúnmente, trimestral, semestral o anual.

Debido a los sucesos acontecidos y mencionados anteriormente a nivel nacional, en 2020 Chile pasó por su peor año en relación al índice PIB con una variación de -5.8 % , siendo el peor índice desde hace 20 años, seguido muy de lejos por el PIB del año 2009 donde se produjo una variación del -1.6%, esta desencadenada por la crisis producida en aquel año, en base a eso se puede aseverar, que la caída en más de 4 puntos porcentuales sin duda fueron desencadenados tanto por la crisis social de octubre de 2019, como la pandemia que se iniciaba entre los meses de enero/marzo de 2020.

Sin duda, estos son factores a tener en cuenta a la hora de plantearse una inversión fuerte, junto con la introducción de una empresa nueva que quiera impactar en el mercado, aun así, la demanda del producto en cuestión se ve en un buen y fructífero nivel de ganancias, puesto que, la demanda de carne de vacuno, año a año se expande en su crecimiento, En el año 2019, el consumo



Figura 1-2. Imagen referencial, contexto económico

Fuente: estrategia y negocio, dominio internet

1.2.5. Tamaño del proyecto

La realización de este proyecto, podría requerir una inversión de impacto, para ello se necesitará proyectar los niveles de demanda, para así establecer la cantidad necesaria, de insumos, almacenamiento y de espacios requeridos, para así establecer el mercado interesado en adquirir los productos en venta.

Se debe establecer en primera instancia para el correcto funcionamiento del proyecto, el arriendo de un espacio físico el cual está definido para ser utilizado como bodega para almacenar toda la mercancía en perfectas condiciones.

El proyecto tiene planificado como horizonte de retribución económica, 5 años, para así disminuir presiones de retribución de los gastos asociados a la instalación, la adquisición e implementación de los equipos necesarios para la producción del producto, que tiene una inversión inicial estimada de \$15.000.000.

1.2.6 Impactos relacionados con el proyecto

Sin dudas, la elaboración de esta empresa generara una serie de impactos tales como encontrar un lugar adecuado donde las condiciones sean óptimas en su totalidad. Junto con esto, se añaden puntos importantes a considerar como los gastos de puesta en marcha, compra de insumos, instalación del local y destacando los permisos legales.

Generar la difusión masiva de la tienda, en la cual se programará un asado de degustación con un leve show de entretenimiento para el público. Todo esto con el fin de impactar en el público y que llame la atención de la gente para realizar sus compras cuando necesiten un buen corte de carne. Otro punto importante, es el posicionamiento en el sector comercial donde estará ubicado el

local, ya que la opinión generada por los clientes, es de vital importancia por lo cual se deben aplicar distintas técnicas y estrategias para lograr captar su atención.

El local en su puesta en marcha solo constará con una persona en el mesón de atención al cliente y dos choferes encargados del reparto del producto, un camión se encargará del reparto de la Quinta región y su similar estará encargado del reparto a lugares de mayor distancia como por ejemplo la cuarta región del país.

La implementación de este proyecto, no genera daño alguno al medio ambiente, ya que todos los cortes de carne son de animales en criaderos con todas las medidas necesarias para entregar el mejor producto posible. Los residuos de los productos son mínimos y reciclables para su siguiente manipulación.

1.3 DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

En esta sección serán expuestas las situaciones bases sin proyecto, para posteriormente mostrar la parte con proyecto, haciendo referencia al mercado en el cual el proyecto se encuentra involucrado.

También serán mencionados los métodos de costos y beneficios, indicadores, los criterios de evaluación y la estructura de evaluación que tendrá el proyecto.

1.3.1 Definición de situación sin proyecto

En la actualidad, no existe gran competencia que se especialice en cortes de carne Premium, pero sí es un producto que al pasar el tiempo se está introduciendo fuertemente en el mercado, ya que al ser un producto que está en constante crecimiento, la carne ha sido un alimento crucial en gran parte de la gastronomía chilena. Por lo que la gente en general solo conoce la carne de vacuno común y corriente, sin conocer más allá sobre otras especies de bovinos que poseen las tierras chilenas.

En la ciudad de Quillota o mejor dicho en la región de Valparaíso, existe competencia en el centro de la ciudad, pero no existe un gran número de locales especializados en la venta de carne Premium, por lo cual es una gran oportunidad al ser un producto en constante crecimiento de ventas y que está cada vez más cotizado en el mercado.

Poco a poco, el público comienza a mostrar su interés por aprender sobre estos cortes de carne, tipos de animales y como realizar preparaciones en la parrilla de su hogar, lo cual se verá reflejado en la encuesta que se mostrará más adelante en el siguiente capítulo.

1.3.2 Definición de situación con proyecto

Con la implementación de esta distribuidora de carnes Premium, se genera una nueva opción en la parrilla del cliente, para sorprender a sus invitados en una ocasión especial, para festejar fiestas patrias con un producto de calidad o simplemente para compartir un fin de semana con familiares, amistades, etc.

Esto genera que la gente comience a conocer más sobre productos que vienen de otras razas de bovinos que se poseen en el país y salir del pequeño conocimiento que poseen los habitantes chilenos sobre la carne y sus derivados.

Sin duda alguna, este producto es consumido por gran parte de la población, por lo cual no existe un público definido para este tipo de producto, obviamente sin dejar de lado a la gente que no consume este tipo de productos, los cuales son una gran cantidad de personas y es un tema muy respetable, ya que es un tema personal la decisión del consumo de carnes.

1.3.3 Análisis de separabilidad

En primera instancia, será considerada la venta de carne Angus, el cual es el de mayor precio y que por razones obvias, es el más atractivo para la gente. El análisis de separabilidad, está basado netamente en la venta de embutidos y sus derivados de distintos tipos y artículos de parrilla lo cual es de gran interés en las personas.

1.3.4 Método para la definición de costos y beneficios

En lo que respecta a los costos, se generan debido a la inversión inicial, puesta en marcha de la empresa, además de costos operacionales como, pago servicios, pago proveedores, sueldos, costos fijos, etc.

Para la evaluación de los costos y beneficios, se utilizarán flujos de cajas anuales por un horizonte de cinco años, además se utilizarán criterios económicos para evaluar la viabilidad de este proyecto.

1.3.5 Ingresos

Los ingresos serán obtenidos netamente por las ventas del local, esto aplica a cualquier producto, ya sea de carnes y sus derivados o artículos para parrilla que estarán ubicados en la tienda.

1.3.6 Egresos

Los egresos se encontrarán estructurados de la siguiente forma:

- Inversión inicial : -Gastos de puesta en marcha
 -Activos fijos
 -Capital de trabajo
- Costos operacionales (remuneraciones, compra de insumos, etc.)
- Otros

1.3.7 Indicadores

Los indicadores utilizados para evaluar la rentabilidad del proyecto son:

VAN – Valor Actual Neto, es un indicador de riqueza, el valor obtenido representa los beneficios o pérdidas por sobre la inversión. La fórmula se ve representada en la Figura 1-4. Los indicadores usados se verán a continuación.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+i)^t} - I_0$$

Figura 1-4. Fórmula del valor actual neto

Fuente: <http://www.spw.cl/proyectos/evaluacion.htm>

Donde:

VAN = Valor Actual Neto

I_0 = Inversión inicial

F_t = (Beneficio del período – Costo del período)

i = Tasa de descuento

T = Período

n = Horizonte

TIR – Tasa Interna de Retorno, entrega una medida de rentabilidad del proyecto.

La tasa interna de retorno es la tasa de descuento que convierte al valor del VAN a cero, ver Figura 1-5

$$TIR = VAN = 0 = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+i)^t} - I_0$$

Figura 1-5. Fórmula de la tasa interna de retorno

Fuente: <http://www.spw.cl/proyectos/evaluacion.htm>

Dónde:

F_t = Flujo de caja del período n

i = Tasa de descuento

n = Horizonte

I_0 = Inversión inicial

PRI – Período de Recuperación de la Inversión, que indica el tiempo mínimo para recuperar el capital invertido. La Fórmula se ve representada en la Figura 1-6

$$PRI = \frac{Io}{BN}$$

Figura 1-3. Fórmula del período de recuperación de la inversión

Fuente: <http://www.spw.cl/proyectos/evaluacion.htm>

Donde:

I_o = Inversión inicial

BN = Beneficios netos anuales

- **IVAN – Tasa Interna**, este indicador muestra la relación entre la ganancia expresada en el VAN y la inversión inicial. La Fórmula se ve representada en la Figura 1-4.

$$IVAN = \frac{VAN}{I_o}$$

Figura 1-4. Fórmula del período de recuperación de la inversión

Fuente: <http://www.spw.cl/proyectos/evaluacion.htm>

Donde:

I_o = Inversión inicial (capital propio)

VAN = Valor Actual Neto

Consideración este valor debe ser mayor a uno.

$$IVAN = \frac{VAN}{I_o} > 0$$

Figura 1-5. Fórmula del período de recuperación de la inversión

Fuente: <http://www.spw.cl/proyectos/evaluacion.htm>

1.3.8 Período de recuperación de la inversión (PRI)

El período de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial.

Para calcular el PRI se usa la siguiente fórmula:

$$PRI = a + (b - c) / d$$

Dónde:

- A: Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.
- B: Inversión Inicial.
- C: Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.
- D: Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

1.3.9 Criterios de evaluación económica

El horizonte de proyecto contempla un período de 5 años, dentro de los cuales existen inversiones, ingresos y costos, que serán analizados y evaluados con distintas herramientas financieras para determinar si es rentable ejecutar el proyecto.

El criterio para los indicadores que se utilizarán son:

- **VAN:** si el valor actual neto, es mayor o igual que cero el proyecto se aceptará, por el contrario, si éste es menor a cero el proyecto se rechazará.
- **TIR:** si la tasa interna de retorno es mayor o igual que la tasa de descuento que se le exige al proyecto, indicará que éste es rentable y se acepta, en cambio si el TIR es menor que la tasa de descuento, se rechaza el proyecto.
- **PRI:** al medir el Período de Recuperación de la Inversión que se tendrá en el proyecto comparándolo con lo que la empresa ha determinado como aceptable; si se detecta que ambos períodos son iguales o el de retorno de la inversión es menor al que la empresa espera, se entenderá que el proyecto es rentable.
- **IVAN:** Este indicador muestra la relación entre la ganancia expresada en el VAN y la inversión inicial mayor a 0.

La moneda utilizada para realizar la evaluación del proyecto y el flujo de caja será unidades de fomento (UF).

Valor actual neto (VAN)

Se analizará el criterio de evaluación de flujo de caja neta para determinar si resulta conveniente efectuar o no la inversión.

Se aceptará el proyecto exclusivamente cuando:

$$\text{VAN} \geq 0$$

Tasa interna de retorno (TIR)

Se analizará el criterio de evaluación de la tasa interna de retorno, para determinar si el proyecto se encuentra en función de una única tasa de rendimiento anual.

Se aceptará el proyecto solo si:

$$\text{TIR} > \text{Tasa de descuento}$$

Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Si el período de recuperación del proyecto es menor o igual que el período de evaluación del proyecto, este debiese ser aceptado.

1.3.10 Análisis de sensibilidad

Se analizará las diferentes posibles variables y factores, como el precio del producto, aumento o disminución de los costos de materias primas o mano de obra etc. que pudiesen afectar directamente la rentabilidad del proyecto.

1.3.11 Estructura de evaluación del proyecto

A continuación, serán presentadas las etapas las cuales serán parte del desarrollo de este proyecto:

- Parte 1: Diagnóstico y metodología de trabajo.

En esta sección se entrega una idea general del proyecto y el mercado donde se quiere tener participación, también se analiza la situación con y sin proyecto, se indican los beneficios, los costos y los métodos de evaluación que se utilizarán.

- Parte 2: Análisis de pre factibilidad de mercado.

En esta parte del estudio, se definirá el producto, analizando la demanda, oferta actual y futura, el comportamiento del mercado, los competidores, proveedores y determina las proyecciones de precio, localización y sistema de comercialización.

- Parte 3: Análisis de prefactibilidad técnica.

Se analizará los principales aspectos técnicos, tales como los requerimientos de equipos necesarios para el proyecto, sus características y especificaciones técnicas, como también el Layout adecuado para la optimización de los recursos y el monto de inversión.

- Parte 4: Análisis de pre factibilidad administrativa, legal, societaria, tributaria, financiera y ambiental.

En este capítulo se analizará lo referente a temas administrativos, estructura de la organización, cargos, perfiles, sueldos, también se estudiará los alcances legales, societaria, tributaria, fuentes de financiamiento y el impacto medio ambiente.

- Parte 5: Evaluación económica.

Se analiza la información entregada por el estudio de mercado y el estudio técnico para poder definir los valores de las inversiones y los flujos que se presentan. Conjuntamente se realiza un análisis de la rentabilidad y sensibilidad, para así entregar de este modo las herramientas necesarias a los evaluadores para tomar la decisión de invertir.

- Conclusiones y recomendaciones

En esta etapa se estudiarán los resultados obtenidos, generando conclusiones positivas o negativas sobre el proyecto en estudio, además si se lograron alcanzar los objetivos planteados, como también las recomendaciones necesarias para la ejecución de este.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

2. ANALISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

En este capítulo será desarrollado el análisis de prefactibilidad de mercado, la cual corresponde a la primera de las etapas, serán descritos los productos en venta, los servicios que la empresa pueda prestar. También serán definidas las necesidades a satisfacer de los clientes, captar el público fanático de la carne asada, ver cuánto están dispuestos a pagar por sus cortes preferidos, cuanto se proyecta vender, estar informado sobre la competencia y variables que puedan afectar a la demanda. Además, las personas encargadas de ofrecer los productos, marketing, ubicación del local, cómo vender los productos y saber diferenciarse de la competencia.

2.1 Definición del producto

2.1.1 Producto principal

La distribuidora de carne “Premium Steaks”, tiene determinado ciertos proveedores para la variedad de productos y artículos que serán vendidos en la tienda. Uno de ellos será “Corte Criollo”, la cual es la marca más conocida y cotizada hoy en día en el mercado de las carnes Premium, ya que el producto es directo del productor, lo que significa que están encargados de la cría, engordamiento y producción de la carne. Esta marca ha logrado un gran alcance a las personas ya que es patrocinadora de diversos personajes de redes sociales como YouTube o Instagram, que se dedican al rubro de los asados y están en constante convenio con esta marca, lo cual genera una gran llegada hacia la clientela. Por otra parte, estará el proveedor de productos secundarios tales como embutidos, implementos para parrilla, carbón entre otros. A continuación, se mostrarán la variedad de cortes que serán vendidos en la tienda.

Tabla 2-1 Tipos de cortes de carne

Entraña	Carne blanda de color rojo oscuro, corte angosto y delgado. Muy sabrosa y pariente de la palanca. Ideal para Parrilla.
Lomo Vetado	Lomo Vetado corte de forma rectangular y alargada. Posee grasa infiltrada lo que le proporciona muy buen sabor y jugosidad. Es blando y muy apetecido por los parrilleros. Ideal para parrilla Horno sartén.
Plateada	Es un corte forma irregularmente y aplanado, medianamente grueso y en su cara externa posee una gruesa cubierta de grasa, lo que lo ayuda a conservar sus jugos y su sabor tan particular. Ideal en cocciones lentas en parrilla, horno, olla corte del animal.
Lomo Liso	Corte de forma rectangular y alargada, semi magro, de muy buen sabor y blando. Ideal para parrilla, horno u olla.
Tomahawk	Porción de Lomo vetado con hueso. Ideal para Parrilla.
Petit Criollo	Porción Asado del Carnicero Ideal para parrilla, olla, sartén
Teclas de Lomo	Porción de carnes resultante del pelado del hueso intercostal de la columna. Ideal parrilla.
Palanca	Corte delgado, de forma rectangular con extremos redondos, es una carne semi magra, Ideal para parrilla, horno u olla.
Filet Criollo (Punta Paleta limpia)	Punta paleta limpia y abierta. Ideal para Parrilla Horno Sartén Corte del animal.
Punta Picana	Corte de forma triangular y aplanada que limita hacia adelante con la palanca y tapabarriga. Es muy blando y está cubierto parcialmente por una capa de grasa. Es un corte firme y de cocción rápida. Ideal para parrilla, horno, Olla.
Filete	Se caracteriza por su sabor y por ser una carne muy blanda, de forma cilíndrica, que se ve engrosado en un extremo y aplanado en el otro. Ideal para parrilla, horno u olla
Pollo Barriga	Es un corte intrabdominal, pequeño y de forma ovalada de muy rápida cocción. Muy escaso o difícil de encontrar porque se saca uno por animal. Corresponde a la parte dorsal y central del diafragma del animal. Poseen un sabor discretamente visceral, con una consistencia firme y agradable Ideal para parrilla o sartén

Punta de Ganso	Extremo del músculo compuesto por el pollo ganso y el ganso. Este es un corte de forma triangular y Cónica, muy usado en las carnes a la espada, que trae un capa gruesa de grasa que cubre la totalidad del corte por una de sus caras, característica ideal para su sabor una vez asado, por lo que se recomienda no sacarla. Ideal para Parrilla Horno Olla Corte del animal Extremo del músculo compuesto por el pollo ganso y el ganso
Clavo Criollo	Este tradicional corte tiene la particularidad de contener dos piezas del animal en uno; lomo vetado y filete, haciéndolo uno de los cortes preferidos ya sea para la parrilla, el horno o la olla. Descripción Cordón de carne pegada al hueso cogote Ideal para parrilla, olla, sartén
Poncho Criollo	Descripción Porción de carne ubicada en el hueso cadera del animal. Ideal para parrilla o sartén
Tapita Criolla	Es un corte delgado, que sale de la porción superior del tapabarriga. Ideal para parrilla.
Arrachera	Porción de Tapa Barriga Ideal para parrilla, horno, olla
Flap Criollo / Vacío Criollo	Porción del centro de Tapabarriga Ideal para parrilla, horno, olla
Beef Criollo	Porción de Huachalomo. Ideal para parrilla, olla, sartén
Asiento	Carne magra ideal para bifes, escalopas, anticuchos, pinos, entre otros. Ideal para Parrilla, Horno, Olla.
Asado Tira trozado	El asado de tira es cortado de forma transversal en tiras. Ideal para parrilla, horno u olla.
Costeleta (Lomo Liso)	Bife de lomo liso con hueso. Ideal para parrilla.
Entrecot	Porción de Filete, Lomo Liso y hueso. Ideal para Parrilla
Estomaguillo	Corte coluda y Tapabarriga. Ideal para parrilla y horno
Abastero	Se caracteriza por su infiltración de grasa que le da un gran sabor. Ideal para Parrilla
Asado Carnicero	Corte plano y alargado, fibroso. Ideal para parrilla,horno, sartén

2.1.2 Producto Secundario

Como se ha mencionado anteriormente, la tienda también tendrá una variedad de productos alternativos y artículos parrilleros a la venta, ya que los clientes no solo son consumidores de carne de vacuno, por lo que siempre se ve acompañada la compra junto con algún otro producto. En la siguiente tabla serán mostrados los productos alternativos.

Tabla 2-2 Productos secundarios

Longanizas	Cuchillos
Hamburguesas	Set parrilleros
Butifarras	Carbón
Chorizo Argentino	Tablas
Prietas	Sal variedades
Mollejas	Pecheras para asados
Chorizo Italiano	Prensas para hamburguesas
Condimentos varios	Planchas de hierro fundido

Fuente: elaboración propia

2.2 Análisis de la demanda actual y futura

Para analizar la demanda específicamente, se necesita calcular la demanda con un horizonte de 5 años del proyecto.

Como se aprecia en las tablas de demanda, se estiman los mismos valores entre ambas y se calcula que entre la suma de ambos productos secundarios toman el mismo valor que el resultado obtenido en los productos principales.

2.2.1 Demanda Actual

En actualidad, existe solo una carnicería Premium en el sector, por lo que para poder conocer la demanda potencial del mercado en el cual es pretendido poner en marcha el proyecto, se recopiló información del crecimiento de la población de Quillota según muestra el reporte entregado por el INE.

Se contactó a la carnicería ya mencionada, para realizar una solicitud de sus ventas semanales, mensuales y anuales, para poder tener una certeza real de la cantidad de productos que se pueden llegar a vender.

Tabla 2-3 Población por sexo e índice de masculinidad

Población por sexo e índice de masculinidad 2002 y 2015 INE						
Unidad Territorial	Año 2002		Año 2015		Índice Masculinidad	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	2002	2015
Comuna de Quillota	37.191	38.725	45.741	47.892	96,04	95,51
Región de Valparaíso	752.828	787.024	896.720	929.037	95,66	96,52
País	7.447.695	7.668.740	8.911.940	9.094.467	97,12	97,99

Fuente: Censos de Población y vivienda 2002 y 2017, INE.

Como fue anteriormente mencionado en los antecedentes generales del proyecto, el consumo de carnes a nivel nacional ha crecido con el pasar de los años y el mercado de los productos tiene una proyección positiva.

Lo que se menciona anteriormente, refiere a que la clientela tiene el gusto un poco más sofisticado, prefiriendo pagar más por un producto de mejor calidad. Lo que hace referencia a que las personas cada vez más tienen las ganas de probar y adquirir productos nuevos, exóticos e innovadores. Es por eso la existencia del mercado, para que las personas emprendedoras tengan una oportunidad de iniciar un negocio, como el que es explicado en este trabajo de título.

Para determinar la demanda actual y la futura, se realizará mediante el método cuantitativo y para completar eso, se considerarán las siguientes variables:

- Población residente en la ciudad de Quillota
- Población flotante en la ciudad de Quillota
- Resultados de investigación del mercado.

2.2.2 Análisis de la población residente en la comuna de Quillota.

Para poder cuantificar la demanda futura, se proyectan los potenciales clientes basado en los índices de crecimiento de la población de la comuna de Quillota y la cantidad de personas que diariamente están presentes en el centro de la ciudad, ya que dicho lugar de la ciudad es de un pequeño tamaño, donde todo está cercano y al alcance para caminar de un lugar a otro.

De la población total de la comuna de Quillota y con la condición de tener los datos con la mayor realidad posible, los datos fueron segmentados para destacar el rango de edad entre los 18 y 65 años, en donde este es donde predomina el consumo de carne.

Tabla 2-4 Población por grupos de edad

Población por grupos de edad 2002 y 2015					
Edad	2002	2015	% según Territorio 2015		
			Comuna	Región	País
0 a 14	18.568	18.199	19,44	19,38	20,36
15 a 29	18.354	22.223	23,73	23,73	23,79
30 a 44	18.044	18.795	20,07	20,3	21,36
45 a 64	13.599	23.066	24,63	24,47	24,17
65 y más	7.351	11.350	12,12	12,12	10,32
Total	75.916	93.633	100	100	100

Fuente: Censos de Población y vivienda 2002 y 2017, INE.

2.3 Investigación de mercado

Se realizó una encuesta con la finalidad de fundamentar la demanda del proyecto, todo esto se formó a base de un muestreo de probabilidades. Para obtener la validés como corresponde, es necesario tener un número mínimo de personas del grupo objetivo que respondan la encuesta, el cual es obtenido en base de la siguiente fórmula.

Figura 2-5 fórmulas muestreo probabilístico

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Fuente: Apuntes del profesor de la asignatura proyecto de título.

Dónde:

- **Za:** Es un parámetro que se obtiene en la distribución normal, para así obtener un nivel de confianza representado en porcentaje. Este nivel de confianza es la probabilidad de que los resultados entregados por la encuesta tengan la suficiente certeza o precisión como para ser admitidos como válidos, es decir, que un nivel de confianza de un 90 % indica que la probabilidad de que la encuesta este equivocada es del 10%. (Resultados no reflejan la realidad)
- **N:** Tamaño de la población objetivo (personas que serían validas a encuestar, personas en el sector de estudio)
- **p:** Probabilidad de éxito, también conocida como proporción esperada, es la proporción de los agentes que son válidos para el estudio y por convención cuando este parámetro es desconocido se utiliza 0.5 por ser la opción más prudente (los agentes tienen la misma probabilidad de ser validos como inválidos).

Ejemplo: p = Porcentaje de las personas consumidoras de carne.

- **q:** Probabilidad de fracaso (recordar que $q = 1 - p$)

Ejemplo: q = Porcentaje de personas que no consumen carne.

- **d:** Precisión o error admisible, también conocido como error maestro. Es un valor que indica el error a causa de encuestar una muestra de la población objetivo y no a su totalidad.

Usando los siguientes valores para las variables

- **Z** = 1,96 (para un nivel de confiabilidad del 95%)
- **N** = 988 potenciales clientes, escogidos porcentualmente del cual se desglosa: el 1% personas habitantes de la Comuna de Quillota (Aproximadamente 1.000 personas entre residentes y transeúntes del centro de la ciudad).
- **p** = 0.5 valor que típicamente se usa cuando no se tiene información previa.
- **q** = 0.5
- **d** = 0.1 nivel de error admitido o precisión

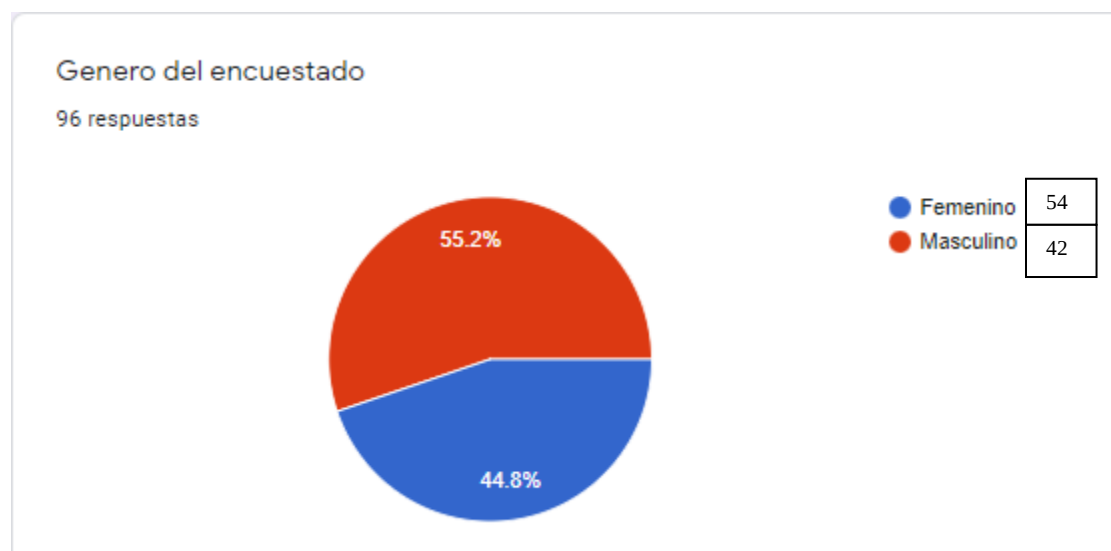
$$n = \frac{988 \times 1.96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,1^2 \times (988 - 1) + 1.96^2 \times 0,5 \times 0,5} = 87.612$$

El resultado matemático, expresa claramente que debe haber un mínimo de 88 encuestados aproximadamente para así, obtener un resultado con la confiabilidad del 95%

La encuesta consta de 11 preguntas las cuales fueron realizadas desde el día 24 al 27 de Octubre del 2021 en la comuna de Quillota.

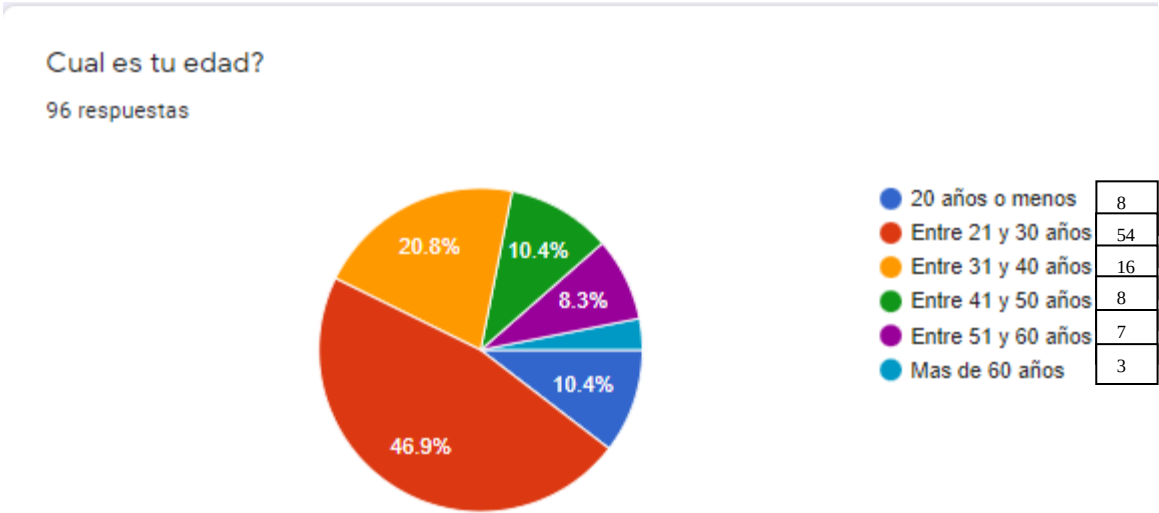
A continuación serán presentados los resultados obtenidos de la encuesta realizada, junto a su análisis descriptivo en cada una de las preguntas. El número de encuestados fueron 96 personas.

Pregunta N°1



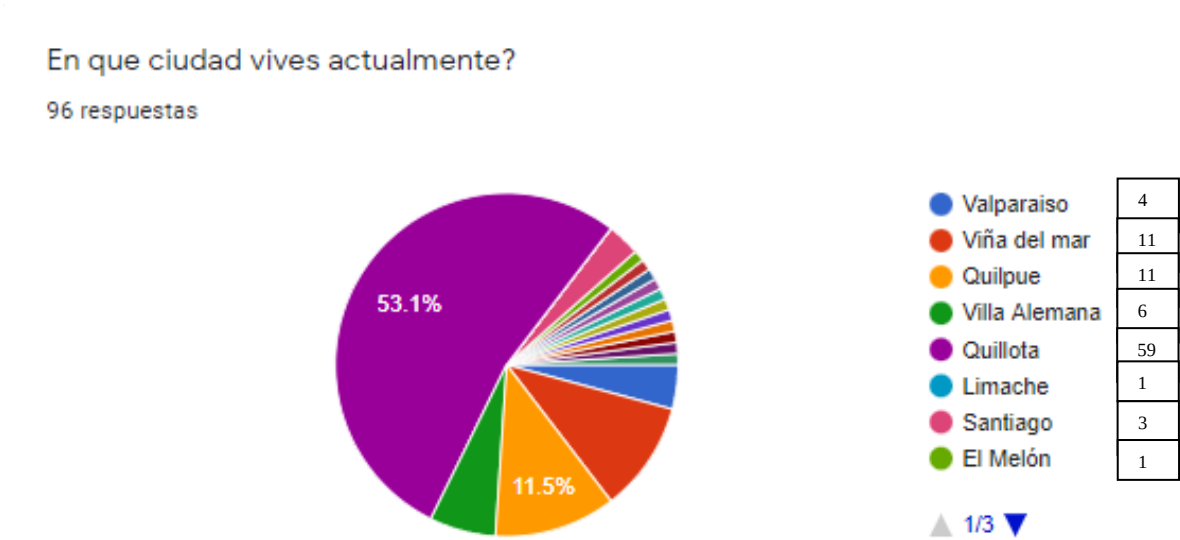
En la primera pregunta, el público está bastante equilibrado en referencia al género de cada uno de los votantes, predominando el género masculino con un 55,2% de las votaciones y por su parte el género femenino tuvo un 44,8% en la encuesta.

Pregunta N°2



En la segunda pregunta, se puede ver notablemente que el público que predominó en esta encuesta, tiene un rango de edad entre los 21 y 30 años, los cuales abarcaron el 46,9% de las votaciones, luego sigue la gente entre 31 y 40 años que fueron partícipes del 20,8% de los votantes. Se puede notar que en las edades más elevadas, el número va bajando en cantidad, al igual que en las personas de menor edad como son las de 20 años o menos.

Pregunta N°3

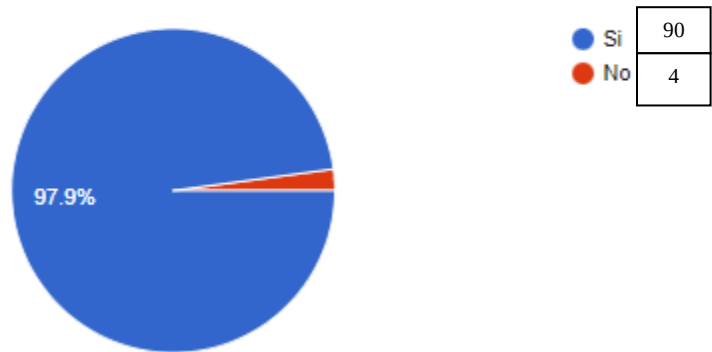


La mayoría de los encuestados vive en la ciudad de Quillota, lugar donde estará ubicado el local, los cuales abarcan el 53,1% de los votantes. La ciudad más cercana en cantidad de votantes es la ciudad de Quilpué con un 11,5% de las votaciones. Por otra parte, se puede observar que la encuesta la han respondido personas de ciudades dentro de la región y región metropolitana como son las comunas de San Felipe, Los Andes y Santiago.

Pregunta N°4

Eres consumidor de carne?

94 respuestas

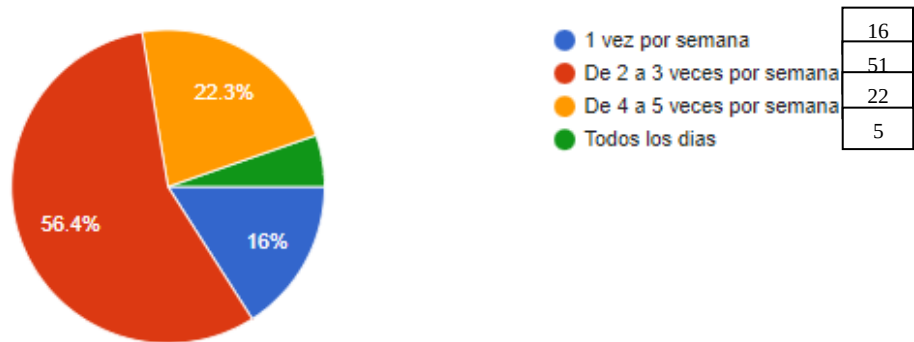


En esta pregunta, es evidente la cantidad de personas encuestadas que sí consumen carne, ocupando el 97,9% de las votaciones, casi llegando en su totalidad de los encuestados. Esto es un indicio más que positivo, haciendo referencia a que el público del lugar donde se comercializarán los productos, en su mayoría son consumidores de carne.

Pregunta N°5

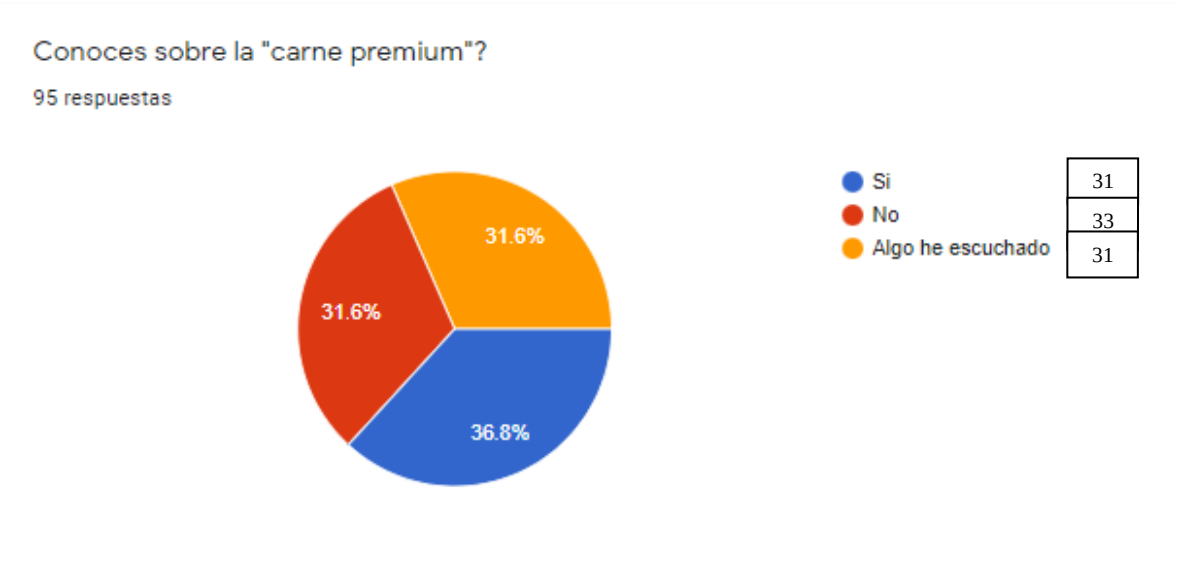
Si tu respuesta anterior fue si, que tan seguido consumes carne? (sea cual sea la preparación)

94 respuestas



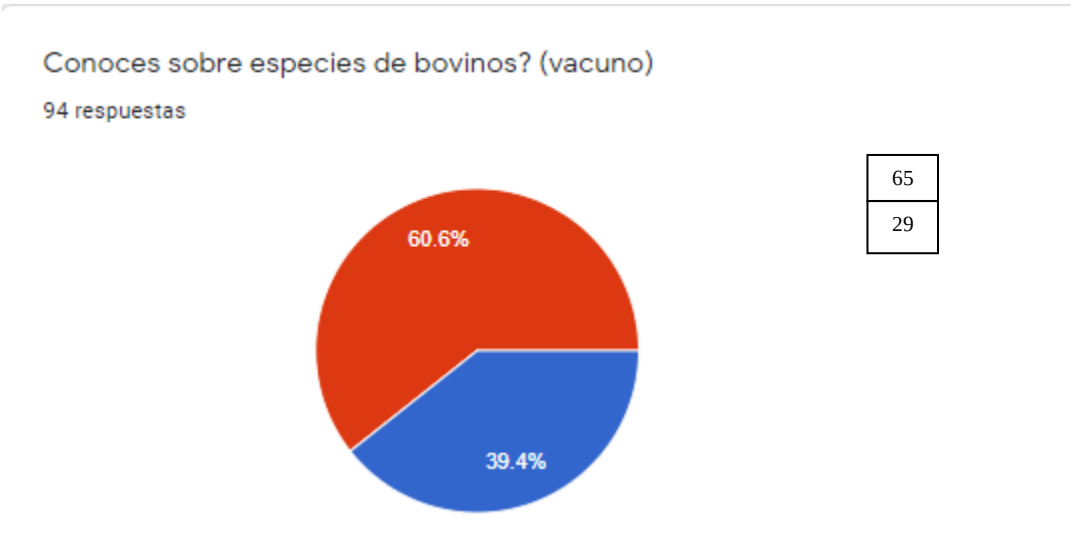
En esta parte, se puede observar que la gente encuestada, en su mayoría consume carne de 2 a 3 veces por semana. Se puede notar de igual manera que bastante gente consume más carne de lo habitual, llegando al punto de consumir de 4 a 5 veces por semana. También existen personas que consumen todos los días carne o alimentos derivados de la misma.

Pregunta N°6



Aquí se puede observar un caso muy parcial de la encuesta, donde la gente dice conocer la carne Premium en un 36,8%, un 31,6% dice no conocer nada sobre este tema y el otro 31,6% dice conocer un poco sobre el tema pero nada de mayor relevancia.

Pregunta N°7

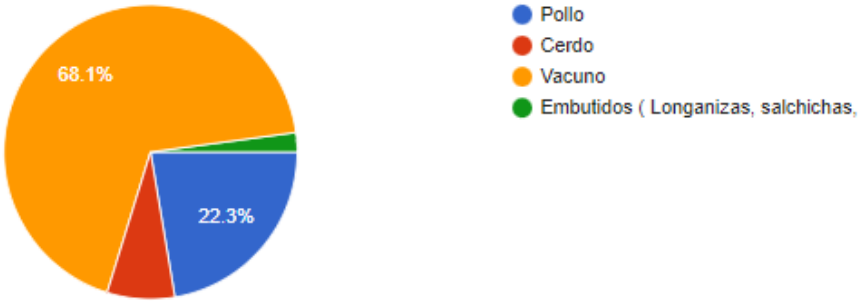


En este punto se puede observar que la gente en cultura sobre animales parientes del vacuno que se consume día a día, no es de la mejor, lo cual indica que un 60,6% no conoce sobre especies de bovinos existentes en el país o el extranjero. Esto genera una sensación de curiosidad en el cliente sobre los cortes Premium y comprobar que diferencias tiene en comparación con la carne de vacuno común y corriente. Por su parte, un 39,4% dice conocer sobre el rubro de las carnes de categoría Premium, ya que este tipo de productos es muy visto en redes sociales como fue mencionado anteriormente.

Pregunta N°8

De las siguientes opciones, cual es la que mas consumes?

94 respuestas



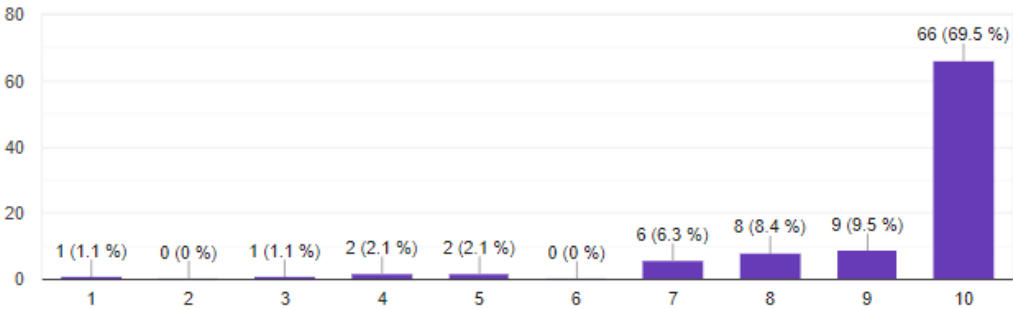
12
7
70
5

En este punto se observa rotundamente el dominio del consumo de Vacuno en comparación con otros tipos de carnes consumidas en el día a día de los chilenos, predominando con un 68,1% de las votaciones. Lo sigue el pollo con un 22,3% de preferencia de algunos votantes, el cual en este caso no se comercializa ya que no existen variedades Premium de este producto.

Pregunta N°9

Del 1 al 10, que tanto te gustan los asados?

95 respuestas



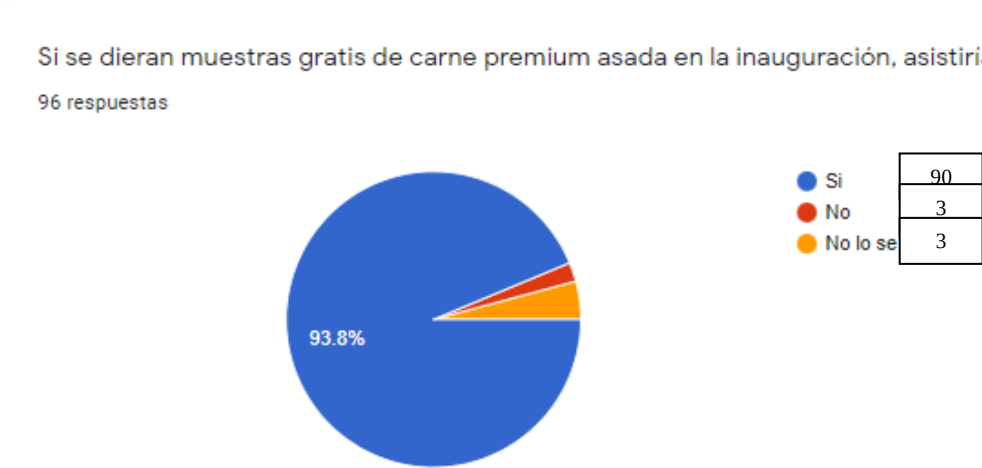
Este punto es crucial, donde se puede ver que el público votante muestra su gran gusto por los asados, lo cual representa a la forma de preparación óptima para este tipo de carne donde se puede aprovechar el máximo de potencial el producto en cuestión. El 69,5% califica su gusto por la carne asada con nota 10 como máximo.

Pregunta N°10



Se corrobora la curiosidad antes mencionada del público votante hacia la prueba o degustación de productos nuevos y de calidad, lo cual es un punto a favor ya que es casi imposible que a una persona consumidora habitual de carne, no le guste este tipo de productos. La votación es predominada por un 97,9% de las votaciones que respondió positivamente.

Pregunta N°11



El público, al ver la propuesta de realizar una degustación gratis en la inauguración de la tienda, mostro un grandísimo interés en asistir, lo cual es demostrado con un 93,8% de las votaciones, que dicen asistir en caso de una posible demostración de carne asada.

2.3.1 Conclusiones de la encuesta

- La ciudad de Quillota, es una comuna donde su ubicación cercana a la Ruta 5 Norte, lo que lo hace un lugar de fácil acceso para los recorridos entre la IV región del país y la región metropolitana.
- Según la encuesta, la gente de la ciudad y alrededores se ve entusiasmada con un producto relativamente nuevo y poco conocido pero que siempre han consumido en grandes cantidades, lo que genera una atención del cliente y genera una gran sensación para establecerse con un local de distribución de carnes Premium.
- Los precios los cuales aún no se han informado, son de un alto coste ya que es un producto de alta calidad y no es posible comercializarlo a bajo precio. Pero si nos centramos en la encuesta, el público responde de manera positiva ante las propuestas de probar e informarse sobre los productos, sin haber mencionado el valor de los cortes y accesorios.
- En la encuesta se puede ver que el consumo que predomina es el de la carne de vacuno el cual es el producto principal en venta del local y eso da cierto grado de confiabilidad en el público interesado en los productos.
- Al ofrecer un día de inauguración con muestra gratis del producto, la gente fijo su atención y mostraron su interés en el proyecto, lo que significa un gran interés del público por conocer la tienda.

A continuación se presenta la tabla de análisis de demanda de productos, la cual fue construida a base de la demanda producida por el local competencia, el cual fue tomado como idea comparativa para este proyecto, siendo los mismos proveedores, inversiones similares y proyecciones parecidas por el rubro en el cual se están desempeñando dichas empresas.

Tabla 2-6 Análisis de demanda productos primarios

Proyección de demanda			
Capacidad proyectada (unidades)	Semanal	Mensual	Anual
Año 1	70	280	3.360
Año 2	74	296	3.552
Año 3	78	312	3.744
Año 4	82	328	3.936
Año 5	86	344	4.128

Fuente: elaboración propia

Tabla 2-7 Análisis de demanda productos secundarios

Proyección de demanda			
Capacidad proyectada	Semanal	Mensual	Anual
Año 1	70	280	3.360
Año 2	74	296	3.552
Año 3	78	312	3.744
Año 4	82	328	3.936
Año 5	86	344	4.128

Fuente: elaboración propia

2.4 Variables que afectan la demanda

Existe una variedad de factores que pueden afectar a un proyecto en la actualidad, en especial la demanda, la cual está descrita de forma positiva o negativa.

Se mostrarán a continuación los factores de mayor envergadura que puedan afectar al proyecto, en especial a su demanda que como se mencionó anteriormente, puede ser positiva o negativa.

- Ubicación de la distribuidora de carnes Premium.
- Conservación de los productos.
- Confiabilidad en la calidad y estado de los productos.
- Precios de los productos.
- Preferencias de los clientes potenciales.
- La comuna se caracteriza por su alto consumo de carne durante el año, por lo que la gente muchas veces puede preferir productos de menos calidad por el bajo precio.
- La concientización sobre los animales, ha logrado que la gente baje su consumo de carnes de todo tipo, lo cual puede afectar a la demanda.

2.5 Análisis de la oferta actual y futura.

A continuación, se verán cuáles son los antecedentes principales, los cuales sirven para explicar la oferta ya existente en la zona donde será implementado el proyecto.

2.5.1 Análisis de la oferta actual.

En la comuna de Quillota, existe tan solo 1 carnicería Premium con las condiciones similares a las del proyecto en estudio, la cual se encuentra a unos kilómetros de distancia, para ser exacto a 20 minutos del sector de análisis. Este punto es favorable para el local, ya que el público más cercano y consumidor de la competencia, ya no tendrá que trasladarse hasta esa ubicación para conseguir el producto deseado, lo cual genera la sensación de comodidad en el cliente.

La competencia en este caso, es la carnicería Marmoleo Premium, local ubicado al sector poniente de la ciudad a varios kilómetros de distancia. Esta carnicería, en su momento comercializo la marca “Corte Criollo” pero por una mala manipulación y conservación de los productos, tuvo pérdida de más de la mitad del stock. Por esta razón, la tienda dejo de trabajar la marca “Corte Criollo”, evidenciando la culpabilidad emitida al proveedor de carnes cuando el verdadero error, estuvo en manos del personal de la tienda en cuestión. Dicha carnicería, comenzó a vender productos de marcas alternativas, lo cual genero una baja en la confiabilidad de las personas al vender una marca que no es conocida en el mercado. Por otra parte, Corte Criollo hoy en día, es la marca de Carnes número uno del país, y la que genera mayor marketing, por lo cual, su marca será vendida en cualquier lugar del país con el éxito esperado.

A continuación, se mostrara una recopilación de datos del local en cuestión, los cuales fueron obtenidos de la misma tienda, por lo que se realizó un análisis de su promedio de ventas y precio.

Tabla 2-7 Datos tienda Marmoleo Premium

Nombre de la tienda:	Marmoleo Premium
Horarios de atención:	Martes a sábado de 10:30 a 13:00 y de 15:00 a 19:00 hrs.
Valores de cortes más cotizados.	Entraña: \$19.990/kg Lomo Vetado: \$19,990/kg Plateada: \$9990/kg Lomo Liso: \$17.340/kg Petit Criollo: \$14.990/kg Punta Picana: \$14.990/kg Tomahawk: \$19.990/kg

Fuente: Elaboración propia a base de datos obtenidos.

Tabla 2-8 Venta de carnes Premium de tienda Marmoleo Premium

	Venta de carnes Premium		
	Diario	Mensual	Anual
Unidades	10 cortes variados	200 cortes variados	2400 cortes variados
Valor por corte	Entraña: \$19.990/kg (2 unidades) Lomo Vetado: \$19,990/kg (1 unidad) Plateada: \$9990/kg (1 unidad) Lomo Liso: \$17.340/kg (2 unidades) Petit Criollo: \$14.990/kg (1 unidad) Punta Picana: \$14.990/kg (1 unidad) Tomahawk: \$19.990/kg (2 unidades)	Entraña: \$ 799.600 Lomo Vetado: \$399.800 Plateada: \$ 199.800 Lomo Liso: \$693.600 Petit Criollo: \$299.800 Punta Picana: \$299.800 Tomahawk: \$799.600	Entraña: \$9.595.000 Lomo Vetado: \$4.797.600 Plateada: \$2.397.699 Lomo Liso: \$8.316.000 Petit Criollo: \$3.597.600 Punta Picana: \$3.597.600 Tomahawk: \$9.595.000
Total	\$174.600	\$3.492.000	\$41.904.000

Fuente: elaboración propia a base de solicitud de ventas a tienda

2.6 Comportamiento del mercado.

En esta sección se realizara un estudio de mercado, observando su comportamiento detalladamente, para lo cual se considera realizar un análisis FODA, el cual permite visualizar el comportamiento externo e interno del mercado.

2.6.1 FODA: Análisis del medio externo.

El FODA, es una herramienta que ha sido indispensable para este tipo de casos, en los cuales se busca la situación competitiva del proyecto el cual está en proceso de creación. En este caso, como se mencionó que este proyecto se está creando, solo se aplica el análisis del medio externo, por lo que se determina que este análisis solo puede detectar las amenazas y oportunidades del mercado.

2.6.2 Oportunidades

- Competencia mínima en la zona de localización
- País consumidor de carnes durante todo el año.
- Demanda insatisfecha
- Cambios de hábitos en el consumo de carnes de mejor calidad
- Instalación cercana al centro de la ciudad de Quillota

2.6.3 Amenazas.

- No existen grandes barreras para entrar al mercado de la carne Premium, donde la única amenaza en este caso, sería la disponibilidad de locales comerciales donde puedan ser establecidos este tipo de tiendas.
- La gente que no consume carne, muchas veces toma una postura a la defensiva sobre el consume de este tipo de productos, muchas veces buscando que la gente deje de consumirla intentando cambiar su mentalidad por el consumo de animales.

2.7 Determinación de niveles de precio

Para la correcta determinación de los precios de venta que tendrán los productos, se realizó una solicitud de cotización a la marca “Corte Criollo”, para obtener el precio real de compra y venta de los productos. Se tomara como precio promedio entre los cortes más vendidos y cotizados, el cual da un promedio aproximado de \$15.000 por corte (0,49 UF). Por su parte, los artículos secundarios a la venta también serán detallados en una tabla aparte en el cual se sumaran los totales entre ambas.

En las siguientes tablas, serán analizadas las ventas anuales, las cuales estarán expresadas en UF, estimando un crecimiento anual de 5%, siendo considerados factores como crecimiento del sector, aumento y reconocimiento de la clientela, y posicionarse de gran manera en el mercado del rubro al cual va dirigido el negocio.

Tabla 2-9 Venta anual en UF productos primarios

Año	Consumo total Promedio mensual	Precio promedio (UF)	Consumo total Promedio Anual	Venta anual (UF)
2022	300	0,49	3.600	1.764
2023	315	0,49	3.780	1.852,2
2024	331	0,49	3.972	1.946,28
2025	348	0,49	4.176	2.046,24
2026	365	0,49	4.380	2.146,2

Fuente: elaboración propia

Tabla 2-10 Venta anual en UF productos secundarios

Año	Consumo total Promedio mensual	Precio promedio (UF)	Consumo total Promedio Anual	Venta anual (UF)
2022	300	0,18	3600	684
2023	315	0,18	3.780	680,4
2024	331	0,18	3.972	714,96
2025	348	0,18	4.176	751,68
2026	365	0,18	4.380	788,4

Fuente: elaboración propia

Cada precio está estipulado con IVA incluido, y según los precios entregados por el proveedor, también se realizó un valor agregado por la calidad de productos que se están ofreciendo a la clientela.

Tabla 2-11 Precios Cortes de Carne Premium

Carnes Premium		
Producto	Pesos	UF
Entraña	\$17.990	0,60
Lomo Vetado	\$17990	0,60
Plateada	\$9000	030
Lomo Liso	\$15.490	0,52
Tomahawk	\$17.990	0,60
Petit Criollo	12.990	0,43
Teclas de Lomo	12.990	0,43

Fuente: elaboración propia

2.8 Análisis de localización

Para realizar este análisis, es de suma importancia tener en consideración para la localización del proyecto:

- Concentración de la demanda
- Competencia existente
- Arriendo de local cercano al público objetivo

Para la realización de este proyecto, se ha determinado como mercado objetivo a la comuna de Quillota, V región de Chile. Específicamente en Avenida Condell con calle Chacabuco número 6, local número 77 piso 2.

La ubicación escogida es netamente estratégica, ya que estará ubicada en un Strip Center construido hace 6 meses que ya cuenta con locales de comida rápida, botillería, farmacia, entre otros, lo que genera un alto flujo al estar ubicado en pleno centro de Quillota a 4 cuadras de la Plaza de Armas y cuenta con estacionamiento privado y sin cobro alguno.



Fuente: Google Maps, Mapa Comuna de Quillota.

2.9 Análisis del sistema de comercialización.

El análisis de comercialización es en base a cuatro puntos fundamentales producto, precio, plaza y promoción. Estos son los medios definidos por los cuales las personas o consumidores podrán conocer esta nueva tendencia y oferta para consumir carne de calidad Premium.

2.9.1 Marketing Estratégico

Las estrategias generales se basan principalmente en el enfoque, el cual apunta al mercado objetivo como son las personas que transitan diariamente en los lugares céntricos sumados a los habitantes de toda la comuna, ya que no son grandes distancias a recorrer en el centro de esta ciudad por su acotado tamaño.

Respecto a las estrategias competitivas, puede ser enfocado en la estrategia del especialista, la cual hace referencia a llegar a ser el líder de la venta de Carnes Premium en el sector comercial. Ya que se apunta a captar el mayor porcentaje de demanda teniendo una gran variedad y productos exclusivos poco vistos en el mercado, lo cual con el tiempo lograra generar la fidelización de los clientes para poder incrementar la variedad de los productos en venta.

2.9.2 Marketing operacional

- **Producto o Servicio:** El producto debe cumplir con ciertas cualidades para poder ponerlo en venta, buen color, buena apariencia, producto con su textura como corresponde y variedad de cortes. Los productos deben tener una mayor disponibilidad haciendo comparación con la competencia y ofrecer una atención acorde a la calidad de producto que se está vendiendo.

- **Precio:** El precio promedio es ligeramente más alto al promedio de mercado de intereses, por lo que se utilizara el método de descremar el mercado. Para eso, es necesario tener en consideración el nivel socioeconómico de los clientes, lo que limita considerar un alza excesiva.

Otros costos que se deben tener en consideración son los costos fijos, los precios de la competencia, y el margen bruto que se desea obtener.

- **Plaza (distribución):** En este caso, el local aparte de vender sus productos en presencial, hará despachos a domicilio u otras tiendas que quieran adquirir los productos para su post venta.
- **Promoción:** Para lograr una venta y experiencia entregada al comprador, lo fundamental será superar las expectativas que tengan los consumidores. Por esa misma razón, la calidad y variedad de productos que serán ofrecidos en el local, no se han visto en otro sector de la ciudad, por lo que esto genera la venta de productos exclusivos, ya que este punto de la exclusividad últimamente es muy importante en las adquisiciones que hacen las personas con sus compras. La tienda constara con una gran actividad por redes sociales como Instagram, Facebook y con la espera de que en algún momento del trayecto se puedan hacer videos de YouTube. Se dispondrá de un letrero con luces el cual sea llamativo para la clientela y logre captar la atención de las personas que estén pasando por el sector.

El análisis de comercialización que fue hecho en base a los 4 aspectos fundamentales como son el producto, precio plaza y promoción, son los medios por los cuales los consumidores podrán llegar a conocer esta nueva carnicería Premium.

CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

3. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

En este capítulo se concretará variadas propuestas y análisis a ciertas alternativas para concretar la puesta en marcha de la distribuidora de Carnes Premium. Además, será expuesta la información para cuantificar el monto de inversión y sus costos asociados.

3.1 Descripción y selección de procesos

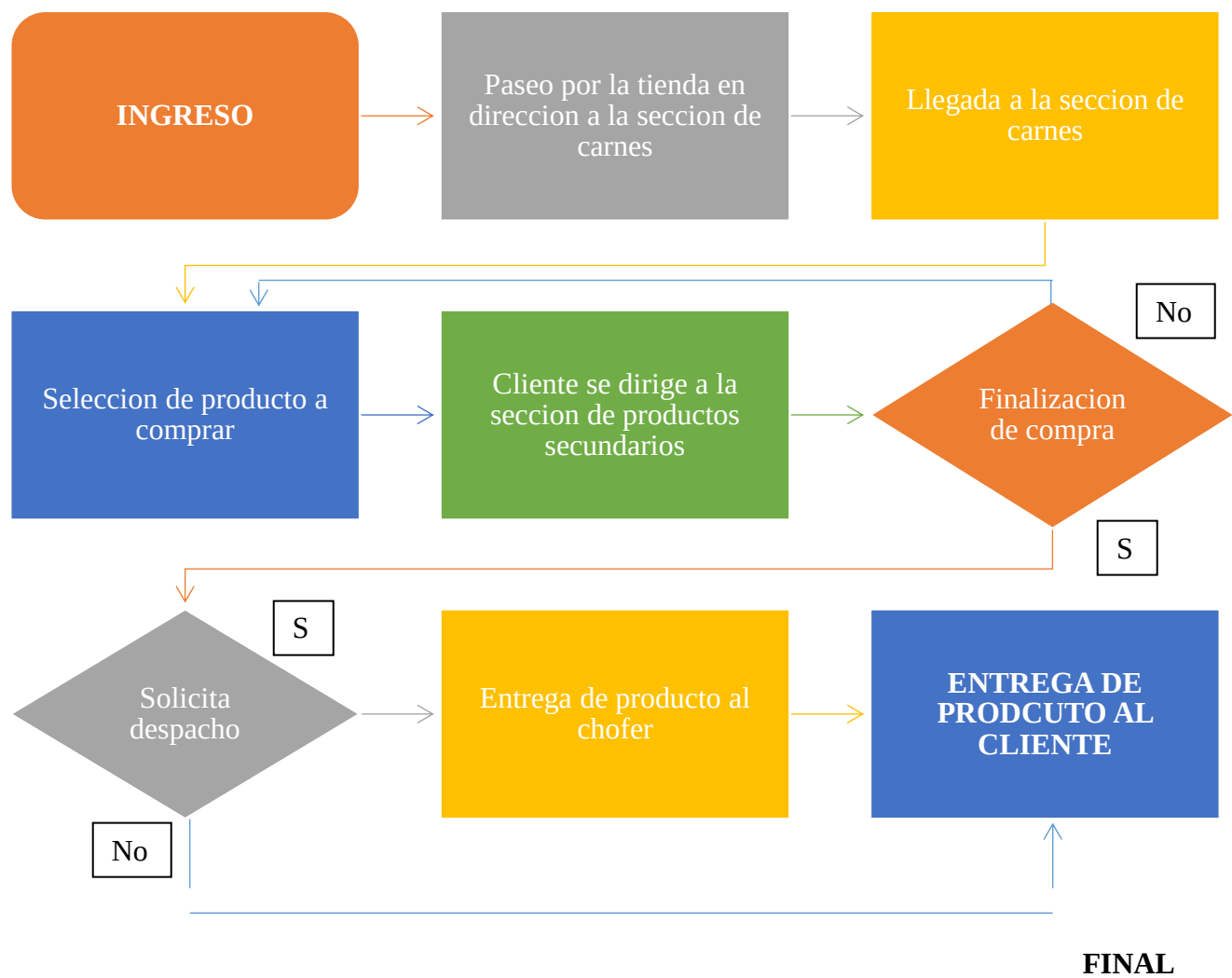
3.1.1 Proceso de atención al cliente

La idea principal del proyecto, es que el cliente haga ingreso a la tienda haciendo un recorrido único con todos los elementos en el muestrario con la diversa variedad de productos a la venta. A continuación se mostrará una explicación del proceso de ingreso y salida del cliente en la tienda.

1. El cliente hace ingreso al local, donde tendrá en el primer pasillo todos los objetos y artículos de parrilla.
2. El cliente prosigue a acercarse a la zona de salsas y aliños varios.
3. Posteriormente, se encuentra la sección de Carnes Premium donde se encuentran los productos de mayor valor e importancia de la tienda.
4. El vendedor se presenta con cliente, ofreciendo su ayuda para consultas técnicas, dudas sobre precios, etc. Todo para brindar comodidad y la mejor atención posible.
5. El cliente procede a realizar el pago de los productos que lleva, los pagos pueden ser en efectivo, Transbank o transferencia. Además, debe caminar por el mesón principal que consta con productos alternativos de carne como Jamón Serrano, Charqui, Lomo madurado, etc. Para que el cliente cuando esté pagando sus artículos, pueda sumar uno de estos productos rápidos
6. Cliente decide si solicita despacho
7. Una vez realizado el pago de los productos, el cliente procede a retirarse del local.

Figura 3-1 Diagrama de flujo proceso de atención al cliente

INICIO



Fuente: Elaboración propia

3.1.2 Designación de Valores

Para una correcta valorización, los cálculos serán establecidos en Pesos Chilenos (CLP) y Unidades de Fomento (UF) del 23 de Noviembre del 2021 de acuerdo a la información entregada por el Banco Central de Chile.

FECHA	UNIDAD	VALOR EN PESOS CHILENOS
20 DE NOVIEMBRE 2021	UNIDAD DE FOMENTO (UF)	\$30.670

Fuente: www.sii.cl

3.2 Selección de equipos

En este punto, se analizarán los equipos que son necesarios para el funcionamiento de la distribuidora de carnes. Es importante destacar el área económica y técnica de los equipos correspondientes.

3.2.1 Equipos fundamentales para el proyecto

En la siguiente tabla se presenta la información de una variedad de alternativas para la selección de las vitrinas mantenedoras o “Visicooler”, las cuales son accesibles en el mercado y del camión frigorífico encargado de la repartición de productos a domicilio.

Tabla 3-2 cuadro comparativo vitrinas mantenedoras

Selección de marcas de vitrinas mantenedoras			
Marca	CMF importaciones	Maigas	Mimet
Modelo	Visicooler	Visi C	VC301
Capacidad de carga	680 litros	650 litros	680 litros
Temperaturas	De 0°C a 10 °C	De 2°C a 10°	De 0°C a 10°C
Gas refrigerante	R290	R404A	R134A
Control post-venta	Si	Si	No
Precio CLP	\$869.000	\$880.000	\$789.990

Fuente: elaboración propia en base a cotizaciones

Tabla 3-3 Cuadro comparativo camiones frigoríficos

Selección de marcas de camiones frigoríficos			
Marca	Changan	DFSK	Fotón
Modelo	MD 201 Cargo Box	C21 Cargo box	Midi refrigerado
Capacidad de carga	950 Kg	950 Kg	950 Kg
Espacio de carga	6.1 metros cubicos	6.1 metros cubicos	6.1 metros cubicos
Control post-venta	Si	Si	Si
Precio CLP	\$6.500.500	\$6.500.500	\$6.500.500

Fuente: elaboración propia

A continuación se mostrará un cuadro con la asignación de notas a los productos en evaluación, para posteriormente evaluar la matriz de ponderación para completar la selección de Vitrinas mantenedoras, las cuales son el equipo más importante o crítico del local.

Tabla 3-4 Asignación de notas

Asignación de notas	
Mínimo	1 - 1,9
Bajo	2 - 2,9
Intermedio bajo	3 - 3,9
Intermedio	4 - 4,9
Bueno	5 - 5,9
Muy bueno	6 - 6,9
Excelente	7

Fuente: elaboración propia

Tabla 3-5 Ponderaciones equipos de refrigeración

Ítem a evaluar	Asig%	CMF importaciones	Maigas	Mimet	Pond 1	Pond 2	Pond 3
Gas refrigerante	0,2%	7	6,2	4,5	1	0,89	0,64
Capacidad	0,2%	7	6,3	7	1	0,90	1
Servicio técnico	0,3%	7	7	1,5	1	1	0,21
Precio	0,3%	6,3	5,5	7	0,90	0,79	1
Totales	100%				3,90	3,58	2,85

Fuente: elaboración propia en base a cotizaciones

Tabla 3-6 Ponderaciones camiones frigoríficos

Ítem a evaluar	Asig%	CHANGAN	DFK	FOTON	Pond. CHANGAN	Pond DFSK	Pond FOTON
Capacidad de carga	0,3%	7	7	7	1	1	1
Espacio de carga	0,3%	7	7	7	1	1	1
Control post-venta	0,2%	7	7	7	1	1	1
Precio	0,2%	7	7	7	1	1	1
Totales	100%				4	4	4

Fuente: elaboración propia

En esta situación, los 3 camiones frigoríficos tienen las mismas características técnicas entre sí, lo que genera una ponderación igual entre los 3 productos. En este tipo de equipos, los fabricantes son los mismos creadores chinos, razón por la cual su precio es similar entre sí.

Se procede a seleccionar el camión de marca Changan, netamente por ser un poco más conocida que las otras marcas aunque sean de similares características.

3.2.2 Equipos para la producción

En la siguiente tabla, se muestran los equipos considerados fundamentales para la venta de los productos que se ofrecen en la tienda. Se mostraran detalles tales como: Precio en pesos y en UF, vida útil del equipo, depreciación y su correspondiente proveedor.

Tabla 3-7 Detalle económico de equipos para producción

Equipo	Cantidad	Precio unitario	Total CLP	Total UF
Visicooler CMF importaciones	3	\$869.000	\$2.607.000	84,93
Camión ^¾ frigorífico Changan	1	\$6.500.000	\$6.500.000	211,75
TOTAL	4	\$7.369.000	\$9.107.000	296,67

Fuente: Elaboración propia en base a cotizaciones a proveedores

3.2.3 Equipos de oficina y complementarios

En la siguiente tabla, se mostraran los elementos de oficina, mueblería y monitoreo que se desean tener en el local en cuestión.

Tabla 3-8 Detalle económico de equipos de oficina y complementarios.

Equipo	Cantidad	P. Unitario (CLP)	Total CLP	Total UF	Vida útil	Depreciación acelerada	Proveedor
Notebook	1	\$399.990	\$399.990	13,08	6 años	2	PC Factory
Silla para computador	1	\$59.990	\$59.990	1,96	6 años	2	La polar
Aire acondicionado	1	\$379.990	\$379.990	11,54	10 años	3	Homecenter Sodimac
Alarma y cámaras de seguridad	1	\$99.990	\$130.000	4,25	7 años	2	Homecenter Sodimac
Mesón mostrador	1	\$89.990	\$89.990	2,94	7 años	2	Mr. Muebles
Vitrina de madera	1	\$69.990	\$69.990	2,29	5 años	1	Mr. Muebles
Sistema de sonido	1	\$150.000	\$159.990	4,90	6 años	2	Sony
Teléfono	1	\$29.990	\$29.990	0,98	3 años	1	Homecenter Sodimac.
Total	Total CLP: \$1.289.920			Total UF: 41,94			

Fuente: elaboración propia a base de cotizaciones a proveedores

3.3 Proyectos complementarios

En este proyecto, no se contemplan proyectos complementarios.

3.4 Layout

Para el proyecto se considera el arriendo de un local ubicado en la comuna de Quillota, específicamente en calle Chacabuco esquina con Avenida Condell, en un Strip Center construido hace unos meses. Lugar ubicado a 4 cuadras de la plaza de armas de Quillota y pertenece al centro de la ciudad.

Figura 3-2 Layout Premium Steaks



Figura 3-3 Lay-out Premium Steaks



Figura 3-4 Foto local posible emplazamiento

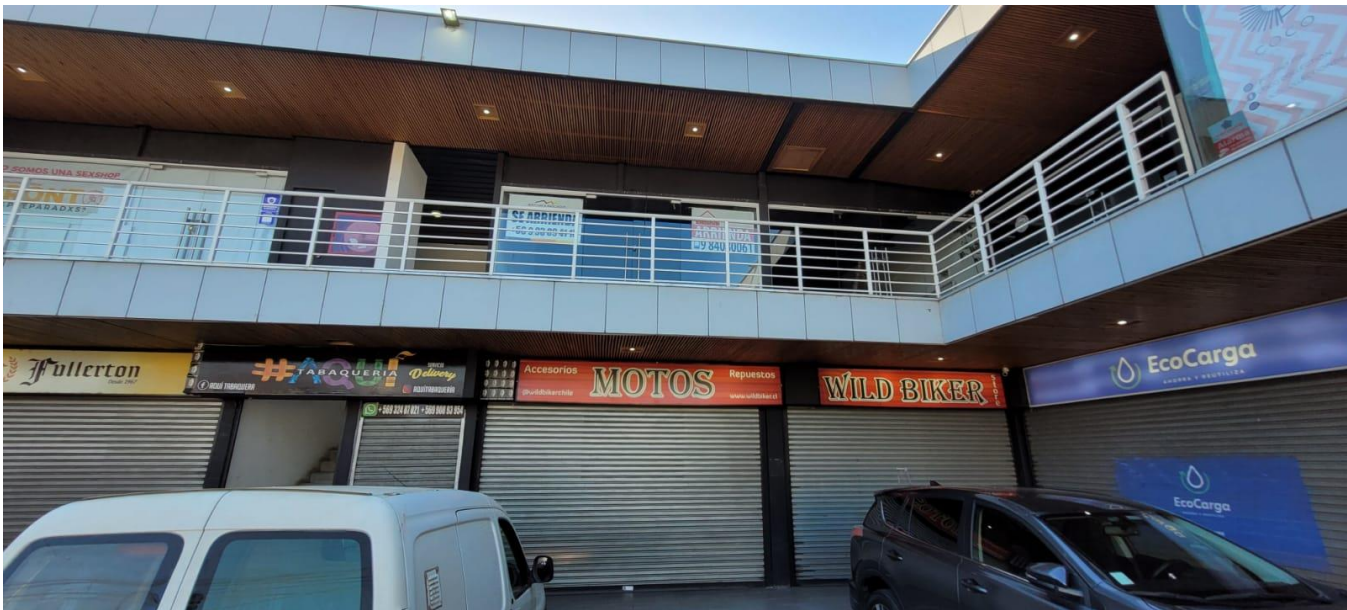


Figura 3-5 Foto local posible emplazamiento



3.5 Determinación de insumos, productos y subproductos.

3.5.1 Insumos productos principales.

Se consideran insumos principales netamente a los productos que vengan directo del animal faenado, es decir, carne sin procesar la cual solo viene trozada en sus respectivos cortes y peso correspondiente.

En la tabla 3-6 se detalla la cantidad mensual si diariamente se venden 14 unidades diarias, es decir, 336 unidades al mes.

Tabla 3-9 Detalle económico de productos principales

Producto	Unidad de medida	Kg. De corte	Precio por KG.	UF	Total CLP	Proveedor
Entraña	Kg.	8	\$17.990	0,60	\$143.920	Corte Criollo
Lomo Vetado	Kg.	35	\$17.990	0,60	\$629.650	Corte Criollo
Plateada	Kg.	51	\$9.000	030	\$459.000	Corte Criollo
Lomo Liso	Kg.	78	\$15.490	0,52	\$1.208.220	Corte Criollo
Tomahawk	Kg.	35	\$17.990	0,60	\$629.650	Corte Criollo
Petit Criollo	Kg.	5	\$12.990	0,43	\$64.950	Corte Criollo
Teclas de Lomo	Kg.	5	\$12.990	0,43	\$64.950	Corte Criollo
Palanca	Kg.	13	\$11.990	0,39	\$155.870	Corte Criollo
Filet Criollo	Kg.	19	\$13.490	0,44	\$256.310	Corte Criollo
Punta Picana	Kg.	21	\$11.990	0,39	\$251.790	Corte Criollo
Filete	Kg.	39	\$15.990	0,52	\$623.610	Corte Criollo
Pollo Barriga	Kg.	6	\$10.990	0,36	\$65.940	Corte Criollo
Punta de Ganso	Kg.	30	\$11.990	0,39	\$359.700	Corte Criollo

Clavo Criollo	Kg.	4	\$10.990	0,36	\$43.960	Corte Criollo
Poncho Criollo	Kg.	3	\$10.990	0,36	\$32.970	Corte Criollo
Tapita Criolla	Kg.	8	\$5.000	0,16	\$40.000	Corte Criollo
Arrachera	Kg.	16	\$10.990	0,36	\$175.840	Corte Criollo
Vacío Criollo	Kg.	14	\$13.490	0,44	\$188.860	Corte Criollo
Beef Criollo	Kg.	16	\$10.990	0,36	\$175.840	Corte Criollo
Asiento	Kg.	63	\$8.300	0,27	\$522.900	Corte Criollo
Asado de Tira trozado	Kg.	39	\$12.490	0,41	\$487.110	Corte Criollo
Costeleta	Kg.	10	\$13.490	0,44	\$134.900	Corte Criollo
Entrecot	Kg.	13	\$13.490	0,44	\$175.370	Corte Criollo
Estomaguillo	Kg.	20	\$8.490	0,28	\$169.800	Corte Criollo

Total mensual	\$7.061.110	230,33 UF
Total anual	\$84.733.320	2763,91 UF

Fuente: Elaboración propia en base a cotización realizada a proveedor

3.5.2 Insumos subproductos.

En la tabla 3-7 se muestran los subproductos que tendrá el local a la venta para complementar la venta de carnes Premium.

Tabla 3-10 Detalle económicos de Subproductos.

Producto	Unidad de medida	Cantidad (Unidad)	Precio por cantidad	Total en UF	Total CLP	Proveedor
Longanizas	Gramos	15	\$3.451	1,69	51.765	Peumal
Hamburguesas	Gramos	15 cajas/4 unidades	\$6.655	3,25	99.825	Peumal
Butifarras	Gramos	15	\$3.237	1,58	48.555	Peumal
Chorizo Argentino	Gramos	15	\$3.451	1,69	51.765	Peumal
Jamon Serrano	Gramos	10	\$2.999	0,98	29.990	Peumal
Charqui de Wagyu	Gramos	10	\$2.899	0,95	28.990	Peumal
Chorizo Italiano	Gramos	15	\$3.451	1,69	51.765	Peumal
Condimentos varios	Gramos	15	\$1890	0,92	28.350	Peumal
Cuchillos	Unidad	10	\$7.595	2,48	75.950	Peumal
Set parrilleros	Unidad	10	\$15.290	4,99	152.900	Peumal
Carbón	Unidad	50 / 2.5 Kg	\$1.850	3,02	92.500	Peumal
Tablas	Unidad	10	\$6.790	2,21	67.900	Peumal
Sal variedades	Unidad	15	\$3.100	1,52	46.500	Peumal
Pecheras para asados	Unidad	5	\$7.490	1,22	37.450	Peumal
Prensas para hamburguesas	Unidad	10	\$9.632	3,14	96.320	Peumal
Planchas de hierro fundido	Unidad	5	\$14.390	2,35	71.950	Peumal

Total Mensual	\$1.032.475	33,66 UF
Total anual	\$12.389.700	403,97 UF

Fuente: Elaboración propia en base a cotización realizada a proveedor

3.6 Flexibilidad y rendimiento capacidad de producción

En el posible caso de que en el local ocurra un percance como por ejemplo corte eléctrico y las mantenedoras dejen de funcionar, se tendrá un generador mediano de 1,5 Kw de potencia para que de abasto a las vitrinas mantenedoras y sigan funcionando correctamente.

En el caso de que una mantenedora falle, el proveedor se hace cargo de la post venta con su respectivo análisis de la falla, lo que significa que por cualquier falla de fábrica o funcionamiento sin tener relación con la manipulación, el servicio técnico responde sin coste alguno. En el caso de que fuera una falla por mala manipulación o error propio, en la comuna de Quillota existe un taller a 3 cuadras del local, donde se realizan mantenciones de todo tipo de maquinaria relacionada al área de la refrigeración a un costo accesible.

3.7 Consumos de energía y agua potable.

En este caso, el mayor gasto será relacionado a la electricidad ya que el consumo de agua será mínimo, solo de uso para el personal de la tienda en el baño. Por lo que en esta ocasión, no será necesario realizar una tabla para el consumo de agua ya que es un gasto menor. No así la electricidad, la cual será un gasto de mayor calibre por el funcionamiento de las mantenedoras las 24 horas del día y los 7 días de la semana.

A continuación en la tabla 3-8 se mostrará el consumo aproximado de las vitrinas mantenedoras que tendrá el local, calculando así el gasto de energía eléctrica

Tabla 3-11 Potencia eléctrica (Kwh) requerida para equipos y funcionamiento del local.

Equipo	Cantidad	Potencia KW	Consumo diario	Consumo Mensual	Precio promedio KW/día	Total consumo mensual	Total consumo mensual en UF	Total consumo Anual CLP	Total consumo Anual UF
Visicooler	3 unidades	0,019 KW	4.100 KW	123.000 KW	\$290 KW/día	\$208.800	6,81 UF	\$2.505.600	81.72

Fuente: Elaboración propia en base a precios de electricidad en Chile.

3.8 Programas de trabajo, turnos y gasto en personal.

3.8.1 Programa de trabajo.

Se designaron los horarios de trabajo en relación a la competencia, ya que una de las debilidades era el acotado tiempo de apertura de la tienda, por lo cual eso favorece de gran manera al local provocando la atención de los clientes por el extenso horario de funcionamiento.

Tabla 3-12 Horarios de atención de Distribuidora de Carnes Premium, “Premium Steaks”

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Am	10:00 a 13:00	10:00 a 13:00	10:00 a 13:00	10:00 a 13:00	10:00 a 13:00	10:00 a 13:00	10:00 a 13:00
Pm	14:00 a 20:00	14:00 a 20:00	14:00 a 20:00	14:00 a 20:00	14:00 a 20:00	14:00 a 20:00	14:00 a 20:00

Fuente: Elaboración propia

3.8.2 Horarios y turnos del personal

En el mesón de atención habrá dos personas encargadas con turnos separados, los cuales están separados en días de semana y fin de semana respectivamente. Una persona estar a tiempo completo con las 45 horas semanales de trabajo, por otra parte la persona encargada de los fines de semana será part-time por los días sábado y domingo respectivamente con el mismo horario de los días de semana.

Por otra parte, el chofer del camión frigorífico tendrá trabajo part time, ya que los repartos no serán todos los días. Por lo que al chofer se le paga por día trabajado.

Tabla 3-13 Jornada de trabajos semanales

	Jornada Lunes a viernes	Jornada Sábado y Domingo
Vendedor	10:00 a 13:00 y 14:00 a 20.00 hrs.	10:00 a 13:00 y 14:00 a 20.00 hrs
Chofer	10:00 a 17:00 hrs.	10:00 a 17:00 hrs Solo día sábado
Encargado de finanzas	Horario libre cumpliendo 45 horas semanales.	Horario libre cumpliendo 45 horas semanales.

Fuente: elaboración propia

3.8.3 Gastos en personal

Los gastos en personal son netamente en la vestimenta, en este caso a los vendedores y al chofer designado se les hará entrega de dos camisetas manga corta, dos camisetas manga larga y un polar para la temporada de invierno con el respectivo logo de la empresa y su nombre para generar formalidad a la hora de la atención al cliente.

Tabla 3-14 Gastos de uniforme del personal

Producto	Costo unitario	Cantidad	Total CLP	Total UF
Camiseta manga corta	\$10.990	6	\$65.940	2,15
Camiseta Manga larga	\$14.990	6	\$89.940	2,93
Polar	\$17.990	3	\$53.970	1,76
TOTAL	\$43.970	15	\$209.400	6,84

Fuente: Elaboración propia en base a cotización al proveedor

3.9 Personal de operaciones, cargos y perfiles.

El personal de trabajo de la distribuidora Premium Steaks, constara con un total de 3 personas los cuales son:

- Vendedor (1 persona tiempo completo de lunes a viernes y 1 persona part time para fines de semana)
- Chofer para camión frigorífico
- Encargado de finanzas

A continuación se detallan los perfiles de cargo donde son indicadas las funciones y responsabilidades asignadas a cada trabajador.

3.9.1 Perfil vendedor

Identificación del cargo

Cargo: Vendedor

Descripción general del cargo

El vendedor estará encargado de la atención al cliente, ofreciendo recomendaciones sobre productos según el prototipo de búsqueda generada por el cliente, generando una excelente atención y eficiente. El vendedor estará a cargo de realizar las ventas ya sea con pago en efectivo o pagos con Transbank.

Requisitos

Nivel de estudio: cursada educación escolar nivel superior.

Título o profesión: Ninguno

Idioma: Español e Inglés básico

Experiencia previa: Conocimiento básico de tipos de carne

3.9.2 Perfil del chofer

Identificación del cargo

Cargo: Chofer

Descripción general del cargo

Encargado del despacho de productos a clientes en sus domicilios o respectivos lugares de entrega en general. Además estará encargado de todo lo relacionado con carga y descarga de productos y reposición de estos mismos en el interior del local.

Requisitos

Nivel de estudio: cursada educación escolar nivel superior

Título o profesión: No requiere

Experiencia como chofer: Mínimo 3 años

Licencia chofer: Clase A- Clase B

3.9.3 Perfil encargado de finanzas

Identificación del cargo

Cargo: Encargado de finanzas

Descripción del cargo

Persona encargada de la administración de las finanzas del local, encargado de las compra de insumos faltantes y todo lo que esté relacionado con dineros que entran y salen al lugar.

Requisitos:

Nivel de estudios: Educación media y experiencia cargos similares

Título o profesión: Contabilidad o curso de contador según experiencia.

Idioma: Español e inglés básico.

3.9.4 Sueldos

Los sueldos mensuales del personal de trabajo con el que contara el proyecto es de \$831.000 imponible a pagar por parte del empleador. En la siguiente tabla se mostraran los sueldos del personal de trabajo con sus respectivos detalles.

Tabla 3-15 Remuneración personal área operativa

Trabajadores	Sueldo imponible	Seguro invalidez y sobrevivencia (SIS) 1,41%	Mutual 0,93%	Seguro de cesantía 2,4%	Costo para el empleador
Encargado de finanzas	\$650.000	\$9.165	\$6.045	\$15.600	\$680.810
Vendedor tiempo completo	\$450.000	\$6.345	\$4.185	\$10.800	\$471.330
Vendedor Part-time	\$193.000	\$2.721	\$1.795	\$4.632	\$202.148
Chofer	\$550.000	\$7.755	\$5.115	\$13.200	\$576.070
TOTAL	\$1.843.000	\$25.986	\$17.140	\$42.232	\$1.930.358

Total mensual CLP	Total mensual UF	Total anual CLP	Total anual UF
\$1.930.358	62,94	\$23.164.296	755,28

Fuente: elaboración propia

3.10 Inversión en equipos

3.10.1 Costos en inversión en equipos

Para el correcto desarrollo del proyecto, se deben tener en cuenta los gastos que van dirigidos a la obtención de equipos para el funcionamiento de la tienda. A continuación en la siguiente tabla se presentan los equipos seleccionados de forma definitiva, con su respectivo valor de mercado.

Tabla 3-16 Inversión en equipos de producción – activos fijos

Equipo	Cantidad	Precio unitario	Total CLP	Total UF
Visicooler CMF importaciones	2	\$869.000	\$1.738.000	56,62
Camión ^¾ frigorífico Changan	1	\$6.500.000	\$6.500.000	211,75
TOTAL	3	\$7.369.000	\$8.230.908	268,37

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3-17 Inversión de equipos de oficina – activos fijos

Equipo	Cantidad	P. Unitario (CLP)	Total CLP	Total UF	Vida útil	Depreciación acelerada	Proveedor
Notebook	1	\$399.990	\$399.990	13,08	6 años	2	PC Factory
Silla de computador	1	\$59.990	\$59.990	1,96	7 años	2	La polar
Aire acondicionad o	1	\$379.990	\$379.990	11,54	10 años	3	Homecenter Sodimac
Alarma y cámaras de seguridad	1	\$99.990	\$130.000	4,25	7 años	2	Homecenter sodimac
Mesón mostrador	1	\$89.990	\$89.990	2,94	7 años	2	Mr. Muebles
Vitrina de madera	1	\$69.990	\$69.990	2,29	7 años	2	Mr. Muebles
Sistema de sonido	1	\$150.000	\$159.990	4,90	6 años	2	Sony
Teléfono	1	\$29.990	\$29.990	0,98	10 años	3	Homecenter Sodimac.
Total	Total CLP: \$1.285.380			Total UF: 41,94			

Fuente: elaboración propia en base a cotización a proveedores

Tabla 3-18 Resumen de inversiones en activos fijos

Descripción	Costo	Costo UF
Equipos producción	\$8.230.908	268,37 UF
Equipos oficina	\$1.285.380	41,94 UF
TOTAL	\$9,516.288	310,31 UF

Fuente: elaboración propia en base a cotizaciones a proveedores

3.11 Costos operacionales

Son los tipos de costos en los que incurre la distribuidora de carnes Premium mensualmente en el horizonte del proyecto. Estos costos se dividen en dos partes: costos variables y costos fijos, los cuales serán explicados a continuación.

3.11. 1 Costos fijos

Los costos fijos son totalmente independientes del nivel de producción de la empresa, lo cual será demostrado con más detalle en la tabla 3-16.

Tabla 3-19 Costos fijos

Ítem	Costo mensual CLP	Costo mensual UF	Costo anual CLP	Costo anual UF
Sueldo personal	\$1.930.358	62,94	\$23.164.296	755,28
Vestimenta personal	\$17.450	0,57	\$209.400	6,84
Electricidad	\$208.800	6,81	\$2.505.600	81,72
Internet/teléfono	\$40.000	1,30	\$480.000	15,63
Patente municipal	\$155.000	5,05	\$1.860.000	60,6
Arriendo	\$600.000	19,54	\$7.200.000	234,45
Artículos de limpieza	\$30.000	0,98	\$360.000	11,72
TOTAL	\$2.981.608	97,22	\$35.779.296	1.166,64

Fuente: elaboración propia

Tabla 3-20 Costos Variables

Ítem	Costo mensual CLP	Costo mensual UF	Costo anual CLP	Costo anual UF
Stock de sub productos	\$1.032.475	33,66	\$12.389.700	403,97
Combustible Camión	\$750.000	24,45	\$9.000.000	293,4
TOTAL	\$1.782.475	58,11	\$21.389.700	697,37

Fuente: elaboración propia

Tabla 3-21 Resumen de costos totales mensual y anual

Ítem	Costo mensual CLP	Costo mensual UF	Costo anual CLP	Costo anual UF
Costo fijo	\$2.981.608	97,22	\$35.779.296	1.166,64
Costo Variable	\$1.782.475	58,11	\$21.389.700	697,37
TOTAL	\$4.764.083	133,13	\$56.168.996	1.864,25

Fuente: elaboración propia

3.12 Inversiones en capital de trabajo

Como antecedente preliminar importante, para poder calcular el capital de trabajo se consideran los ingresos obtenidos por ventas, los cuales se muestran en la tabla 3-1

Tabla 3-22 Proyección ingresos por ventas

Productos	Valor promedio	Demanda diaria	Venta diaria	Venta mensual	Venta mensual UF	Venta anual UF
Carne Angus	\$ 15.000	10	\$150.000	\$4.500.000	146,72	1.760
Longanizas y chorizo italiano/Argentino	\$5.860	5	\$29.300	\$879.000	28,67	344
Charqui de Wagyu / Jamón serrano	\$5.860	5	\$29.300	\$879.000	28,67	344
TOTAL			\$208.600	\$6.258.000	208,86	2.448

Fuente: elaboración propia

Para calcular el capital de trabajo se utilizó el método de déficit máximo acumulado, tomando en consideración la venta mensual indicada en la tabla anterior y considerando los primeros 6 meses del proyecto, se evidencia que en el mes 3 se provoca el mayor déficit acumulado.

Tabla 3-23 Inversiones en capital de trabajo

Mes	1	2	3	4	5	6
% estimación de ventas mensuales	20%	40%	60%	80%	100%	100%
Ingresos	41,77	83,54	125,32	167,62	208,86	208,86
+Total ingresos	41,77	83,54	125,32	167,62	208,86	208,86
-Costos fijos	97,22	97,22	97,22	97,22	97,22	97,22
-Costos variables	11,62	23,25	34,87	46,48	58,11	58,11
Saldo	-67,07	-36,93	-6,77	23,92	53,53	53,53
Saldo acumulado	-67,07	-104	-110,77	-86,85	-33,32	21,2
Capital de trabajo				110,77		

Fuente: elaboración propia

Por lo tanto, el capital de trabajo será de 110,77 UF, siendo su equivalente en pesos Chilenos a \$3.397.316

3.13 Costos de instalación y puesta en marcha

Dentro de los costos de instalación, se destaca la habilitación de oficina para la administración, gastos municipales (patente municipal, autorización sanitaria, y gastos notariales principalmente) y marketing para el local.

El lugar en cuestión cuenta con un baño, una bodega de 3 metros cuadrados y una oficina con instalaciones eléctricas por cada sector sin detalle alguno ya que son construcciones nuevas, lo que indica que no requiere una remodelación o arreglos. Cuenta con 7 enchufes eléctricos repartidos por todo el lugar, lo cual es suficiente para los equipos eléctricos que se ocuparan.

3.13.1 Resumen de costos de puesta en marcha

Tabla 3-24 Costos de puesta en marcha

Costos	Valor total CLP	Valor total UF
Mes de garantía arriendo	\$600.000	19,56
Permisos municipales	\$300.000	9,78
Gastos notariales	\$150.000	4,89
Marketing y publicidad	\$500.000	16,30
TOTAL	\$1.550.000	50,53

Fuente: elaboración propia

3.14 Costos de imprevistos

Estos corresponden a los costos que no están considerados y existe la probabilidad de que puedan ser necesarios para llevar a cabo el proyecto. Para definir el costo de imprevistos, se tomara un porcentaje de la inversión total el cual en este caso será de un 10%.

Tabla 3-25 Inversión total

Costos de inversiones	Valor CLP	Valor UF
Inversión en equipos	\$9.517.208	310,31
Capital de trabajo	\$3.397.319	110,77
Puesta en marcha	\$1.550.000	50,53
Total inversiones	\$14.464.527	471,61

Fuente: elaboración propia

Tabla 3-26 Costos de imprevistos

Ítem	Valor CLP	Valor UF
Inversión total	\$14.464.527	471,61
Costos imprevistos 10%	\$1.446.453	47,16

Fuente: elaboración propia

3.15 Resumen de la inversión inicial

Tabla 3-27 Resumen inversiones

Inversión	Valor CLP	Valor UF
Inversión en equipos	\$9.517.208	310,31
Capital de trabajo	\$3.397.319	110,77
Gastos puesta en marcha	\$1.550.000	50,53
Gastos de imprevistos 10%	\$1.446.278	47,16
Inversión total	\$15.910.805	518,77

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE PREFECTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL,
SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y AMBIENTAL

4. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y AMBIENTAL

En este capítulo serán expuestas las actividades principales a desarrollar para construir el proyecto como una sociedad, serán definidos los recursos administrativos necesarios para su operación y el régimen financiero y tributario que se deben cumplir, al igual que las normativas ambientales entre otras legalmente establecidas que se puedan aplicar en el proyecto.

Se analizaran los aspectos administrativos especificando el personal que se requiere y la estructura organizacional que sea necesaria para la empresa.

4.1 Prefactibilidad administrativa

En el desarrollo de la prefactibilidad administrativa, se definirá la estructura organizacional, la cual tiene consecuencias en la ejecución y evaluación económica del proyecto.

4.1.1 Personal

El personal administrativo estará conformado por un encargado de finanzas, dos vendedores. Por otra parte, el área técnica está formada por un chofer encargado de la repartición y todo relacionado con carga de productos de la tienda.

Tabla 4-1 Jornada de trabajos semanales cargos administrativos

	Jornada semanal	Jornada fin de semana
Encargado de finanzas	Horario libre completando 45 horas semanales	
Vendedores	10:00 a 13:00 y 14:00 a 20.00 hrs	10:00 a 13:00 y 14:00 a 20.00 hrs
Chofer	10:00 a 17:00 hrs	10:00 a 17:00 hrs Solo día sábado

Fuente: elaboración propia en base al código legal vigente

En el caso del encargado de finanzas, tendrá un horario libre siempre y cuando cumpla con las 45 horas semanales trabajando en el local, todo dependiendo de las necesidades del local.

Los vendedores tendrán un horario de 9 horas de trabajo diarias, entrando a las 10:00 am con una hora de almuerzo entre las 13:00 y 14:00 hrs y continuando en horario de tarde hasta las 20:00 hrs completando así las 45 horas semanales. Por otra parte, el vendedor de los días sábado y

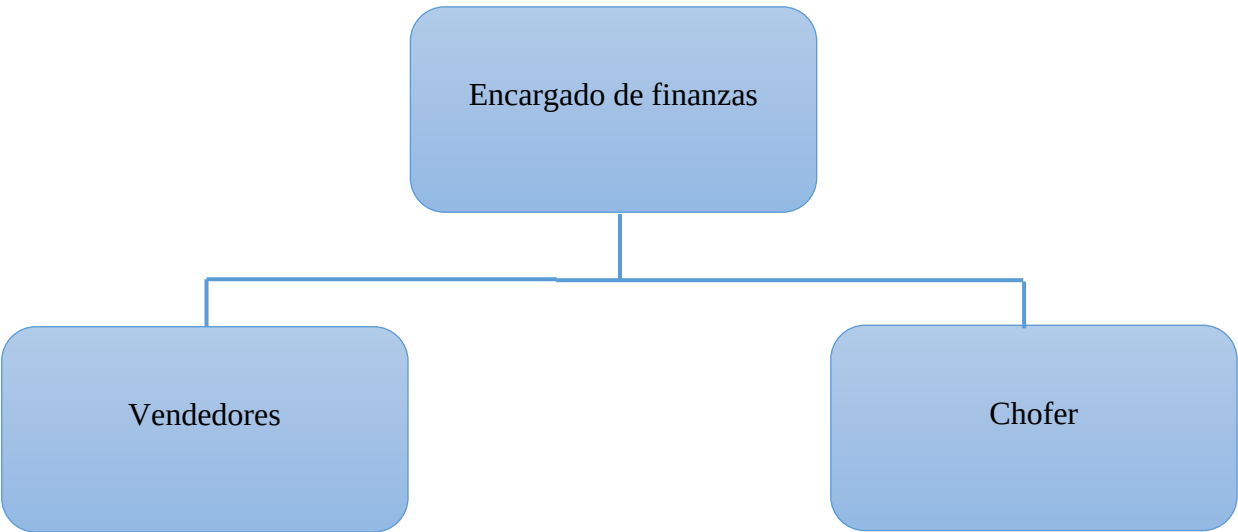
domingo tendrá el mismo horario que se mantiene la tienda en la semana, completando así 18 horas semanales de trabajo.

El chofer tendrá un horario especial de lunes a sábado con horario de entrada a las 10.00 hrs y salida a las 17 horas, completando así un total de 42 hrs semanales de trabajo.

4.1.2 Estructura organizacional

La estructura organizacional estará encabezada por el encargado de finanzas el cual de igual manera estará encargado de los vendedores y el chofer.

Figura 4-1 organigrama de la empresa



Fuente: elaboración propia

4.1.3 Personal Administrativo

Para cumplir de forma óptima con los objetivos organizacionales, se determina la cantidad de personas requeridas para la empresa.

El personal administrativo está conformado por el administrador y los dos vendedores tendrán quienes tendrán jornada parcial.

Tabla 4-2 Trabajadores Distribuidora de carnes Premium “Premium Steaks”

Cargo	Cantidad
Encargado de finanzas	1

Vendedores	2
------------	---

Fuente: elaboración propia

El encargado de finanzas tendrá la responsabilidad de cuadrar todas la ventas del local, al igual que recepcionar los pedidos según corresponda y la compra de los insumos faltantes. Tendrá un total de 45 horas de trabajo a la semana sin horario fijo pero cumpliendo en momento de necesidad de la tienda.

Los vendedores tendrán horarios iguales pero uno estará encargado de la tienda de lunes a viernes y el segundo cajero estará encargado de los días sábado y domingo

El chofer tendrá un total de 42 horas semanales pero trabajando de lunes a sábado con horario diferido a los cajeros, ya que está encargado de otras funciones más relacionadas con terreno.

4.2 **Sistemas de información administrativos**

Inicialmente, se llevará el control del proyecto mediante un programa completamente gratuito destinado para las Pyme. No se eligió un software de gestión más desarrollado, debido a los altos costos asociados y a la escala de producción inicial. Eventualmente, si la rentabilidad del proyecto permite expandir la producción, se evaluará la implementación de algún tipo de software.

4.3 **Personal administrativo, cargos perfiles y sueldos**

Para el desarrollo de este punto, se planteará una descripción de los cargos administrativos de las personas que integrarán este emprendimiento, además de los perfiles y sueldos de cada uno de ellos.

4.3.1 Cargos

El personal de Premium Steaks, en el área Administrativa estará compuesto por un total de 3 personas, el cual se considera los siguientes cargos:

- 1 encargado de finanzas y 2 Vendedores

A continuación, se detallan los perfiles de cargo, donde se indican las funciones y responsabilidades, además, de indicar el horario de trabajo y sueldos del personal Administrativo.

Tabla 4-3 Jornada de trabajos semanales – personal administrativo.

	Jornada semanal	Jornada fin de semana
--	-----------------	-----------------------

Encargado de finanzas	Horario libre completando 45 horas semanales	
Vendedores	10:00 a 13:00 y 14:00 a 20.00 hrs	10:00 a 13:00 y 14:00 a 20.00 hrs

Fuente: elaboración propia

4.3.2 Perfil vendedor

Identificación del cargo

Cargo: Vendedor

Descripción general del cargo

El vendedor estará encargado de la atención al cliente, ofreciendo recomendaciones sobre productos según el prototipo de búsqueda generada por el cliente, generando una excelente atención y eficiente. El vendedor estará a cargo de realizar las ventas ya sea con pago en efectivo o pagos con Transbank.

Requisitos

Nivel de estudio: Cursada educación escolar nivel superior.

Título o profesión: Ninguno

Idioma: Español e Inglés básico

Experiencia previa: Conocimiento básico de tipos de carnes

4.3.3 Perfil del chofer

Identificación del cargo

Cargo: Chofer

Descripción general del cargo

Encargado del despacho de productos a clientes en sus domicilios o respectivos lugares de entrega en general. Además estará encargado de todo lo relacionado con carga y descarga de productos y reposición de estos mismos en el interior del local.

Requisitos

Nivel de estudio: Cursada educación escolar nivel superior

Título o profesión: No requiere

Experiencia como chofer: Mínimo 3 años

Licencia chofer: Clase A- Clase B

4.3.4 Perfil encargado de finanzas

Identificación del cargo

Cargo: Encargado de finanzas

Descripción del cargo

Persona encargada de la administración de las finanzas del local, encargado de las compra de insumos faltantes y todo lo que esté relacionado con dineros que entran y salen al lugar.

Requisitos:

Nivel de estudios: Educación media y experiencia cargos similares

Título o profesión: Contabilidad o curso de contador según experiencia.

Idioma: Español e inglés básico.

4.3.5 Sueldos

Los sueldos para todo el personal administrativo con el que contará el proyecto tendrá un monto total de \$1.354.288 pesos Chilenos.

Tabla 4-4 Sueldos personal administrativo

Trabajadores	Sueldo imponible	Seguro invalidez y sobrevivencia (SIS) 1,41%	Mutual 0,93%	Seguro de cesantía 2,4%	Costo para el empleador
Encargado de finanzas	\$650.000	\$9.165	\$6.045	\$15.600	\$680.810
Vendedor tiempo completo	\$450.000	\$6.345	\$4.185	\$10.800	\$471.330
Vendedor Part-time	\$193.000	\$2.721	\$1.795	\$4.632	\$202.148
TOTAL	\$1.293.000	\$18.231	\$12.025	\$31.032	\$1.354.288

Total mensual CLP	Total mensual UF	Total anual CLP	Total anual UF
\$1.354.288	44,16	\$16.251.456	529,92

Fuente: elaboración propia

4.4 Legal

La viabilidad legal busca esencialmente determinar la existencia de alguna restricción legal a la realización de una inversión en un proyecto a evaluar.

4.4.1 Marco legal vigente nacional e internacional

Corresponde a los aspectos legales que involucran al proyecto. El objetivo es analizar normas que pudiesen afectarlo tanto a nivel nacional como internacional.

4.4.2 Marco legal nacional

Como es sabido ningún proyecto podrá llevarse a cabo si no se encuentra en el marco legal en el que se desarrollará. Esto significa que debe estar aceptado por la sociedad. Hoy en día para dar inicio a una actividad comercial, como en el caso de una panadería, la legislación nacional exige: Constitución de la empresa: la figura legal bajo la cual se constituirá el proyecto será Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) a través del Registro Electrónico de Empresas y Sociedades.

El Registro de Empresas y Sociedades es un registro electrónico creado por la ley 20.659, a través del cual se instaure un Régimen Simplificado que permite, con mayor simplicidad y sin costo, constituir, modificar, transformar, dividir, fusionar, y disolver personas jurídicas (empresas).

El Registro es único, rige en todo el territorio de la República, es público, gratuito, reside en el sitio electrónico www.registroempresas.cl y es administrado por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. En este Régimen Simplificado es posible constituir formalmente una empresa conectándose al sitio web anterior e ingresando los datos de la Sociedad y de los Socios, en un formulario electrónico dispuesto para ello. Luego de ingresado los datos, se debe firmar este formulario. Existen 2 formas de firmarlo:

- Si todos los socios poseen Firma Electrónica Avanzada (FEA), podrán firmar directamente el formulario y la empresa quedará inmediatamente constituida y con Rut asignado en ese mismo acto.
- Si los socios no cuentan con FEA, pueden ir a una notaría con un Número de Atención que les asignará el sitio web y podrán suscribir con sus firmas manuscritas ante el notario, luego de lo cual éste procederá a firmar electrónicamente con su FEA el formulario electrónico. En este último caso la sociedad también quedará constituida y con Rut asignado.

El Régimen Simplificado coexiste con el Régimen Tradicional (que se basa en Escrituras en Notaría, Registro de Comercio, Diario Oficial y solicitud de Rut en el SII), pudiendo además las empresas migrar de un sistema al otro.

Iniciación de actividades: Esta opción permite inscribirse en el RUT y simultáneamente dar aviso de inicio de actividades a través de Internet. Disponible para personas jurídicas comerciales de tipos: Sociedad Anónima Cerrada, Sociedad de Responsabilidad Limitada y Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.

Determinada actividad industrial o comercial reúne todas las condiciones técnicas para controlar los riesgos asociados a esta actividad. Todas las empresas que deseen producir, elaborar, preservar, envasar, almacenar o distribuir alimentos o aditivos alimentarios necesitan la autorización sanitaria. Para esto, se debe solicitar el Formulario de Autorización Sanitaria en las oficinas del Servicio de Salud correspondiente.

Patente municipal: Entregada por la Municipalidad respectiva, una vez se haya conformado la Sociedad y habiendo entregado los documentos solicitados originales y legalizados según corresponda.

Resolución sanitaria: Entregada por el Ministerio de Salud, certificaciones sanitarias y de la Secretaría de Electricidad y Combustibles (SEC).

4.4.3 Marco legal internacional

No se examina el marco legal vigente a nivel internacional por tratarse de un proyecto a desarrollarse al interior del país.

4.4.4 Aspectos legales del giro del proyecto

Antes de iniciar una actividad, y para evitar futuros contratiempos, es necesario que todo contribuyente, considere los aspectos legales relacionados al giro del proyecto y que están contemplados en las siguientes resoluciones y bajo las cuales deberá hacer funcionar el negocio:

- Ley N° 19.857, de 2003, que autoriza el establecimiento de Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada.
- Circular N° 27 de 2003, que trata de la tributación que afecta a las Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, creadas por la Ley N° 19.857, de 2003.
- Decreto Ley N° 830 sobre Código de Tributario.
- Decreto Ley N° 824 sobre Impuesto a la Renta.
- Decreto Ley N° 825 sobre impuesto a las Ventas y Servicios.
- D.F.L. N°1 Código del Trabajo
- Decreto Ley N° 16.744 sobre accidentes del trabajo y enfermedades profesionales.

4.4.5 Incentivos sobre la personalidad jurídica definida

Los principales incentivos que destacan de la persona jurídica seleccionada (sección 4.2.1), del sistema de creación de empresa (sección 4.2.1) y régimen tributario (sección 4.4.1) son:

- Respecto a la EIRL: los beneficios de optar por esta forma de organización comercial son evidentes. En primer lugar, ya no es necesario contar con otra persona o socio para iniciar una actividad mercantil, debido a que, sin duda alguna, lo que hace a esta figura realmente atractiva es la limitación de responsabilidad del titular, el denominado “patrimonio de afectación”, que permite asumir los riesgos inherentes a toda actividad comercial, sin el temor de aventurar, y eventualmente perder, la totalidad del patrimonio como consecuencia del derecho de garantía general de los acreedores.

- Respecto al sistema de creación de empresas: los beneficios de optar por esta forma de crear una empresa también son evidentes. Es público, gratuito y se realiza por Internet (reside en el sitio electrónico www.registroempresas.cl).
- Respecto al régimen tributario: el régimen de tributación simplificada (14ter), tiene los siguientes beneficios:
 - Como su nombre lo indica, este régimen permite simplificar el aspecto tributario/contable de la empresa, ya que las obligaciones tributarias mensuales y anuales, se cumplen basados en la información que proporcionan los respectivos libros de compraventas y el libro de caja, donde se registran las compras y ventas e ingresos y egresos respectivamente.
 - Permite llevar una contabilidad simplificada al liberar parcialmente de las obligaciones de la contabilidad completa (llevar libros de contabilidad, confeccionar balances, la aplicación corrección monetaria, efectuar depreciaciones, realización de inventarios, confección del registro FUT, etc.)
 - Deducción inmediata como gastos de las inversiones y los inventarios.
 - La renta líquida imponible se determina fácilmente (ingresos menos egresos).

4.4.6 Aspectos laborales

Los trabajadores que se contratarán para llevar a cabo el proyecto se registrarán bajo el Código del Trabajo (D.F.L. N° 1). Algunos puntos a destacar:

- Contrato de trabajo: todos los trabajadores deberán tener un contrato individual de trabajo, excepto el contador, que será externo a honorarios. La jornada ordinaria de trabajo será de 8 horas, con una hora de colación, a cargo del empleador.
- Remuneraciones: Todos los empleados tendrán remuneración mensual fija.
- Descanso semanal: en relación a los días festivos trabajados, estos serán cancelados con el respectivo reajuste y compensados con un día de descanso en la semana siguiente a la trabajada.
- Feriado anual y permisos: Se deberá otorgar un feriado anual por 15 días hábiles con remuneración íntegra. Además, se respetará los feriados irrenunciables establecidos formalmente, por lo que esos días todo el personal, sin excepción, será beneficiado con este privilegio.

- **Prevención de Riesgos:** El proyecto presenta una serie de riesgos y posibles enfermedades que deberán ser controladas mediante la definición de un plan de seguridad Pyme, por medio de algunas de las asociaciones de seguridad, por ejemplo, la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS). A través de esta institución se coordinarán revisiones permanentes, capacitaciones y otorgar de esta responsabilidad al Administrador para que motive y supervise el cumplimiento de las normas de seguridad.

4.5 Societaria

En esta etapa del estudio, se debe establecer el tipo de sociedad más adecuada para los inversionistas, la cual comenzará el negocio y los trámites a seguir para así cumplir con la legalidad que exige el proyecto.

4.5.1 Estructura societaria

En el presente proyecto, se evalúa la creación de una empresa individual de responsabilidad limitada (en adelante, EIRL), por lo cual sólo hay un dueño

Las EIRL son personas jurídicas, formadas exclusivamente por una persona natural, con patrimonio propio y distinto al del titular, que realizan actividades de carácter netamente comercial (no de actividades de segunda categoría). Las EIRL están sometidas a las normas del Código de Comercio, cualquiera sea su objeto, pudiendo realizar toda clase de operaciones civiles y comerciales, excepto las reservadas por la ley a las Sociedades Anónimas (S.A.).

Hoy en día, existe la opción de hacerlo vía internet, gratis, a través de la modalidad “tu empresa en un día”, mediante Registro Electrónico.

El Registro de Empresas y Sociedades es un registro electrónico creado por la Ley 20.659, a través del cual se instaura un Régimen Simplificado que permite, con mayor simplicidad y sin costo, constituir, modificar, transformar, dividir, fusionar, y disolver personas jurídicas (empresas). El Registro es único, rige en todo el territorio de la República, es público, gratuito y se encuentra en el sitio electrónico www.registroempresas.cl y es administrado por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. En este Régimen Simplificado es posible constituir formalmente una empresa conectándose al sitio webwww.registroempresas.cl e ingresando los datos de la Sociedad y de los Socios, en un formulario electrónico dispuesto para ello.

Luego de ingresado los datos, se debe firmar mediante firma electrónica, o bien, mediante notario que sí pueda firmar electrónicamente este formulario. Existen 2 formas de firmarlo: (i) mediante firma electrónica avanzada, o bien, en caso que no tenga, (ii) mediante un notario que la posea.

4.5.2 Estimación del gasto para dar forma a la estructura societaria

En lo que se refiere a constitución de sociedad e inicio de actividades, no hay pago considerable, salvo gastos menores en firma electrónica, notaría si aplica, obtención de rol único tributario, etc., el cual asciende a un monto aproximado de \$20.000, siendo un gasto inicial y único.

Trámite	Total [\$]	Total [UF]
Firma Electrónica Avanzada de Socios	\$7.118	0,26
Legalización de escritura ante Notario	\$7.118	0,26
Revisar e incorporar los documentos al Registro para la firma de los comparecientes (0,18UF) + incorporación de doctos. Adicionales (0,07UF)	\$6.843	0,25
Publicación de escritura en el Diario Oficial (es gratuita para las sociedades de hasta 5.000 UF de Capital)	0	0
Legalización de contrato de arriendo local (\$500 por hoja)	\$2.500	0,09
Total	\$23.579	0,86

Fuente: www.tuempresaenundia.cl - www.notariosyconservadores.cl
www.sii.cl/mipyme/emprendedor/documentos/fac_Tramites_1.htm

4.6 **Tributaria**

En esta sección, se especificará el sistema tributario afecto al negocio y la forma en que se pagan los tributos por la actividad comercial.

4.6.1 Sistema tributario

La empresa se acogerá a los sistemas tributarios simplificados, en este caso, 14 TER. El régimen de tributación simplificada (14 TER) es un régimen optativo de tributación, del Artículo 14 Ter de la LIR (Ley Impuesto a la Renta), orientado a las pequeñas y micro empresas, que busca facilitar la tributación para los contribuyentes de dicho segmento.

Como su nombre lo indica, este régimen permite simplificar el aspecto tributario/contable de la empresa, ya que las obligaciones tributarias mensuales y anuales, se cumplen basados en la información que proporcionan los respectivos libros de compraventas y el libro de caja, donde se registran las compras y ventas e ingresos y egresos respectivamente.

La normativa vigente para este régimen de tributación simplificada obedece a:

- Texto de Ley 20.170 que establece un Régimen de Tributación Simplificada.
- Texto de la Ley 20.291 la cual mediante el N° 2 de su artículo 2°, modificó el artículo 14 ter, con vigencia a contar del día 1° de enero de 2009.
- Circular N°17 de 14 de marzo de 2007.
- Ley 20.780 del 29 de septiembre de 2014 que modifica el actual régimen simplificado de tributación 14 Ter en su letra A, orientado a apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas.

4.6.2 Determinación de impuesto mensual (IVA F-29) y Reforma Tributaria.

Para el cálculo del impuesto mensual, se realizará a través del cálculo basado en los registros que se generen en el libro de compra y ventas diarias. Esta información será entregada al contador para que complete los formularios respectivos y efectúe los pagos de IVA y provisional mensual

4.6.3 Impuesto de primera categoría

La nueva Reforma Tributaria, considera un aumento porcentual gradual⁷ como impuesto de primera categoría para las empresas de hasta un 25%, pagadero en el año 2017 para el sistema integrado, y de un 27%, pagadero en el año 2018, para el sistema semi-integrado.

En palabras simples, el período 2017 se deberá optar por uno de los 2 sistemas tributarios, que tienen como objetivo ser un incentivo al ahorro en las empresas, en donde las utilidades generadas por la empresa afectarán directamente el pago de impuestos de sus socios.

- a) Semi-Integrado, donde en resumen los socios de la empresa deben pagar impuestos personales sobre las distribuciones que efectivamente realicen de la empresa en que participa y no sobre las utilidades que se les atribuyan, esto es, sólo tributan sobre aquellas utilidades retiradas y podrán utilizar el crédito contra el impuesto global complementario determinado en la declaración de la renta (F22), con un tope del 65%. Si bien esta opción tiene una tasa de impuestos mayor (27%), sólo se pagaría por las utilidades que se retiren de la Empresa.
- b) Totalmente integrado, los socios pagarán impuestos personales por todas las utilidades generadas por la empresa, determinadas de acuerdo a la renta líquida imponible, y no sobre las utilidades que retiren y podrán utilizar este impuesto como crédito contra el impuesto global complementario determinado en la declaración de la renta (F22) sin tope. En este caso la tasa de impuestos es menor (25%) para el año comercial 2017.

Considerando, que a contar de este año tributario comienza a regir el 27% de impuesto a pagar para primera categoría, se verificará el impacto en la rentabilidad de éste.

4.6.4 Impuesto al valor agregado

En cuanto al impuesto al valor agregado (I.V.A.), la reforma tributaria permite a las micros, pequeñas y medianas empresas postergar el pago de este impuesto hasta dos meses después de la fecha de pago correspondiente. Esta postergación no tiene un máximo de veces a realizar, es decir, puede realizarse en cualquier mes del año o en cada uno de los meses si la empresa así lo necesita.

Para poder optar por este beneficio, las empresas deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Estar acogido al régimen simplificado de tributación 14 Ter, régimen de contabilidad completa o régimen de contabilidad simplificada.
- Los ingresos correspondientes al giro del negocio de la empresa deben ser:
- Hasta 25.000 UF durante el año 2014 para poder postergar durante el período de 2015.
- Hasta 100.000 UF durante el año 2015 para poder postergar durante el período de 2016.
- Tener un promedio anual no mayor a 100.000 UF durante los últimos 3 años comerciales para poder postergar a partir del año 2017.

Este beneficio de postergar el pago del I.V.A. no significa que no deba declararse dentro de los plazos legales, esto es; hasta el día 12 de cada mes para las empresas que no son facturadoras electrónicas, y hasta el día 20 de cada mes para aquellas empresas que facturan electrónicamente. Es necesario aclarar que este beneficio de postergación es sólo para el I.V.A., por lo que los P.P.M., las retenciones de los honorarios y el impuesto único a los trabajadores deben pagarse en la fecha de declaración del F29 correspondiente.

Para hacer efectivo este beneficio se debe ingresar a la página web del Servicio de Impuestos Internos para declarar el formulario 29 y seleccionar el casillero que dice “postergación pago de I.V.A.” que aparece en el código 756 que traspasará el valor total del I.V.A. determinado en el código 89 al código 755 de postergación pago de I.V.A. Luego, al confirmar el envío de la declaración, aparecerá un mensaje con la emisión de un giro por postergación de pago de I.V.A. con vencimiento a dos meses más a partir de la fecha de declaración, el que puede consultar en el mismo sitio web y pagarlo en línea o imprimirlo para pagarlo en alguna institución bancaria hasta la fecha de vencimiento correspondiente.

Como se trata de un beneficio establecido por la nueva reforma tributaria, no genera intereses ni multas por la postergación mientras se pague dentro del nuevo plazo de dos meses, sin embargo, si una vez cumplida la fecha de vencimiento de los dos meses a partir de la fecha de declaración no se ha pagado el impuesto postergado, el monto comenzará a generar reajustes, intereses y multas establecidas por el no pago de este impuesto.

4.6.5 Régimen Simplificado de Tributación 14 Ter

Se incorpora un nuevo régimen simplificado de tributación que beneficia la inversión, capital de trabajo y liquidez de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (SII, 2015).

La nueva reforma tributaria establece para las empresas acogidas al régimen del 14 Ter cuyos dueños sean contribuyentes afectos exclusivamente a impuesto global complementario que a partir del 1º de Enero del 2017 dichos propietarios podrán optar por quedar exentos del impuesto de primera categoría, por lo que sólo pagarán el impuesto global complementario que les corresponda por su proporción en la utilidad determinada de la empresa, rebajando en la misma proporción los pagos provisionales mensuales (P.P.M.) pagados por la empresa.

En cuanto a los P.P.M., la nueva reforma tributaria establece que las empresas inscritas en el régimen 14 Ter podrán pagar los pagos provisionales obligatorios (P.P.M.O.) con una tasa rebajada de 0.20% en lugar de 0.25%, por lo ingresos brutos obtenidos desde el mes de octubre de 2014 hasta el mes de septiembre de 2015. Posteriormente la tasa a considerar es de 0.25%.

Las empresas no estarán obligadas a llevar contabilidad completa, confeccionar balances ni efectuar inventarios, como así tampoco se obligan a llevar detalle de las utilidades tributables (F.U.T.). Sin embargo, pueden voluntariamente llevar contabilidad completa, pero deben determinar su base imponible de acuerdo con el régimen simplificado de tributación.

Si deben llevar un libro de caja que muestre cronológicamente sus movimientos, además de un libro de compras y ventas (contribuyentes afectos a I.V.A.) o un libro de ingresos y egresos (contribuyentes no afectos a I.V.A.).

4.7 Financiera

En esta sección se entregarán detalles de las fuentes de financiamiento, inversiones e instituciones crediticias.

4.7.1 Fuentes de financiamiento

Este proyecto se financiará según el análisis económico y dependiendo de la forma más conveniente para los inversionistas, para esto se ha considerado el proyecto puro, es decir, sin financiamiento externo, en donde el inversionista proveerá de todos los recursos necesarios para la realización del proyecto. Por otro lado, también se analizará el proyecto de forma financiada donde se considerará el financiamiento con un 25%, 50% y 75%

4.7.2 Inversionistas

Los inversionistas serán, según el caso evaluado:

- a) El dueño (financiamiento propio)
- b) Banco (25% de financiamiento) y dueño (75% de financiamiento)
- c) Banco y dueño (50% cada uno)
- d) Banco (75% de financiamiento) y dueño (25% de financiamiento)

4.7.3 Instituciones crediticias

Existen variadas fuentes de financiamiento, tanto públicas como privadas. Las principales instituciones privadas que otorgan servicios financieros son los bancos, las cooperativas de ahorro y crédito y las fundaciones. Existen, además, instituciones que proveen servicios financieros especializados, como las instituciones de garantías recíprocas y empresas que ofrecen leasing y factoring. Las principales instituciones públicas que otorgan servicios financieros a microempresas son Banco Estado, CORFO, FOSIS, INDAP y SERCOTEC.

El financiamiento se puede obtener mediante diferentes instrumentos o servicios. A saber: créditos, subsidios, garantías, leasing, factoring, entre otros. Para toda empresa es importante conocer estos instrumentos y aprender a elegirlos según sus ventajas en cada situación.

4.7.4 Leasing

No aplica en este proyecto.

4.7.5 Costos de financiamiento

Los costos de financiamiento de cada institución crediticia están dados por la tasa de interés del préstamo o tasa de descuento del inversionista. Se deben incluir además los costos asociados a trámites legales, impuestos, etc. Dependerá del horizonte (plazo fijo) del préstamo.

Banco estado informa las siguientes condiciones para poder optar a un crédito con ellos.

Condiciones:

- Financiamiento en pesos con un monto máximo de UF 5.000 y dependiendo de la capacidad de pago de su negocio.
- Plazos de pago entre 12 a 120 meses.
- Tasa de 7.0% Interés Fija mientras esté vigente el Crédito.

Fuente: Créditos banco estado pequeñas empresas

4.8. Ambiental

Esta sección se refiere al estudio de la normativa vigente en lo que respecta a prevención de contaminación ambiental y a las posibles restricciones que pudiesen incorporarse durante la duración del proyecto. Sin embargo, para el presente proyecto no existen limitaciones medio ambientales, tanto de emisiones de partículas y desechos, como RIL.

4.8.1. Impacto medio ambiente

El sistema productivo proyectado no genera impacto al medio ambiente, ya que no se generan desechos, o emanaciones considerables al ambiente, a la vez cabe señalar, que por el hecho de contar con equipos nuevos y de altos estándares de calidad, como a la vez de un sistema de combustión limpio, los ruidos y gases generados por el sistema productivo, son prácticamente despreciables. En consecuencia, el impacto medioambiental es nulo.

CAPÍTULO V: EVALUACIÓN ECONÓMICA

5. EVALUACIÓN ECONÓMICA

A continuación se presentará la evaluación económica, la cual está basada en la información presentada en el capítulo 3 del presente trabajo de título. Entre las cuales destacan la inversión inicial, ingresos, costos, entre otros. Todos estos cálculos se verán representados en el flujo de caja puro y con financiamiento que se verán desarrollados en este capítulo, teniendo como finalidad determinar si el presente proyecto puede ser solvente y crear liquidez, para así determinar si es rentable invertir en el proyecto o no.

5.1 Evaluación económica

Consideraciones a utilizar

5.1.1 Horizonte del proyecto

El proyecto ha establecido un horizonte de evaluación de cinco años, en el cual se consideran las inversiones realizadas en proyectos similares de personas que conocen el rubro en el cual se está desempeñando el proyecto.

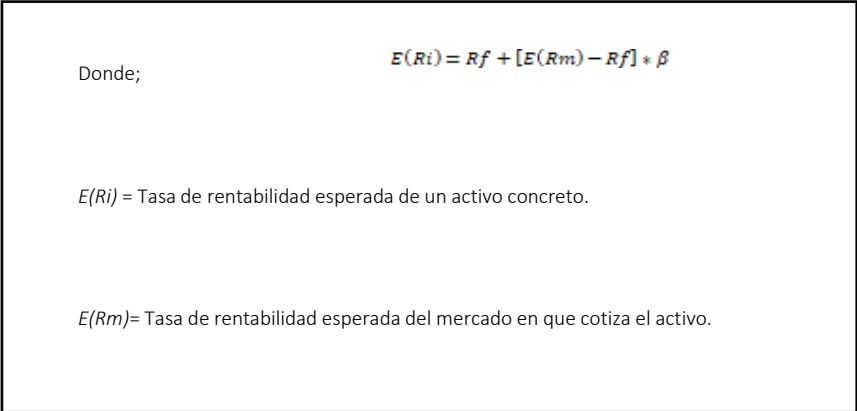
5.1.2 Tasa de descuento

La tasa de descuento o retorno con la cual será evaluado este proyecto es de 11,6%. El cálculo fue realizado mediante el método de tomar la tasa libre de riesgo del Banco Central y sumarle la tasa estimada de riesgo según el rubro del proyecto.

5.1.3 Cálculo de tasa de descuento

La tasa de descuento o retorno con la cual se evaluará el proyecto es de 11,6%. El cálculo se realizara mediante otro método, el cual consta de tomar la tasa libre de riesgo y sumarle la tasa estimada de riesgo. De igual manera se realizará el modelo de valoración de los activos financieros (CAPM o Capital Asset Pricing Model) para argumentar el uso de esta nueva metodología.

Figura 5-1. Ecuación modelo de valoración de los activos financieros o CAMP.



Fuente: <http://economipedia.com/definiciones/modelo-valoracion-activos-financieros-capm.html>

5.1.4 Cálculo de tasa de descuento

Beta: la medida de sensibilidad del activo respecto al mercado que más se asemeja al sector en que operará el proyecto es el de alimentos, por lo que la beta a utilizar es de 0,9

Tabla 5-1. Beta y medidas de riesgo por tipo de industria.

< 0.8	de 0.8 a 0.9	de 0.9 a 1.0	de 1.0 a 1.1	de 1.1 a 1.2	> 1.2
Combustibles	Vinos y licores	Motores	Contratistas de Ingeniería	Farmacéuticas	Materiales de construcción
Tabacos	Diarios	Alimentos	Ventas al detalle	Equipos de oficina	Televisión
Navieras	Minería	Textiles	Bancos	Bienes raíces	Seguros de vida

Fuente: presentación “evaluación económica” otorgada por profesor guía

Rf: la tasa libre de riesgo se obtendrá de un promedio de los últimos diez años partir de la variación de los bonos libres de riesgos del Banco Central, el que es equivalente a 1,61%.

Tabla 5-2 Tasa libre de riesgo

Período	Tasa de interés mercado secundario, bonos en UF a 10 años (BCU, BTU)
2011	2,78
2012	2,45
2013	2,36
2014	1,75
2015	1,46
2016	1,42
2017	1,43
2018	1,68
2019	0,7
2020	0,03
Promedio	1,61

Fuente: Bancocentral.cl

Rm: en el caso de la tasa de rentabilidad del mercado bursátil esperada será determinada por la rentabilidad anual actual del IPSA desde enero 2011 al 07 de diciembre 2021. (Índice de precios selectivo de acciones), que en este caso corresponde al **4,38%**.

Tabla 5-3 Tabla de rentabilidad índices bursátiles 2020

Período	Índice de precio selectivo de acciones I PSA (VAR.%)
2011	4,45
2012	4,35
2013	3,96
2014	3,87
2015	3,84
2016	4,05
2017	5,09
2018	5,39
2019	4,92
2020	3,88
Promedio	4,38

Fuente: <https://m.es.investing.com/indices/ipsa-historical-data>

Por lo tanto;

$R_f = 1,61\%$

$R_m = 4,38\%$

$\beta = 0,9\%$

$E(R_i) = R_f + [E(R_m) - R_f] * \beta$

$R = 1,61 + (4,38-1,61) * 0,9$

R= 4,103%

En este caso, la tasa de descuento calculada es muy baja, por lo que se utilizará el método que consiste en tomar la tasa libre de riesgo del banco central y sumarle la tasa de riesgo correspondiente según lo indicado.

En este caso la tasa libre de riesgo del banco central es de 1,61% y la tasa de riesgo de la tabla sería 10%. Por lo que la tasa de descuento total sería **11,61%**

5.2 Moneda a utilizar

La moneda utilizada para la evaluación económica del proyecto es la Unidad de Fomento(UF). La elección de esta moneda se debe, principalmente, a que su valor toma en consideraciónla inflación de cada período.

Todos los cálculos son en base a la UF del día 20 de noviembre del 2021, cuyo valor en pesos chilenos es de \$ 30.670.

5.3 Impuestos

Según la clasificación del proyecto y como fue mencionado en el capítulo 4 a contar de este año comienza a regir el 27% de impuesto a la renta de primera categoría.

5.4 Inversión Inicial

La inversión inicial comprende la suma de los siguientes ítems:

- a) Costos activos fijos
- b) Gastos instalación y puesta en marcha
- c) Capital de trabajo
- d) Gastos de imprevistos, los cuales corresponden a un 10% de la suma de los costos anteriores.

Tabla 5-4 Inversión inicial

Inversión	Valor CLP	Valor UF
Inversión en equipos	\$9.517.208	310,31
Capital de trabajo	\$3.397.319	110,77
Gastos puesta en marcha	\$1.550.000	50,53
Gastos de imprevistos 10%	\$1.446.278	47,16
Inversión total	\$15.910.805	518,77

Fuente: elaboración propia

5.5 Ingresos

Los ingresos del proyecto por años, están determinados por el cálculo de la demanda futura presentada en el capítulo 2 de este estudio, la cual se realizó en base a estudio de crecimiento de la población por parte de la comuna de Quillota perteneciente a la región de Valparaíso, a la fecha son una gran cantidad habitantes con proyección de crecimiento debido a los proyectos en el centro de la ciudad aumentando su comercio de una manera notoria, por lo que es válido considerar un aumento en las ventas un promedio de 144 unidades por año.

Tabla 5-5 Proyección ingresos por venta

Productos	Valor promedio	Demanda diaria	Venta diaria	Venta mensual	Venta mensual UF	Venta anual UF
Carne Angus	\$ 15.000	10	\$150.000	\$4.500.000	146,72	1.760
Longanizas y chorizo italiano/Argentino	\$5.860	5	\$29.300	\$879.000	28,67	344
Charqui de Wagyu / Jamón serrano	\$5.860	5	\$29.300	\$879.000	28,67	344
TOTAL			\$208.600	\$6.258.000	204	2.448

Fuente: elaboración propia

Tabla 5-6 Proyección ingresos por venta de productos principales

Carne Angus

Año	Consumo total Promedio mensual	Precio promedio (UF)	Consumo total Promedio Anual	Venta anual (UF)
2022	300	0,49	3.600	1.764
2023	315	0,49	3.780	1.852,2
2024	331	0,49	3.972	1.946,28
2025	348	0,49	4.176	2.046,24
2026	365	0,49	4.380	2.146,2

Fuente: elaboración propia

5-7 Proyección ingresos por venta Productos secundarios

Año	Consumo total Promedio mensual	Precio promedio (UF)	Consumo total Promedio Anual	Venta anual (UF)
2022	300	0,18	3600	684
2023	315	0,18	3.780	680,4
2024	331	0,18	3.972	714,96
2025	348	0,18	4.176	751,68
2026	365	0,18	4.380	788,4

Fuente: elaboración propia

Tabla 5-8 Total proyección por venta en el horizonte del proyecto

Años	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos UF	2.448	2.532,6	2.661,24	2.797,92	2.934,6

Fuente: elaboración propia

5.6 Egresos

Los egresos presentados en el proyecto los cuales se verán en la tabla 5-8, corresponden a los costos que se mantendrán durante el transcurso del proyecto.

Para la proyección de los costos se consideró el mismo procedimiento que la estimación de los ingresos, esto es calcular un costo promedio de las 8 unidades de carne diarias que se estima vender. A continuación se mostrará la tabla de desglose.

Tabla 5-7 Detalle de costos fijos

	Costo mensual CLP	Costo mensual UF	Costo anual CLP	Costo anual UF
Sueldo personal	\$1.930.358	62,94	\$23.164.296	755,28
Vestimenta personal	\$17.450	0,57	\$209.400	6,84
Electricidad	\$208.800	6,81	\$2.505.600	81,72
Internet/teléfono	\$40.000	1,30	\$480.000	15,63
Patente municipal	\$155.000	5,05	\$1.860.000	60,6
Arriendo	\$600.000	19,54	\$7.200.000	234,45
Artículos de limpieza	\$30.000	0,98	\$360.000	11,72
TOTAL	\$2.981.608	97,22	\$35.779.296	1.166,64

Fuente: elaboración propia

Tabla 5-8 Detalle costos variables

Ítem	Costo mensual CLP	Costo mensual UF	Costo anual CLP	Costo anual UF
Stock de sub productos	\$1.032.475	33,66	\$12.389.700	403,97
Combustible Camión	\$750.000	24,45	\$9.000.000	293,4
TOTAL	\$1.782.475	58,11	\$21.389.700	697,37

Fuente: elaboración propia

Tabla 5-9 Egresos anuales

Ítem	Costo mensual CLP	Costo mensual UF	Costo anual CLP	Costo anual UF
Costo fijo	\$2.981.608	97,22	\$35.779.296	1.166,64
Costo Variable	\$1.782.475	58,11	\$21.389.700	697,37
TOTAL	\$4.764.083	155,33	\$56.168.996	1.864,25

Fuente: elaboración propia

Años	1	2	3	4	5
Total	1.864,25	1.938,82	2.016,37	2.097,02	2.180,90

Fuente: elaboración propia

5.7 Depreciaciones

La depreciación es un escudo fiscal que permite disminuir la base imponible, es decir, el valor sobre el cual se aplican los impuestos a los activos. Para el cálculo de ésta se utilizará la depreciación acelerada que señala el Servicio de Impuestos Internos, la cual se ve reflejada en la figura 5-10.

Figura 5-2 Cuadro de depreciación de activos fijos del proyecto

NÓMINA DE BIENES SEGUN ACTIVIDADES	NUEVA VIDA ÚTIL NORMAL	DEPRECIACIÓN ACELERADA
A.- ACTIVOS GENÉRICOS		
9) Camiones de uso general.	7	2
16) Balanzas, hornos microondas, refrigeradores, conservadoras, vitrinas refrigeradas y cocinas.	9	3
21) Útiles de oficina (ejemplos: máquina de escribir, fotocopiadora, etc.).	3	1
22) Muebles y enseres.	7	2
23) Sistemas computacionales, computadores, periféricos, y similares (ejemplos: cajeros automáticos, cajas registradoras, etc.).	6	2
F.-EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES		
3) Otros equipos de O.C.		
- Teléfonos, calculógrafos y sillas de operadoras.	10	3

Fuente: www.sii.cl

Tabla 5-10 Detalle depreciación activos fijos para el proyecto

Fuente: elaboración propia

AÑOS											
Activos	Valor Compra (UF)	Vida útil normal	Depreciación acelerada	1	2	3	4	5	VL	Valor residual	Vta. -VL
Camión frigorífico	211,93	7	2	105,96	105,97	0,00	0,00	0,00	0,00	42,39	0
Vitrina mantenedora	56,67	9	3	18,89	18,89	18,89	0,00	0,00	0,00	11,33	0
Computador Portátil	13,04	6	2	6,52	6,52	0,00	0,00	0,00	0,00	5,22	0
Equipo de Música	4,89	6	2	2,44	2,45	0,00	0,00	0,00	0,00	1,96	0
Cámara de seguridad y alarma	4,24	7	2	2,12	2,12	0,00	0,00	0,00	0,00	1,70	0
Aire acondicionado	12,39	10	3	4,13	4,13	4,13	0,00	0,00	0,00	2,48	0
Silla computador	1,96	7	2	0,98	0,98	0,00	0,00	0,00	0,00	0,78	0
Teléfono	0,98	10	3	0,33	0,33	0,32	0,00	0,00	0,00	0,39	0
Enseres y muebles	5,21	7	2	2,60	2,61	0,00	0,00	0,00	0,00	2,08	0
TOTALES	310,31			143,97	143	23,34	0,00	0,00	0,00	68,33	0

5.8 Valor libro de un bien

El valor libro corresponde a la diferencia entre el valor de adquisición y la depreciación acumulada al momento de la venta del activo. Para su cálculo se considera lo siguiente:

Valor Libro = Valor Adquisición – Depreciación Acelerada

Para el caso de este proyecto y de acuerdo al punto anterior, en donde se usó el método de depreciación acelerada, el valor libro es igual a cero, puesto que obviamente no existen períodos sin depreciar, tal como se muestra en la tabla 5-10.

5.9 Valor residual de un bien

Es el valor comercial de venta del activo en un instante de tiempo. En este proyecto se considerará para cada ítem una desvalorización de acuerdo a los años de vida útil.

Para los equipos de refrigeración la vida útil legal corresponde a 9 años, por la cantidad de años se estima un 20% del valor inicial.

El resto de los equipos y equipamiento tendrán un valor residual del 40% del valor inicial.

La siguiente tabla muestra el valor residual al final del horizonte del proyecto

5.10 Reinversiones

Considerando el horizonte de vida de 5 años y el tiempo de vida útil de los activos fijos, se estima no realizar reinversiones en el presente proyecto.

5.11 Amortización

El concepto de amortización se refiere al pago de la cuota, en caso del proyecto anual, menos el interés generado del pago de la inversión con financiamiento mixto.

En las tablas 5-11, 5-12 y 5-13 se muestran la amortización de crédito para proyecto financiado en 50% y 75% respectivamente. Todos fueron calculados con un interés del 5% anual y con un plazo de 5 años.

Utilizando la tabla de Costos de financiamiento, se utiliza el 5% de interés anual con un horizonte de 5 años.

Tabla 5-11 Amortización al 50%

50%	i LP		5%			
Período	0	1	2	3	4	5
Principal	240,35	199,45	153,91	106,10	55,90	0
Amortización		40,9	45,54	47,81	50,2	52,90
Interés		14,61	9,97	7,70	5,31	2,80
Pago o Cuota		55,51	55,51	55,51	55,51	55,51

Fuente: elaboración propia

Tabla 5-12 Amortización al 75%

75%	i LP		5%			
Período	0	1	2	3	4	5
Principal	366,53	300,21	230,57	157,45	80,67	0
Amortización		66,32	69,64	73,12	76.78	80,67
Interés		18,33	15,01	11,53	7,87	3,98
Pago o Cuota		84,65	84,65	84,65	84,65	84,65

Fuente: elaboración propia

5.12 Flujo de caja Puro

Se realizará a continuación, el análisis para un proyecto puro, donde el aporte del inversionista es del 100% del proyecto. Para desarrollar el flujo de caja con proyecto puro, se tomaron en consideración los siguientes datos:

Unidad de Fomento \$30.670 al día 20 de Noviembre de 2021

Impuesto de primera categoría: 27%

Tasa de descuento: 11,61% - Aprox. 12%

Tabla 5-13 Flujo de caja proyecto puro

Tabla 5-14 Flujo de caja proyecto puro

	Año	0	1	2	3	4	5
+	Ingresos		2448,00	2532,60	2661,24	2797,92	2934,60
-	Costos		-1864,25	-1938,82	-2016,37	-2097,02	-2180,90
=	Utilidad		583,75	593,78	644,87	700,90	753,70
-	Intereses LP						
-	Intereses CP						
-	Depreciación		-143,97	-143,00	-23,34		
-/+	Dif x Vta de act a VL						68,33
-	Pérd de ejerc ant		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
=	Util Ant de Impto		439,78	450,78	621,53	700,90	822,03
-	Impto 27%		-118,74	-121,71	-167,81	-189,24	-221,95
=	Util desp Impto		321,04	329,07	453,72	511,66	600,08
+	Pérd de ejerc ant			0,00	0,00	0,00	0,00
+	Depreciación		143,97	143,00	23,34		
-	Amortiz LP						
-	Amortiz CP						
+	Vta Act VL						
-	Capital de Trabajo	-110,77					110,77
-	Puesta en Marcha	-50,53					
-	Inversión en activos	-310,31					
-	Imprevistos	-47,16					
=	Total Anual	-518,77	465,01	472,07	477,06	511,66	710,85
+	Crédito LP						
+	Crédito CP						
=	Flujo Neto	-518,77	465,01	472,07	477,06	511,66	710,85
	Flujo Neto Actualizado	-518,77	416,64	378,97	343,13	329,74	410,45
	Flujo Neto Acumulado	-518,77	-102,13	276,83	619,97	949,71	1360,16
	tasa de descuento	12%					
	VAN=	1360,16					
	PRI=	1					
	TIR=	88,94%					
	IVAN=	2,62					

Fuente: elaboracion propia

5.12.1 Resultados del flujo de caja proyecto puro

En la tabla 5-14 se pueden apreciar los resultados de los indicadores del flujo de caja proyecto puro.

Tabla 5-14 Indicadores economicos con proyecto puro

Valor Actual Neto, VAN (UF)	1.360,16
Tasa Interna de Retorno, TIR (%)	88,94%
Payback actualizado (PRI) Años	1
IVAN Tasa interna ganancia expresada en VAN y la Inversión Inicial	2,62

Fuente: elaboracion propia

Se aprecia que del flujo de caja del proyecto puro, se obtiene un VAN de 1.619,55 UF, se recupera la inversión al 1er año y una TIR del 180,76%.

5.13 Flujo de caja financiado 50%

Se desarrolla el Flujo de Caja con el proyecto estableciendo un financiamiento externo del 50%,considerando los siguientes datos:

Unidad de Fomento \$30.670 al día 20 de Noviembre de 2021
Impuesto de primera categoría: 27%
Tasa de descuento: 8%
Financiamiento del Banco:
50% Monto financiado:
240,35 UF Tasa anual del Banco CP: 5%

Tabla 5-15 Flujo de caja con proyecto financiado en 50%

	Año	0	1	2	3	4	5
+	Ingresos		2448,00	2532,60	2661,24	2797,92	2934,60
-	Costos		-1864,25	-1938,82	-2016,37	-2097,02	-2180,90
=	Utilidad		583,75	593,78	644,87	700,90	753,70
-	Intereses LP		-14,61	-9,97	-7,70	-5,31	-2,80
-	Intereses CP						
-	Depreciación		-143,97	-143,00	-23,34		
-/+	Dif x Vta de act a VL						68,33
-	Pérd de ejerc ant		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
=	Util Ant de Impto		425,17	440,81	613,83	695,59	819,23
-	Impto 27%		0,00	-119,02	-165,73	-178,09	-221,19
=	Util desp Impto		425,17	321,79	448,10	517,50	598,04
+	Pérd de ejerc ant			0,00	0,00	0,00	0,00
+	Depreciación		143,97	143,00	23,34		
-	Amortiz LP		-40,90	-48,54	-47,87	-50,20	-52,90
-	Amortiz CP						
+	Vta Act VL						
-	Capital de Trabajo	-110,77					110,77
-	Puesta en Marcha	-50,53					
-	Inversión en activos	-310,31					
-	Imprevistos	-47,16					
=	Total Anual	-518,77	528,24	419,25	423,57	467,30	655,91
+	Crédito LP	259,39					
+	Crédito CP						
=	Flujo Neto	-259,38	528,24	419,25	423,57	467,30	655,91
	Flujo Neto Actualizado	-259,38	473,29	336,56	304,66	301,15	378,73
	Flujo Neto Acumulado	-259,38	213,91	550,47	855,13	1156,28	1535,01
	tasa de descuento	12%					
	VAN=	1535,01					
	PRI=	1					
	TIR=	189,84%					
	IVAN=	2,96					

Fuente: elaboración propia

5.13.1 Resultados del flujo de caja con proyecto financiado en 50%

Valor Actual Neto, VAN (UF)	1.535,01
Tasa Interna de Retorno, TIR (%)	189,84%
Payback actualizado (PRI) Años	1
IVAN Tasa interna ganancia expresada en VAN y la Inversión Inicial	2,96

Fuente: elaboración propia

Se aprecia que del flujo de caja el Proyecto Financiado en un 50%, se obtiene un VAN de 1535,01 UF, se recupera la inversión al 1er año y una TIR del 189,84%.

5.14 Flujo de caja proyecto financiado 75%

Se desarrolla el Flujo de Caja con el proyecto estableciendo un financiamiento externo del 75%,considerando los siguientes datos:

- Unidad de Fomento \$30.670 al día 20 de Noviembre 202Impuesto de primera categoría: 27%
- Tasa de descuento: 11,61% - Aprox. 12%
- Financiamiento del Banco: 50%
- Monto financiado: 336,46 UF
- Tasa anual del Banco CP: 5%

Tabla 5-16 Flujo de caja con proyecto financiado en 75%

	Año	0	1	2	3	4	5
+	Ingresos		2448,00	2532,60	2661,24	2797,92	2934,60
-	Costos		-1864,25	-1938,82	-2016,37	-2097,02	-2180,90
=	Utilidad		583,75	593,78	644,87	700,90	753,70
-	Intereses LP		-18,33	-15,01	-11,53	-7,87	-3,98
-	Intereses CP						
-	Depreciación		-143,97	-143,00	-23,34		
-/+	Dif x Vta de act a VL						68,33
-	Pérd de ejerc ant		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
=	Util Ant de Impto		421,45	435,77	610,00	693,03	818,05
-	Impto 27%		-118,74	-121,71	-167,81	-189,24	-221,95
=	Util desp Impto		302,71	314,06	442,19	503,79	596,10
+	Pérd de ejerc ant			0,00	0,00	0,00	0,00
+	Depreciación		143,97	143,00	23,34		
-	Amortiz LP		-66,32	-69,64	-73,12	-76,78	-80,67
-	Amortiz CP						
+	Vta Act VL						
-	Capital de Trabajo	-110,77					110,77
-	Puesta en Marcha	-50,53					
-	Inversión en activos	-310,31					
-	Imprevistos	-47,16					
=	Total Anual	-518,77	380,36	387,42	392,41	427,01	626,20
+	Crédito LP	389,08					
+	Crédito CP						
=	Flujo Neto	-129,69	380,36	387,42	392,41	427,01	626,20
	Flujo Neto Actualizado	-129,69	340,79	311,01	282,25	275,19	361,57
	Flujo Neto Acumulado	-129,69	211,10	522,11	804,36	1079,55	1441,12
	tasa de descuento	12%					
	VAN=	1441,12					
	PRI=	1					
	TIR=	295,47%					
	IVAN=	2,78					

Fuente: elaboración propia

5.14.1 Resultados del flujo de caja con 75% financiamiento

En la tabla 5-22 se pueden apreciar los resultados de los indicadores para proyecto con 75% definanciamiento.

Tabla 5-21. Indicadores económicos con 50% financiamiento

Valor Actual Neto, VAN (UF)	1441,12
Tasa Interna de Retorno, TIR (%)	295,47%
Payback actualizado (PRI) Años	1
IVAN Tasa interna ganancia expresada en VAN y la Inversión Inicial	2,78

Fuente: Elaboración propia.

Se aprecia que del flujo de caja el Proyecto Financiado en un 75%, se obtiene un VAN de 1425,30 UF, se recupera la inversión al 1er y una TIR del 178,13%.

5.15 Resumen de indicadores económicos y rentabilidad

Tabla 5-22 Resumen indicadores económicos

Resultado del Proyecto con distintos financiamientos				
Financiamiento	VAN (UF)	TIR (%)	PRI (AÑOS)	IVAN
PURO	1360,16	88,94%	1	2,62
FINANCIAMIENTO 50%	1535,01	189,84%	1	2,96
FINANCIAMIENTO 75%	1441,12	295,47%	1	2,78

Fuente: elaboración propia

Según lo que se demuestran los resultados de la tabla 5-22, el proyecto más viable según el VAN, una rentabilidad máxima y payback, es el proyecto de financiamiento puro, superando a los demás financiamientos con un Van de 1.619,76 UF, una TIR de 180,76% y un se recupera la inversión al 1er año.

5.16 Sensibilización

El análisis de sensibilidad tiene como objetivo cuantificar las diversas variaciones que se puedan obtener al realizar el proyecto, tanto de egresos como de los ingresos que ayuden a entender las variaciones de rentabilidad, del VAN y de la TIR del proyecto poniéndose en las diversas situaciones posibles.

Principalmente se refiere a determinar claramente en qué medida los errores de estimación y/o variación de los parámetros del proyecto más crítico afectan la rentabilidad final del proyecto.

Para la sensibilización se han considerado las siguientes variables:

- Ingresos.
- Egresos.

El proyecto con financiamiento 50%% es el elegido para el presente análisis, debido a que presenta los mejores índices económicos

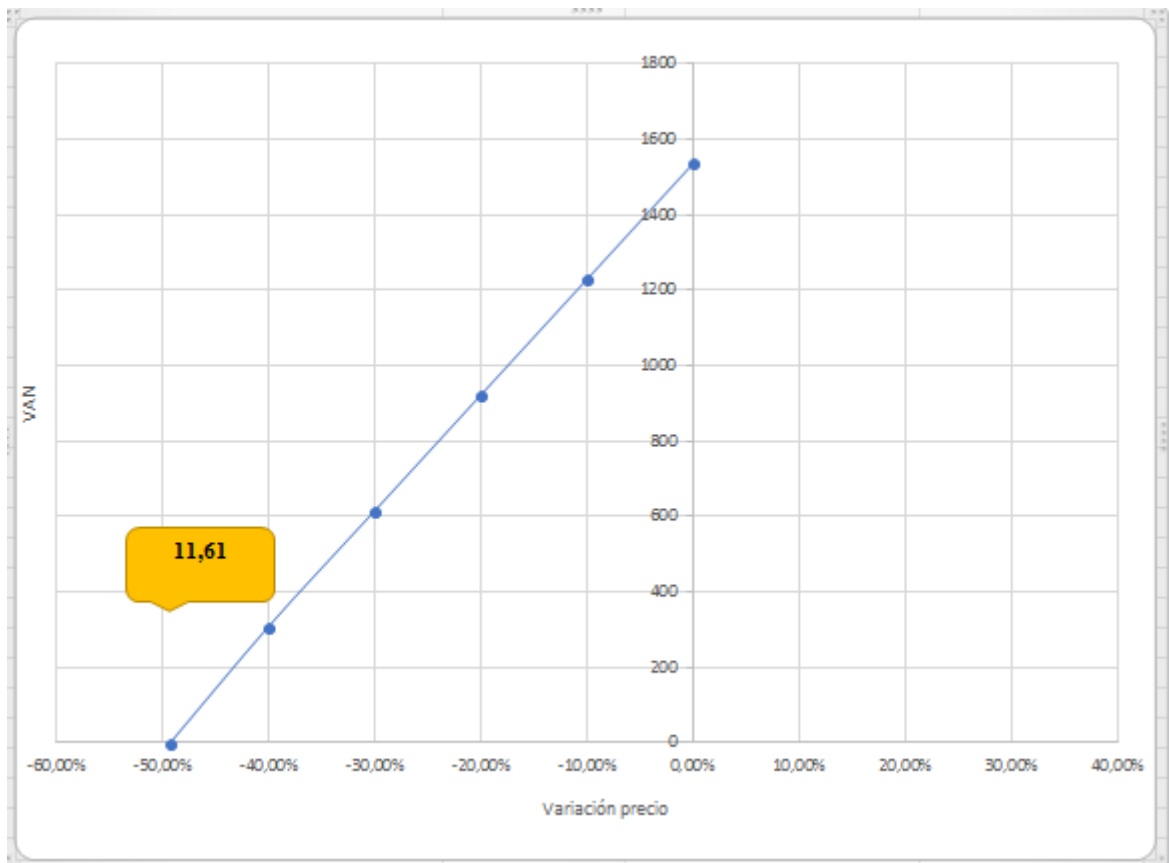
Tabla 5-23. Variación de los ingresos

Variación de los Ingresos		
Variación	VAN (UF)	TIR
50,00%	2302,51	321,64%
40,00%	2119,01	295,28%
30,00%	1995,51	268,92%
20,00%	1.842,01	242,56%
10,00%	1688,51	216,2%
0,00%	1535,01	189,84%
-10,00%	1228	163,48%
-20,00%	920,99	125,51%
-30,00%	613,98	87,54%
-40,00%	306,97	49,57%
-49,22%	0	11,61%
-50,00%	-0,04	10,89%

Fuente: Elaboración propia

Como se aprecia en la tabla 5-23 y en el gráfico 5-1, la sensibilización se realizó variando los ingresos hasta cuanto podrían disminuir, se puede observar que puede disminuir hasta un 49,22% para obtener un VAN = 0

Grafico 5-1 Sensibilización de los ingresos



Fuente: elaboración propia

5.17 Sensibilización de los costos variables

A continuación, se entrega la tabla 5-24 en la que se detallan las variaciones del VAN y la TIR de acuerdo al aumento o disminución porcentual en forma gradual de los costos.

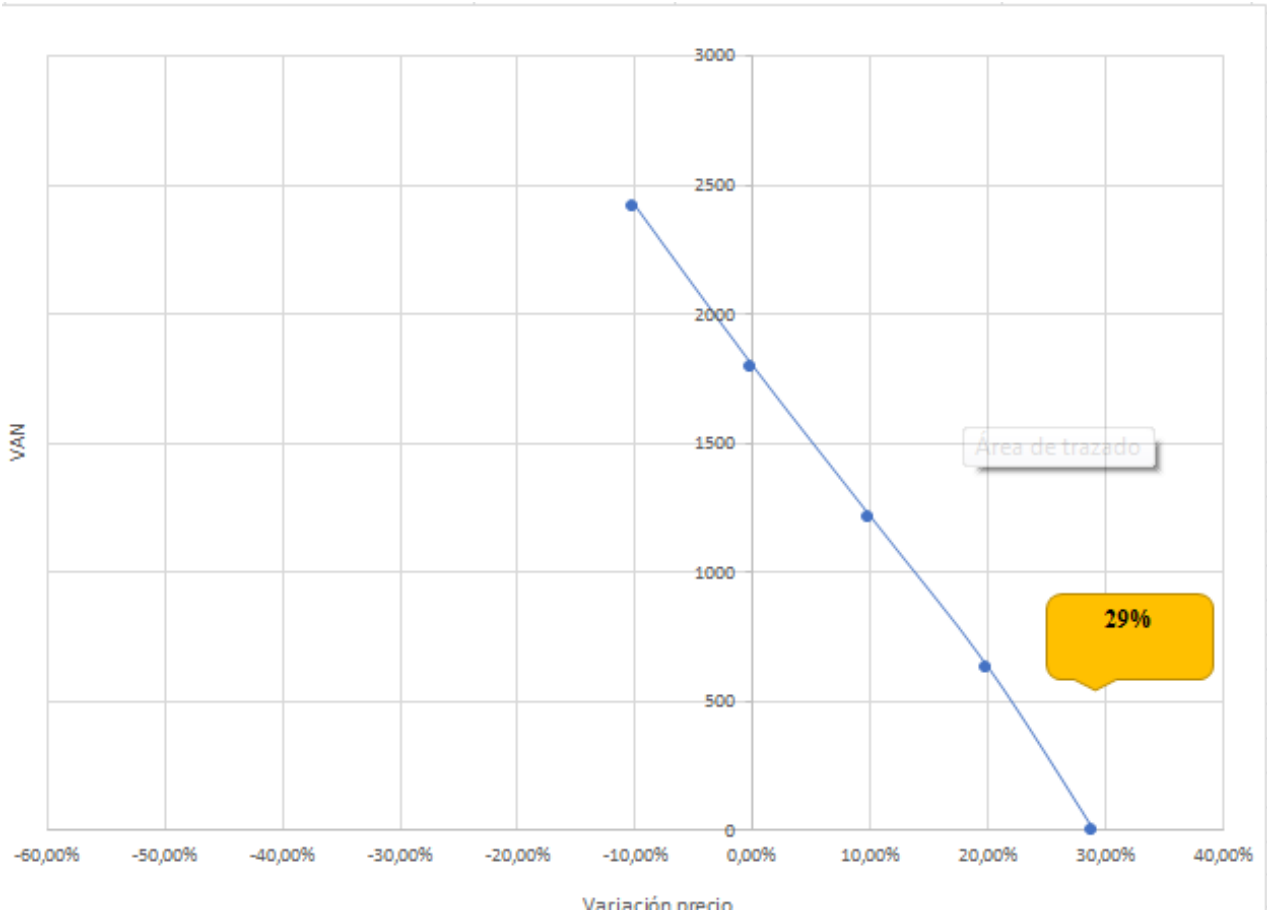
5-24. Variación de los costos variables

Variación Costos totales		
%	VAN	TIR
40,00%	-562	2,28%
30,00%	-48,75	13,21%
29,00%	0,00	23,22%
20,00%	632,5	35,5%
10,00%	1216,25	46%
0,00%	1800	52%

Fuente: Elaboración propia

El gráfico 5-2 muestra la sensibilización de los costos variables de la producción de cafés,reflejando en tabla 5-26.

Grafico 5-2 Sensibilización costos variables



Fuente: elaboración propia

Como se aprecia en la tabla 5-24 y en el gráfico 5-2 al sensibilizar los costos del proyecto, se obtuvo que éstos podrían aumentar hasta un 29% para obtener un VAN igual a cero y aún el proyecto pueda seguir siendo rentable

Conclusiones y recomendaciones

En la comuna de Quillota, según los resultados obtenidos, se presenta un atractivo para este tipo de emprendimientos, ya que muestra un crecimiento constante y a una gran velocidad, demostrando que tiene buenas proyecciones a la hora de mantenerse, lo que conlleva a la necesidad de este tipo de comercio, para que la gente se introduzca en el tema de las carnes Premium y vayan paulatinamente conociendo y experimentando más con este tema.

El crecimiento viene de la mano con el mayor consumo de productos de calidad, por lo que se ve que la gente poco a poco está prefiriendo calidad antes que cantidad. Esto genera una opción factible para la realización de este proyecto y con proyecciones muy positivas.

La existencia de nuevos locales para arrendar en la comuna de Quillota, ha sido un punto muy importante y de gran apoyo, ya que son precios accesibles para el tipo de local y la ubicación que tiene en la ciudad.

En el aspecto económico, los flujos de caja desarrollados demuestran que la alternativa más óptima para poder financiar el proyecto es tomar el proyecto con financiamiento del 50%. Con esta condición, el Van toma un valor de 1535,01 UF considerando un periodo de recuperación al 1er año, lo cual se explica en este resumen.

Resultado del Proyecto con distintos financiamientos				
Financiamiento	VAN (UF)	TIR (%)	PRI (AÑOS)	IVAN
PURO	1360,16	88,94%	1	2,62
FINANCIAMIENTO 50%	1535,01	189,84%	1	2,96
FINANCIAMIENTO 75%	1441,12	295,47%	1	2,78

Fuente: elaboración propia

Teniendo en consideración la sensibilización realizada al proyecto y el financiamiento puro definido en el punto anterior. Situando el caso de un aumento en los costos, ya sea costos fijos, variables o materia prima, podrá ser sostenido hasta un aumento máximo del 29% y el Van se hace 0. Por otro lado, la variación de los ingresos puede afectar disminuyendo la venta de Carnes Premium en un 49,22%. Se puede comentar que ambos análisis de sensibilidad demuestran la fortaleza que tiene el proyecto.

Para finalizar se puede afirmar que la empresa distribuidora de Carnes Premium “Premium Steaks”, se presenta como un proyecto atractivo para invertir en donde la parte financiera es factible para ser desarrollado con las actuales condiciones de la economía Chilena, en donde el mercado objetivo presenta un crecimiento con muchas posibilidades de mejora en el ámbito operativo, lo que genera un terreno apto para la realización de este proyecto de manera óptima y eficiente utilizando.

BIBLIOGRAFÍA

- Cantidad de carne consumida por los chilenos
< <https://www.odepa.gob.cl/odepaweb/publicaciones/doc/7004.pdf> >
[Consulta: Noviembre 2021]

- Cotización realizada a Gerente Comercial de ventas “Corte Criollo” Don Alfredo Ades Balbontin. [Descarga de Archivo] < https://cortecriollo.cl/?page_id=13389 >
[Consulta: Octubre 2021]

- Historia de la carne < <http://www.inverpu.com/historia-de-la-carne/#:~:text=Los%20antrop%C3%B3logos%20afirman%20que%20el,por%20el%20a%C3%B1o%206550%20a.C.> >
[Consulta: Noviembre 2021]

- Tesis Estudio de prefactibilidad para la creación de cafetería “El límite” en el sector de Canal Chacao, Viña del Mar. Johana Salazar.< <T T UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA - JOHANA SALAZAR CAMPOS 2019>>
[Consulta: Noviembre 2021]

- Base de datos proyección de población 2002-2021. [Descarga de archivo].
<<http://www.ine.cl/estadisticas/demograficas-y-vitales> >
[Consulta: Noviembre 2021].

- Estimación del gasto para dar forma a la estructura societaria. [En línea]
<www.sii.cl/mipyme/emprendedor/documentos/fac_Tramites_1.htm >
[Consulta: noviembre 2021].

- Tasa de desempleo en la región de Valparaíso. [En línea, sistema de informacional laboral]
<<http://www.sil.mintrab.gob.cl/tasa-de-desocupacion/region/valparaiso/comuna/todas/>>.

[Consulta: Noviembre 2021].

- Población segmentada rango de edad 18-65 años.[Descarga de archivo].
<<http://www.ine.cl/estadisticas/demograficas-y-vitales>>. [Consulta: Noviembre 2021].
- Mapa localización específica del proyecto, en la comuna de Quillota [En línea]
<https://www.google.com/maps/place/Quillota,+Valpara%C3%ADso/data=!4m2!3m1!1s0x9689cd8fec724c7:0xefe20583632b9e90?sa=X&ved=2ahUKEwjD4vqlsv_0AhUxI7kGHZ7TDk8Q8gF6BAgFEAE> [Consulta: Noviembre 2021].
- Cotizaciones de equipos de producción principales para la formación de la cafetería. [En línea]
<http://www.supermaq.cl/cafeteras/cafetera_rancilio_2_grupos_classe_basico/>[Consulta: noviembre 2018]

