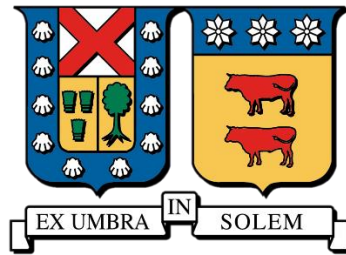


UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
SEDE VIÑA DEL MAR-JOSÉ MIGUEL CARRERA



**ESTUDIO DE LA PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE ARTÍCULOS DE ASEO Y OFICINA
EN LA REGIÓN DE VALPARAÍSO**

Trabaja de titulación para optar al título de
ingeniero de ejecución en gestión industrial

Alumno:

Ibeth Veragua Aguilera

Profesor:

Jaime Carmi

2024.

DEDICATORIA

Lo más hermoso de la vida es ser agradecido por todo lo que uno tiene. Es por eso que en esta ocasión no desaprovecharé la oportunidad de plasmar mis más profundos agradecimientos en este texto.

Volver a estudiar representa un tremendo desafío, del cual al principio no estaba segura de asumir. Sin embargo, gracias a Nico, quien disipó mis miedos y me impulsó a querer ser mucho más como profesional, encontré el valor para emprender este camino. Agradezco sinceramente su apoyo y amistad.

A mi familia, que nunca dudó y que, a pesar de cualquier inconveniente que surgiera, jamás me abandonó. Siempre me han impulsado y apoyado de la manera en que solo ellos saben hacerlo. Estoy agradecida por su paciencia en mis días más estresantes, por celebrar mis logros con la misma ilusión que yo y por ser el pilar fundamental en mi vida. Mamá, papá y hermano, los amo mucho.

Agradezco también a mis compañeras de trabajo: Paulina, Lorena, Valentina, Patricia, Ruth, Yali, Claudia y Alejandra. Ellas fueron uno de los pilares fundamentales en este proceso, celebrando mis logros, sacándome sonrisas cuando ya no tenía fuerzas para seguir y confiando en mí de una manera que ni yo misma lo hacía. Este logro también les pertenece.

Expreso mi gratitud por el apoyo brindado por la empresa.

Agradezco a mis compañeros de carrera, los más bacanes, quienes también me impulsaron a seguir adelante. Benedich y Francisco, les deseo el mayor de los éxitos y estoy segura de que serán tremendos profesionales.

Agradezco a una de mis mejores amigas, Camila Rodríguez, cuyo apoyo ha sido inquebrantable en todos los aspectos de mi vida y jamás dejó que me rindiera, realmente espero todos puedan tener una Cami en sus vidas.

No puedo olvidar también agradecer a la Pleyadiana, Paula Soledad, quien siempre estuvo manifestando mis 100.

Agradezco a lo más hermoso que tengo en mi vida, mis gatos Maru y Fenrrir. Creo que ellos no son conscientes de cuánto me ayudaron en este proceso. Solo con tenerlos en mis brazos, mi vida se reinicia y se llena de colores. Estoy agradecida de que me hayan elegido como su humana favorita.

Esto se lo dedico a usted tía Ana, sé que desde donde sea que este me cuida, protege e ilumina mis decisiones y mis pasos por esta vida, jamás me abandonara y yo la llevaré siempre en mi corazón.

Por último, estoy agradecida conmigo misma y mis constantes ganas de superación. Espero no haber olvidado a nadie en este agradecimiento. En caso de que así sea, te agradezco de todo corazón por haber estado ahí.

RESUMEN

KEYWORDS: ARTICULOS DE ASEO, ARTICULOS DE OFICINA, CERCANIA, DESPACHOS PROPIOS.

En la Región de Valparaíso, la demanda de artículos de oficina y aseo es alta, pero la oferta local es limitada. La competencia principal viene de proveedores de Santiago, que a menudo tienen demoras en la entrega y montos mínimos para envíos gratuitos. El crecimiento de empresas en la región sugiere un mercado prometedor para un nuevo negocio local que ofrezca un servicio de calidad y cercano. Este nuevo emprendimiento buscará llenar el vacío existente, garantizando una distribución eficiente y productos de marcas reconocidas. El presente trabajo consiste en el estudio de prefactibilidad para la creación de una empresa de venta y distribución de artículos de aseo y oficina en la región de Valparaíso.

En el capítulo N°1 “Diagnóstico y metodología de evaluación”; se da a conocer el proyecto, los objetivos propuestos, los impactos que tendrá la realización de éste al ejecutarse, se analiza la situación con y sin proyecto, los criterios y la estructura para su evaluación. Se plantea por qué ejecutar este proyecto y que beneficios se tendrán.

En el capítulo N° 2 “Análisis de prefactibilidad de mercado”; se presenta el método utilizado para realizar las proyecciones de demanda actual y futura, también se realiza un método para la estimación de los ingresos futuros, el cual será utilizado en los capítulos posteriores. Se analiza el mercado actual, dando a conocer la competencia existente. Se analiza la localización del local con sus ventajas al establecerlo en este lugar y se analiza el método de comercialización a través de las 4P.

En el capítulo N°3 “Análisis de prefactibilidad técnica”; se procede a la selección de los equipos necesarios para llevar a cabo el proyecto, el proceso productivo, que en este caso es la venta de productos de ferreterías a los clientes, se identifican gastos e inversiones para el desarrollo del proyecto.

Se estima para la realización de este proyecto una inversión inicial de 3.725,44 UF.

El horizonte del proyecto es de 5 años.

En el capítulo N° 4 “análisis de prefactibilidad administrativa, legal, societaria, tributaria financiera y ambiental”; se describen los turnos de trabajo del personal, sueldos y horarios de trabajo. Se describe cómo es el proceso de formación de una sociedad, aspectos legales, financieros y temas ambientales. Todo esto necesario para la formación y puesta en marcha el proyecto.

En el capítulo N°5 “Evaluación económica”; en este capítulo se analiza el aspecto económico del proyecto a través de la realización de 3 flujos de cajas: se evalúa un flujo puro, el cual el inversionista coloca el 100% de capital, y otros dos que son a través de financiamiento externo por medio de una entidad crediticia, en donde se evalúa el financiamiento en 50% y 75% por parte de un banco. Por último, se realizan sensibilizaciones a distintos aspectos que podrían afectar la rentabilidad del proyecto.

La mejor alternativa para este proyecto presenta un VAN de 4.001,44 UF, TIR de 59% y un PRI en el año 4 en el flujo con financiamiento externo en un 75% a través de una entidad crediticia.

En la conclusión se realiza un análisis de los datos obtenidos en el estudio de prefactibilidad. Se concluye la falta de comercio de este tipo en el sector, el interés de las personas para se construyan locales comerciales permitiéndoles tener más opciones para comprar, no solo ferreterías, sino que también carnicerías. Se analizan los flujos de cajas realizados buscando la mejor opción para el proyecto y a su vez para el inversionista.

El estudio de mercado indica escasa competencia local para servicios de distribución de artículos de aseo y oficina, aunque hay competidores en la región metropolitana y sustitutos como supermercados y librerías. El proyecto cumple con todos los requisitos técnicos y legales. Se consideraron escenarios adversos, pero se concluyó que el proyecto es rentable.

ÍNDICE

DEDICATORIA

RESUMEN

INTRODUCCIÓN 1

CAPITULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN..... 2

1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN 3

1.1. DIAGNÓSTICO..... 3

1.1.1. Antecedentes generales y específicos del proyecto 3

1.1.2. Objetivo del proyecto 4

1.1.2.1. Objetivos específicos..... 4

1.1.3. Antecedentes cualitativos 5

1.1.4. Contexto de desarrollo del proyecto 5

1.1.5. Tamaño del proyecto 11

1.1.6. Impactos relacionados con el proyecto..... 12

1.2. METODOLOGIA..... 12

1.2.1. Definición de situación base sin proyecto 12

1.2.2. Definición de situación con proyecto 13

1.2.3. Análisis de separabilidad..... 13

1.2.4. Método para medición de beneficios y costos..... 13

1.2.4.1. Los beneficios de la empresa se darán por: 13

1.2.4.2. Los costos que se consideran en el proyecto serán por: 13

1.2.5. Indicadores..... 14

1.2.6. Criterios de evaluación 15

1.2.7. Estructura de evaluación del proyecto..... 15

CAPITULO 2: ANALISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO 17

2. ANALISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO 18

2.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO 18

2.1.1. Procesos de ventas 19

2.1.2. Proceso de Despacho 20

2.2. ANÁLISIS DE DEMANDA ACTUAL Y FUTURA..... 20

2.2.1.	Demanda actual.	21
2.2.2.	Demanda Futura	22
2.3.	VARIABLES QUE AFECTAN A LA DEMANDA.	23
2.3.1.	Precio	23
2.3.2.	Gustos y preferencias.....	23
2.3.3.	Calidad de productos	23
2.3.4.	Desconocimiento de la empresa	24
2.3.5.	Cobertura y tiempo de despacho	24
2.4.	ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL Y FUTURA.	24
2.4.1.	Las empresas dentro de la región que entregan servicios similares	24
2.5.	COMPORTAMIENTO DEL MERCADO.	25
2.5.1.	Análisis interno.....	26
2.5.2.	Análisis externo	26
2.6.	DETERMINACIÓN DE NIVELES DE PRECIO Y PROYECCIONES.	26
2.6.1.	Determinación de márgenes	27
2.7.	ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN.....	28
2.7.1.	Macrolocalización	29
2.7.2.	Microlocalización	29
2.8.	ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN.	30
2.8.1.	Producto.....	30
2.8.2.	Precio	30
2.8.3.	Plaza	30
2.8.4.	Promoción.....	30
	CAPITULO 3: ANALISIS DE PREFACTIBILIDAD TECNICA	31
3.	ANÁLISIS DE PREFEACTIBILIDAD TÉCNICA.....	32
3.1.	DESCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS.....	32
3.1.1.	Adquisición y compra:	32
3.1.2.	Almacenamiento	32
3.1.3.	Contacto con los proveedores.....	32
3.1.4.	Contacto con los clientes:	33
3.1.5.	Distribución	33

3.2.	DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS.	33
3.2.1.	Diagrama de cliente	34
3.2.2.	Diagrama de proveedor	35
3.3.	SELECCIÓN DE EQUIPOS.	36
3.4.	PROYECTOS COMPLEMENTARIOS.....	48
3.5.	LAY-OUT.	48
3.5.1.	Bodega.....	48
3.5.2.	Administración	49
3.5.3.	Ventas	49
3.6.	DETERMINACIÓN DE INSUMOS, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS.....	50
3.6.1.	Insumos administrativos.....	50
3.6.2.	Insumo de aseo	51
3.6.3.	Paleta de productos de aseo.	51
3.6.4.	Paleta de productos de escritorio.	52
3.7.	FLEXIBILIDAD Y RENDIMIENTO.	54
3.8.	CONSUMO DE ENERGÍA.	54
3.9.	PROGRAMA DE TRABAJO; TURNOS Y GASTOS EN PERSONAL.	54
3.10.	PERSONAL DE OPERACIONES, CARGOS, PERFILES Y SUELDOS. 54	
3.11.	INVERSIONES EN EQUIPO Y EDIFICACIONES.	57
3.12.	INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO.	57
3.13.	COSTO DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA.	58
3.14.	COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA.	58
3.15.	COSTOS DE IMPREVISTOS.	59
3.16.	TABLA RESUMEN DE INVERSIÓN INICIAL.	59
	CAPITULO 4: ANALISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y AMBIENTAL.	60
4.	ADMINISTRATIVA	61
4.1.	PERSONAL.	61
4.1.1.	Estructura organizacional	61

4.1.2.	Sistemas de información administrativos	62
4.1.3.	Personal administrativo, cargos, perfiles y sueldos	62
4.1.4.	Gastos en personal	63
4.2.	LEGAL	64
4.2.1.	Marco legal vigente nacional e internacional	64
4.2.2.	Políticas de desarrollo industrial	64
4.2.3.	Aspectos legales del giro del proyecto	65
4.2.4.	Incentivos ¡Error! Marcador no definido.	
4.2.5.	Aspectos laborales	67
4.2.6.	Costos asociados al cumplimiento de la legislación vigente	67
4.3.	SOCIETARIA.....	67
4.3.1.	Relación entre los inversionistas	67
4.3.2.	Estructura societaria	67
4.3.3.	Estimación del gasto para dar forma a la estructura societaria.....	68
4.4.	TRIBUTARIA	69
4.4.1.	Sistema tributario.....	69
4.5.	FINANCIERA.....	69
4.5.1.	Fuentes de financiamiento	69
4.5.2.	Instituciones crediticias	70
4.5.3.	Leasing	70
4.5.4.	Costos de financiamiento	70
4.6.	AMBIENTAL	70
CAPITULO 5: EVALUAICON ECONOMICA		71
5.	EVALUACIÓN ECONÓMICA.	72
5.1.	CONSIDERACIONES A UTILIZAR.....	72
5.1.1.	Horizonte del proyecto	72
5.1.2.	Tasa descuento	72
5.1.3.	Moneda a utilizar	76
5.1.4.	Impuesto	76
5.1.5.	Valor residual.....	77
5.1.6.	Depreciaciones.....	77

5.1.7.	Inversiones.....	78
5.1.8.	Financiamiento del proyecto	79
5.1.9.	Ingresos e egresos del proyecto	80
5.2.	PROYECTO PURO.	81
5.2.1.	Flujo de caja puro sin financiamiento externo	81
5.3.	PROYECTO CON FINANCIAMIENTO EXTERNO.	82
5.3.1.	Flujo de caja con 50% de financiamiento externo.....	82
5.3.2.	Flujo de caja con 75% de financiamiento externo.....	83
5.4.	RESUMEN DE INDICADORES ECONÓMICOS.	83
5.5.	SENSIBILIZACIONES.	84
5.5.1.	Sensibilización a los ingresos	84
5.5.2.	Sensibilización al sueldo de los trabajadores	85
5.5.3.	Determinación de puntos de corte	85
	CONCLUSIÓN	86

ÍNDICE DE DIAGRAMA

Diagrama 3-1.	Diagrama de los procesos del cliente.....	34
Diagrama 3-2.	Diagrama de los procesos del proveedor.	35
Diagrama 4-1.	Estructura organizacional de la empresa.....	61

ÍNDICE FIGURA

Figura.2-1.	Macrolocalización de la empresa.	29
Figura 2-2.	Microlocalización de la empresa.	29
Figura 3-1.	Lay Out distribución primer piso, área bodega, medidas en metros.....	48
Figura 3-2.	Lay Out distribución primer piso, área administración, medidas en metros.	49
Figura 3-3.	Lay Out distribución segundo piso, área ventas, medidas en metros.	49

ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico 5-1. Sensibilidad de los ingresos en función del VAN..... 84

Gráfico 5-2. Sensibilidad a los sueldos en función del VAN. 85

ÍNDICE TABLAS

Tabla 3-1. Resumen activos fijos. 47

Tabla 3-2. Insumos para las 3 áreas..... 50

Tabla 3-3. Insumos de aseo. 51

Tabla 3-4. Productos de aseo..... 52

Tabla 3-5. Productos de escritorio..... 53

Tabla 3-6. Resumen de puntos 3.3. 57

Tabla 3-7. Método de máximo déficit acumulado..... 57

Tabla 3-8. Costos operacionales mensuales y anuales. 58

Tabla 3-9. Resumen de puesta en marcha. 58

Tabla 3-10. Imprevistos 59

Tabla 3-11. Resumen de inversión inicial. 59

Tabla 4-1. Resumen de perfil del personal 63

Tabla 4-2. Gastos en personal. 63

Tabla 5-1. Tasa libre de riesgo 73

Tabla 5-2. Tasa de rentabilidad de mercado. 74

Tabla 5-3. Constante según tipo de negocio. 74

Tabla 5-4. Método prima por riesgo. 75

Tabla 5-5. Tasas de impuestos de primera categoría. 76

Tabla 5-6. Vida útil de los activos depreciables. 77

Tabla 5-7. Descripción de activos fijos..... 78

Tabla 5-8. Amortización financiamiento 50%. 79

Tabla 5-9. Amortización financiamiento 75%. 79

Tabla 5-10. Ingresos y egresos año 2. 80

Tabla 5-11. Ingresos y egresos año 3. 80

Tabla 5-12. Ingresos y egresos año 4. 80

Tabla 5-13. Ingreso y egreso año 5. 80

Tabla 5-14. Flujo de caja proyecto puro sin financiamiento externo..... 81

Tabla 5-15. Flujo de caja proyecto con un 50% de financiamiento externo..... 82

Tabla 5-16. Flujo de caja proyecto con un 75% de financiamiento externo..... 83

Tabla 5-17. Resumen indicadores económicos 83

Tabla 5-18. Sensibilización a los ingresos 84

Tabla 5-19. Sensibilización a los sueldos..... 85

SIGLAS Y/O SIMBOLOGÍA

SIGLAS

- CAPM: Modelo de valorización de actividades de capital
- IPSA: Índice de precios selectivos de acciones
- PRI: Periodo de Recuperación de la inversión
- TIR: Tasa Interna de Retorno
- VAN: Valor Actual Neto

SIMBOLOGÍA

- IVA: Impuesto al valor agregado
- Kg: Kilogramo
- kWh Kilowatt hora
- Lts: Litros
- Mts: Metros
- \$. Pesos
- %. Porcentaje
- UF: Unidad de fomen

INTRODUCCIÓN

Con la creación de esta empresa se persigue el objetivo de establecer un servicio integral de venta y distribución de artículos de aseo y suministros de oficina. La empresa se enfocará en atender las necesidades tanto de empresas como de clientes particulares, ofreciendo una amplia gama de productos esenciales para el funcionamiento de oficinas y espacios de trabajo.

En cuanto a los artículos de escritorio, la oferta incluirá una variedad de productos, desde corcheteras, lápices de pasta, lápices de gel o técnicos, perforadoras, resmas, plotter, notas adhesivas, hasta clips y otros suministros de uso cotidiano en el entorno laboral

Por otro lado, en la línea de productos de aseo, se comprometen a proveer una selección de artículos que abarquen desde toallas desinfectantes, cloro, desinfectantes ambientales, hasta bolsas de basura y demás productos esenciales para el mantenimiento de la limpieza y la higiene en los lugares de trabajo.

La empresa se esfuerza por posicionarse como el proveedor de confianza para las empresas de la Región de Valparaíso y áreas adyacentes, ofreciendo un servicio completo que elimine la necesidad de buscar en múltiples proveedores. Además, la decisión de gestionar internamente el proceso de distribución asegura un control total sobre la calidad y la puntualidad en las entregas, aspectos fundamentales para garantizar la satisfacción de los clientes.

El compromiso de la empresa va más allá de la mera transacción comercial; aspira a establecer relaciones sólidas y duraderas con los clientes, fundamentadas en la confianza, la eficiencia y el servicio excepcional. En última instancia, el éxito de la empresa radica en la capacidad para satisfacer de manera integral y confiable las necesidades de los clientes, ofreciendo soluciones prácticas y eficaces para sus requerimientos de suministros y productos de aseo.

CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN.

1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

En este capítulo se presentará en detalle el proyecto, explicando su objetivo principal y específicos. Se describirá los distintos escenarios posibles tanto con la realización del proyecto como sin ella, para proporcionar una visión comparativa y clara de su impacto. Además, se explicarán los distintos criterios que se utilizarán para evaluar el proyecto para llevarlo a cabo de manera eficiente y efectiva.

1.1.DIAGNÓSTICO

1.1.1. ANTECEDENTES GENERALES Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

Hoy en día la creación de nuevas empresas está creciendo, adicional a eso producto de que el 31 de agosto del 2023 finalizara la alerta sanitaria por COVID-19, dicho por la ministra de salud Ximena Aguilera y estipulado en la misma fecha a través de la página web oficial del Gobierno de Chile[6], la mayoría de las empresas volvieron de manera presencial. Por lo mismo, es indispensable contar con los artículos básicos para poder llevar a cabo el desempeño de las distintas actividades diarias que requieren los distintos trabajos.

Por lo general en las oficinas deben contar con los siguientes artículos básicos como lápices, basureros, resmas, corcheteras, perforadoras calculadoras, entre otras para cumplir con sus actividades básicas dentro de la jornada laboral, lo mismo sucede con la higiene en los espacios comunes, cada empresa cuenta con personal encargado de realizar el aseo de puestos de trabajo, baños, etc.

Dentro de la Quinta Región de Valparaíso, la industria dirigida a venta de artículos de aseo y oficina es muy diversa, por un lado, tenemos el escenario en donde los clientes pueden comprar solo artículos de aseo o solo artículos de oficina, pero en otro escenario proveedores como Dimerc y Prisa (de los cuales se hablará más adelante ya que representa fuertemente una competencia), estos son proveedores que brindan un servicio de venta y distribución de artículos de aseo y oficina, pero ellos son de la región metropolitana, por lo tanto, tienen demoras en tiempos de entrega (que en ocasiones el cliente sabe que no los sacaran de apuros) y tiene montos mínimos para poder realizar despachos gratis a la empresa solicitante, implicando que no compre solo lo que necesita sino también tenga hacer un monto específico para poder realizar el pedido y que llegue sin ningún cargo adicional.

Las cantidades de empresas que hay en la Quinta Región de Valparaíso según el registro de empresas y sociedades del ministerio de economía del 12 de junio del 2023, indica que “ la quinta región se posiciona en el segundo lugar entre el primer trimestre del año 2022 y 2023 en donde existe una mayor cantidad de creación de empresas nuevas con total 3.570,

solamente superada por la región metropolitana con un total de 16.904”[3], es más hablando porcentualmente, la creación de empresa dentro del región desde el año 2013 al 2023 según los registros de la unidad de análisis territorial de la CORFO en agosto del 2022[4], sumado a los registros anteriores, fue creciendo en una 15%, lo que nos hace creer que es un buen lugar para poder generar una empresa.

Al momento de buscar por internet, aparecen muy pocas opciones de ventas de estos artículos dentro de la zona y que la mayoría de los oferentes son de Santiago y disponen de montos mínimos de despacho a regiones o en algunos casos por pagar por el cliente.

Por lo tanto la problemática a la que responde la creación de esta empresa es que dentro de la Quinta Región de Valparaíso faltan oferente dentro de la misma zona que brinden un buen servicio en calidad, tiempo, despachos propios, contando con productos de marcas reconocidas en el mercado garantizando su buena funcionabilidad, esto hace que se genere la necesidad y oportunidad de crear una empresa, que se diferencie del resto por brindar un buen servicio, cercano dentro de la región, confiable para las medianas y grande empresas, contando con nuestros propio canal de distribución, para tener un buen control del servicio desde el inicio hasta el final del proceso de venta y compra.

1.1.2. OBJETIVO DEL PROYECTO

Desarrollar un estudio de prefactibilidad con fin de crear una empresa, para la venta y distribución de artículos de aseo y oficina en la Región de Valparaíso, a través de herramienta de marketing y evaluación de proyecto, para aumentar la oferta del mercado actual.

1.1.2.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar una posible ubicación, a través de un estudio geográfico, para encontrar la ubicación más optima teniendo en cuenta cercanía de cliente y proveedores.
- Determinar precio de ventas, mediante un plan de marketing para optimizar recursos u oportunidades.
- Detallar los ingresos y egresos con los cuales cuenta una empresa del rubro, a través de un análisis técnico-económico para así poder aterrizar el proyecto y concluir en la factibilidad de este.

1.1.3. ANTECEDENTES CUALITATIVOS

En Chile, año tras año, se observa un aumento en la creación de nuevas empresas. Por esta misma razón, también se incrementa la demanda de artículos para mantener espacios comunes. Ya sea en una oficina, donde se necesitan implementos básicos de escritorio y productos de limpieza e higiene, o en locales dedicados al rubro de la gastronomía, donde se deben cumplir estándares de higiene con proveedores que suministren papel higiénico, gel desinfectante, limpiadores líquidos, entre otros. No solo se limita a estos dos rubros, sino que también el sector de la salud requiere de estos implementos, con productos certificados por el ISP. En consecuencia, contar con un servicio que no se limite a los diferentes rubros presentes en la región también significa un beneficio para la comunidad.

1.1.4. CONTEXTO DE DESARROLLO DEL PROYECTO

Ante el notable incremento de nuevas empresas en la Quinta Región de Valparaíso y la escasa cantidad de oferentes en dicha región que ofrezcan ambos tipos de artículos, lo cual a simple vista puede no parecer una problemática, si responde a satisfacer una necesidad de una empresa, ya que como veremos en la Tabla 1-1 y Tabla 1-2, dentro de la región no hay un servicio integral. Al incluir por lo tanto la venta de artículos de aseo y oficina más bien vendría siendo un valor agregado ya que al no centrarse en un único rubro, se ofrece un beneficio adicional al simplificar la experiencia de compra para el cliente, permitiéndole adquirir todo lo que necesitan en un solo lugar. Esta estrategia no solo ahorra tiempo y dinero al cliente, especialmente si se considera el costo del envío, sino que también facilita la implementación de promociones o paquetes especiales. Por ejemplo, se podría ofrecer un descuento por la compra de ambos tipos de artículos o un producto adicional de regalo por la compra de otro.

Debido a la escasa información, al buscar por el rubro de venta y distribución de artículos de aseo y oficina, los datos obtenidos para respaldar la presencia de empresas en la región que ofrezcan este tipo de servicios se recolectaron mediante una búsqueda web. Este método es el más cercano a lo que haría un cliente al buscar estos artículos, especialmente en la actualidad, donde las referencias y comentarios asociadas a una empresa son cruciales para la decisión de compra. Esta dinámica es diferente a la de las recomendaciones de boca a boca que son muchas más confiables. Por ello, un ejemplo de empresa en esta categoría es “FrAn” Aseo, Bazar y Librería, ubicada en San Francisco 1009, Valparaíso. Esta empresa no cuenta con pagina web, solo número telefónico, y tiene una calificación de 4 estrellas por una persona la cual realizo la valoración hace 5 años, sin más evaluaciones disponibles.

Cabe mencionar que alguna de estas empresas que no contaban con tanta información se visitó la tienda o se llamó al número dispuesto en internet.

Por otro lado, si se requiere artículos de aseo, estos es lo primero que se puede observar en la Figura 1-1.



Fuente: Google Maps

Figura 1-1. Empresas destinadas al rubro de Aseo dentro de la Región de Valparaíso.

Ahora, se puede observar al detalle en la Tabla 1-1, donde podemos apreciar su ubicación, el servicio que ofrece, despachos y valoraciones.

Tabla 1-1. Empres rubro Aseo Región de Valparaíso.

Nombre	Direccion	Servicio	Despacho	Costo despacho	Contacto	Opiniones
Importadora y distribuidora de articulos de aseo y accesorios Maria Adriana Gall	Simon Bolivar 489, Valparaíso	Venta Articulos de Aseo y Accesorios como Limpia Vidrios, recipientes, etc	Cuenta con despacho propio.	Sobre los \$50.000	No especifica	No hay opiniones.

Distribuidora de artículos de aseo Limitada.	Hnos Clark 330, Valparaíso	Sin información.	Sin información.	Sin información.	Sin información.	Valoración 3.3, Las reseñas indican que no es más económico Vs supermercado
Orpacol		Orientado en ventas artículos de aseo para el hogar	No cuenta con despacho.	No aplica.	Número telefónico	Valoración 4.7, tiene buenos comentarios sobre sus precios.
Distribuidora Manzano S.A.	Brasil 2114 Valparaíso	Orientada y focalizada fuertemente a la incorporación de papeles jumbo y la modalidad de dispensador en comodato	Cuenta con despacho propio.	Sobre los \$20.000 dentro de la región.	Página Web, número telefónico	Valoración 4.1, Lo comentarios son variados se dividen en Buena atención y Mala atención.
Comercial Don Aseo	Las Heras 342, Valparaíso	Sin información.	Sin información.	Sin información.	Número telefónico	No hay opiniones.
Artículos de Aseo	Chacabuco 2665, Valparaíso	Sin información.	Sin información.	Sin información.	Número telefónico	No hay opiniones.
La casa del aseo F&M bazar	Tupper 137, Valparaíso	Sin información.	No cuenta con despacho.	No aplica.	Número telefónico	No hay opiniones.
Aseo Valparaíso	Pudeto 441 Valparaíso	Venta de productos de aseo en general.	No cuenta con despacho.	No aplica.	Página Web, número telefónico	Valoración 3.2, Precios convenientes pero mala atención.
Distribuidora de Artículos de Aseo	San Antonio 1001, Viña del Mar	Proveedor de productos de limpieza en Viña del Mar	Sin información.	Sin información.	Número telefónico	Valoración 1.0, Tiene esa valoración porque no funciona el número Telefónico
Artículos de aseo Elite	Etchevers 279, Viña del Mar	Artículos para el hogar en Viña del Mar	Delivery	Sin información.	Número telefónico	Valoración 4.5, atención amable y buenos precios.

Comercial Sodakax Ltda	Doce de Febrero 251, Valparaíso	Mayorista de articulos de Higiene	Sin información.	Sin información.	Número telefónico	Valoración 4.6, opiniones de mala y buena atención.
SanRoma-artículos de aseo y limpieza.	Viana 637, Viña del Mar	Proveedor de productos de limpieza en Viña del Mar	Sin información.	Sin información.	Página Web, número telefónico	Valoración 5.0, solo dos personas evaluaron, como buenos precios y buena atención.
CLEANING WORD LIQUIDADORA ARTÍCULOS DE LIMPIEZA	Av. Obispo Valdés Subercaseaux	Sin información.	Sin información.	Sin información.	Número telefónico	Valoración 5.0, solo un evaluador, destaca buenos precios
Artículos de aseo Gomez Carreño	Uno Nte. 4456-4470, Viña del Mar	Artículos para el hogar en Viña del Mar	Sin información.	Sin información.	Número telefónico	Valoración 3.0
La Pica del Aseo	Arlegui 1190, Viña del Mar	Artículos para el hogar en Viña del Mar	No cuenta con despacho.	No aplica.	Página Web, número telefónico	Valoración 3.4, se divide entre buena y mala atención
Local Moroni	Av. Valparaíso 1230, Viña del Mar	Articulos de aseo al por mayor y por detalle	No cuenta con despacho.	No aplica.	Sin información.	Valoración 4.4, buena y mala atencion, con bueno precios.
Distribuidora Mas Spa.	Esmeralda, Recreo 50, Viña del Mar.	Venta de artículos de aseo y abarrotes.	Sin información.	Sin información.	Número telefónico	Valoración 5.0, Evaluaron 2 personas, se destaca la buena atención.
Proser S.A	Av. Octava 1631, Placilla	Proveedor de productos de limpieza y quimicos Placilla	Cuenta con despacho propio.	Sobre \$30.000 dentro de la región	Página Web, número telefónico	Valoración 4.2, se destaca la facilidad de compra por pagina web.

Distribuidora DIPLUS+	Tercera del Sur Local 19, Placilla	Proveedor de productos de aseo y limpieza pensado en entregar soluciones para el hogar y las empresas	Cuenta con despacho propio.	Sin información.	Página Web, número telefónico	No hay opiniones.
--------------------------	--	--	-----------------------------------	---------------------	-------------------------------------	----------------------

Fuente: elaboración propia

Si se requiere artículos de oficina, estos es lo primero que se puede observar en la Figura 1-2.



Fuente: Google Maps

Figura 1-2. Empresas destinadas al rubro de Oficina dentro de la Región de Valparaíso.

Ahora, se puede observar al detalle en la Tabla 1-2, donde podemos apreciar su ubicación, el servicio que ofrece, despachos y valoraciones.

Tabla 1-2. Empres rubro Oficina Región de Valparaíso

Nombre	Direccion	Servicio	Despacho	Costo despacho	Contacto	Opiniones
Librería Lisette	Av. Argentina 323, Valparaíso	Tienda de suministros de oficina en Valparaíso	No cuenta con despacho.	No aplica.	Número telefónico	Valoración 4.7, por lo general destacan la buena atención
Librería Técnica Paola	Av. Argentina 334, Valparaíso	Tienda de articulos de escritorio y librería.	No cuenta con despacho.	No aplica.	Número telefónico	Valoración 4.7,se destaca la buena atención y la variedad de productos
Comercial Santiago	Av. Colón 2781, Valparaíso	Librería en Valparaíso	No cuenta con despacho.	No aplica.	Número telefónico	Valoración 4.7, se destaca por sus buenos precios.
Distribuidora beto`s Librería	Pedro Montt 2635, Valparaíso	Tienda de articulos de escritorio y librería.	No cuenta con despacho.	No aplica.	Número telefónico	Valoración 4.1, Buenos precios no tan buena atenicon
Lapiz López	Esmeralda 1158, Valparaíso	Librería en Valparaíso	Despacho propio	Sin información.	Página Web, número telefónico	Valoración 4.4, se destaca la variedad de productos
Librería Odisea	Brasil 1910, Valparaíso	Librería en Valparaíso	No cuenta con despacho.	No aplica.	Número telefónico	Valoración 4.7, variedad y buenos precios
Mega Librería Beto`s	Brasil 1472, Valparaíso	Librería en Valparaíso	No cuenta con despacho.	No aplica.	Número telefónico	Valoración 4.4, se destaca la variedad de productos
Librería Qué Leo Valparaíso	de, Cochrane 864, Local C, Valparaíso	Librería en Valparaíso	No cuenta con despacho.	No aplica.	Número telefónico	Valoración 4.6, se destaca una buena atención

Liberia La Academia	Av. Valparaíso 515, Viña del Mar	Tienda de artículos de escritorio y librería.	No cuenta con despacho.	No aplica.	Número telefónico	Valoración 4.5, se destaca la buena atención y variedad de productos
Insucomp-Valpo	Av. Argentina 347, Valparaíso	Artículos de oficina y computación	No cuenta con despacho.	No aplica.	Número telefónico	Valoración 3.8, fue sin comentarios solo calificación
LA Librería	Av. Valapraíso 328, Viña del Mar	Librería en Viña del Mar	No cuenta con despacho.	No aplica.	Número telefónico	Valoración 4.2, se divide entre buena y mala atención

Fuente: elaboración propia

Por todo lo mencionado anteriormente se vislumbra el escenario más propicio para llevar a cabo la creación de esta empresa.

Este proyecto tomará el nombre de “Comercializadora y distribuidora Cometa”, tendrá como objetivo entregar un servicio de venta y distribución de artículos de aseo y escritorio, cercano dentro de la región y con un despacho propio, rápido, confiable y con buena atención.

Además, dado que los proveedores de la Región Metropolitana también tienen presencia en nuestra región, se contempla la posibilidad de ampliar el alcance y entrar en el mercado altamente competitivo de esa zona.

1.1.5. TAMAÑO DEL PROYECTO

Para la elaboración de este proyecto se requiere arrendar una bodega ubicada en El Salto, que cuenta con dos ambientes: una bodega y un área donde se encontrará todo el personal administrativo y de ventas. El proyecto inicialmente contará con 3 choferes y 3 encargados de bodega, un jefe de finanzas, un informático, un jefe de ventas, 3 vendedoras, además de instrumentos básicos para poder llevar a cabo su tarea.

La capacidad productiva de la empresa estará determinada por la cantidad de stock de los productos y por las 3 camionetas con las que se contará inicialmente. Esto se debe a que, si no hay stock, no se puede vender, y si no se cuentan con camionetas, no hay manera

de distribuir el material. Además, este punto es crítico porque puede que en algún momento la demanda sea tan alta que estas 3 camionetas no den abasto.

Teniendo en cuenta estos factores, como los sueldos, arriendo de la bodega, compra de camionetas y compra de mercadería, se estima que la inversión inicial necesaria para llevar a cabo este proyecto es de \$67.777.950, equivalente a unas 1872,37 UF.

Según la clasificación de empresas del Servicio de Impuesto interno [9], con el valor obtenido en UF, esta se clasifica como 3ro Rango Micro Empresa que va desde los 600,01 a 2.400,00 UF anuales.

1.1.6. IMPACTOS RELACIONADOS CON EL PROYECTO

Dado que es un proyecto nuevo, tendrá impactos significativos en la generación de empleo ya que con datos entregados por el Boletín informativo de la Pontificie Universidad Católica de Valparaíso en conjunto del SENCE y CEAL 2023[7], dice que “la tasa de desocupación llegó a 7,8% en la región”, la economía, la competencia con otros actores del mercado y en el ámbito social y cultural, especialmente en lo que respecta al personal que formará parte de él.

1.2.METODOLOGIA

1.2.1. DEFINICIÓN DE SITUACIÓN SIN PROYECTO

En la región de Valparaíso, actualmente hay empresas de la Región Metropolitana brindando el servicio de venta y distribución de artículos de aseo y oficina. Aunque existen oferentes en el mercado dentro de la región, suelen especializarse en un único rubro. Por esta razón, la mayoría de la demanda de las grandes y medianas empresas está siendo atendida por proveedores de Santiago, quienes ofrecen una variedad de productos en sus paletas para satisfacer las necesidades del cliente. Sin embargo, los inconvenientes incluyen los tiempos de entrega, la confiabilidad en la llegada de los productos y los montos mínimos para realizar el despacho. El servicio que ofrece el proyecto es competitivo dentro de la región y busca expandir la industria de venta y distribución de estos artículos.

1.2.2. DEFINICIÓN DE SITUACIÓN CON PROYECTO

La creación de esta empresa permitirá a los clientes tener otra opción de proveedor mucho más cercano, que los puedan sacar de apuros, con un compromiso de despacho de 48hrs una vez generada la venta en toda la región de Valparaíso, con montos mínimo solo para sectores lejanos, de no más de \$20.000 (con IVA), con este compromiso se ganará la confianza de los clientes de que los pedidos llegan en buenas condiciones y con una personal amable, abarcando los clientes decepcionados de otros proveedores de Santiago y captando así otros posibles clientes de manera de posicionar la empresa en el rubro y en la zona.

1.2.3. ANÁLISIS DE SEPARABILIDAD

En este caso no hay servicios adicionales, sino complementarios que no requieren de un análisis individual.

1.2.4. MÉTODO PARA MEDICIÓN DE BENEFICIOS Y COSTOS

1.2.4.1. LOS BENEFICIOS SE DARÁN POR:

- Ingresos por ventas
- Ventas vía página web

1.2.4.2. LOS COSTOS QUE SE CONSIDERAN EN EL PROYECTO SERÁN POR:

a) Costos de inversión

- Compra o arriendo de terreno
- Remodelación de los espacios
- Compra de equipos de escritorio
- Compra de muebles para generar oficinas

b) Costos operacionales

- Sueldos de los colaboradores
- Utilización de servicios básicos agua y luz
- Arriendo de terreno
- Gastos de operaciones puesta en marcha

1.2.5. INDICADORES

Los indicadores que se emplearán son el Valor Actual Neto (VAN) para evaluar la viabilidad del proyecto, la Tasa Interna de Retorno (TIR) para analizar su rentabilidad, y el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI), que indicará el tiempo necesario para recuperar la inversión realizada. Las fórmulas que se presentaran a continuación son obtenidas de los apuntes de Evaluación de proyectos, primer semestre del 2023 [10].

a) El VAN se determina de la expresión:

$$VAN = -I_0 + \sum_{k=1}^{k=n} \frac{B_k - C_k}{(1+i)^k}$$

Donde:

- I_0 : Inversión inicial
- B_k : Beneficio o ingreso netos del periodo k (año k)
- C_k : Costos netos del periodo k
- i : Tasa de interés (tasa de descuento)
- n : Años de duración del proyecto.

b) La TIR se determina de la siguiente fórmula:

$$0 = -I_0 + \sum_{k=1}^{k=n} \frac{B_k - C_k}{(1+TIR)^k}$$

Donde:

- I_0 : Inversión inicial
- B_k : Beneficio o ingreso netos del periodo k (año k)
- C_k : Costos netos del periodo k
- n : Años de duración del proyecto.

- c) El PRI o periodo de retorno de la inversión, corresponde al periodo de tiempo necesario para que el flujo de caja del proyecto cubra el monto total de la inversión

1.2.6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del proyecto se tomarán en cuenta distintos tipos de financiamiento. Se evaluará el proyecto puro sin financiamiento y con financiamiento externo. Para todos los casos, los requisitos que se deben cumplir por las siguientes condiciones según los apuntes de Evaluación de proyectos, primer semestre del 2023 [10]:

- $VAN > 0$, el proyecto está generando beneficios, es decir, es rentable y se recomienda invertir en él.
- $TIR > i$, si la TIR es mayor a la tasa de descuento utilizada en el ejercicio, el proyecto de inversión será aceptado.
- PRI, debe estar dentro del periodo de evaluación, es decir, ser menor al horizonte del proyecto.

Si el proyecto no cumple con alguno de estos parámetros, no será rentable realizar la inversión.

1.2.7. ESTRUCTURA DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Las etapas que formarán parte de este proyecto son las siguientes:

1.2.7.1. Diagnóstico y Metodología

Se entrega una idea a grandes rasgos y general del proyecto a evaluar, antecedentes generales, los objetivos generales y específicos del proyecto. Además, se entrega una visión de las situaciones con y sin proyecto, se indican los beneficios y/o costos que se pueden generar, se explicarán los indicadores y criterios se deben tener en cuenta para que estos muestren la conveniencia de realizar el proyecto.

1.2.7.2. Análisis de prefactibilidad de mercado

Se definirá el servicio, se analiza la demanda, oferta actual y futura, el comportamiento del mercado, los competidores, proveedores, se determina las proyecciones de precio, se define localización y sistemas de comercialización.

1.2.7.3. Análisis de prefactibilidad técnica

Se analizarán los aspectos técnicos (que son la base para el posterior cálculo financiero) como los requerimientos de equipos necesarios para el proyecto, sus características, especificaciones técnicas, para finalmente determinar si los equipos y herramientas cumplen con las cualidades necesarias para poder realizar el proyecto.

1.2.7.4. Análisis de prefactibilidad administrativa, legal, societaria, tributaria, financiera y ambiental

en esta etapa se investigan y evalúan una serie de factores que son de vital importancia para la puesta en marcha del proyecto. Se determina de donde se van a obtener los recursos, si cumple con la normativa legal ambiental, que tipo de sociedad se debe construir, el ambiente administrativo de la empresa, entre otros.

1.2.7.5. Evaluación económica

Se analiza la información entregada por el estudio de mercado y el estudio técnico para poder definir los valores de las inversiones. Es la síntesis de los capítulos anteriores del proyecto, donde mediante flujos de caja con distintos tipos de financiamiento, se determina si el proyecto finalmente es rentable o no.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

2. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

2.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

El servicio se centra en la venta y distribución de artículos de aseo y oficina. Tiene como objetivo proporcionar un servicio para adquisición de artículos de aseo y materiales de oficina, adaptándose a las necesidades del consumidor y realizando despachos que proporcionan un servicio integral.

2.1.1. CARACTERÍSTICA PRINCIPAL

- Venta de artículos de oficina diferenciados en, artículos económicos o de calidad y marca reconocida
- Venta de artículos de aseo, económico o de marca reconocida pero siempre con las condiciones óptimas para su uso de manera segura respetando todas las normativas de ISP.
- Distribución propia que abarca toda la Región de Valparaíso y sus distintas comunas menos la Isla de Pascua.
- Atención personalizada vía telefónica y por correo electrónico.
- Compras en la plataforma online.

2.1.2. SOLICITUD DEL SERVICIO

- Por la publicidad en redes sociales
- Por la página web
- Captación de cliente de la vendedora

2.1.3. PROCESOS PARA ADQUIRIR EL SERVICIO

- Para el caso de compra Online, el cliente solo debe registrarse como usuario, seleccionar los artículos que requiere, confirmar compra, seleccionar medio de pago y completar los datos para realizar el despacho, el cual podrá hacer seguimiento en la misma página web.
- Pero para los otros dos escenarios se realiza un enfoque mucho más personalizado, orientado al cliente de acuerdo con sus necesidades, para ella la vendedora debe realizar una cotización formal, la cual enviará vía correo electrónico, el cliente debe confirmar la venta, para posteriormente ser gestionada para su despacho.

2.1.4. VENTAJAS

- Contar con una paleta más aplica de productos para ofrecer a los clientes ya que la empresa se enfoca en la venta de artículos de aseo y oficina.
- Dentro de las ventajas del servicio, al tener despacho propio la empresa se compromete a realizar a contar con despachos entre 24hrs a 72hrs máximo.
- Comunas de Valparaíso, viña del mar sin costo de despacho, el resto tiene despacho gratis por monto desde los \$20.000 pesos neto.
- Y su fuerte es la atención personalizada de la cual tiene como objetivo principal generar la fidelización con el cliente.
- Personalizada ya que cada cliente contará con una ejecutiva designada, la cual se comprometerá a entender los gusto y preferencias de este.

2.1.5. PÚBLICO OBJETIVO

- Principalmente es a la pequeña, mediana y gran empresa, pero la empresa no se limita a realizar ventas al por menor.

2.1.6. HORARIOS DE ATENCIÓN

- Vendedoras de 9:00hrs a 14:10 y de 14:40 a 18:00hrs
- Bodega para compra directa o retiro desde las 10:15 a 13:30 y de 14:00 a 17:30hrs.

Y para complementar se describirá el proceso de venta y despacho interno.

2.1.7. PROCESOS DE VENTAS

La primera etapa implica un proceso de captación del cliente, ya sea por vía telefónica, correo electrónico o solicitud directa por parte del cliente para obtener el servicio. Una vez establecido el contacto y confirmada la solicitud del cliente, se procederá a generar lo que denomina “Nota de Venta”. En ella detallarán los productos solicitados, los precios netos y totales, el IVA y el precio final con IVA incluido. En este punto, el cliente tiene la opción de retirar los productos en nuestra bodega o solicitar el despacho a domicilio.

2.1.8. PROCESO DE DESPACHO

Una vez que la “Nota de Venta” ha sido generada, llega a la bodega donde se procede a separar los productos indicados en cada una. Posteriormente, a través de la implementación de un software, se escanea la nota con su código de barra correspondiente. De esta manera, cada vez que se marque la nota de venta y se vayan extrayendo los productos, el sistema automáticamente descontará el stock y actualizará el inventario en tiempo real. Este proceso se asemeja al escaneo de productos en las cajas de supermercado mediante sus códigos de barras, avanzando en la guincha el trabajador que embalara los productos en cajas. La transición de la “Nota de Venta” a “Factura” completa el proceso. El sistema imprimirá la etiqueta con el número de factura, razón social y dirección, el cual se pegará en la caja correspondiente. Estas cajas se disponen en áreas determinadas por sectores, como Viña, Valparaíso, Quilpué, entre otros. Para finalizar, el jefe de logística organizará todas las facturas por comunas, facilitando la planificación de rutas, con el objetivo principal de optimizar tiempo y recursos económicos.

2.2. ANÁLISIS DE DEMANDA ACTUAL Y FUTURA.

Es relevante aclarar que una empresa dentro del rubro accedió a proporcionar información confidencial y anónima sobre su desempeño comercial. Entregaron datos de ventas de su equipo de ventas, segmentando por el rubro al cual dirigían. Esto permitió estimar cuál es el rubro más demandante de sus productos y desarrollar estrategias de ventas, así como calcular las ganancias esperadas.

Además, gracias al jefe de bodega de la misma empresa, se pudo obtener información sobre los posibles trayectos, la cantidad de inventario y funcionalidad de un plan logístico para mejorar la eficiencia del proyecto.

Cabe destacar que toda esta información ha contribuido significativamente a comprender mejor el rubro y evitar ciertos errores en el proceso.

Una vez explicado esto, es importante destacar que cierta información, como las estimaciones de ventas y el proveedor que ofrece un contrato a plazo específico, se considera confidencial y no puede revelarse su origen. Estos datos son fundamentales para sustentar las proyecciones y estrategias comerciales, pero su divulgación competiría la confidencialidad y la relación con los socios comerciales.

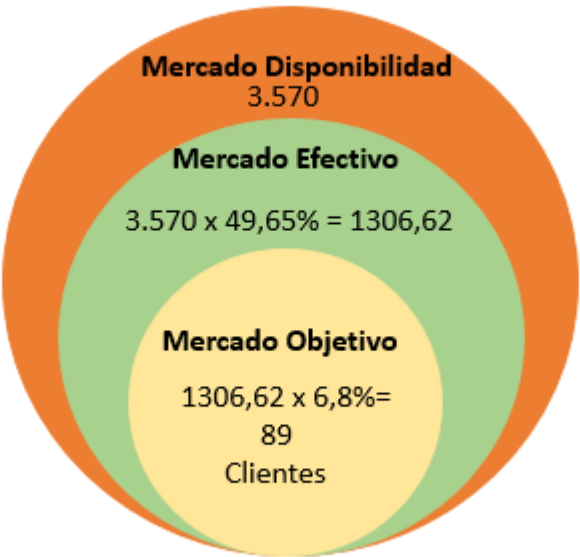
Por tanto, es crucial respetar la confidencialidad de esta información sensible y utilizar de manera ética y responsable en el desarrollo del proyecto.

2.2.1. DEMANDA ACTUAL.

Para estimar la demanda, se debe considerar el público objetivo de este servicio, que abarca todas las empresas ubicadas en la quinta región que necesiten estos artículos. Por lo tanto, para calcular, se tomará en cuenta la cantidad de empresas creadas entre 2022 y 2023 en esta región mencionadas en el capítulo 1, punto 1.1.1, las cuales actualmente ascienden a 3.570.

Dado que es más factible captar a estos nuevos clientes que aún no tienen proveedores directos y están iniciando en sus respectivos rubros, por lo mismo se tomará como Mercado disponible las 3.570 empresas nueva, “el mercado disponible es una parte del mercado potencial y está formada por el conjunto de consumidores que tiene la necesidad de comprar el producto o servicio” Planner 2022[11], teniendo en cuenta este mercado disponible, se procede a calcular el mercado efectivo, el cual se define como “una parte del mercado disponible que está formada por el conjunto de consumidores que tiene la necesidad específica del comprar un producto servicio que ofrece el nuevo negocio” Planner 2022[11]. Utilizando los datos entregados por la Asociación de empresas de la V región 2017 [2] un 49,65% son consumidores que tienen la necesidad de requerir artículos de aseo y oficina, esto al multiplicarlo por el mercado disponible se obtiene 1.306, 62 empresas, luego con estos datos y recurriendo nuevamente a la información entregados por ASIVA[1], se procede a calcular el mercado objetivo, el cual se define como “una parte del mercado efectivo que la empresa se fija como meta a ser alcanzada en un tiempo determinado. En otras palabras, que con los recursos y esfuerzos de la empresa se espera captar a esta cantidad de personas” Planner 2022[11], básicamente sería el cliente realmente interesado y cual se debe dirigir el servicio. Con la información entregada por ASIVA[1], promediando los rubros que abarcaría la empresa y de los cuales estarían dentro de las empresas a captar corresponde al 6,8%, este porcentaje multiplicado por el mercado efectivo no daría aproximadamente 89 clientes.

Gráficamente sería lo siguiente ver Figura 2-1:



Fuente: Elaboración propia.

Figura 2-1. Representación visual de la obtención de demanda.

2.2.2. DEMANDA FUTURA

Para proyectar la demanda futura, se partirá el cálculo anterior que arrojó una estimación de 89 empresas como clientes objetivo. Se aplicará un crecimiento anual del 15% a este número inicial, este porcentaje se definió por lo anteriormente descrito que sería el crecimiento de la creación de nuevas empresas por año dentro de la Quinta Región de Valparaíso. Esto se traduce en un incremento de 13 clientes adicionales en el primer año, 28 clientes más en el segundo año y un aumento de 46 clientes después del tercer año.

Según los datos proporcionados por una empresa del rubro, se estima que una oficina gasta mensualmente alrededor de \$800.000 en artículos de aseo y oficina, mientras que una clínica gasta alrededor de \$1.000.000 en el mismo periodo. Estos montos equivalen a \$9.600.000 y \$12.000.000 al año respectivamente, considerando solo una oficina y una clínica. Estos cálculos deben ser extrapolados teniendo en cuenta la totalidad de nuestros clientes.

2.3.VARIABLES QUE AFECTAN A LA DEMANDA.

Existen diversas variables que pueden afectar la demanda del proyecto, dentro de los cuales se encuentran los siguientes:

2.3.1. PRECIO

El precio siempre es un factor que afecta la demanda. Aunque la estimación del precio para cada artículo esté acorde al precio referencial del mercado con el fin de mantener precios competitivos, puede ocurrir que un proveedor tenga una línea de sus propios productos con precios más bajos que los del mercado, lo que afectará la demanda. Incluso si se redujeran nuestros precios por encima del promedio del mercado en general, seguirían siendo más bajos que los de ellos.

2.3.2. GUSTOS Y PREFERENCIAS

Otro factor importante que influye en la cantidad de clientes son los gustos y preferencias de las personas con relación a la marca y calidad de los productos. Para muchos, no es lo mismo tener un lápiz pasta Bic, reconocido en el mercado por su marca y calidad, que uno de marca Fultons, que es considerablemente más económico y cumple la misma función. Sin embargo, existen alternativas muchos mejores, como la marca Pilot, cuyos lápices son fabricados en Japón. Para comprender esto, es necesario tener conocimientos sobre el tema y no dejarse llevar únicamente por la marca de los productos. Es por esto que afecta la demanda, ya que, si no se trabaja con marcas reconocidas en el mercado, es posible que los clientes opten por comprar a un proveedor que sí las posea.

2.3.3. CALIDAD DE PRODUCTOS

En este punto, reiteramos la importancia de trabajar con marcas reconocidas en el mercado por dos motivos fundamentales. En primer lugar, proporcionan tranquilidad al proveedor al contar con un respaldo en cuanto a la calidad del producto, garantizando que no sea tóxico y ofreciendo la seguridad de que, en caso de algún fallo, el proveedor responderá por ello y podrá hacer lo propio con sus clientes. En segundo lugar, brindan seguridad a los clientes al trabajar, por ejemplo, con artículos de aseo certificados o con registro ISP, lo que aumenta considerablemente la confiabilidad del proveedor.

2.3.4. DESCONOCIMIENTO DE LA EMPRESA

Al ser una empresa nueva, la inexperiencia y la falta de imagen pueden disminuir la demanda por el servicio. Sin embargo, se espera que, una vez consolidado el proyecto y con una imagen sólida, la demanda aumente.

2.3.5. COBERTURA Y TIEMPO DE DESPACHO

Este punto es medianamente importante en los factores que afectan la demanda porque, en cuanto a cobertura, puede que la empresa tenga demanda de otras regiones que no pueda suplir, pero aun así no disminuiría la demanda por esa situación. Sin embargo, los elevados precios por despacho a domicilio y los tiempos de entrega serían un factor que afectaría la demanda. Por lo general, el cliente necesita las cosas lo más pronto posible y si la empresa se demora más de una semana, afectaría significativamente y, por consiguiente, disminuiría mucho la demanda.

2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL Y FUTURA.

Como se ha mencionado anteriormente, en la región de Valparaíso no hay ninguna empresa que entregue el servicio de venta y distribución de artículos de aseo y oficina. En su lugar, las empresas existentes se especializan únicamente en artículos de aseo o en artículos de oficina. Aquellas que ofrecen ambos servicios se encuentran en la región metropolitana.

2.4.1. LAS EMPRESAS DENTRO DE LA REGIÓN QUE ENTREGAN SERVICIOS SIMILARES

- a. Distribuidora Manzano: Empresa dedicada a la venta de artículos de aseo al por mayor dentro de la región de Valparaíso en Av Brasil 2114, despacho gratis a la quinta región por compra mínima de \$300.000, y se generan pedidos para poder salir a ruta por compras mínimas de \$15.000 y aquí si deben de pagar envío dependiendo de que parte de la región son, pero el mínimo es de \$20.000.

- b. PROSER: Empresa dedicada a ventas de artículos de aseo y químicos, ubicada en Av Octava 1631, parcela 291, placilla, Valparaíso, despachos gratis por compras mínimas de \$30.000.
- c. Supermercados en general: ya que también venden artículos de aseo y oficina incluso más y pueden ser despachados por la aplicación.

2.4.2. Empresas dentro del rubro en Santiago

- a) RedOffice: Empresa dedicada a la venta de articulo de aseo y oficina, ubicada en Pdte Edo frei Montalva 4251, Conchalí, Santiago, su despacho gratis por compra sobre los \$100.000 a la quinta región.
- b) Delta generación spa: Empresa dedicada a la venta al por mayor de artículos de aseo y oficina ubicada en Apoquindo 6410 of 605, Las Condes, Santiago, no tiene más información dentro de página web sobre montos mínimos de despacho a la región.
- c) Comercial Muñoz y compañía: Empresa dedicada a la venta de artículos de aseo y oficina ubicada en Avda. Del Valle N°570, of 604 Huechuraba, Santiago, despacho gratis por sobre los \$50.000 pero no especifica si es en la región de Santiago o para todo el territorio.
- d) Prisa: Empresa dedicada a la venta artículos de aseo y oficina ubicada en muchos partes país, lleva más de 23 años en la industria, tiene un monto mínimo de despacho a la quinta región de \$100.000, tiene tiempo de despacho que pueden ser fácilmente de un día para otro, pero por lo general 2 días hábiles, con un canal propio de distribución, tiene una línea de productos propios ósea de marca Prisa y provee a gran parte de las empresas de la región.
- e) Dimerc: Empresa dedicada a la venta de artículos de aseo y oficina ubicada en Alberto pepper 1784,8641196 Santiago, Renca, tiene monto mínimo a Valparaíso de \$50.000 también cuenta con una línea propia de productos y trabaja directamente con un proveedor llamado pronobel donde su fuerte son los artículos de oficina a un buen precio.

2.5. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO.

El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada para realizar un análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la industria, visto en clases de marketing con el profesor Dagoberto Cabrera el 2022[5]. Para el presente trabajo, estos serían los factores internos y externos que influyen en la toma de decisiones.

2.5.1. ANÁLISIS INTERNO

2.5.1.1.Fortalezas

- Entregar un servicio cercano y de calidad en el sector
- Contar con personal capacitado y experimentado en ventas
- Softwares propios
- Marcas reconocidas en el mercado

2.5.1.2.Debilidades

- Falta de experiencia en el rubro (mercado).
- Desconocimiento de las necesidades del cliente en primera instancia
- Falta de imagen, por tratarse de un servicio nuevo

2.5.2. ANÁLISIS EXTERNO

2.5.2.1.Oportunidades

- La escasa existencia de otras empresas dentro de la región que ofrezca el mismo servicio.
- Inexistencia de alianzas estratégicas entre competidores
- Tendencia al aumento de nuevas empresas dentro de la región

2.5.2.2.Amenazas

- Situación financiera del país
- Inflación
- Guerras internacionales
- Las empresas sustitutas como las librerías, supermercados, etc

2.6. DETERMINACIÓN DE NIVELES DE PRECIO Y PROYECCIONES.

Para determinar los precios dado el modelo de negocio de esta empresa es necesario primero conocer el costo de compra de cada producto y además fijar un margen por categoría el cual cada uno tendrá un margen mínimo y otro variable.

2.6.1. DETERMINACIÓN DE MÁRGENES

El margen se define como la ganancia obtenida al vender un producto, dado que vendría siendo el precio al que se vende el producto menos el costo directo de la adquisición del producto, este representa una medida clave de rentabilidad que indica cuánto dinero queda después de cubrir los costos directos de adquisición. Este margen está compuesto por un 10%, en 5% de este porcentaje está cubriendo el costo de despacho del producto y el otro 5% estara cubriendo la posible alza de precio al adquirir stock, esto quiere decir que el producto pudo haber tenido un alza de precio desde proveedor implicando una diferencia de precios de los productos que me quedaron en el stock y el ingreso de los nuevos, por lo tanto, este 10% será un porcentaje fijo de ganancia por producto.

Además, incluye un margen mínimo y variable, independiente del 10% mencionado anteriormente.

Estos márgenes están subdivididos por categoría, que se presentarán a continuación.

2.6.1.1. Primero categoría aseo

En la primera categoría, aseo, se establece un margen mínimo de venta del 20%. Esto se debe a que los precios ofrecidos por los proveedores no son tan competitivos en la industria, lo que limita la capacidad de margen deseada para que los clientes nos elijan sobre la competencia. Por otro lado, el margen variable puede alcanzar hasta el 40%.

2.6.1.2. Segunda categoría Oficina

Esta categoría contará con un margen mínimo de venta del 15%. En este sentido, el mercado es más flexible debido a la variación de precios que nos ofrecen los proveedores, lo que significa que con este margen ya estamos generando ganancias y participamos en un mercado competitivo. Por otro lado, el margen variable será de hasta un 45%.

2.6.1.3. Tercera categoría página web

Esta categoría contará con un margen fijo en todos los productos del 35%, independientemente del cliente. Para finalizar, se implementará un modelo de fidelización al cliente que consistirá en aplicar un descuento del 10% sobre el total de su compra. Este descuento se otorgará como un gesto de reconocimiento a aquellos clientes que han mantenido una relación comercial con nosotros durante un período considerable de tiempo.

2.7. ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN.

La localización de la empresa es una decisión sumamente importante que se toma al momento de iniciar un negocio. Tener una buena localización permite poder obtener una buena cantidad de clientes y hacer más conocido el servicio ofrecido.

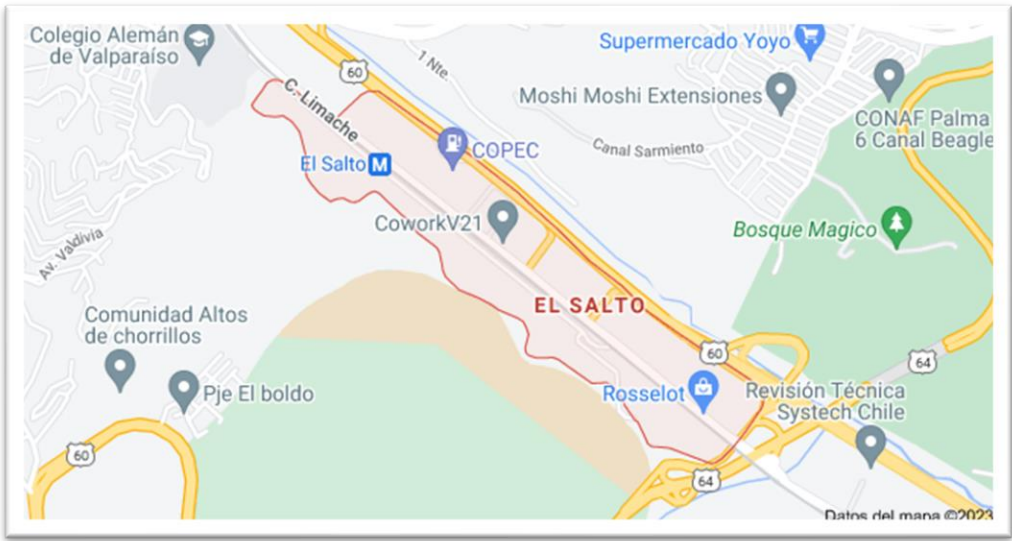
Para una buena elección de la localización, hay que tener en cuenta los siguientes factores:

- Que tan cerca estoy del cliente
- Presencia de empresas de tamaño similar o de la misma industria
- Costo y disponibilidad de infraestructura. Transporte, acceso, energía, telecomunicaciones, etc.
- Disponibilidad de infraestructura. Transporte, acceso, energía, telecomunicaciones, etc
- Disponibilidad de mano de obra. Proximidad y acceso que tendrán los trabajadores para poder llegar a laborar
- Que tan cerca estamos de nuestros proveedores.

Todos estos aspectos son fundamentales para tomar una decisión con respecto a la ubicación. Dentro de las opciones disponibles de terrenos para arrendar o comprar, se debe considerar que a empresa esté alejada de zonas residenciales. Esto se debe a que, al llegar los proveedores con la reposición de stock, utilizarán camiones grandes que generarán mucho ruido y ocuparán bastante espacio. Además, es crucial que la empresa esté alineada con los principios de sustentabilidad, lo cual es de suma importancia en la actualidad.

2.7.1. MACROLOCALIZACIÓN

La empresa estará ubicada en la región de Valparaíso, comuna Viña del Mar, sector El Salto, como se puede observar en la Figura 2-1.



Fuente: Google Maps

Figura 2-2. Macrolocalización de la Empresa.

2.7.2. MICROLOCALIZACIÓN

Dentro de la comuna de Viña del mar, específicamente en el sector El Salto (zona industrial), Calle Limache 3253, se encuentran las bodegas de Bodemar, como podemos observar en la Figura 2-2.



Fuente: Google Maps, Satélite.

Figura 2-3. Microlocalización de la empresa.

2.8. ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN.

El análisis de comercialización se fundamenta en las actividades de marketing necesarias para llevar los productos (o servicios, en este caso) de la empresa a los clientes. Estas actividades, o variables de marketing, pueden ser controladas por la organización y corresponden a las denominadas “4P”: producto, precio, plaza y promoción. A continuación, se definirán cada una de ellas:

2.8.1. PRODUCTO

Básicamente, el servicio se centra en la venta y distribución de artículos de aseo y oficina dentro de la región de Valparaíso. Se ofrece un servicio de despacho propio sin costo de envío para compras superiores a \$15.000 pesos. Además, existe un compromiso de entrega dentro de un máximo de 72 horas para sectores ubicados en las afueras de la región.

2.8.2. PRECIO

Los precios serán acordes a los márgenes establecidos, tal como se mencionó anteriormente. Estos márgenes se determinarán considerando los valores usuales en la industria y el tipo de cliente al que nos dirigimos.

2.8.3. PLAZA

El canal de venta o método de comercialización con los clientes será de forma indirecta. Los clientes no necesitan acudir a ningún lugar físico. Pueden realizar sus pedidos vía telefónica, mencionando lo que necesita y confirmando la venta. Posteriormente, los productos serán despachados o retirados. La segunda opción es vía correo electrónico, donde los clientes pueden solicitar cotizaciones y aceptarlas. Una vez aceptada la cotización, los productos serán preparados y enviados a la dirección indicada por el cliente.

2.8.4. PROMOCIÓN

La empresa se promocionará inicialmente a través de las redes sociales, como Instagram y Facebook. Sin embargo, la comunicación principal se realizará mediante correos electrónicos, que incluirán el enlace a la página web de la empresa. A través de estos correos electrónicos, se informará sobre las ofertas disponibles. Posteriormente, una vez que los clientes estén suscritos en la página web, se les ofrecerán ofertas exclusivas y personalizadas.

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

3. ANÁLISIS DE PREFEACTIBILIDAD TÉCNICA.

En este capítulo se aborda la definición y costeo de los aspectos técnicos necesarios para la operación del proyecto, como son los procesos críticos, personal operacional, cuantificación de insumos y equipos, puesta en marcha, instalaciones y dimensionamiento de la inversión inicial.

3.1. DESCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS.

A continuación, se describen los procesos necesarios para la correcta creación de una empresa enfocada en la compra y venta de insumo de aseo y oficina para otras empresas. Es importante recalcar que estos procesos ya consideran la elección de la ubicación y el local donde se ubicará la empresa. Además, no necesariamente representan un orden lógico.

Los procesos por describir son los siguientes:

3.1.1. ADQUISICIÓN Y COMPRA:

En este proceso se incluye la compra de equipos e insumos. Básicamente se necesitan los equipos necesarios para poder funcionar tanto en bodega como en la oficina, es decir estantes, computadores, impresoras, entre otros. Además, se tiene en cuenta el inventario que será adquirido directamente de ellos proveedores que serán mencionados en uno de los siguientes procesos.

3.1.2. ALMACENAMIENTO

Este representa en su totalidad la bodega de la empresa, en la cual se almacenarán los insumos adquiridos de los proveedores, para la posterior distribución hacia los clientes.

3.1.3. CONTACTO CON LOS PROVEEDORES

El proceso en cuestión es uno de los más importantes, dado que representa el núcleo de este servicio. Establecer contacto con los proveedores y cultivar una relación de confianza es crucial, ya que de ellos depende el éxito del primer proceso mencionado y facilita el correcto funcionamiento del siguiente.

Estos proveedores permitirán la adquisición de los productos de aseo y oficina. Es importante mencionar que se trabajará con más de un proveedor, ya que se planea ofrecer una variedad de marcas para satisfacer las necesidades de calidad y precios de los clientes.

3.1.4. CONTACTO CON LOS CLIENTES:

Este proceso corresponde a la búsqueda de potenciales clientes, es decir empresas que necesiten adquirir materiales de aseo u oficina en la quinta región. El proceso estará mayormente a cargo de las vendedoras, las cuales tendrán la misión de mantener e ingresar nuevos clientes al sistema.

3.1.5. DISTRIBUCIÓN

El siguiente proceso corresponde a la distribución de los productos requeridos por los clientes y estará a cargo únicamente del departamento de bodega. El personal de este departamento se encargará del empaque y distribución posterior de los productos, utilizando camionetas propiedad de la empresa.

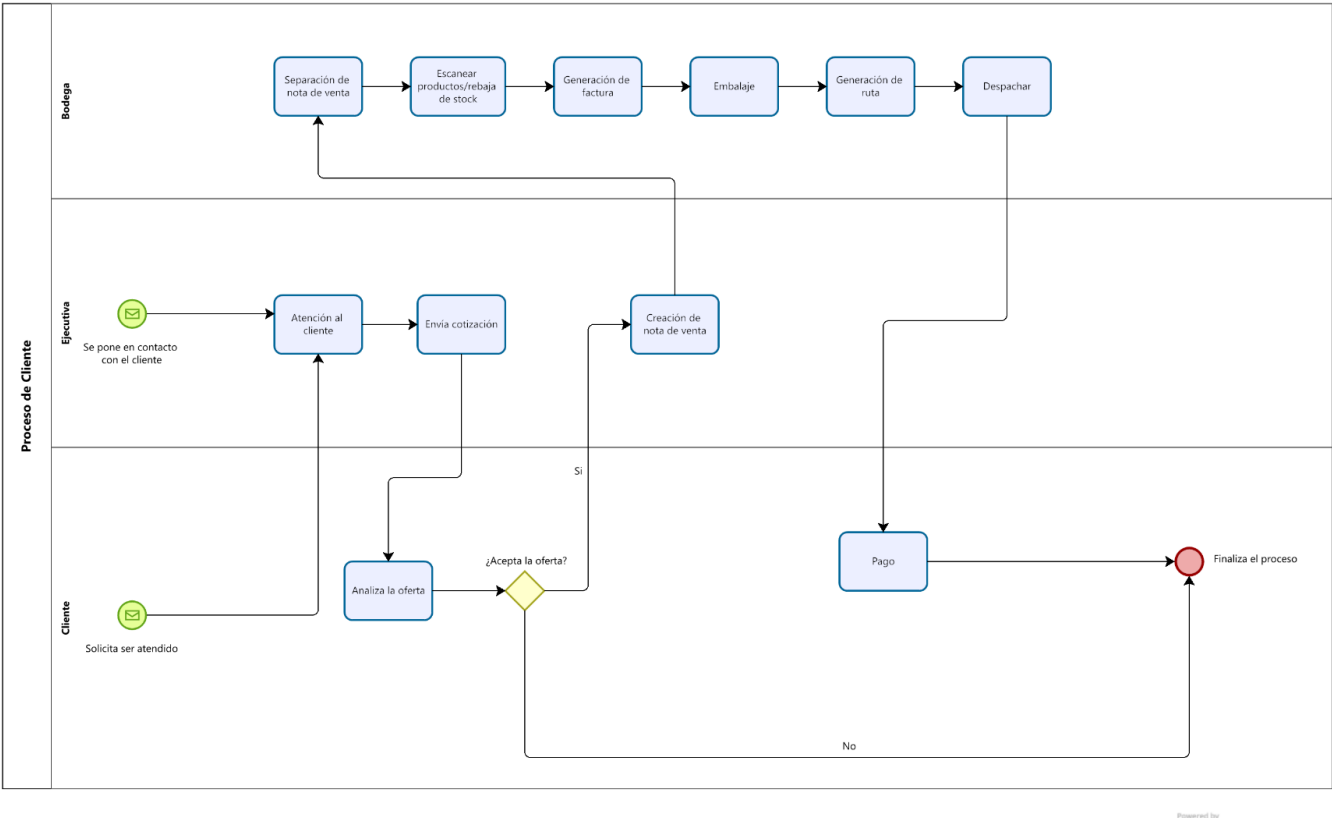
3.2. DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS.

En el Diagrama 3-1 y Diagrama 3-2 se muestra el proceso de interacción tanto con el cliente como el proveedor, es decir se detallan los procesos más importantes que ocurren al incurrir esta interacción.

3.2.1. DIAGRAMA DE CLIENTE

El cliente puede llegar por sus propios medios, recomendación o puede ser captado por alguna ejecutiva, se atiende ya sea vía telefonía o correo electrónico, se orienta al cliente con los artículos que necesita, posteriormente se envía vía correo electrónico una cotización con los productos requeridos, esta puede ser rechazada y termina el proceso o puede ser aprobada y se continua con el proceso de compra.

Una vez ya aprobada la cotización pasa a crea una nota de venta las cual es enviada a bodega, posteriormente se separan los productos solicitados por el cliente, se escanean los productos por si código, para que se vayan rebajando automáticamente del stock real, se genera la factura, se procede a empaquetar los bultos, el jefe de logística analiza la cantidad de cargas y pedido para poder generar una ruta lo más optima posible y se va a despacho.

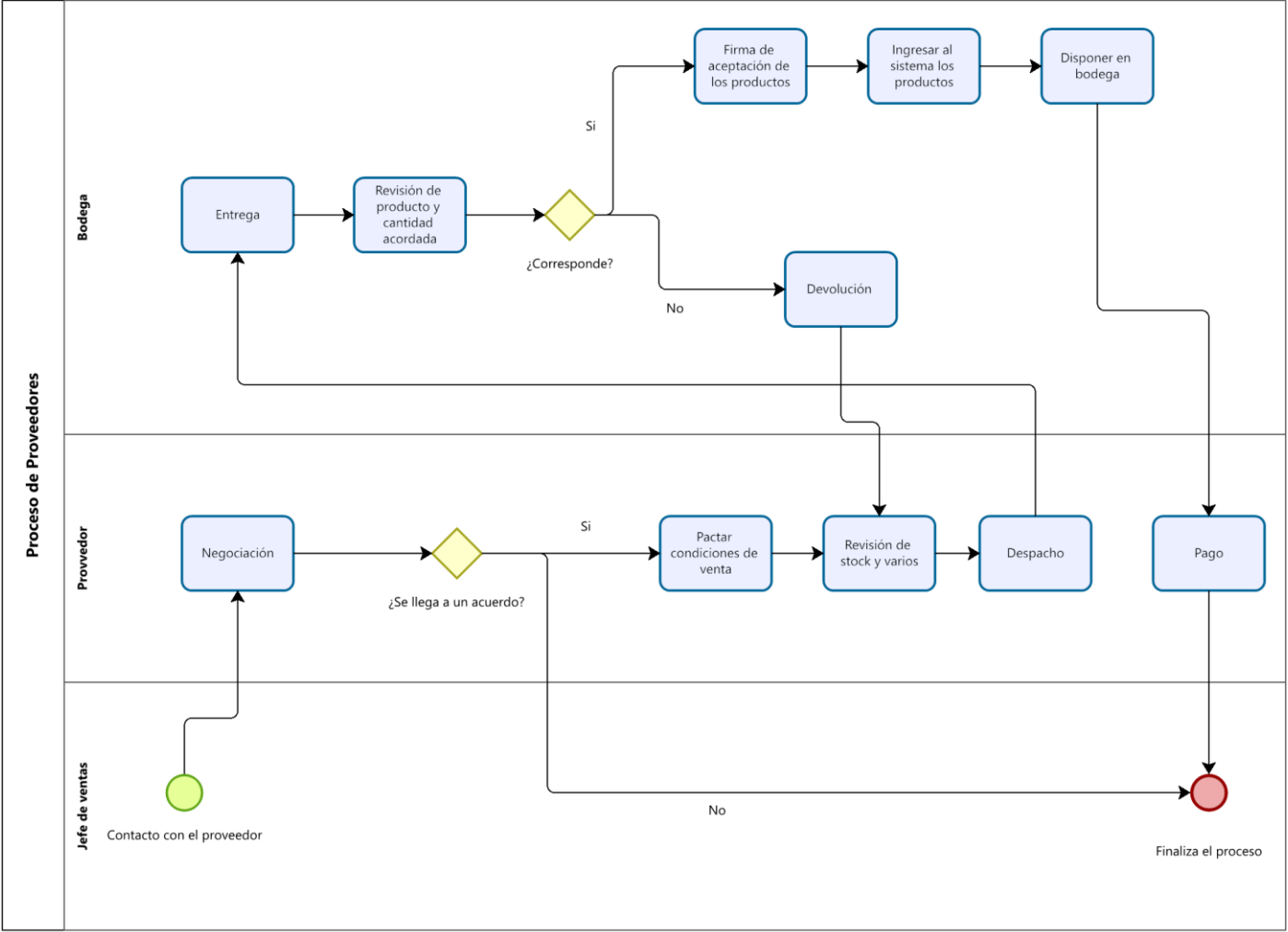


Fuente: Generación propia del proceso del cliente a través de Bizagi.

Diagrama 3-1. Procesos del cliente.

3.2.2. DIAGRAMA DE PROVEEDOR

Este proceso está enfocado en como empresa se realizan los negocios con los proveedores por lo mismo, primero el jefe de ventas analizara los productos que estén bajo en stock y cual debiera ser la cantidad para la reposición de este, una vez ya analizado esa situación se contactara con el proveedor correspondiente, se negociara algún precio por compra sobre ciertas cantidades, en esta situación si no se llega acuerdo finaliza el proceso pero en el caso en que si se llegue a un acuerdo, se pactaran las condiciones de ventas, se determina las cantidades requeridas y se define el día del despacho, una vez entregado, el jefe de bodega procede a revisar que lo que diga la factura sea lo mismo que está recibiendo físicamente, si no es el caso devolverá o anotara en la factura el excedente o el restante, firma la recepción conforme, ingresa los productos al sistema y son distribuidos en bodega en los lugares correspondientes, se finaliza el proceso.



Fuente: Generación propia del proceso del proveedor a través de Bizagi.

Diagrama 3-2. Procesos del proveedor.

3.3. SELECCIÓN DE EQUIPOS.

A continuación, se detallan algunos de los equipos más importantes a la hora de poder desempeñar el trabajo, ya sea para la oficina en sí, como para bodega y por ende ejecutar el trabajo de la mejor manera.

Notebooks



- Modelo: notebook HP 240
- Característica: procesador: Intel 11 Gen/Intel core i3 / 1115G4
- N°núcleo: 2 núcleos hasta 4,1 GHz
- Memoria: 8GB RAM
- Almacenamiento: 256 GB SSD
- Pantalla: 14"
- Resolución: 1366 x 768
- Precio: \$290.000

Base para notebook



- Modelo: soporte plegable portátil para Macbook y otros Notebooks, tablets, etc.
- Característica: compatible con Notebooks de 10" a 17" pulgadas.
- Soporta peso máximo 20 kilos
- Terminaciones en silicona antideslizante.
- 6 ángulos distintos, ajustables a tu posición corporal.
- Permite una correcta ventilación del equipo.
- Ayuda e evitar malas posturas al pasar largos tiempos de trabajo en el escritorio.
- Precio: \$9.990.

Escritorios



- Material: Madera MDF+Metal
- 4 patas fijas
- Incluye manual de instrucciones
- Muy fácil de armar
- Soporta hasta 45 kg
- Medidas del producto: 120 x 60 x 75cm.
- Precio: \$49.990

Escritorios



- Color: chocolate
- Alto: 80 cm
- Ancho: 123 cm
- Profundidad: 53 cm
- Material: Melamina 15 mm
- Precio: \$39.990

Sillas escritorio



- Color: negro
- Material: tela
- Característica: altura regulable
- Precio: \$99.800

Sillas escritorio



- Alto total: 73-91 cm
- Ancho total: 63 cm
- Profundidad total: 53 cm
- Respaldo reclinable: no
- Mecanismo: simple
- Nivelación principal: malla y tela
- Precio: \$69.900

Microcomponente

- Peso bruto: 2,8 kg
- Dimensiones: 928,0 x 120,0 x 155,0 mm
- Audio: Dolby 2ch
- Conectividad: bluetooth
- Accesorios: control remoto
- Precio: \$59.990

Dispensador de agua

- Modelo: DA-211
- Material: Plástico
- Capacidad: 20lts
- Alto: 82 cm
- Ancho: 29 cm
- Profundidad: 28,5 cm
- Peso: 4,5 kg
- Precio: \$59.990

Teléfono fijo + internet

Telefonía fija virtual + Internet Fibra

Pack Entel One giga

35% DCTO [Oferta Online](#)

\$39.300 +IVA /Mes

Por 12 meses- luego \$0.400

[Configura tu Pack Entel One](#)

Linea telefónica virtual

Agrega hasta 100 líneas

-

7

+

Equipo telefónico fijo

\$3.300 + IVA/mes por equipo-
Sin costo de instalación-

-

0

+

[Quiero contratar](#)

Este plan incluye ^

Internet Fibra Óptica simétrico
940 Mbps de bajada y subida

Linea fija virtual
Incluye 1 línea con minutos libres a todo destino

App Webex
Telefonía fija en una sola app



Notebook de informática



- Modelo: ThinkPad E14 4ta Gen
- Característica: Procesador: Procesador Intel core i7 /12 generación
- N° núcleo: núcleos E de hasta 3,50 GHz núcleos P hasta 4,70 GHz
- Memoria: 8GB DDR4-3200MHz
- Almacenamiento: 512 GB SSD
- Pantalla: 14” FHD 1920x1080
- Tarjeta gráfica: Gráficos Intel iris Xe integrados
- Precio: \$899.990

Hervidor



- Modelo: BVSTKT3101-052
- Capacidad: 1,7 lts
- Peso: 1,1 kg
- Material: plástico
- Precio: \$10.990

Microondas



- Modelo: TH-18B05
- Peso: 11 kg
- Capacidad: 18 litros
- Diámetro del plato: 25 cm
- Material plato: vidrio
- Nivel de potencia: 5
- Dimensiones: 25,5 cm x 44 cm x 32cm
- Precio: \$49.990

Refrigerador



- Modelo: MDRB241FGE5
- Capacidad: 115 lts
- Capacidad del congelador: 54 lts
- Dimensiones: 150 cm x 47 cm
- Precio: \$179.990

Aire acondicionado



- Accesorios: control remoto inalámbrico conectividad bluetooth
- Funciones: aire helado/ aire caliente / programable /reinicio automático
- Ruido: 20% más silencioso
- Precio: \$395.900 + iva

Mesón



- Carga máxima: 500 kg
- Dimensiones: 150 x 75 x 78 cm
- Material: acero y madera
- Precio: \$628.990

Soporte monitor y notebook



- Modelo: B49
- Material: hierro
- Peso máximo: 9 kg
- Dimensiones: 106 x 40 x 3 cm
- Precio: \$67.990

Escáner de código de barra



- Compatibilidad: Windows
- Conectividad: USB
- Precio: \$48.814

Estante metálico



- Modelo: SR800
- Dimensiones: 200 x 200 x 60 cm
- Peso máximo: 800 kg
- Material: acero
- Precio: \$124.990

Carro de supermercado metálico



- Plateado
- 4 ruedas
- Metálico
- Peso máximo 50kg
- Dimensiones 86 x 90cm
- Precio: \$157.000

Transpaleta



- Modelo CBY AC3.550.
- Tipo: transpaleta manual
- Capacidad: 3.000 kg
- Altura mínima de las uñas: 85 mm
- Altura máxima de las uñas: 195 mm
- Largo de las uñas: 1150 mm
- Ancho de cada uña: 160 mm
- Ancho total: 550 mm
- Ruedas en tándem: 80 x 70 mm
- Ruedas de dirección: 180 x 50 mm
- Peso neto: 73 kg
- Precio: \$199.990

Carro Plegable Carga Aluminio Yegua Grande 200 kg



- Tipo de carro: de mano
- Materiales del carro: Fierro
- Material de las ruedas: Goma
- Cantidad de ruedas: 2
- Es plegable: Si
- Con mango expandible: Si
- Peso máximo soportado: 200 kg
- Altura x ancho: 115 cm x 34 cm
- Precio: \$33.990

Camioneta



- Modelo: Partner 1,6 HDi 92HP
- Tipo: mecánica
- Cantidad de cambios: 5
- Capacidad de estanque: 53 litros
- Tipo de frenos delanteros/traseros: discos ventilados/ discos
- Peso Total con carga autorizada: 3.230 kg
- Tipo: Diesel
- Precio: \$21.051.100

Camioneta



- Modelo: BOXER
- Tipo: Mecánico
- Cantidad de cambios: 90 litros
- Tipo de frenos delanteros/traseros: discos ventilados/ discos
- Peso total con carga autorizada: 3.500 kg
- Tipo: Diesel
- Precio: \$29.738.100

Tabla 3-1. Resumen activo fijo.

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Total UF
Notebook HP 240	6	\$ 234.900	\$ 1.409.400	38,77
Base para notebook	6	\$ 8.092	\$ 48.551	1,34
Escritorio jefatura	2	\$ 40.492	\$ 80.984	2,23
Escritorio venta	4	\$ 32.392	\$ 129.568	3,56
Sillas escritorio jefatura	3	\$ 80.838	\$ 242.514	6,67
Sillas escritorio venta	3	\$ 56.619	\$ 169.857	4,67
Microcomponente	2	\$ 48.592	\$ 97.184	2,67
Dispensador de agua	2	\$ 48.592	\$ 97.184	2,67
Teléfono fijo + internet	1	\$ 39.300	\$ 39.300	1,08
Notebook	1	\$ 728.992	\$ 728.992	20,05
Mesón	2	\$ 509.409	\$ 1.018.818	28,02
Soporte y monitor notebook	1	\$ 55.072	\$ 55.072	1,51
Escáner de código barra	2	\$ 39.539	\$ 79.079	2,18
Estante metálico	10	\$ 101.242	\$ 1.012.419	27,85
Camioneta bóxer	1	\$ 24.087.861	\$24.087.861	662,57
Camioneta partner	1	\$ 17.051.391	\$17.051.391	469,02
Carro de supermercado metálico	5	\$ 127.170	\$ 635.850	17,49
Transpaleta 3T	2	\$ 161.992	\$ 323.984	8,91
Hervidor	2	\$ 8.902	\$ 17.804	0,49
Microondas	2	\$ 40.492	\$ 80.984	2,23
Refrigerador	1	\$ 145.792	\$ 145.792	4,01
Carro Plegable Carga Aluminio Yegua Grande 200kg	2	\$ 27.532	\$ 55.064	1,51
Total			\$47.607.650	1.309,51

Fuente: elaboración propia en base a la información recopilada.

3.4. PROYECTOS COMPLEMENTARIOS.

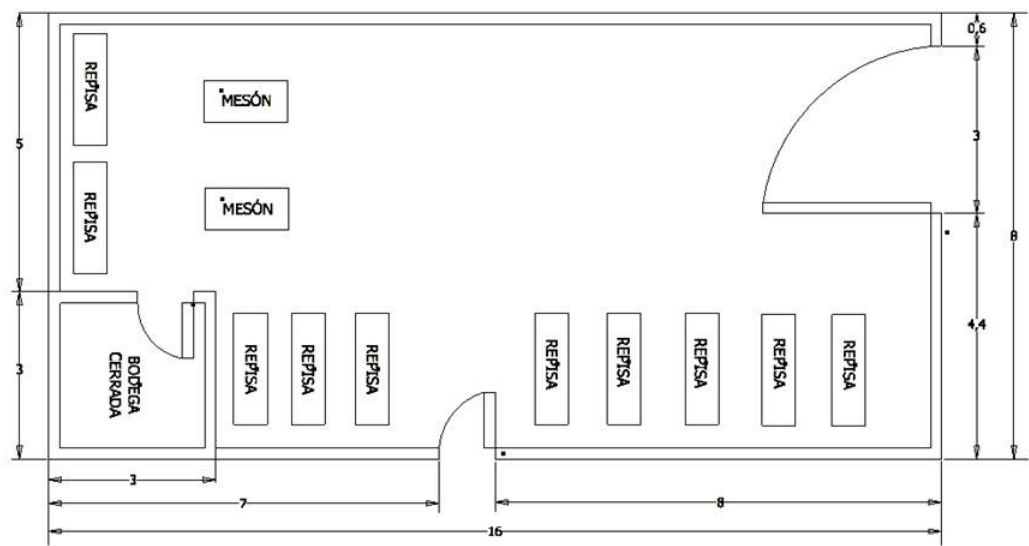
En la evaluación de este proyecto, no se identificó ningún proyecto complementario.

3.5. LAY-OUT.

En la Figura 3-1, se representan las instalaciones, conformadas por dos pisos, donde en el primero se encuentra la bodega en conjunto del área administrativa, mientras que, por otra parte, en el segundo piso se encuentra la oficina de trabajo, correspondiente al área de ventas.

3.5.1. BODEGA

Básicamente la Figura 3-1, nos muestra la distribución del área de bodega, las repisa mesones, bodegas con candados y entrada de camionetas.

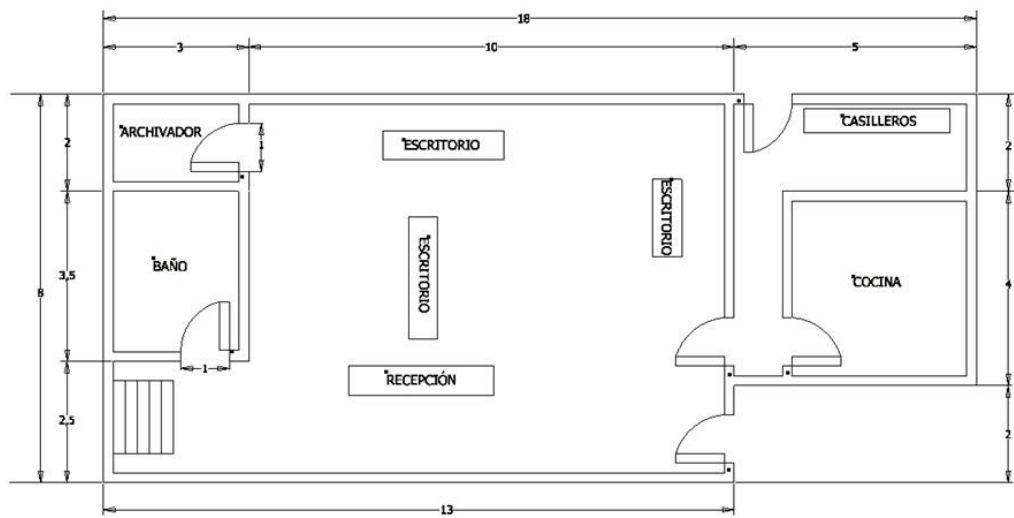


Fuente: Elaboración propia.

Figura 3-1. Lay Out distribución primer piso, área de bodega, sus medidas están en metros.

3.5.2. ADMINISTRACIÓN

El área de administración es parte del primero piso conecta todas las entradas, la principal, con bodega y con el segundo piso de ventas.

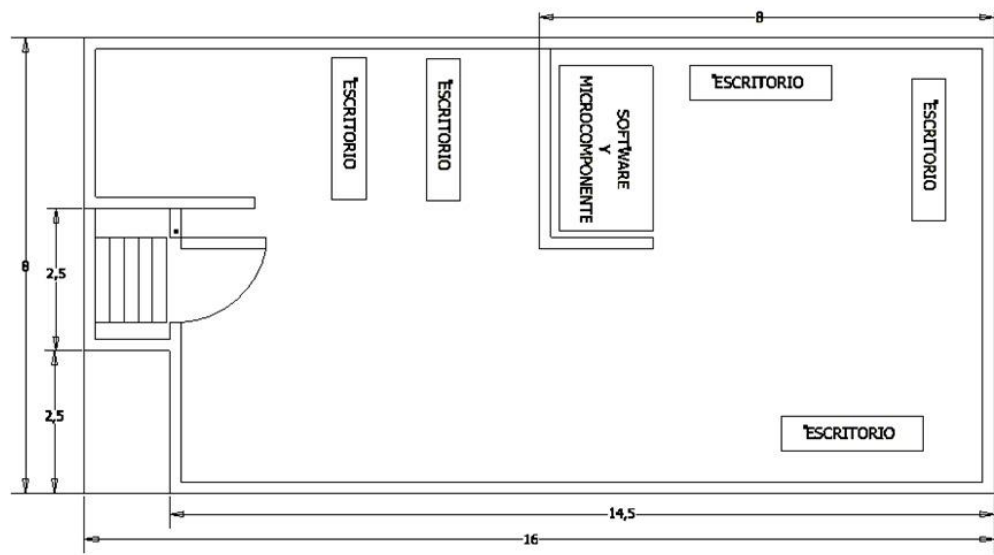


Fuente: Elaboración propio.

Figura 3-2. Lay out distribución primer piso, área de administración, sus medidas están en metros.

3.5.3. VENTAS

Esta área se encuentra en el segundo piso y se encuentra distribuido todo el personal de ventas junto al jefe de ventas.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 3-3. Lay out distribución segundo piso, área de ventas, medidas en metros.

3.6. DETERMINACIÓN DE INSUMOS, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS.

A continuación, se mencionan los insumos y productos que serán ofrecidos al cliente, cabe mencionar que no todos los productos mencionados a continuación serán ofrecidos desde el inicio de este proyecto, dado que se desea comenzar con una estrategia un poco más reservada al inicio.

Por otra parte, es importante mencionar que en este apartado no se encuentran todos los productos que se ofrecerán, dado que es una variedad muy amplia y esta irá creciendo continuamente a través del tiempo.

3.6.1. INSUMOS ADMINISTRATIVOS

Los insumos administrativos, principalmente, son los insumos básicos necesarios para que las tres áreas puedan llevar a cabo sus actividades sin ningún problema. Cabe mencionar que lo que se encuentra resaltado en verde corresponde a gastos anuales, a diferencia del resto que son gastos mensuales. Esto se debe a que son implementos que no requieren ser adquiridos más de una vez ver Tabla 3-2.

Tabla 3-2. Insumos para las 3 áreas.

Descripción	Cantidad mensual	Costo unitario	Costo total	Total UF
Archivador oficio auca	1	\$ 1.450	\$ 1.450	0,04
Libro asistencia mensual funcionarios	1	\$ 1.827	\$ 1.827	0,05
Papel fotocopias carta 500 hojas	10	\$ 2.875	\$ 28.750	0,79
Lápices pasta	12	\$ 228	\$ 2.736	0,08
Clips	3	\$ 179	\$ 537	0,01
Perforadora	5	\$ 4.291	\$ 21.455	0,59
Cartonero	3	\$ 469	\$ 1.407	0,04
Corchetera	6	\$ 1.190	\$ 7.140	0,20
Reglas	3	\$ 79	\$ 237	0,01
Elásticos 1/2kg	2	\$ 2.190	\$ 4.380	0,12
Cinta de embalaje	10	\$ 404	\$ 4.040	0,11
Film strech 57x200mts negro	2	\$ 6.946	\$ 13.892	0,38
Total		\$	87.851	2,42

Fuente: Elaboración propia.

3.6.2. INSUMO DE ASEO

Estos son los insumos mensuales necesarios para mantener limpio todos los espacios comunes, como los baños y el comedor, además de cada uno de los puestos de trabajo.

Tabla 3-3. Insumos de aseo.

Descripción	Cantidad mensual	Costo unitario	Costo total	Total UF
Escobillón tradicional	2	\$ 966	\$ 1.932	0,05
Cloro gel 900ml	2	\$ 650	\$ 1.300	0,04
Desinfectante ambiental 360ml	8	\$ 1.260	\$ 10.080	0,28
Bolsa basura 70x90	4	\$ 536	\$ 2.144	0,06
Toalla desinfectante 40 unidades	2	\$ 1.265	\$ 2.530	0,07
Papel higiénico 4 uni 30mts	16	\$ 896	\$ 14.336	0,39
Limpiador liquido	3	\$ 501	\$ 1.503	0,04
Limpiador multiusos 500ml	2	\$ 994	\$ 1.988	0,05
Trapero algodón simple con hojal	4	\$ 670	\$ 2.680	0,07
Total			\$ 38.493	1,06

Fuente: Elaboración propia.

3.6.3. PALETA DE PRODUCTOS DE ASEO.

Estos son los productos y marcas con los que comenzaremos los 3 primeros meses para poder ingresar al mercado con artículos de aseo con precios competitivos.

Tabla 3-4. Productos de aseo.

CANT	PRODUCTO	MARCA	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL	SUBTOTAL UF
1	ABRILLANTADOR PISO FLOTANTE LAVANDA 1LT	DOÑA FRESIA	\$ 2.075	\$ 2.075	0,06
1	ALCOHOL GEL 1LT	DOÑA FRESIA	\$ 2.124	\$ 2.124	0,06
1	ALCOHOL GEL 340ML CON DOSIFICADOR	DOÑA FRESIA	\$ 1.193	\$ 1.193	0,03
1	ALCOHOL GEL 60ML REG ISP	DOÑA FRESIA	\$ 565	\$ 565	0,02
1	BOLSA BASURA 50X55 PAPELERO 20 UNI	DOÑA FRESIA	\$ 398	\$ 398	0,01
1	BOLSA BASURA 50X70 10 UNI	DOÑA FRESIA	\$ 283	\$ 283	0,01
1	BOLSA BASURA 50X90 10 UNI	DOÑA FRESIA	\$ 536	\$ 536	0,01
1	BOLSA BASURA 90X110 10 UNI	DOÑA FRESIA	\$ 792	\$ 792	0,02
1	CLORO LIQUIDO 5 LITROS CONCENTRADO	DOÑA FRESIA	\$ 2.254	\$ 2.254	0,06
1	DETERGENTE LIQUIDO 5LT MATIC	DOÑA FRESIA	\$ 1.829	\$ 1.829	0,05
1	ESCOBILLON BASICO	DOÑA FRESIA	\$ 966	\$ 966	0,03
1	LAVALOZA 5LT LIMON CITRUS	DOÑA FRESIA	\$ 2.150	\$ 2.150	0,06
1	LAVALOZA 750ML LIMON	DOÑA FRESIA	\$ 761	\$ 761	0,02
1	LIMPIADOR ANTIGRASA 500ML CON GATILLO	DOÑA FRESIA	\$ 994	\$ 994	0,03
1	LIMPIADOR LIQUIDO 900ML DESINFECTANTE	DOÑA FRESIA	\$ 501	\$ 501	0,01
1	LIMPIADOR PISO FLOTANTE LAVANDA 1LT	DOÑA FRESIA	\$ 972	\$ 972	0,03
1	LIMPIADOR C/GATILLO 500ML MULTIUSO	DOÑA FRESIA	\$ 994	\$ 994	0,03
1	AMBIENTAL AEROSOL BERRIES 360ML	FRESKITO	\$ 848	\$ 848	0,02
1	AMBIENTAL AEROSOL FLORES 360ML	FRESKITO	\$ 848	\$ 848	0,02
1	AMBIENTAL AEROSOL LAVANDA 360ML	FRESKITO	\$ 848	\$ 848	0,02
1	AMBIENTAL AEROSOL LIMON 360ML	FRESKITO	\$ 848	\$ 848	0,02
1	AMBIENTAL AEROSOL VAINILLA 360ML	FRESKITO	\$ 848	\$ 848	0,02
TOTAL				\$ 23.627	0,65

Fuente: Elaboración propia.

3.6.4. PALETA DE PRODUCTOS DE ESCRITORIO.

Estos son los productos y marcas con los que comenzaremos los 3 primeros meses para poder ingresar al mercado con artículos de escritorio con precios competitivos ver Tabla 3-5.

Tabla 3-5. Productos de escritorio.

CANT	PRODUCTO	MARCA	PRECIO UNITARIO	SUBTOTAL	SUBTOTAL UF
1	CLIP 33MM METÁLICO PUNTA REDONDA	FULTONS	\$ 179	\$ 179	0,00
1	CLIP 50MM METÁLICO 50 UNIDADES PUNTA REDONDA	FULTONS	\$ 249	\$ 249	0,01
1	CLIP 78MM METÁLICO 50 UNI	FULTONS	\$ 845	\$ 845	0,02
1	CLIPPERA MAGIC CLIP 4-6MM	FULTONS	\$ 719	\$ 719	0,02
1	CORCHETERA 20HJS METALICA CORTA	FULTONS	\$ 1.090	\$ 1.090	0,03
1	CORCHETERA 20HJS METALICA LARGA	FULTONS	\$ 1.990	\$ 1.990	0,05
1	CORCHETERA 20HJS METALICA MEDIANA	FULTONS	\$ 1.190	\$ 1.190	0,03
1	CORRECTOR LAPIZ 7ML PTA METALICA	FULTONS	\$ 219	\$ 219	0,01
1	DESTACADOR AMARILLO ANCHO	FULTONS	\$ 209	\$ 209	0,01
1	DESTACADOR CELESTE ANCHO	FULTONS	\$ 209	\$ 209	0,01
1	DISPENSADOR CINTA ADHESIVA CHICO	FULTONS	\$ 729	\$ 729	0,02
1	ELASTICO 1/2KG BLANCO	FULTONS	\$ 2.190	\$ 2.190	0,06
1	ELASTICO 1/2KG COLOR	FULTONS	\$ 2.190	\$ 2.190	0,06
1	FUNDA TRANS CARTA 100 UNI 35MIC BORDE BLANCO	FULTONS	\$ 1.600	\$ 1.600	0,04
1	FUNDA TRANS OFICIO 100 UNI 35MIC BORDE BLANCO	FULTONS	\$ 1.700	\$ 1.700	0,05
1	LAPICES CERA 12 COLORES JUMBO	FULTONS	\$ 590	\$ 590	0,02
1	LAPIZ PASTA AZUL MEDIO CRISTAL	FULTONS	\$ 65	\$ 65	0,00
1	LAPIZ PASTA NEGRO MEDIO CRISTAL	FULTONS	\$ 65	\$ 65	0,00
1	LAPIZ PASTA ROJO MEDIO CRISTAL	FULTONS	\$ 65	\$ 65	0,00
1	NOTA ADHESIVA 50X38MM 2 UNI 653 RP AMARILLO	FULTONS	\$ 199	\$ 199	0,01
1	NOTA ADHESIVA 76X127MM AMARILLO 100 HOJAS	FULTONS	\$ 369	\$ 369	0,01
1	NOTA ADHESIVA 76X76MM AMARILLO 100 HOJAS	FULTONS	\$ 180	\$ 180	0,00
1	NOTA ADHESIVA Z AMARILLO 100HJ 76X76	FULTONS	\$ 239	\$ 239	0,01
1	PLUMON PERM AZUL JUMBO	FULTONS	\$ 550	\$ 550	0,02
1	PLUMON PERM AZUL P/RED	FULTONS	\$ 159	\$ 159	0,00
1	REGLA PLASTICA 20CM	FULTONS	\$ 79	\$ 79	0,00
1	REGLA PLASTICA 30CM	FULTONS	\$ 129	\$ 129	0,00
1	SACACORCHETE MARIPOSA	FULTONS	\$ 290	\$ 290	0,01
1	SACO 1/2 OFICIO BLANCO 25 UNI (20x28CM)	FULTONS	\$ 1.690	\$ 1.690	0,05
1	SACO 1/2 OFICIO KRAFT 25 UNI (20x28CM)	FULTONS	\$ 1.390	\$ 1.390	0,04
1	ACCO CLIPS METÁLICO PLATEADO 50 UN	FULTONS	\$ 790	\$ 790	0,02
1	ACCO CLIPS PLASTICO BLANCO 50 UN	FULTONS	\$ 585	\$ 585	0,02
1	ACCO CLIPS PLASTICO COLORES 50 UN	FULTONS	\$ 585	\$ 585	0,02
1	ALFILER 25MM 50 GR CROMADOS	FULTONS	\$ 249	\$ 249	0,01
1	ALFILER 35MM 20GR CABEZA DE COLOR	FULTONS	\$ 409	\$ 409	0,01
1	APRETADOR DOBLECLIP 15MM 5/8	FULTONS	\$ 17	\$ 17	0,00
1	APRETADOR DOBLECLIP 19MM 3/4	FULTONS	\$ 21	\$ 21	0,00
1	APRETADOR DOBLECLIP 25MM 1	FULTONS	\$ 31	\$ 31	0,00
1	APRETADOR DOBLECLIP 32MM 1.1/4	FULTONS	\$ 44	\$ 44	0,00
1	APRETADOR DOBLECLIP 41MM 1.5/8	FULTONS	\$ 66	\$ 66	0,00
1	BORRADOR PIZARRA ACRILICA MAGNETICO COLORES	FULTONS	\$ 359	\$ 359	0,01
1	BROCHE DORADO 25MM 50 UNIDADES	FULTONS	\$ 490	\$ 490	0,01
1	CALCO OFICIO 25HJ AZUL	FULTONS	\$ 1.550	\$ 1.550	0,04
1	CALCO OFICIO 25HJ NEGRO	FULTONS	\$ 1.590	\$ 1.590	0,04
1	CARPETA C/FUNDAS A4 10 FUNDAS AZUL	FULTONS	\$ 845	\$ 845	0,02
1	CARPETA C/FUNDAS A4 10 FUNDAS NEGRO	FULTONS	\$ 845	\$ 845	0,02
1	CARPETA CA PVC AZUL PIGMENTADA	FULTONS	\$ 209	\$ 209	0,01
1	CARPETA CA PVC NEGRA PIGMENTADA	FULTONS	\$ 209	\$ 209	0,01
1	CARPETA OF PVC AZUL CON ACCO	FULTONS	\$ 229	\$ 229	0,01
1	CARPETA SCHNELL CA TRASPARENTE	FULTONS	\$ 159	\$ 159	0,00
1	CARTONERO GRANDE RIEL METÁLICO	FULTONS	\$ 469	\$ 469	0,01
1	CARTULINA ESPAÑOLA ESTUCHE 10 HJ 10COLOR 24.8X34.6	FULTONS	\$ 790	\$ 790	0,02
1	CARTULINA HOLOGRAFICA 6 COLORES 6 HOJAS	FULTONS	\$ 790	\$ 790	0,02
1	CHINCHE PUSH PINS 50 UNIDADES	FULTONS	\$ 249	\$ 249	0,01
1	CINTA ADHESIVA DUCTOS 48X27MTS EXTRA FUERTE GRIS	FULTONS	\$ 1.550	\$ 1.550	0,04
1	CLIP 28MM METÁLICO 100 UNIDADES PUNTA REDONDA	FULTONS	\$ 120	\$ 120	0,00
1	CLIP 33MM COLORES 100 UNIDADES APROX PUNTA REDONDA	FULTONS	\$ 239	\$ 239	0,01
TOTAL				\$ 34.856	0,96

Fuente: Elaboración propia.

3.7. FLEXIBILIDAD Y RENDIMIENTO.

Dada la naturaleza del proyecto y el uso completo de bodega destinada para éste, es que es imposible por el momento implementar un proyecto complementario que ocupe la misma instalación.

3.8. CONSUMO DE ENERGÍA.

A pesar de que, además de los gastos generados por la adquisición y productos, están los gastos de consumo energético, en este proyecto estos no serán considerados, dado que el gran costo de arriendo que representa este proyecto, en parte se debe a que incluye el consumo de agua y electricidad, no preocupándose así del control de este tipo de gastos.

3.9. PROGRAMA DE TRABAJO; TURNOS Y GASTOS EN PERSONAL.

El programa de trabajo será dividido en 2 sectores, el sector ventas/administración y el sector bodega, los cuales serán los siguientes:

- Ventas/administración: El horario de atención y disponibilidad de la empresa será de lunes a viernes, desde las 9:00 horas a las 14:50 horas con una colación de 30 minutos, volviendo a las 15:20 horas hasta las 18:30 horas.
- Bodega: El horario de bodega será de lunes a viernes, desde las 8:00 horas hasta las 13:30 horas, con un break entre las horas mencionadas de 15 minutos y una colación de 30 minutos, volviendo a las 14:00 horas hasta las 17:30 horas. Este horario también lo compartirá la persona encargada del aseo.

3.10. PERSONAL DE OPERACIONES, CARGOS, PERFILES Y SUELDOS.

En esta sección se detallan la cantidad, cargos, perfiles y sueldos del personal, cabe mencionar que estos no representan el total de personal final de este proyecto, puesto que con el inminente crecimiento que se espera de este se necesitará contratar más personal. Lo anteriormente mencionado se detalla a continuación:

Conductor:

- Cargo: Conductor
- Cantidad: 3
- Perfil: Educación media completa, licencia de conducir clase B.
- Sueldo: \$550.000
- Funciones: Encargado de transportar la mercadería hacia el cliente, cumpliendo las rutas establecidas.
- Bodeguero
- Cargo: Bodeguero
- Cantidad: 2
- Perfil: Educación media completa
- Sueldo: \$500.000
- Funciones: Encargado de gestionar, registrar, manipular y mover mercadería en una bodega, además del empaque y carga de mercadería.

Jefe de bodega

- Cargo: Jefe de bodega
- Cantidad: 1
- Perfil: Ingeniero o técnico en logística, preferentemente con experiencia de al menos 1 año en cargos similares y con experiencia liderando personal.
- Sueldo: \$800.000
- Funciones: Persona responsable de inspeccionar todas las actividades y procedimientos que se llevan a cabo en un almacén, además de estar encargado del inventario.

Jefe de finanzas

- Cargo: Jefe de Finanzas
- Cantidad: 1
- Perfil: Ingeniero Comercial o Industrial, con experiencia de al menos 1 años en cargos similares, manejo de Excel nivel intermedio.
- Sueldo: \$1.000.000
- Funciones: Encargado/a de llevar todo lo correspondiente a lo económico y financiero de la empresa.

Informático:

- Cargo: Informático
- Cantidad: 1
- Perfil: Ingeniero informático, con experiencia de al menos 1 año en cargos similares, manejo de Excel nivel avanzado, manejo de lenguaje de programación (Python, SQL u otro)
- Sueldo bruto: \$900.000
- Funciones: Encargado de la programación y mantenimiento del software que utilizara la empresa.

Jefe de ventas

- Cargo: Jefe de ventas
- Cantidad: 1
- Perfil: Ingeniero Comercial o Industrial, con experiencia de al menos 1 año en cargos similares, manejo de Excel nivel intermedio.
- Sueldo bruto: \$1.000.000
- Funciones: Encargado del equipo de ventas y definir planes y estrategias de ventas.

Vendedora

- Cargo: Ejecutiva de ventas
- Cantidad: 3
- Perfil: Educación media completa
- Sueldo bruto: \$460.000 + comisión (15%)
- Funciones: Encargado de ventas, del contacto con el cliente, mantener y aumentar la clientela.

Personal de aseo

- Cargo: Personal de aseo
- Cantidad: 1
- Perfil: Educación media completa
- Sueldo Bruto: \$460.000
- Funciones: Encargado de la limpieza de las oficinas, exceptuando bodega.

3.11. INVERSIONES EN EQUIPO Y EDIFICACIONES.

Las inversiones en equipo se detallaron en el punto 33, donde se especifican las características de cada uno de ellos, además de su precio. A continuación, se mencionarán estas inversiones a través de tablas para resumir la información antes mencionada en el punto 3.3, por otra parte, se incluirán otros tipos de inversiones ver Tabla 3-6.

Tabla 3-6. Resumen de puntos 3.3.

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Total UF
Remodelación 2do piso	1	\$ 1.380.000	\$ 1.380.000	37,96
Implementación de bodega	1	\$ 1.012.419	\$ 1.012.419	27,85
Inventariado	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	27,51
Remodelación 1er piso	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	55,01
Bidón	4	\$ 7.000	\$ 28.000	0,77
Aire acondicionado	2	\$ 395.900	\$ 791.800	21,78
Creación de software	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	41,26
Pantalón Cargo Clásica Gabardina Hombre	7	\$ 12.990	\$ 90.930	2,50
Polera Piqué Manga Larga Hombre	7	\$ 8.990	\$ 62.930	1,73
Micro polar Térmico Corporativo	7	\$ 9.990	\$ 69.930	1,92
Zapato de Seguridad Puelche 1	6	\$ 12.990	\$ 77.940	2,14
Total			\$ 8.013.949	220,43

Fuente: Elaboración propia.

3.12. INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO.

El capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesario para la operación normal y eficiente del proyecto en el corto plazo. Para el cálculo de este, se utilizó el método de máximo déficit acumulado, considerando los 12 primeros meses, donde es necesario conocer ingresos y egresos del proyecto, los cuales se verán con mayor detalle más adelante ver Tabla 3-7.

Tabla 3-7. Método de máximo déficit acumulado

Año 1	10	15	20	27	34	42	50	58	66	76	89	
Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ingresos	\$0	\$8.859.791	\$10.363.907	\$15.089.222	\$18.744.152	\$25.729.933	\$32.316.054	\$39.746.190	\$49.446.171	\$53.968.890	\$56.335.437	\$74.725.811
Egresos	\$12.403.405	\$19.091.940	\$20.322.154	\$23.777.380	\$26.724.131	\$32.125.566	\$37.407.910	\$43.056.714	\$50.334.326	\$54.043.415	\$55.475.423	\$69.473.746
Saldo	\$12.403.405	\$10.232.149	\$9.958.247	\$8.688.158	\$7.979.979	\$6.395.633	\$5.091.856	\$3.310.524	\$888.155	\$74.525	\$860.014	\$5.252.065
Saldo acumulado	\$12.403.405	\$22.635.554	\$32.593.801	\$41.281.959	\$49.261.938	\$55.657.571	\$60.749.427	\$64.059.951	\$64.948.106	\$65.022.631	\$64.162.617	\$58.910.552

Fuente: Elaboración propia.

3.13. COSTO DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA.

En este apartado se mencionan todos los costos operacionales de carácter mensual y anual que afectan al proyecto los cuales se reflejan en la Tabla 3-8.

Tabla 3-8. Costos operacionales mensuales y anuales.

Descripción	Cantidad	Costo unitario mensual	Costo total	Total UF
Arriendo	1	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000	77,02
Teléfono + internet	1	\$ 39.300	\$ 39.300	1,08
Impresora	1	\$ 140.000	\$ 140.000	3,85
Bencina	2	\$ 480.000	\$ 960.000	26,41
Firma electrónica avanzada	2	\$ 20.924	\$ 41.848	1,15
Patente comercial	1	\$ 293.880	\$ 293.880	8,08
Publicidad	1	\$ 99.990	\$ 99.990	2,75
Agua de bidón	4	\$ 2.000	\$ 8.000	0,22
Mantenición	2	\$ 150.000	\$ 300.000	8,25
Botiquín nexcare 3M evolución	1	\$ 7.125	\$ 7.125	0,20
Total			\$ 4.690.143	129,01

Fuente: Elaboración propia.

3.14. COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA.

Los costos de puesta en marcha del proyecto son aquellos gastos que se realizan antes de iniciar con las actividades de la empresa y se realizan una sola vez. Dentro de estos costos para este proyecto se encuentran la remodelación de la oficina y bodega, la formación de la personalidad jurídica, publicidad, creación de software y mes de garantía de arriendo que para este proyecto sera de un 1 mes, en el caso de que los términos cambiaran y se debiera pagar 3 meses de garantía, este monto sera sacado del el 8% costos de imprevistos, ya que al ser una garantía al término del proyecto reflejado en el flujo de caja, esta garantía se devolvería y no generaría ningún cambio.

Tabla 3-9. Resumen de puesta en marcha.

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Total UF
Firma electrónica avanzada	2	\$ 20.924	\$ 41.848	1,15
Patente comercial	1	\$ 290.630	\$ 290.630	7,99
Publicidad	1	\$ 99.990	\$ 99.990	2,75
Remodelación 2do piso	1	\$ 1.380.000	\$ 1.380.000	37,96
Inventariado	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	27,51
Remodelación 1er piso	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	55,01
Creación de software	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	41,26
Mes de garantia de arriendo	1	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000	77,02
Total			\$ 9.112.468	251

Fuente: Elaboración propia.

3.15. COSTOS DE IMPREVISTOS.

Este apartado corresponde a un porcentaje de la suma de la inversión inicial y el capital de trabajo, el cual se añade a estos conceptos. Básicamente, implica aumentar el capital inicial en un porcentaje para cubrir cualquier imprevisto que no se haya tenido en cuenta. Estos imprevistos pueden incluir variaciones en el precio de un activo fijo, gastos de flete u otros gastos no previstos. Por esta razón, en este análisis se considerará un porcentaje del 8% para solventar cualquier inconveniente.

Tabla 3-10. Imprevistos

Costos de	Monto UF	
Imprevistos (8%)	\$ 10.136.815	278,83

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en la tabla, el 8% corresponde al imprevisto y este a su vez corresponde a la suma de la inversión inicial y el capital de trabajo.

3.16. TABLA RESUMEN DE INVERSIÓN INICIAL.

A continuación, se resume la inversión inicial en Tabla 3-11, la cual corresponde a la suma de la inversión inicial, puesta en marcha, el capital de trabajo y los imprevistos.

Tabla 3-11. Resumen de inversión inicial.

Descripción	Total	Total UF
Inversión inicial	\$ 51.229.180	1.409,12
Puesta en marcha	\$ 9.158.376	251,91
Capital de trabajo	\$ 66.322.631	1.824,29
Imprevistos (8%)	\$ 10.136.815	278,83
Inversión total	\$ 136.847.001	3.764,15

Fuente: Elaboración propia.

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

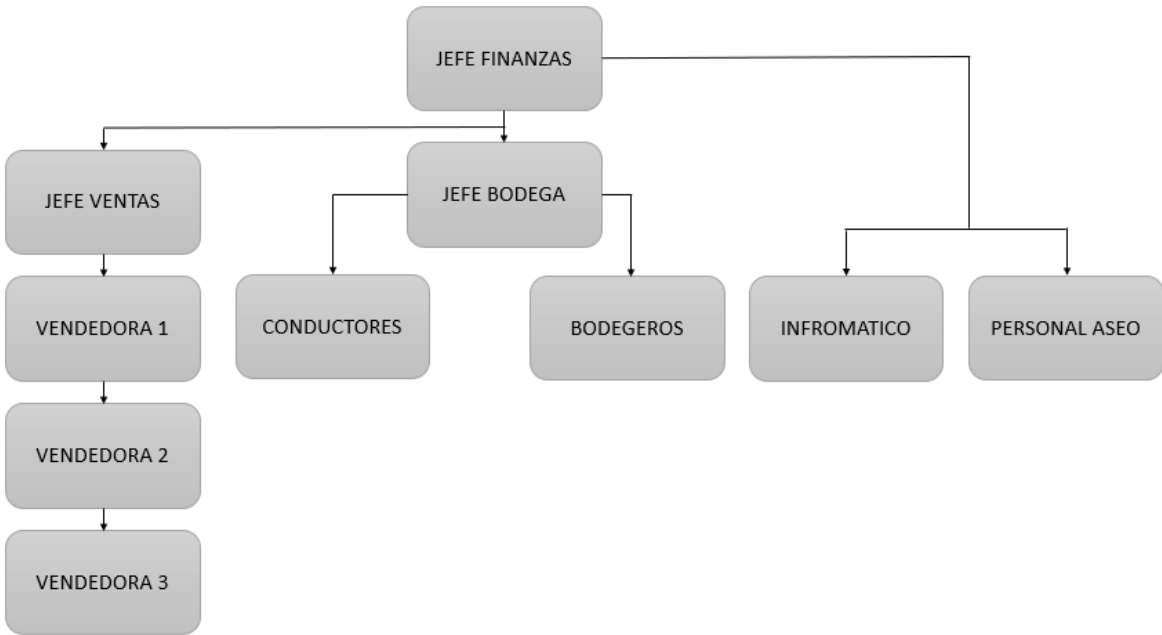
4. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y ABIENTAL.

4.1. PERSONAL.

La estructura de la organización será definida mediante la descripción del personal requerido para la empresa, así como de los cargos y perfiles necesarios para llevar a cabo de manera óptima la estructura interna. Se establecerán y definirán los cargos esenciales junto con sus respectivos requisitos.

4.1.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional permite identificar y asignar las funciones, cargos y responsabilidades de cada integrante de la empresa. Para ello, se contará con un jefe de finanzas, quien estará a cargo de las jefaturas de ventas y bodega. Además, también supervisará el área informática y el personal de aseo. A continuación, se presentará de manera más gráfica los niveles jerárquicos de la empresa a través del Diagrama 4-1.



Fuente: Elaboración propia.

Diagrama 4-1. Estructura organizacional de la empresa.

Para poder poner en contexto y apelando al marco legal vigente en Chile, la empresa no contara con auditor externo inicialmente, eso lo realizara la Jefa de Finanzas, aclarando adicionalmente que esta empresa se trata de una Sociedad de Responsabilidad Limitada conformada por 2 socios en este caso con cargos de Jefa de finanzas y jefa de Ventas, las decisiones, gestiones y planificaciones pasan por ellas, con respecto a sueldo tomaron la decisión que ese sería inicialmente y a medida que avance el proyecto será evaluado, adicionalmente a eso también están las ganancias de la empresa.

4.1.2. SISTEMAS DE INFORMACIÓN ADMINISTRATIVOS.

Para administrar de manera más eficiente la información relevante de la empresa, se empleará un software integral y personalizado. Este software se encargará de diversas funciones, incluyendo la generación de cotizaciones de productos en el área de ventas, el control automático actualizado del stock al generar una nota de venta, la emisión de facturas físicas y electrónicas, la gestión de la base de datos de clientes, la generación de planillas de pago para los trabajadores, y la supervisión del rendimiento de las ventas por vendedora a nivel mensual y semanal. Además, permitirá inventariar los productos mediante códigos de barras.

Este software sera fundamental para generar informes mensuales que detallen las actividades realizadas, lo que facilitará la identificación de errores y aciertos, y brindará la oportunidad de mejorar en el futuro, esperando así alcanzar los objetivos establecidos.

4.1.3. PERSONAL ADMINISTRATIVO, CARGOS, PERFILES Y SUELDOS

A continuación, se detalla cada uno de los cargos con sus perfiles correspondientes y sueldos que trabajaran en la empresa.

Tabla 4-1. Resumen de perfil del personal

Personal	Cargo	Perfil	Sueldo bruto
Conductor	Conductor	Educación media completa, licencia clase B	\$ 550.000
Bodeguero	Separador pedidos, ordenar y reponer la bodega	Educación media completa	\$ 500.000
Jefe de bodega	Jefe de Bodega	Ingeniero o tecnico en logistica	\$ 800.000
jefe de finanzas	Jefe del area contable	Ingeniero comer o industrial	\$ 1.000.000
Informático	Encargadi del software	Ingeniero informatico	\$ 900.000
Jefe de ventas	Jefe de ventas	Ingeniero comer o industrial	\$ 1.000.000
Vendedor/a	Ejecutiva de ventas	Educacion media completa	\$ 460.000 + comisión
Personal de aseo	Encargada de la limpieza de espacios comunes	Educacion media completa	\$ 460.000

Fuente: Elaboración propia.

4.1.4. GASTOS EN PERSONAL

Los gatos en personal corresponden a los sueldos mensuales entregados a cada uno de ellos. Por el momento, solo se han estipulado los gastos en la remuneración mensual. A medida que el proyecto avance, se evaluará la posibilidad de otorgar bonos o aguinaldos para las festividades.

Tabla 4-2. Gastos en personal.

Cargo	Cantidad	Sueldo bruto unitario	Total	Total UF
Conductor	3	\$ 550.000	\$ 1.650.000	45,39
Bodeguero	2	\$ 500.000	\$ 1.000.000	27,51
Jefe de bodega	1	\$ 800.000	\$ 800.000	22,01
Jefe de finanzas	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	27,51
Informático	1	\$ 900.000	\$ 900.000	24,76
Jefe de ventas	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	27,51
Vendedor/a	3	\$ 460.000	\$ 1.380.000	37,96
Personal de aseo	1	\$ 460.000	\$ 460.000	12,65
Total			\$ 8.190.000	225,28

Fuente: Elaboración propia.

4.2. LEGAL

El ordenamiento jurídico de cada país se basa en la constitución, leyes, reglamentos, decretos y costumbres, entre otros aspectos. Este determina diversas condiciones que se traducen en normativas permisivas o restrictivas que pueden influir en el desarrollo del proyecto.

Por consiguiente, se llevará a cabo un análisis de la viabilidad legal en Chile, considerando el funcionamiento y desarrollo del proyecto. Se evitará infringir los aspectos legales relacionados con el mismo, ya que el incumplimiento de las condiciones legales podría resultar en la desaprobación del proyecto.

4.2.1. MARCO LEGAL VIGENTE NACIONAL E INTERNACIONAL

Para cumplir con las leyes y normas chilenas vigentes, el establecimiento del lugar del servicio y su funcionamiento, la empresa debe contar con la siguiente documentación legal:

- Código del trabajo
- Decreto de Ley N°824 Ministerio de hacienda. Ley sobre impuesto a la renta.
- Decreto Ley N°594 Ministerio de Salud. Reglamento sobre condiciones sanitarias y ambientales básicas en los lugares de trabajo.

4.2.2. POLÍTICAS DE DESARROLLO INDUSTRIAL

La política de desarrollo industrial tiene como objetivo reducir la brecha tecnológica entre los países desarrollados y en vías de desarrollo, orientar los procesos de innovación y difusión de tecnología, fomentar la diversificación productiva y prevenir el uso predatorio de los recursos naturales. En consecuencia, esta política reconoce al sector privado como el principal motor de emprendimiento e innovación, lo que potencialmente beneficiaría a este proyecto en caso de que algún inversionista mostrara interés en nuestra propuesta innovadora. Sin embargo, también asigna al Estado un papel importante, especialmente cuando existen fallos de mercado que dificultan la emergencia de nuevos sectores. Se trata de una política que incorpora la innovación, el progreso técnico, la igualdad y sostenibilidad como impulsores del crecimiento económico.

4.2.3. ASPECTOS LEGALES DEL GIRO DEL PROYECTO

Para la información de la empresa, se utilizará una plataforma del gobierno diseñada para que cualquier persona pueda crear su empresa fácilmente y sin la gran cantidad de pasos que se requieren con una escritura tradicional. Esta página destinada a la creación de empresa se llama “Crear tu empresa en un día”. Un 77% de las personas prefieren utilizar este sistema.

4.2.3.1. Como funciona y que tipo de sociedad se pueden crear

Las personas que pueden utilizar esta plataforma son naturales y personas jurídicas, también cualquier persona con rut nacional.

Para crear la empresa se necesita:

- Definir el tipo de sociedad
- Nombre de la empresa
- Conocer el capital inicial
- Contratar una dirección tributaria
- Señalar las(s) actividades a realizar
- Indicar los poderes de administración que se entregaran al administrador o gerente
- Presentar información detallada de los socios, nombre completo, dirección, mail.

Actualmente en el portal se permite la creación de las siguientes sociedades:

- Empresa individual de responsabilidad limitada (EIRL)
- Sociedad de responsabilidad limitada (LTDA)
- Sociedad por acciones (SPA)
- Sociedad anónima cerrada (SA)
- Sociedades anónimas de garantía recíproca (SAGR)
- Sociedades colectivas comerciales (SCC)
- Sociedades en comandita simple (ECS)
- Sociedades en comandita por acciones (SCPA)

4.2.3.2. Requisitos para tomar en cuenta

La firma electrónica no es obligatoria, pero si facilita el proceso ya que los socios solo necesitarían firmar online sin la necesidad de ir a un notario.

En el trámite tradicional se necesita un abogado para poder completar todo el proceso, pero aquí no será necesario contar con su ayuda profesional ya que el mismo sistema indica que pasos seguir para crear la empresa, dando ejemplos de cómo llenarlos.

Tampoco se debe registrar en el conservador de bienes raíces ya que el sistema registra la información con todas las entidades gubernamentales pertinentes y tampoco se debe publicar en el diario oficial.

Se puede abrir una cuenta corriente al crear una empresa siempre y cuando la información registrada sea correcta, de lo contrario los abogados del banco en cuestión exigirán realizar modificaciones para abrir una cuenta corriente asociada a la pyme.

4.2.3.3. Una vez creada la empresa

Una vez ya registrada la empresa en el portal con éxito se debe:

- Iniciar actividades
- Indicar la dirección tributaria, señalando rol de la propiedad, rut del propietario y documentos que acrediten que la empresa puede funcionar en esa dirección
- Obtener la clave de la empresa
- Acreditar la actividad que vas a realizar para obtener el permiso para facturar
- Obtener la patente comercial.

4.2.3.4. Patente comercial

Documentación para obtención de la patente comercial:

- Inicio de actividades de SII
- Informe sanitario (SEREMI de Salud).
- Contrato de arrendamiento notarial (en caso de no ser el dueño de la propiedad)
- Contrato de compra y venta notarial (en caso de ser el dueño de la propiedad)
- Escritura de constitución de sociedad
- Rut sociedad (fotocopia)
- Cedula de identidad del representante legal (fotocopia)
- Certificado de capital simple emitido por el contador (en caso de que el capital este compuesto de capital efectivo, maquinaria y herramientas).

4.2.4. ASPECTOS LABORALES

El proyecto está sujeto a la normativa chilena DFL N° del Código del trabajo, en donde se señalada todo lo relacionado a contrato de trabajo, capacitaciones laboral y protección a los trabajadores, además de los derechos y obligaciones tanto del empleador como del trabajador.

Esta ley se encarga de velar por:

- Contrato individual de trabajo y capacitación laboral: remuneraciones, jornada laboral, permisos, feriados.
- Protección de los trabajadores: Seguro contra accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, protección a la maternidad, entre otros.

4.2.5. COSTOS ASOCIADOS AL CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN VIGENTE

Los costos asociados a esta etapa son los siguientes:

Pago patente comercial o municipal (entre un 0,25% y un 0,5% del capital inicial declarado por la empresa)

Firma electrónica avanzada (FEA) \$20.924 + iva por cada firma de integrante de la sociedad.

4.3.SOCIETARIA.

4.3.1. RELACIÓN ENTRE LOS INVERSIONISTAS

La constitución de la sociedad determina la situación contractual de los accionistas, inversionistas o socios del proyecto. En este caso, la sociedad elegida para el proyecto es la Sociedad de Responsabilidad Limitada (Ltda).

4.3.2. ESTRUCTURA SOCIETARIA

La Sociedad de Responsabilidad Limitada es una persona jurídica o empresa conformada por un mínimo de dos y una máximo de cincuenta socios, quienes limitan su

responsabilidad al monto aportado como capital. Tanto los socios pueden ser personas naturales como jurídicas.

Este tipo de sociedad se constituye principalmente debido a que los socios limitan su responsabilidad al monto de sus aportes, no se requiere un monto mínimo para su constitución y son más simples en su administración, ya que generalmente son los propios socios quienes se encargan de ella. Se caracteriza por estar conformada por personas de confianza entre sí.

Otras características:

Los socios limitan su responsabilidad al capital que cada uno ha aportado. Esto debe expresarse de manera detallada, señalando el porcentaje específico, si la empresa debe cumplir con obligaciones tributarias, cada socio es responsable por su porcentaje.

- La razón social debe contener el rubro o los apellidos de, al menos, uno de los socios, seguido de la palabra “Limitada”
- Puede tener uno o varios giros sociales.
- Por lo general, es administrada por sus socios de común acuerdo, esto puede llevarse a cabo por uno o más socios, según lo indiquen los estatutos.
- Pueden incorporarse nuevos socios mediante una cesión de derechos o realizar un aumento del capital, de esta forma el nuevo socio puede ingresar su aporte. Para esto, debe tener el consentimiento de todos los participantes.
- Para cualquier cambio de estatuto o disolución de la sociedad de responsabilidad limitada, todos sus participantes deben estar de acuerdo y suscribir el formulario pertinente.

4.3.3. ESTIMACIÓN DEL GASTO PARA DAR FORMA A LA ESTRUCTURA SOCIETARIA.

El único gasto para dar forma a la estructura societaria sería el gasto obtenido anteriormente de la firma avanzada electrónica.

4.4. TRIBUTARIA

4.4.1. SISTEMA TRIBUTARIO

El sistema tributario en Chile está compuesto por el conjunto de las normas legales, organismos públicos y procedimientos destinados al cobro de impuestos, los cuales se clasifican en dos grandes grupos: Impuestos Directos e Impuestos Indirectos.

Directos: Son aquellos que gravan o afectan la obtención de la renta o riqueza en manos del sujeto que la obtiene.

Indirectos: Afectan la manifestación de la riqueza, gravando, actos y/o contratos.

En Chile se tiene diferentes impuestos, pero los ms importantes son el impuesto a la renta e impuesto al valor agregado, actualmente el impuesto a la renta está en 27% del 2019 en adelante, de las utilidades devengadas o percibidas por la empresa durante el año comercial, por lo mismo las empresas deberán mensualmente a las compras y ventas realizadas durante el mes, este impuesto equivale al 19%.

PPM, Pagos Provisionales, este monto se determina porcentualmente de acuerdo con los ingresos brutos mensuales devengados o percibidos.

IGC, Impuesto Global Complementario, según, afectará a los miembros de la sociedad de acuerdo con las ganancias obtenidas en el período.

4.5. FINANCIERA.

4.5.1. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Las opciones de financiamiento a las que se pueden optar son: aportes de los propios recursos del inversionista o solicitar financiamiento a instituciones financieras. Para este proyecto, estos recursos, serán los necesario para realizar la inversión inicial del proyecto en que se incluye: capital de trabajo, puesta en marcha, inversión en equipos y un porcentaje el cual, es considerado para imprevistos. Para esta evaluación de este proyecto según la pauta de trabajo se considerarán los siguientes escenarios:

Proyecto financiado en 50%: Se considera un aporte del 50% por medio de un crédito a través de una institución financiera y el 50% de aporte lo realiza el inversionista con sus propios recursos.

Proyecto financiado en 75%: Se considera un aporte del 75% por medio de un crédito a través de una institución financiera y el 25% de aporte lo realiza el inversionista con sus propios recursos.

4.5.2. INSTITUCIONES CREDITICIAS

Las instituciones crediticias corresponden a todos aquellos establecimientos que ofrecen créditos de consumo a las personas o empresas. En Chile son diversas compañías que realizan estos préstamos, hasta las distintas casas comerciales hoy en día prestan dinero a quien lo necesite y cumpla con los requerimientos.

En el presente informe, se solicitará un préstamo a una institución bancaria, donde, dependiendo del monto y plazo del préstamo, será la tasa de interés estipulada.

4.5.3. LEASING

El Leasing es un sistema de financiamiento que consiste en un contrato de arriendo, a un plazo previamente pactado, en el cual el arrendatario cancela cuotas mensuales que en su totalidad amortizan el valor de los bienes. Al finalizar el contrato, el arrendatario tiene la alternativa de adquirir el bien, cancelando la cuota de opción de compra, la cual, en la generalidad de los casos equivale a una cuota más del contrato.

4.5.4. COSTOS DE FINANCIAMIENTO

El costo de financiamiento externo tiene que ver con los gastos que implican adquirir un crédito en alguna institución bancaria. Esos corresponden a los costos en tramitaciones y principalmente al interés que las instituciones crediticias cobran por los préstamos solicitados, los cuales dependen y varían de si estos son de corto o de largo plazo.

Se considera al Banco Estado la tasa de interés 5,95% anual.

4.6.AMBIENTAL.

Luego de realizar una investigación sobre las leyes medioambientales existen y vigentes hoy días consideramos que para este proyecto no se generan residuos contaminantes por otra parte, al igual que cualquier otra empresa o departamento administrativo, se generan residuos de oficina o basura común, en donde su retiro estará a cargo del servicio municipal de la comuna de Viña del Mar y para generar un pequeño aporte al medio ambiente todos los desechos de papelería serán retirados de las independencias a centros de reciclaje.

CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN ECONÓMICA

5. EVALUACIÓN ECONÓMICA.

La evaluación económica constituye la etapa final del proyecto. En esta fase, se emplean indicadores económicos como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Periodo de recuperación de la Inversión (PRI) para determinar la rentabilidad de este y tomar decisiones acerca de su viabilidad en el horizonte temporal establecido.

5.1. CONSIDERACIONES A UTILIZAR.

5.1.1. HORIZONTE DEL PROYECTO

Lo recomendable es que los proyectos no excedan los 10 años como horizonte de trabajo. Generalmente, este periodo se determina según la vida útil de los activos operacionales. Sin embargo, para el presente proyecto, este no es el caso. El factor utilizado para establecer el horizonte temporal se basa en un contrato ofrecido por un proveedor de una marca importante. Inicialmente, el contrato sería de 2 años, durante los cuales adquiriríamos una cantidad determinada de sus productos cada mes, a cambio, recibiríamos precios preferenciales para ingresar al mercado con precios competitivos. La renovación del contrato sería por 3 años adicionales. Por lo tanto, según esta consideración, el horizonte del proyecto sería de 5 años.

5.1.2. TASA DESCUENTO

La tasa de descuento representa el retorno mínimo exigido por el inversionista a la inversión del proyecto. Esto se debe a que el inversionista debe renunciar a un uso alternativo de recursos, los cuales podrían ser invertidos en su mejor alternativa de negocio.

Mediante la formula

$$R = R_f + (R_m - R_f) * \beta$$

R = Tasa de descuento

R_f = Tasa libre de riesgo

R_m = Tasa de rentabilidad de mercado

B = Constante según tipo de negocio (Relación entre el riesgo del proyecto, respecto al riesgo del mercado

Para el cálculo de la tasa de descuento se debió estimar la tasa libre de riesgo (Rf) mediante el promedio que no dará la siguiente tabla del banco central

Tabla 5-1. Tasa libre de riesgo

Periodo	1.Bonos en UF a 5 años (BCU, BTU)
2013	2,34
2014	1,54
2015	1,12
2016	1,14
2017	1,04
2018	1,17
2019	0,39
2020	-0,50
2021	0,40
2022	1,85
RF	1,05

Fuente: Banco Central.

5.1.2.1.Tasa de rentabilidad de mercado (Rm)

La tasa de rentabilidad de mercado o tasa media de retorno se obtiene a través de la variación de índice de precio selectivo de acciones (IPSA), entregado por la Bolsa de Comercio de Santiago para los últimos 10 años en los mercados de renta variable, como se ve en la Tabla 5-2.

Tabla 5-2. Tasa de rentabilidad de mercado.

Periodo	SP IPSA
2013	-14,00
2014	4,10
2015	-4,43
2016	12,80
2017	34,04
2018	-8,25
2019	-8,53
2020	-10,55
2021	3,14
2022	22.13
RM	0,92

Fuente: Bolsa de Comercio de Santiago.

5.1.2.2. Beta

La constante según tipo d negocio (β), entregada por Aswath Damodaran, actualizada en enero de 2019, corresponde al valor de beta en la sección de servicios para empresas y consumidores al ser nuestro rubro el de distribución, ver Tabla 5-3.

Tabla 5-3. Constante según tipo de negocio.

Nombre de la industria	Número de empresas	Beta	Relación D / E	Tasa efectiva de impuestos	Beta no apalancada	Efectivo / valor de la empresa
Servicios para empresas y consumidores	164	1,17	27,47%	9,43%	0,97	4,80%

Fuente: Aswath Damodaran

5.1.2.3.Cálculo de la tasa de descuento

Tomando los valores obtenidos anteriormente, la tasa de descuento seria la siguiente:

Rf: 1,05
Rm: 0,92
 β : 1,17
 $R=1,05 + (0,92 - 1,05)*1,17$
 $R= 0,8979$

Debido a que el resultado R es menos al 8%, se empleará un método alternativo. Este método implica sumar la tasa libre de riesgo más una prima por riesgo, la cual se detalla en la Tabla 5-4.

Tabla 5-4. Método prima por riesgo.

Nivel de Riesgo	Prima por riesgo(%)	Ejemplo de Proyectos			
Alto	Sobre 20%	Desarrollo de nuevos productos			
		Proyectos que usan conceptos muy novedosos			
		Contratos internacionales			
Mediano	10%-20%	Proyectos algo fuera del giro de la empresa			
		Procesos nuevos que no han sido completamente investigados			
Promedio	5%-10%	Incrementos en las capacidades de producción			
		Implementación de una nueva tecnología conocida			
		Proyectos con información de mercado incompleta			
Bajo	1%-5%	Mejoramiento de la productividad			
		Expansiones en un mercado en donde es líder y lo conoce bien			
Muy Bajo	0%-1%	Reducción de costos			
		Proyectos relativos de seguridad			

Fuente: Información entregada por profesor guía.

Se seleccionó la prima por riesgo más alta del nivel de riesgo promedio, que es del 10%, en el apartado “Proyectos con información de mercado incompleta”. Esto se hizo porque se optó por la condición más adversa para determinar la rentabilidad del proyecto. Por lo tanto al sumar la Tasa libre de riesgo con la prima por riesgo da como resultado una tasa de descuento de 11,05%.

5.1.3. MONEDA A UTILIZAR

La moneda más conveniente para utilizar en el proyecto sería la nacional, ya que todas las inversiones y compras se efectúan en ella, al igual que los egresos se contabilizan en dicha moneda. Esto se debe principalmente a que el proyecto se desarrolla en territorio nacional. Sin embargo, posteriormente, los montos son convertidos en UF debido al reajuste que recibe diariamente, actualizando su valor teniendo en cuenta la inflación. A la fecha del 27/10/2023, el valor de la UF equivale a \$36.355 pesos.

5.1.4. IMPUESTO

El impuesto a la renta corresponde a una parte de las utilidades de la empresa y se paga cada año. Para el año 2023 según el servicio de impuestos internos (SII), el impuesto a la renta corresponde a un 25%.

Tabla 5-5. Tasas de impuestos de primera categoría.

Años comerciales en que se aplica la tasa de Primera Categoría.	Tasas de Primera Categoría
1977 al 1990	10%
1991 al 2001	15%
2002	16%
2003	16,5%
2004 hasta 2010	17%
2011 hasta 2013	20%
2014	21%
2015	22,5%
2016	24%
2017 y siguientes, para Contribuyentes del Artículo 14, letra A) LIR (Régimen creado por la Ley 20.780 de 2014)	25%
2017 para Contribuyentes sujetos al Artículo 14, letra B) LIR (Régimen creado por la Ley 20.780 de 2014)	25,5%
2018 y 2019, para Contribuyentes sujetos al Artículo 14, letra B) LIR (Régimen creado por la Ley 20.780 de 2014)	27%
2020 y siguientes para contribuyentes sujetos al artículo 14, letra A) LIR (Régimen creado por la Ley 21.210 de 2020)	27%
2020, 2021 y 2022 para contribuyentes artículo 14, letra D) N°3 LIR (Régimen creado por la Ley 21.210 de 2020)	10%
2023 para contribuyentes artículo 14, letra D) N°3 LIR (Régimen creado por la Ley 21.578 de 2023)	10%
2024 para contribuyentes artículo 14, letra D) N°3 LIR (Régimen creado por la Ley 21.578 de 2023)	12,5%
2025 y siguientes para contribuyentes artículo 14, letra D) N°3 LIR (Régimen creado por la Ley 21.578 de 2023)	25%

Fuente: SII

5.1.5. VALOR RESIDUAL

El valor residual o valor de venta de los activos, es el valor de venta del activo a precio del mercado. Para este proyecto, a cada activo se le consideró como valor de venta el 30% de su valor de compra.

5.1.6. DEPRECIACIONES

La depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo, pudiendo ser normal o acelerada. En el caso del proyecto, se empleará depreciación acelerada.

El número de años de vida útil del activo se obtiene de la nueva tabla de vida útil de los bienes físicos del activo inmovilizado del Servicio de Impuestos Internos (SII).

Mediante la Tabla 5-6 se puede obtener el Valor libro con los años sobrantes que faltan por depreciar.

En la Tabla 5-7 además se adjunta el valor residual del activo que está calculado en UF.

Tabla 5-6. Tabla vida útil de los activos depreciables.

Descripción	normal	acelerada
Notebook HP 240	6	2
Base para notebook	6	2
Escritorio jefatura	7	2
Escritorio venta	7	2
Sillas escritorio jefatura	7	2
Sillas escritorio venta	7	2
Microcomponente	6	2
Dispensador de agua	9	3
Teléfono fijo + internet	6	2
Notebook	6	2
Mesón	7	2
Soporte y monitor notebook	6	2
Escáner de código barra	6	2
Estante metálico	7	2
Camioneta bóxer	7	2
Camioneta partner	7	2
Carro de supermercado metálico	7	2
Transpaleta 3T	7	2
Hervidor	9	3
Microondas	9	3
Refrigerador	9	3
Carro Plegable Carga Aluminio Yegua Grande 200kg	7	2

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos.

Tabla 5-7. Descripción de activos fijos.

Activo	Costo	Vida útil	Monto por depreciar	1	2	3	4	5	Valor Libro	Valor Residual	Venta - VL
Notebook HP 240	38,77	2	19,38	19,38	19,38	0,00	0,00	0,00	0,00	11,63	11,63
Base para notebook	1,34	2	0,67	0,67	0,67	0,00	0,00	0,00	0,00	0,40	0,40
Escritorio jefatura	2,23	2	1,11	1,11	1,11	0,00	0,00	0,00	0,00	0,67	0,67
Escritorio venta	3,56	2	1,78	1,78	1,78	0,00	0,00	0,00	0,00	1,07	1,07
Sillas escritorio jefatura	6,67	2	3,34	3,34	3,34	0,00	0,00	0,00	0,00	2,00	2,00
Sillas escritorio venta	4,67	2	2,34	2,34	2,34	0,00	0,00	0,00	0,00	1,40	1,40
Microcomponente	2,67	2	1,34	1,34	1,34	0,00	0,00	0,00	0,00	0,80	0,80
Dispensador de agua	2,67	3	0,89	0,89	0,89	0,89	0,00	0,00	0,00	0,80	0,80
Teléfono fijo + internet	1,08	2	0,54	0,54	0,54	0,00	0,00	0,00	0,00	0,32	0,32
Notebook	20,05	2	10,03	10,03	10,03	0,00	0,00	0,00	0,00	6,02	6,02
Mesón	28,02	2	14,01	14,01	14,01	0,00	0,00	0,00	0,00	8,41	8,41
Soporte y monitor notebook	1,51	2	0,76	0,76	0,76	0,00	0,00	0,00	0,00	0,45	0,45
Escáner de código barra	2,18	2	1,09	1,09	1,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,65	0,65
Estante metálico	27,85	2	13,92	13,92	13,92	0,00	0,00	0,00	0,00	8,35	8,35
Camioneta bóxer	662,57	2	331,28	331,28	331,28	0,00	0,00	0,00	0,00	198,77	198,77
Camioneta partner	469,02	2	234,51	234,51	234,51	0,00	234,51	234,51	0,00	140,71	140,71
Carro de supermercado metálico	17,49	2	8,74	8,74	8,74	0,00	0,00	0,00	0,00	5,25	5,25
Transpaleta 3T	8,91	2	4,46	4,46	4,46	0,00	0,00	0,00	0,00	2,67	2,67
Hervidor	0,49	3	0,16	0,16	0,16	0,16	0,00	0,00	0,00	0,15	0,15
Microondas	2,23	3	0,74	0,74	0,74	0,74	0,00	0,00	0,00	0,67	0,67
Refrigerador	4,01	3	1,34	1,34	1,34	1,34	0,00	0,00	0,00	1,20	1,20
Carro Plegable Carga Aluminio	1,51	2	0,76	0,76	0,76	0,00	0,00	0,00	0,00	0,45	0,45
Yegua Grande 200kg											
Total				653,19	653,19	3,13	234,51	234,51	0,00	392,85	392,85

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos.

5.1.7. INVERSIONES

Se llevará a cabo una inversión en el tercer año del proyecto, la adquisición de una nueva camioneta Partner, la cual comenzará a depreciarse en los años 4 y 5 del proyecto. Además, se contratará a una nueva vendedora y a un bodeguero, para los cuales se han contabilizado todos los implementos necesarios para llevar cabo sus actividades básicas. Este personal nuevo se incorporará en el cuarto año del proyecto, y sus ingresos y egresos serán considerados en los flujos de caja posteriores.

5.1.8. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Al momento de financiar el proyecto, se determinan dos flujos con distintos tipos de financiamiento bancario a largo plazo, los cuales representan el 50% y el 75%, respectivamente. El Banco Estado [1], ofrece una tasa de interés de crédito em Unidades de Fomento (UF) del 5,95%.

Tabla 5-8. Amortización financiamiento 50%.

Periodos (Años)	Capital insoluto	Amortización	Interes	Cuota
0	1.882,08			
1	1.547,87	334,21	111,98	446,19
2	1.193,78	354,09	92,10	446,19
3	818,62	375,16	71,03	446,19
4	421,13	397,48	48,71	446,19
5	-	421,13	25,06	446,19

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos.

Tabla 5-9. Amortización financiamiento 75%.

Periodos (Años)	Capital insoluto	Amortización	Interes	Cuota
0	2.823,11			
1	2.321,80	501,31	167,98	669,29
2	1.790,67	531,14	138,15	669,29
3	1.227,92	562,74	106,54	669,29
4	631,70	596,22	73,06	669,29
5	0,00	631,70	37,59	669,29

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos.

5.1.9. INGRESOS E EGRESOS DEL PROYECTO

Los ingresos se generarán únicamente a partir de las ventas realizadas por las vendedoras mes a mes. Durante los tres primeros años, se contará con 3 vendedoras, y en los 2 años siguientes, con un total de 4 vendedoras. Los egresos incluirán el costo de realizar la venta, ya sea de despacho o de compra de stock, así como los artículos que se deben comprar mensualmente para los 5 años. Además, en verde se indicarán los nuevos clientes que se sumarán mes a mes.

Tabla 5-10. Ingresos y egresos año 2.

Año 2	90	91	92	93	93	94	95	96	97	98	100	102		
Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total	Total UF
Ingresos	\$54.191.307	\$71.716.487	\$76.444.145	\$73.959.514	\$86.169.459	\$63.108.335	\$80.206.957	\$85.447.237	\$86.160.531	\$80.304.469	\$88.553.078	\$74.679.294	\$920.940.813	25.331,66
Egresos	\$53.948.224	\$67.600.113	\$70.661.686	\$69.957.328	\$79.609.117	\$61.233.397	\$74.320.565	\$77.938.840	\$78.655.930	\$74.935.968	\$80.009.395	\$69.681.495	\$858.552.058	23.615,58
Saldo	\$243.083	\$4.116.374	\$5.782.459	\$4.002.186	\$6.560.342	\$1.874.938	\$5.886.392	\$7.508.397	\$7.504.601	\$5.368.501	\$8.543.683	\$4.997.799	\$62.388.755	1.716,08
Saldo acumulado	\$243.083	\$4.359.457	\$10.141.916	\$14.144.102	\$20.704.444	\$22.579.382	\$28.465.774	\$35.974.171	\$43.478.772	\$48.847.273	\$57.390.956	\$62.388.755	\$348.718.085	9.591,94

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos.

Tabla 5-11. Ingresos y egresos año 3.

Año 3	103	105	106	107	108	109	110	111	112	113	115	117		
Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total	Total UF
Ingresos	\$63.978.144	\$96.441.901	\$111.122.623	\$104.405.069	\$104.991.041	\$87.773.211	\$90.982.511	\$105.069.883	\$113.930.951	\$99.327.197	\$111.368.784	\$113.484.469	\$1.202.875.784	33.086,64
Egresos	\$61.699.171	\$86.271.016	\$98.774.340	\$94.201.204	\$94.710.211	\$80.655.106	\$83.267.884	\$94.475.527	\$104.898.590	\$90.849.102	\$97.831.696	\$100.246.309	\$1.087.880.156	29.923,54
Saldo	\$2.278.973	\$10.170.885	\$12.348.283	\$10.203.865	\$10.280.830	\$7.118.105	\$7.714.627	\$10.594.356	\$9.032.361	\$8.478.095	\$13.537.088	\$13.238.160	\$114.995.628	3.163,10
Saldo acumulado	\$2.278.973	\$12.449.858	\$24.798.141	\$35.002.006	\$45.282.836	\$52.400.941	\$60.115.568	\$70.709.924	\$79.742.285	\$88.220.380	\$101.757.468	\$114.995.628	\$687.754.008	18.917,56

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos.

Tabla 5-12. Ingresos y egresos año 4.

Año 4	118	119	122	123	126	127	128	129	130	131	132	134		
Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total	Total UF
Ingresos	\$88.989.229	\$145.564.634	\$177.235.284	\$155.446.243	\$169.875.180	\$139.829.223	\$146.032.549	\$174.187.673	\$169.162.956	\$160.390.516	\$173.204.975	\$193.214.511	\$1.893.132.973	52.073,05
Egresos	\$81.225.890	\$127.772.752	\$151.796.137	\$132.162.104	\$143.223.033	\$120.427.293	\$126.874.836	\$149.246.631	\$146.399.754	\$137.903.151	\$145.695.618	\$161.432.545	\$1.624.159.744	44.674,60
Saldo	\$7.763.339	\$17.791.882	\$25.439.147	\$23.284.139	\$26.652.147	\$19.401.930	\$19.157.713	\$24.941.042	\$22.763.202	\$22.487.365	\$27.509.357	\$31.781.966	\$268.973.229	7.398,45
Saldo acumulado	\$7.763.339	\$25.555.221	\$50.994.368	\$74.278.507	\$100.930.654	\$120.332.584	\$139.490.297	\$164.431.339	\$187.194.541	\$209.681.906	\$237.191.263	\$268.973.229	\$1.586.817.248	43.647,44

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos.

Tabla 5-13. Ingreso y egreso año 5.

Año 5	134	135	136	137	138	139	140	141	142	143	144	146		
Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total	Total UF
Ingresos	\$92.749.628	\$151.563.499	\$181.334.820	\$158.908.682	\$170.761.678	\$140.462.686	\$146.595.175	\$174.752.620	\$169.590.765	\$160.692.412	\$173.420.673	\$193.214.511	\$1.914.047.149	52.648,32
Egresos	\$84.134.107	\$132.527.239	\$155.020.357	\$134.829.633	\$143.905.718	\$120.916.669	\$127.315.864	\$149.682.576	\$146.738.628	\$138.139.373	\$145.861.611	\$161.432.545	\$1.640.504.320	45.124,18
Saldo	\$8.615.521	\$19.036.260	\$26.314.463	\$24.079.049	\$26.855.960	\$19.546.017	\$19.279.311	\$25.070.044	\$22.852.137	\$22.553.039	\$27.559.062	\$31.781.966	\$273.542.829	7.524,15
Saldo acumulado	\$8.615.521	\$27.651.781	\$53.966.244	\$78.045.293	\$104.901.253	\$124.447.270	\$143.726.581	\$168.796.625	\$191.648.762	\$214.201.801	\$241.760.863	\$273.542.829	\$1.631.304.823	44.871,13

Fuente: elaboración propia en base a datos obtenidos.

5.2. PROYECTO PURO.

5.2.1. FLUJO DE CAJA PURO SIN FINANCIAMIENTO EXTERNO

El proyecto puro contempla la evaluación del flujo de caja sin ningún crédito a largo plazo esta opción de inversión considera que el inversionista aporte el 100% del capital requerido.

- Unidad de Fomento: \$36.355 correspondiente al 27 de octubre de 2023.
- Impuesto: 25% correspondiente al impuesto de primera categoría.
- Tasa de descuento: 11,05%
- Tasa de interés anual del Banco Estado: 5,95%
- Tasa de interés crédito a corto plazo Banco Estado: 5,95%

Tabla 5-14. Flujo de caja proyecto puro sin financiamiento externo.

	Flujo de caja					
Periodos	0	1	2	3	4	5
Ingreso	0,00	10.598,87	25.331,66	33.086,64	52.073,05	52.648,32
Egreso	0,00	12.518,99	24.248,94	30.701,60	46.820,24	47.282,36
Margen	0,00	1.920,12	1.082,72	2.385,04	5.252,81	5.365,96
Depreciación	0,00	653,19	653,19	3,13	234,51	234,51
Valor libro	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Valor residual	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	533,56
Perdida ejercicio anterior	0,00	0,00	2.573,30	2.258,02	0,00	0,00
Interes CP	0,00	0,00	114,25	56,62	0,00	0,00
Interes LP	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad antes de impuestos	0,00	2.573,30	2.258,02	67,27	5.018,30	5.665,01
Impuesto (25%)	0,00	0,00	0,00	16,82	1.254,57	1.416,25
Utilidad despues de impuestos	0,00	2.573,30	2.258,02	50,45	3.763,72	4.248,76
Depreciación	0,00	653,19	653,19	3,13	234,51	234,51
Valor libro	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Credito CP	0,00	1.920,12	951,64	0,00	0,00	0,00
Credito LP	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amorizacion CP	0,00	0,00	1.920,12	951,64	0,00	0,00
Amorizacion LP	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Perdida ejercicio anterior	0,00	0,00	2.573,30	2.258,02	0,00	0,00
Inversión	1.939,86	0,00	0,00	469,02	0,00	0,00
Capital de trabajo	1.824,29	0,00	0,00	0,00	0,00	1.824,29
Flujo de caja	3.764,15	0,00	0,00	890,94	3.998,23	6.307,56
Flujo de caja actualizado	3.764,15	0,00	0,00	650,57	2.629,02	3.734,81
Flujo de caja Acumulado	3.764,15	3.764,15	3.764,15	3.113,58	484,56	3.250,25

Fuente: Elaboración propia.

Tasa de descuento 11,05%

VAN 3.250,25

TIR 28%

PRI 5

5.3. PROYECTO CON FINANCIAMIENTO EXTERNO.

A continuación, se evaluarán dos condiciones con diferentes porcentajes de financiamiento externo, donde el inversionista pondrá un 50% y 75% respectivamente y las condiciones son las siguientes:

- Unidad de Fomento: \$36.355 correspondiente al 27 de octubre de 2023
- Impuesto: 25% correspondiente al impuesto de primero categoría.
- Tasa de descuento: 11,05%
- Tasa de interés anual del Banco Estado: 5,95%
- Tasa de interés crédito a corto plazo Banco Estado: 5,95%

5.3.1. **FLUJO DE CAJA CON 50% DE FINANCIAMIENTO EXTERNO.**

Tabla 5-15. Flujo de caja proyecto con un 50% de financiamiento externo.

Periodos	Flujo de caja					
	0	1	2	3	4	5
Ingreso	0,00	10.598,87	25.331,66	33.086,64	52.073,05	52.648,32
Egreso	0,00	12.518,99	24.248,94	30.701,60	46.820,24	47.282,36
Margen	0,00	1.920,12	1.082,72	2.385,04	5.252,81	5.365,96
Depreciación	0,00	653,19	653,19	3,13	234,51	234,51
Valor libro	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Valor residual	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	533,56
Perdida ejercicio anterior	0,00	0,00	2.685,29	2.488,65	289,07	0,00
Interes CP	0,00	0,00	140,80	111,30	30,47	0,00
Interes LP	0,00	111,98	92,10	71,03	48,71	25,06
Utilidad antes de impuestos	0,00	2.685,29	2.488,65	289,07	4.650,06	5.639,95
Impuesto (25%)	0,00	0,00	0,00	0,00	1.162,51	1.409,99
Utilidad despues de impuestos	0,00	2.685,29	2.488,65	289,07	3.487,54	4.229,96
Depreciación	0,00	653,19	653,19	3,13	234,51	234,51
Valor libro	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Credito CP	0,00	2.366,31	1.870,57	512,04	0,00	0,00
Credito LP	1.882,08	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amorizacion CP	0,00	0,00	2.366,31	1.870,57	512,04	0,00
Amorizacion LP	0,00	334,21	354,09	375,16	397,48	421,13
Perdida ejercicio anterior	0,00	0,00	2.685,29	2.488,65	289,07	0,00
Inversión	1.939,86	0,00	0,00	469,02	0,00	0,00
Capital de trabajo	1.824,29	0,00	0,00	0,00	0,00	1.824,29
Flujo de caja	1.882,08	0,00	0,00	0,00	3.101,60	5.867,63
Flujo de caja actualizado	1.882,08	0,00	0,00	0,00	2.039,44	3.474,32
Flujo de caja Acumulado	1.882,08	1.882,07	1.882,08	1.882,07	157,37	3.631,69

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos.

Tasa de descuento 11,05%

VAN 3.631,69

TIR 40%

PRI 4

5.3.2. FLUJO DE CAJA CON 75% DE FINANCIAMIENTO EXTERNO.

Tabla 5-16. Flujo de caja proyecto con un 75% de financiamiento externo.

	Flujo de caja					
Periodos	0	1	2	3	4	5
Ingreso	0,00	10.598,87	25.331,66	33.086,64	52.073,05	52.648,32
Egreso	0,00	12.518,99	24.248,94	30.701,60	46.820,24	47.282,36
Margen	0,00	1.920,12	1.082,72	2.385,04	5.252,81	5.365,96
Depreciación	0,00	653,19	653,19	3,13	234,51	234,51
Valor libro	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Valor residual	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	533,56
Perdida ejercicio anterior	0,00	0,00	2.741,28	2.603,96	467,23	0,00
Interes CP	0,00	0,00	154,07	138,64	72,70	0,00
Interes LP	0,00	167,98	138,15	106,54	73,06	37,59
Utilidad antes de impuestos	0,00	2.741,28	2.603,96	467,23	4.405,30	5.627,42
Impuesto (25%)	0,00	0,00	0,00	0,00	1.101,32	1.406,86
Utilidad despues de impuestos	0,00	2.741,28	2.603,96	467,23	3.303,97	4.220,57
Depreciación	0,00	653,19	653,19	3,13	234,51	234,51
Valor libro	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Credito CP	0,00	2.589,40	2.330,03	1.221,93	0,00	0,00
Credito LP	2.823,11	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Amorizacion CP	0,00	0,00	2.589,40	2.330,03	1.221,93	0,00
Amorizacion LP	0,00	501,31	531,14	562,74	596,22	631,70
Perdida ejercicio anterior	0,00	0,00	2.741,28	2.603,96	467,23	0,00
Inversión	1.939,86	0,00	0,00	469,02	0,00	0,00
Capital de trabajo	1.824,29	0,00	0,00	0,00	0,00	1.824,29
Flujo de caja	941,04	0,00	0,00	0,00	2.187,56	5.647,67
Flujo de caja actualizado	941,04	0,00	0,00	0,00	1.438,42	3.344,08
Flujo de caja Acumulado	941,04	941,04	941,04	941,04	497,38	3.841,46

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos.

Tasa de descuento 11,05%
VAN 3.841,46
TRI 57%
PRI 4

5.4. RESUMEN DE INDICADORES ECONÓMICOS.

Tabla 5-17. Resumen indicadores económicos

% de financiamiento	VAN	TIR	PRI
0	3250,25	28%	5
50%	3631,69	40%	4
75%	3841,46	57%	4

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos.

5.5. SENSIBILIZACIONES.

La sensibilización sirve para determinar cuánto pueden modificarse algunas variables relevantes del proyecto. En este caso, las variables seleccionadas son los ingresos obtenidos por año y los sueldos de los trabajadores.

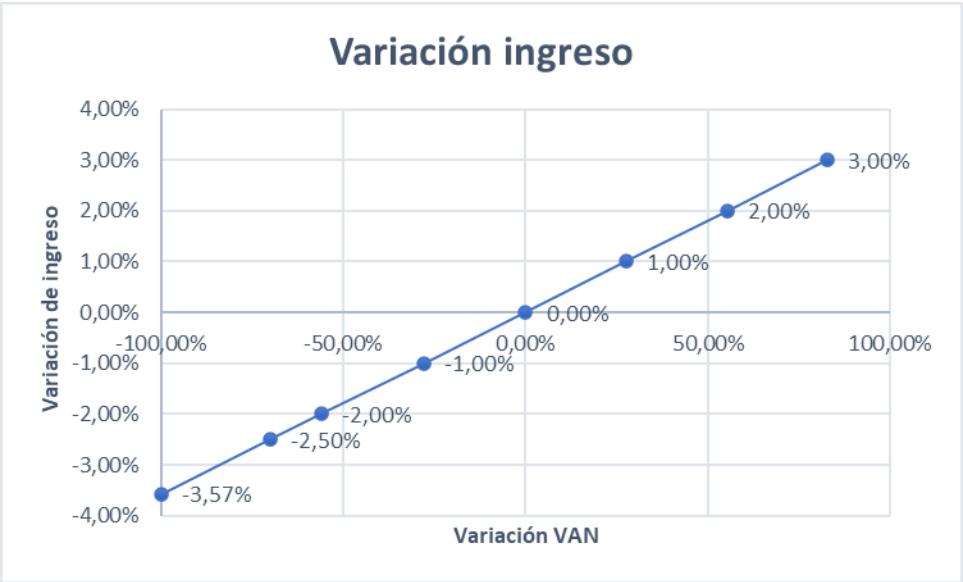
5.5.1. SENSIBILIZACIÓN A LOS INGRESOS

El VAN se iguala a 0 cuando el ingreso disminuye en un -3,57%
A continuación, en la tabla 5-18 se pueden observar las distintas variaciones en los ingresos.

Tabla 5-18. Sensibilización a los ingresos

VAN UF	Variación VAN	Variacion ingreso
6001,82	82,79%	3,00%
5094,75	55,30%	2,00%
4.187,68	27,65%	1,00%
3280,61	0,00%	0,00%
2367,67	-27,83%	-1,00%
1448,06	-55,86%	-2,00%
988,26	-69,88%	-2,50%
0	-100,00%	-3,57%

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.5-1. Sensibilidad de los ingresos en función del VAN

5.5.2. SENSIBILIZACIÓN AL SUELDO DE LOS TRABAJADORES

El VAN se iguala a 0 cuando las remuneraciones aumentan en un 39,25%. En la tabla 5-19 se puede observar las distintas variaciones de costos de las remuneraciones y como afecta esto en el VAN o ganancias.

Tabla 5-19. Sensibilización a los sueldos.

VAN UF	Variación VAN	Variacion sueldo
0	-100,00%	39,25%
774,41	-76,39%	30,00%
1612,03	-50,86%	20,00%
2449,66	-25,33%	10,00%
3280,61	0,00%	0,00%
3692,17	12,55%	-5,00%
4103,74	25,09%	-10,00%
4515,3	37,64%	-15,00%

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.5-2. Sensibilidad a los sueldos en función del VAN.

5.5.3. DETERMINACIÓN DE PUNTOS DE CORTE

En resumen, se establece que el valor de los ingresos puede disminuir hasta en un -3,57% sin que se generen perdidas. Mientras tanto, el sueldo de los trabajadores puede aumentar hasta en un 39,25%.

CONCLUSIONES

De acuerdo con el estudio de mercado realizado, no se identifica otra empresa dentro de la región que ofrezca los dos tipos de servicio de distribución de artículos de aseo y oficina. Sin embargo, enfrentamos competencias directas con empresa ubicadas en la región metropolitana, además de la presencia de sustitutos como supermercados y librerías.

En los demás aspectos, tanto técnicos, legales, ambientales, sociales, financieros y tributarios, el proyecto cumple con todos los requisitos necesarios para ser llevado a cabo. Todas las herramientas y normativas requeridas para la realización de la empresa están disponibles y son aplicables.

En este proyecto se consideraron las situaciones más adversas, ya que:

- Si se toma el rango más bajo de la prima por riesgo (5%), el Valor Actual Neto (VAN) sería mayor.
- Las sensibilizaciones se tuvieron en cuenta con el flujo de caja puro, ya que el proyecto se evaluó en su forma natural, sin ningún tipo de financiamiento, lo que hace que la sensibilidad esté más ajustada a la realidad. Por el contrario, si se realizara con el flujo de caja de 75% (el escenario óptimo), los resultados serían mayores, es decir, los ingresos podrían disminuir un poco más y los sueldos podrían aumentar un porcentaje adicional.

Debido al bajo rendimiento económico, el método CAMP (Modelo de Valoración de Activos Financieros) no resultó factible de aplicar con este modelo, ya que la tasa de descuento arrojaba un valor por debajo del 8%. Por lo tanto, se optó por utilizar un método alternativo que produjo una tasa de descuento del 11,05%.

En resumen, podemos concluir que este proyecto es rentable. El escenario más favorable para su desarrollo, según las condiciones descritas en esta tesis, es el financiamiento externo con un 75%. En este caso, el Valor Actual Neto (VAN) es de 3.841,46 UF, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 57% y el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) es de 4 años. Estos resultados respaldan la viabilidad y rentabilidad del proyecto bajo estas condiciones específicas de financiamiento externo.

BIBLIOGRAFÍA

[1]Asesor hipotecario | BancoEstado. (2023).
https://www.bancoestado.cl/imagenes/nuevo_form/asesor/hipotecario/index.html

[2]Asociación de empresas de la V región. (2017). Caracterización Económica 2017 Provincia de Valparaíso. de <https://www.asiva.cl/wp-content/uploads/2018/01/Caracterizacio%CC%81n-Econo%CC%81mica-de-la-Provincia-de-Valparai%CC%81so-2017.pdf>

[3]Campana, J. (2023, 12 junio). Valparaíso toma el segundo puesto en la creación de empresas y sociedades en Chile. La Quinta Emrende.
<https://laquintaemprende.cl/2023/06/valparaiso-se-encuentra-en-el-segundo-puesto-de-la-creacion-de-empresas-y-sociedades-en-chile/>

[4]Chile y sus regiones en datos económicos. (2022). En Unidad de Análisis Territorial Gerencia de Redes y Territorios CORFO. de <https://wapp4.corfo.cl/archivos/WCSCONTI/IP/GRC/Chile%20y%20sus%20regiones%20en%20datos%20economicos%20Gerencia%20de%20Redes%20y%20Territorios%20CORFO%202022.pdf>

[5]CABRERA, Dagoberto. Apuntes de asignatura marketing y comercialización, Universidad Técnica Federico Santa María, Ingeniería de Ejecución en Gestión Industrial, año 2022.

[10]CAHE, Ricardo. Apuntes de asignatura Evaluación de proyectos, Universidad Técnica Federico Santa María, Ingeniería de Ejecución en Gestión Industrial, año 2023.

Central Telefónica Empresas - Telefonía IP | Entel One. (2023, 11 octubre).
https://www.entel.cl/empresas/entel-one/?utm_campaign=2022_emp_fi_empresas_aon-fijo-entelone-search_search&utm_source=google&utm_medium=cpa&gad_source=1&gclid=CjwKCAj

[wkNOpBhBEEiwAb3MvvfxMKz_HLEVi0xZ-2PL7WmzUZC_XIU5zTzMPTr3xGoaRJdskf9oRdBoCI_QQAvD_BwE#modal_telefono](https://www.easy.cl/2PL7WmzUZC_XIU5zTzMPTr3xGoaRJdskf9oRdBoCI_QQAvD_BwE#modal_telefono)

Easy. (s. f.-a). Easy.cl | Compra en 12 Cuotas Sin Interés. Easy. <https://www.easy.cl/>

Falabella. (s. f.). falabella.com | Todo lo que necesitas en un solo lugar. Falabella.com. <https://www.falabella.com/falabella-cl>

[6]Gob.cl. (2023, 31 agosto). Fin alerta sanitaria covid: ¿Qué pasa con teletrabajo y mascarillas? <https://www.gob.cl/noticias/fin-alerta-sanitaria-covid-19-coronavirus-enfermedades-respiratorias-mascarillas-teletrabajo/#:~:text=Compartir%20este%20art%C3%ADculo%3A,a%20nivel%20mundial%20del%20coronavirus.>

Informe mensual de Constitución de Empresas y Sociedades. (2022). [Conjunto de datos; Pdf]. En Ministerio de Economía, Fomento y Turismo División Política Comercial e Industrial Unidad de Estudios <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2022/05/03-informe-res-marzo-2022.pdf>

Nueva tabla de vida útil de los bienes físicos del activo inmovilizado. (2023, 1 enero). SII. de https://www.sii.cl/pagina/valores/bienes/tabla_vida_enero.htm

[7]Pontífice Universidad Católica de Valparaíso, SENCE, & CEAL. (2023). Termómetro Laboral Valparaíso [Boletín informativo]. <https://observatorionacionalapi.sence.cl/dl/boletines-1678208349252.pdf>

[11]Planner. (2022, 12 febrero). Mercado potencial, disponible, efectivo y objetivo. <https://plandenegociosperu.com/mercado-potencial-disponible-efectivo-y-objetivo/>

Paris.cl | Tu experiencia de compra más confiable y segura. (s. f.). <https://www.paris.cl/>

Pc Factory • Tecnología para ti. (s. f.). <https://www.pcfactory.cl/>

Registro de Empresas y Sociedades archivos - Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (s.f.). Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. <https://www.economia.gob.cl/category/estudios-encuestas/registro-de-empresas-y-sociedades>

[8]Seremi De Economía Fomento y Turismo, S. (2021, 31 diciembre). Valparaíso sigue batiendo récords en la creación de empresas. La Quinta Emprende. <https://laquintaemprende.cl/2021/12/creacion-de-empresas-valparaiso/#:~:text=Cabe%20destacar%20que%20el%20total,lleg%C3%B3%20a%2013.296%20en%202020>

[9]Servicio de Impuestos Internos. (s. f.). https://www.sii.cl/sobre_el_sii/nominapersonasjuridicas.html#:~:text=1er%20Rango%20Gran%20Empresa%3A%20100.000,1.000.000%2C01%20UF%20Anuales