

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

SEDE VIÑA DEL MAR - JOSÉ MIGUEL CARRERA

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA Y ECONÓMICA PARA LA CREACIÓN DE UN RESTOBAR
EN LA COMUNA DE LLAY LLAY, REGIÓN DE VALPARAÍSO**

Trabajo de Titulación para optar al Título
Profesional de Ingeniero de Ejecución en
GESTIÓN INDUSTRIAL

Alumno:

FELIPE FRANCISCO BARNETT ROMÁN

Profesor Guía:

Dr. Ing. Cristián Andrés Ahumada Vera

2024

RESUMEN

KEYWORDS: BAR - RESTO BAR – LLAY LLAY - CERVEZAS EN LLAY LLAY - RESTOBARES EN LLAY LLAY.

El presente proyecto tiene por objetivo analizar la prefactibilidad técnica y económica para formular un modelo de negocios para un restobar en la región de Valparaíso, específicamente en la comuna de Llay Llay mediante la aplicación y el uso de herramientas de investigación de mercado con el fin de elaborar una propuesta de valor acabada e innovadora que satisfaga las necesidades del mercado objetivo.

Para la evaluación del proyecto se utiliza una metodología que permite evaluar de forma estructurada y ordenada aspectos de prefactibilidad del mercado, técnica, administrativa, legal, societaria, tributaria, financiera, ambiental y económica, para la instalación y operación de un resto bar. Para todo efecto de la evaluación se ha documentado y respaldado cada uno de sus aspectos más relevantes.

En el capítulo 1: “Diagnóstico y metodología de evaluación”; se realiza un estudio donde se analizan tanto los aspectos generales y específicos del proyecto, en situación sin proyecto, con el fin de definir el contexto en el cual se pretende llevar a cabo el proyecto. Con lo anterior, se comprueba la tendencia y analizan variables económicas del país en base a estadísticas del INE, cámara de comercio de Santiago entre las principales para entender el comportamiento de la industria gastronómica.

En el capítulo 2: “Análisis de prefactibilidad de mercado”; define los tipos de productos del resto bar, se analiza la situación actual del mercado, evaluando la demanda actual y futura, las diversas variables que pueden afectar el proyecto, el comportamiento del mercado, donde se localizará para con ello tener con un sistema de comercialización efectivo para obtener un buen resultado de posicionamiento y recepción por parte del mercado.

El capítulo 3: “Análisis de prefactibilidad técnica”; básicamente se presenta lo necesario para desarrollar el proyecto en general, la selección de equipos, procesos productivos, rendimientos y calidad del producto y la inversión inicial requerida.

En el capítulo 4: “Análisis de prefactibilidad administrativa, legal, societaria, y tributaria, financiera y ambiental”; se entregan los cálculos del personal requerido, turnos y programas de

trabajo. Además, se describe la parte legal, societaria, tributaria, financiera y ambiental relacionada con el proyecto.

En el capítulo 5: “Evaluación económica”; se analizan todos los aspectos económicos del proyecto, presentando los flujos de cajas y análisis de sensibilidad.

El proyecto presenta un VAN de 8821 UF, una TIR de 265% y un PRI de 1 año en el financiamiento puro, con un 25% de financiamiento externo tiene un VAN de 8845 UF, una TIR de 331% y un PRI de 1 año, con financiamiento externo del 50% se tiene un VAN de 8869 UF, una TIR de 459% y un PRI de 1 año, el proyecto

con un financiamiento del 75% tiene un VAN de 8893 con una TIR de 837% y un PRI de 1 año.

Conclusiones y recomendaciones: Se entregan los resultados del informe, los resultados de la evaluación económica, y se reconoce todas las variables positivas y/o negativas para la instalación del resto bar.

Resumen de los indicadores económicos del proyecto

PORCENTAJE DE FINACIAMIENTO				
INDICADOR	0%	25%	50%	75%
VAN (UF)	8821	8845	8869	8893
TIR%	265%	331%	459%	837%
PRI AÑO	1	1	1	1
IVAN	21,35	21,41	21,47	21,53

Fuente: Elaboración propia, estudio económico.

ÍNDICE

RESUMEN	
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 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. Objetivos del proyecto	6
1.1.3. Antecedentes cualitativos	7
1.1.4. Contexto de desarrollo del proyecto	7
1.1.5. Tamaño del proyecto	9
1.1.6. Impactos relacionados con el proyecto	10
1.2. METODOLOGÍA	11
1.2.1. Definición de situación sin proyecto	11
1.2.2. Definición de situación con proyecto	11
1.2.3. Análisis de separabilidad	12
1.2.4. Método de medición de beneficios y costos	12
1.2.5. Indicadores económicos	13
1.2.6. Criterios de Evaluación	15
1.2.7. Estructura del proyecto	16
CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO	18
2. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO	19
2.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO	19
2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA ACTUAL Y FUTURA	20
2.2.1. Fuentes de información	20

2.2.2. Demanda actual	21
2.2.3. Comportamiento de los consumidores en Chile	25
2.3. VARIABLES QUE AFECTAN LA DEMANDA	38
2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL Y FUTURA	38
2.4.1. Análisis de la oferta actual	39
2.4.2. Análisis de la oferta futura	41
2.5. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO	43
2.5.1. Análisis del medio interno	43
2.5.2. Análisis del medio externo	44
2.6. DETERMINACIÓN DE NIVELES DE PRECIO	45
2.7. ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN	46
2.7.1. Macrolocalización	47
2.7.2. Micro localización	47
2.8. ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN	49
2.8.1. El producto	49
2.8.2. Precios	49
2.8.3. Plaza	49
2.8.4. Promociones	49
CAPÍTULO 3: ANÁLISIS PREFACTIBILIDAD TÉCNICA	51
3. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA	52
3.1. DESCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS	52
3.1.1. Atención en el interior/terrazza del restobar	52
3.2. DIAGRAMA DE FLUJO	53
3.2.1. Designación de valores	54
3.3. SELECCIÓN DE EQUIPOS	54
3.3.3. Equipos de oficina, local y complementarios	57
3.3.4. Utensilios de cocina y bar	58
3.4. PROYECTOS COMPLEMENTARIOS	59

3.5. LAY-OUT	60
3.6. DETERMINACIÓN DE INSUMOS, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS	60
3.7. FLEXIBILIDAD Y RENDIMIENTO	67
3.8. CONSUMOS DE ENERGÍA Y SERVICIOS	67
3.8.1. Servicio de arriendo	67
3.8.2. Consumo de electricidad	67
3.8.3. Consumo de agua potable	68
3.8.4. Plan internet y telefonía	69
3.9. PROGRAMAS DE TRABAJO, TURNOS Y GASTOS EN PERSONAL	69
3.9.1. Jornada laboral	69
3.9.2. Gastos en personal	70
3.10. PERSONAL DE OPERACIONES, CARGOS, PERFILES Y SUELDOS	72
3.10.1. Descripción de cargos y perfiles	73
3.11. INVERSIONES EN EQUIPO Y EDIFICACIONES	75
3.11.1. Inversión en equipos y mobiliario	75
3.12. INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO	75
3.13. COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	78
3.14. COSTOS DE IMPREVISTOS	78
3.15. INVERSIÓN TOTAL	79
<u>CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y AMBIENTAL</u>	80
4. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL,SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y AMBIENTAL	81
4.1. ADMINISTRATIVA	81
4.1.1. Personal	81
4.1.2. Estructura organizacional	82
4.1.3. Sistemas de información administrativos	82
4.1.4. Personal administrativo, cargos, perfiles y sueldos	83

4.2. LEGAL	84
4.2.1. Marco legal vigente nacional e internacional	84
4.2.2. Aspectos legales del giro del proyecto	86
4.2.3. Incentivos	86
4.2.4. Aspectos laborales	87
4.2.5. Costos asociados al cumplimiento de la legislación vigente	87
4.3. SOCIETARIA	88
4.3.1. Relación entre los inversionistas	88
4.3.2. Estructura societaria	88
4.3.3. Estimación del gasto para dar forma a la estructura societaria	89
4.4. PREFECTIBILIDAD TRIBUTARIA	90
4.4.1. Sistema tributario	90
4.4.2. Impuesto global complementario	91
4.4.3. Impuesto al valor agregado	92
4.4.4. Mecanismo de determinación de gasto en impuesto	92
4.5. FINANCIERA	93
4.5.1. Fuentes de financiamiento	93
4.5.2. Inversionistas	93
4.5.3. Instituciones crediticias	93
4.5.4. Leasing	94
4.5.5. Costos de financiamiento	94
4.6. AMBIENTAL	95
5. Evaluación económica y financiera	96
5.1. Consideraciones	97
5.1.1 Horizonte del proyecto	97
5.1.2 Tasa de descuento	97
5.1.2.1 Tasa libre de riesgo	98
5.1.2.2 Tasa media de retorno	98

5.1.2.3 Constante para tipo de negocio	98
5.1.3 Moneda a utilizar	99
5.1.4 Estimacion de ingresos y egresos	99
5.1.4.1 Ingresos operacionales	99
5.1.4.2 Egresos operacionales	100
5.1.5 Impuesto	100
5.1.6 Depreciaciones	100
5.1.7 Financiamiento	102
5.2 Proyecto puro	103
5.2.1 Flujo de caja sin financiamiento	103
5.3 Proyecto con financiamiento externo de 25%	104
5.3.2 Proyecto financiado en un 50%	106
5.3.3 Proyecto financiado en un 75%	107
5.3.4 Resumen indicadores economicos	109
5.4 Sensibilizaciones	110
5.4.1.1 Sensibilizacion respecto al precio de venta de los productos	111
5.5 Conclusiones y recomendaciones	112
Anexos.	114

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1. Ubicación geográfica de Llay Llay.	8
Figura 2-1. Restaurantes y bares en la comuna de Llay Llay	39
Figura 2-2. Ubicación escogida para el local comercial.	48
Figura 2-3. Sector centro de Llay Llay.	48
Figura 3-1 Diagrama de flujo proceso de atención	53
Figura 3-2 Lay out interior de local	60
Figura 4-1 Estructura organizacional	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-1. Evolución PIB en sector de Restaurantes y hoteles.	4
Gráfico 1-2. Evolución cantidad de empresas del sector.	5
Gráfico 1-3. Evolución de ventas del sector.	5
Gráfico 2-1. Proyección población Comunas del valle del Aconcagua 2020-2026.	22
Gráfico 2-2. Proyección población Llay Llay 2025 – 2030	24
Gráfico 2-3. Rango de edad encuestados.	28
Gráfico 2-4. Género de los encuestados.	28
Gráfico 2-5. Lugar de residencia encuestados.	29
Gráfico 2-6. Preferencia de lugares para compartir.	29
Gráfico 2-7. Frecuencia de visita a un restobar	30
Gráfico 2-8. Preferencia por probar nuevos lugares.	30
Gráfico 2-9. Consumo promedio.	31
Gráfico 2-10. Bebidas alcohólicas favoritas.	31
Gráfico 2-11. Comida de preferencia.	32
Gráfico 2-12. Valoración servicio/atención.	33
Gráfico 2-13. Valoración Limpieza/Aseo	33
Gráfico 2-14. Valoración precio	34

Gráfico 2-15. Valoración decoración	35
Gráfico 2-16. Importancia de la rapidez en la atención.	35
Gráfico 2-17. Valoración música.	36
Gráfico 2-18. Ventas anuales en UF restaurantes y servicios móvil de comida	42
Gráfico 2-19. Proyección de ventas 2023-2030	43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-1. Evolución PIB de Chile.	3
Tabla 1-2. Crecimiento económico de mediano plazo.	6
Tabla 1-3. Ventas en UF de restaurantes y servicios móvil de comidas.	8
Tabla 1-4. Cantidad de empresas del rubro en comunas de la provincia.	9
Tabla 2-1. Productos del local.	19
Tabla 2-2. Proyección de población comunas del valle del Aconcagua 2020-2026.	21
Tabla 2-3. Proyección población valle del Aconcagua 2025-2030.	24
Tabla 2-4. Formato encuesta.	27
Tabla 2-5. Ventas UF por tamaño de empresa	36
Tabla 2-6. Ventas en pesos por tamaño de empresa	37
Tabla 2-7. Proyección demanda.	37
Tabla 2-8 Ventas anuales UF restaurantes y servicios móvil de comida	42
Tabla 2-9. Matriz de estrategias FODA.	45
Tabla 2-10. Precios referenciales locales similares.	46
Tabla 2-11. Precios productos restobar Llay Llay.	46
Tabla 3-1. Valor Uf a utilizar en el proyecto.	54
Tabla 3-2. Equipos para la producción.	55
Tabla 3-3. Detalle técnico equipos mayores.	56
Tabla 3-4. Equipos de oficina y complementarios.	57

Tabla 3-5. Utensilios de cocina y bar.	58
Tabla 3-6. Resumen costos activos fijos.	59
Tabla 3-7. Insumos principales de productos ofertados.	61
Tabla 3-8. Cantidad de insumos a usar en productos ofertados.	62
Tabla 3-9. detalle específico de insumos a utilizar.	64
Tabla 3-10. Valores referenciales de insumos.	65
Tabla 3-11. Valores referenciales de carne y pollo.	65
Tabla 3-12. Costos totales de insumos.	66
Tabla 3-13. Servicio de arriendo de local.	67
Tabla 3-14. Consumo de electricidad.	68
Tabla 3-15. Consumo de agua potable.	68
Tabla 3-16. Plan de internet y telefonía.	69
Tabla 3-17. Dotación y sueldos de la empresa.	72
Tabla 3-18. Perfil maestro sanguchero.	73
Tabla 3-19. Perfil ayudante de cocina.	74
Tabla 3-20. Perfil garzón.	74
Tabla 3-21. Inversión en mobiliario y equipos.	75
Tabla 3-22. Ingresos mensuales restobar.	76
Tabla 3-23. Egresos operacionales restobar.	77
Tabla 3-24. Calculo déficit acumulado máximo en UF.	77
Tabla 3-25. Costos de instalación y puesta en marcha.	78
Tabla 3-26. Costos de imprevistos.	79
Tabla 3-27. Inversión Inicial.	79
Tabla 4-1. Jornada laboral personal	81
Tabla 4-2. Perfil encargado /administrador de local.	83
Tabla 4-3. Remuneración personal administrativo.	84
Tabla 4-4. Costos de legislación vigente.	87
Tabla 4-5. Costos estructura societaria.	89
Tabla 4-6. Impuesto a la renta de primera categoría.	90

Tabla 4-7-. Tramos de renta.	92
Tabla 4-8. Créditos para pequeñas empresas.	94
Tabla 5-1 Estimación ingresos del proyecto.	99
Tabla 5-2 egresos operacionales.	100
Tabla 5-3 Depreciación de activos.	101
Tabla 5-4 Financiamiento para pequeña empresa.	102
Tabla 5-5 Flujo de caja en uf sin financiamiento.	103
Tabla 5-6 Indicadores económicos proyecto sin financiamiento.	104
Tabla 5-7 Amortización financiamiento del 25%.	104
Tabla 5-8 Flujo de caja con financiamiento del 25%.	105
Tabla 5-9 Indicadores económicos proyecto financiado del 25%.	105
Tabla 5-10 Amortización financiamiento del 50%.	106
Tabla 5-11 Financiamiento del 50%.	107
Tabla 5-12 Indicadores económicos proyecto financiado al 50%.	107
Tabla 5-13 Amortización financiamiento del 75%.	108
Tabla 5-14 Financiamiento del 75%.	108
Tabla 5-15 Indicadores económicos proyecto financiado al 75%.	109
Tabla 5-16 Resumen indicadores económicos.	109
Tabla 5-17 Análisis de sensibilidad costos/ingresos.	110

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1-1. Valor actual neto.	13
Ecuación 1-2. Tasa interna de retorno.	14
Ecuación 1-3. Período de retorno de la inversión.	14
Ecuación 1-4. Índice de valor actual neto.	14
Ecuación 2-1. Ecuación Modelo de Regresión Lineal.	23
Ecuación 2-2. Ecuación para determinar pendiente en Regresión Lineal.	23
Ecuación 2-3. Ecuación para determinar intercepto en Regresión Lineal.	23

Ecuación 2-4. Cálculo muestral.	26
Ecuación 5-1. Formula CAPM	98
Ecuación 5-2 Resultados de la tasa de descuento	99
Ecuación 5-3 fórmula depreciación acelerada	101

INTRODUCCIÓN

El propósito del proyecto es llevar a cabo una investigación para evaluar la prefactibilidad técnica y financiera de establecer un restaurante-bar en Llay Llay, ubicado en la región de Valparaíso, en el valle del Aconcagua. Esto se realizará mediante el empleo de análisis de mercado, con el objetivo de desarrollar una propuesta de valor distintiva e innovadora que satisfaga las necesidades del público objetivo.

Se busca crear una propuesta única con un enfoque diferenciado en comparación con la competencia, ofreciendo un servicio de primera calidad y una experiencia de atención excepcional, además de ofrecer un diseño y decoración distintivos en el local. Para lograr esto, nuestra metodología se basa en un análisis exhaustivo del mercado actual, incluyendo la evaluación de la oferta y la demanda de restaurantes y bares en la comuna de Llay Llay. También se llevará a cabo un estudio técnico para identificar los costos necesarios para poner en marcha el negocio.

Además, se determina la cantidad de personal requerido para operar el establecimiento, cumpliendo con todas las regulaciones legales vigentes. Finalmente, se realiza una evaluación financiera del proyecto para obtener conclusiones y recomendaciones relevantes.

Hogares en Chile gastan más de 1,4 millones de pesos en promedio al mes. Monto que se reparte para cubrir distintas necesidades de los hogares siendo el 21,2% de ese monto es para alimentación, servicios de restaurantes y alojamiento (6,1%) y bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes (1,5%), Según la IX Encuesta de Presupuestos Familiares del INE. Basándonos en lo anterior, el modelo de negocio propone una nueva opción para disfrutar y socializar con amigos, ofreciendo una variedad de platos y bebidas en un ambiente acogedor con una decoración que resalta el uso de la madera, manteniendo así la esencia del valle del Aconcagua. El establecimiento se ubica en una zona segura y de fácil acceso, con opciones de estacionamiento, lo que contribuye a su atractivo y rentabilidad para los inversores.

CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

En este capítulo, se profundizará en la situación actual del proyecto, junto con la metodología que se utilizará para su evaluación. Se detallarán las características a desarrollar, especificando los objetivos del mismo y las condiciones necesarias para lograr los resultados deseados.

1.1. DIAGNÓSTICO

1.1.1. Antecedentes generales y específicos del proyecto

La industria de restaurantes y hoteles en Chile es una de las que se mantiene en constante aumento debido a la necesidad básica de alimentarse y a su vez como forma natural de poder disfrutar y compartir con amigos, es por esta razón que el número de restaurantes y bares está en constante crecimiento.

Chile durante el transcurso de los últimos 10 años ha logrado establecer una economía estable y creciente durante el pasar de los años, lo cual se ve reflejado en el PIB nacional en la tabla 1-1:

Tabla 1-1. Evolución PIB de Chile

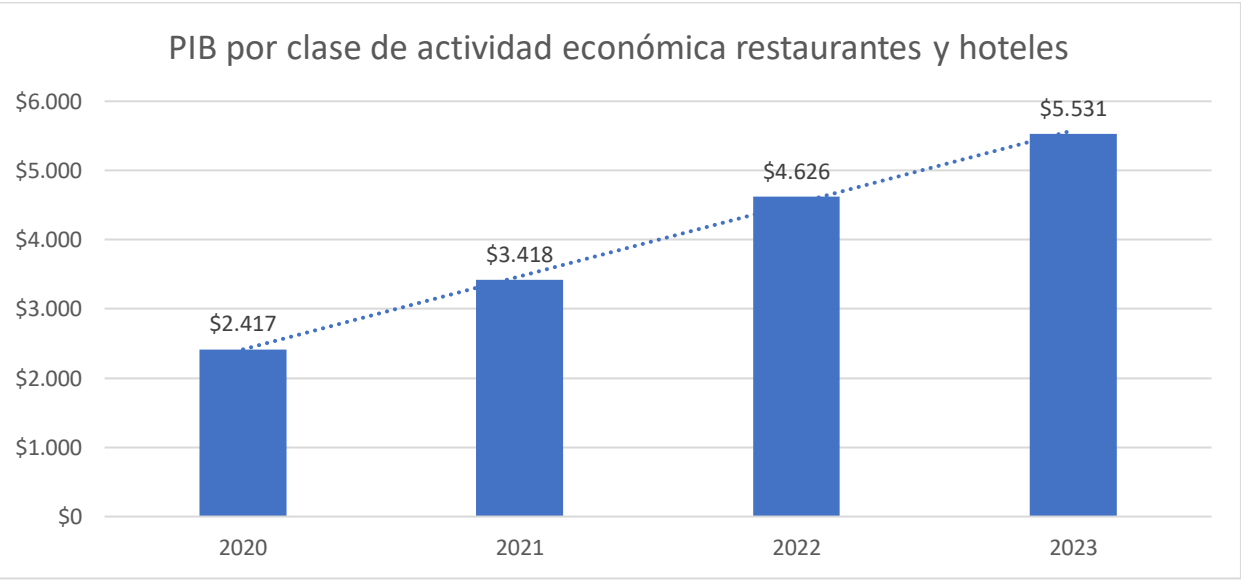
PIB Total chile	
Año	Miles de millones de pesos
2019	\$195.532
2020	\$201.258
2021	\$239.562
2022	\$263.843
2023	\$281.870

Fuente: Elaboración propia, Base de datos estadísticos del banco central de Chile mayo de 2024

La industria de restaurantes y hoteles, que incluye bares y restobares, ha mostrado un crecimiento continuo y significativo en los últimos años, representando en promedio el 1.58% del Producto Interno Bruto (PIB) del país, según los datos recopilados de la tabla 1-1 y el gráfico 1-1. Este dato no solo refleja la importancia económica de este sector, sino que también señala un crecimiento sólido y constante en la demanda de servicios de alimentación y entretenimiento en Chile.

El hecho de que la industria de restaurantes y hoteles contribuya de manera tan significativa al PIB nacional es un indicador claro de su importancia dentro de la economía del país. Además, este crecimiento sostenido sugiere un buen panorama general para el sector, con un aumento constante en la inversión y la demanda de servicios de alimentos y bebidas.

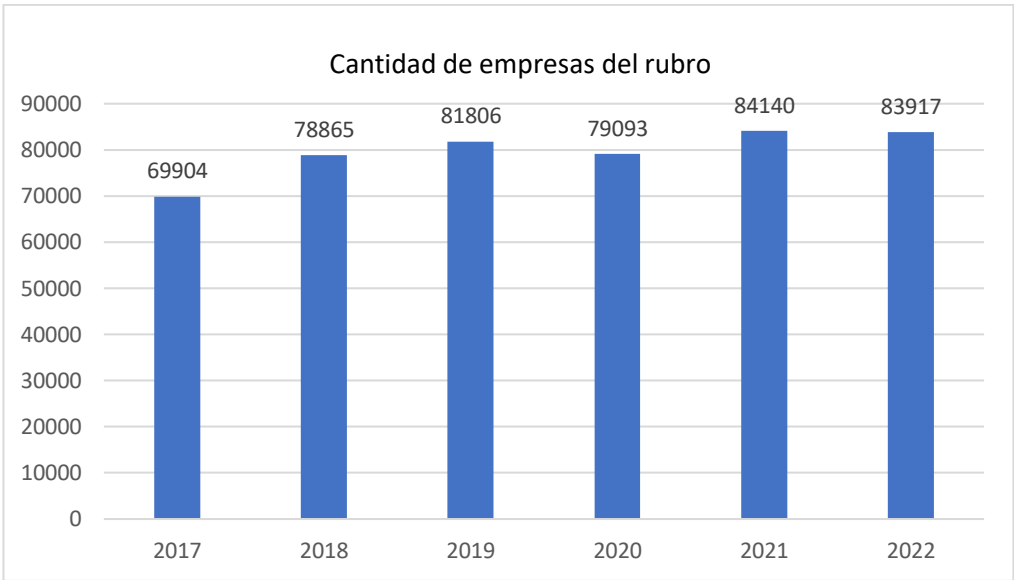
Este crecimiento también puede atribuirse a varios factores, como el aumento del turismo nacional e internacional, el crecimiento de la clase media y el cambio en los hábitos de consumo de la población. Asimismo, la diversificación de la oferta gastronómica y el enfoque en la calidad y la innovación han contribuido a hacer de la industria de restaurantes y hoteles un sector vibrante y en constante evolución en Chile. (ver Gráfico 1-1).



Fuente: Elaboración propia. Banco central de Chile mayo de 2024

Gráfico 1-1. Evolución PIB en sector de Restaurantes y hoteles

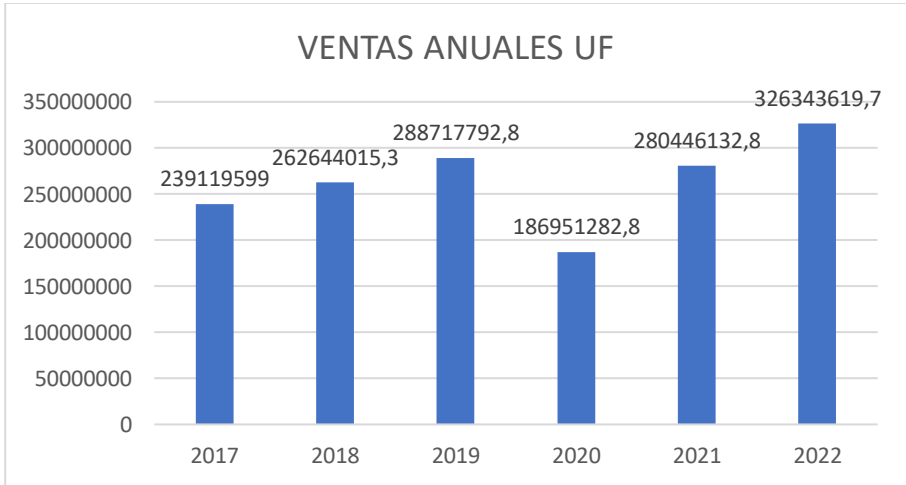
El gráfico 1-2 muestra que el número de empresas en la industria sigue aumentando, como se ha observado previamente. En el año 2017, había 69.904 empresas, mientras que en el año 2022 había 83.917. Es importante tener en cuenta que estas cifras incluyen empresas relacionadas con actividades de alojamiento y servicios de comida (ver gráfico 1-2).



Fuente: Elaboración propia. Datos SII mayo de 2024.

Gráfico 1-2. Evolución cantidad de empresas del sector.

En el sector de restaurantes y hoteles, se observa una tendencia positiva en las ventas anuales, como se muestra en el gráfico 1-3, a pesar de la caída en 2020 debido al inicio de la pandemia. En el gráfico 1-3, se excluyen las empresas que no proporcionan información sobre sus ventas, las cuales tampoco se cuentan en el gráfico 1-2.



Fuente: Elaboración propia. Datos SII Octubre del 2024.

Gráfico 1-3. Evolución de ventas del sector.

Entonces, la oferta en la industria gastronómica y hotelera muestra un panorama global sólido y constante a lo largo de los años. Es crucial destacar que este sector debe adaptarse a la globalización y la creciente competencia, lo que solo se logra al satisfacer las demandas exigentes de los consumidores. Un ejemplo son las numerosas aplicaciones que ofrecen servicios de entrega de comida a domicilio, las cuales están en aumento continuo. Este mercado se considera en crecimiento y expansión constante, como se refleja en la tabla 1-2.

Tabla 1-2. Crecimiento económico de mediano plazo.

	2012-2016		2017-2026	
	(1)	(2)	(3)	(4)
Convergencia	5,4	5,7	5,9	6,5
Factores demográficos	-2,7	-2,9	-2,7	-2,8
Factores institucionales	1,2	1,1	1,2	1,1
Factores productivos	1,6	1,6	1,4	1,4
Inestabilidad macroeconómica	-0,6	-0,7	-0,7	-0,8
Factores externos	0,1	0,5	0,2	0,5
Dummies temporales	-2,0	-2,3	-2,0	-2,3
Crecimiento del PIB	3,1	3,1	3,3	3,5

Fuente: Banco central de Chile, mayo 2024.

Basándose en lo mencionado anteriormente, el mercado de bares y restobares en la industria gastronómica promete un crecimiento estable. Esta percepción da pie a la idea de participar en este mercado, ya que es un negocio que, debido a la necesidad humana básica, estará siempre presente. Esto garantiza un negocio estable y rentable si se emplean las herramientas y recursos adecuados.

1.1.2. Objetivos del proyecto

1.1.2.1. Objetivo general

- Desarrollar una prefactibilidad técnica y económica para la creación de un restobar en la comuna de Llay Llay, en la región de Valparaíso.

1.1.2.2. Objetivos específicos

- Analizar el mercado potencial con el que podría contar este modelo de negocio.
- Identificar requerimientos técnicos y operaciones, definiendo las tecnologías, energías y equipamiento a utilizar en la implementación del local.
- Determinar los ingresos, egresos e inversiones del proyecto para estimar los flujos netos de caja.
- Demostrar la viabilidad del proyecto basados en indicadores económicos que lo demuestren.

1.1.3. Antecedentes cualitativos

Se lleva a cabo un estudio de mercado mediante encuestas que abordan la oferta y la demanda en la venta de alimentos y bebidas, centrándose en el comportamiento de los consumidores. Se consideran variables como las preferencias de consumo, la frecuencia de visitas a bares, el gasto promedio y las bebidas alcohólicas más populares, entre otras.

Para el éxito del proyecto es crucial la elección de la ubicación. Hemos decidido establecer el restobar en la comuna de Llay Llay, conocida por ser una de las más pobladas de la zona y por su notable desarrollo inmobiliario, especialmente como destino de segunda vivienda para familias de la región metropolitana. Este crecimiento ha generado un aumento considerable de visitantes a balnearios y campings, incluso fuera de la temporada de vacaciones. Por lo tanto, nuestra intención es crear un restobar que capture la esencia única de la comuna y ofrezca un servicio de primera calidad.

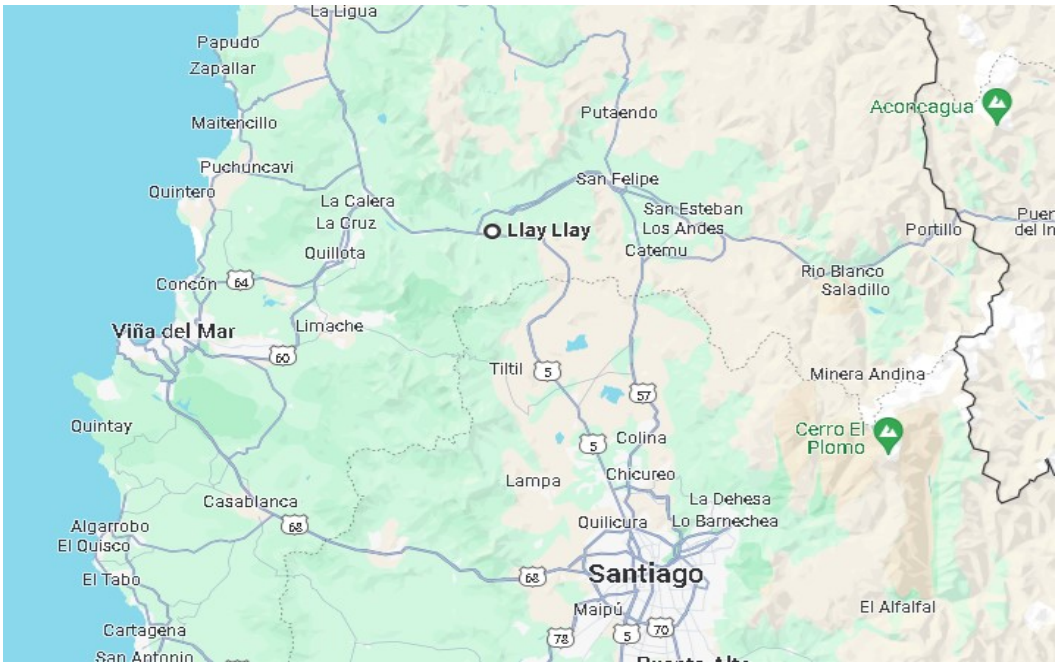
Con este proyecto, la comuna de Llay Llay no solo responde a las necesidades de los visitantes temporales, sino que también enriquece la experiencia turística local al ofrecer un lugar de reunión y diversión. Esto beneficia a los residentes y al comercio local, impulsando la economía de la zona y aumentando el atractivo turístico de la región.

1.1.4. Contexto de desarrollo del proyecto

El proyecto se desarrolla en la región de Valparaíso, específicamente en la comuna de Llay Llay, comuna que pertenece a la provincia de San Felipe. La región limita al sur este con la Región Metropolitana, al norte con la Región de Coquimbo, al sur con la Región Bernardo O'Higgins y al oeste con el Océano Pacífico. Conformada por 7 provincias: Valparaíso, Quillota, Los Andes, San Felipe, Petorca, San Antonio e Isla de Pascua, su capital regional es la ciudad de

Valparaíso e incluye las islas de Juan Fernández, Isla de Pascua, Islas Desventuradas e Islas Salas y Gómez. El territorio regional se desarrolla desde la cordillera de Los Andes a la costa del Océano Pacífico en la zona central del país, tiene un accidentado relieve que origina una diversidad de ecosistemas, los que junto a las cuencas del Río Aconcagua y del río Maipo, contribuyen a determinar los procesos de poblamiento y desarrollo urbano.

Llay Llay es una comuna a 88 Kms de Santiago, a 86 Kms de Viña del mar y tan solo 20 km de la capital provincial San Felipe. (ver Figura 1-1).



Fuente: Elaboración propia.

Figura 1-1. Ubicación geográfica de Llay Llay.

Según los datos recopilados del Servicio de Impuestos Internos (SII) hasta el año 2022, se han registrado ventas en UF de actividades de restaurantes y servicios móviles de comidas en la comuna de Llay Llay y sus comunas cercanas, todas pertenecientes a la provincia de San Felipe de Aconcagua. Estos datos están detallados en la Tabla 1- 3.

Tabla 1-3. Ventas en UF de restaurantes y servicios móvil de comidas

Ventas en UF de restaurantes y servicios movil de comidas					
AÑO	CATEMU	LLAILLAY	PANQUEHUE	SAN FELIPE	TOTAL
2015	12122,45	55341,81	9956,77	247284,87	324705,9
2016	15995,95	48581,11	11655,46	258182,74	334415,26
2017	15453,04	64937,48	14185,35	279260,4	373836,27
2018	18544,34	72223,16	147534,69	306142,17	544444,36
2019	22683,54	75984,9	10129,93	353423,08	462221,45
2020	17016,69	46599,29	8599,39	264260,88	336476,25
2021	22242,58	75142,01	13025,25	349234,26	459644,1
2022	24984,02	118678,77	13353,59	483097,47	640113,85

Fuente: Elaboración propia. Datos SII mayo de 2024

Se observa un aumento constante en las ventas desde el año 2015 en las principales comunas del área, como Catemu, Panquehue y San Felipe. En este estudio, será especialmente importante comprender el comportamiento del mercado en esta zona. (ver Tabla 1-4)

Tabla 1-4. Cantidad de empresas del rubro en comunas de la provincia.

NUMERO DE EMPRESAS CON ACTIVIDADES DE RESTAURANTES Y DE SERVICIO MOVIL DE COMIDAS.				
AÑO	CATEMU	PANQUEHUE	LLAYLLAY	SAN FELIPE
2015	34	12	40	156
2016	31	16	45	152
2017	40	24	53	172
2018	38	23	68	212
2019	38	22	70	221
2020	34	21	64	237
2021	37	20	74	255
2022	39	24	68	267

Fuente: Elaboración propia. Datos SII mayo de 2024.

1.1.5. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto es crucial, ya que influye directamente en el nivel de inversiones y costos. Además, permite obtener una estimación de la rentabilidad del proyecto. Debido a su impacto, es fundamental considerar varios factores importantes, entre ellos la proyección de la demanda, ya que esta determina el tamaño del proyecto. Es esencial no sobreestimar la demanda para evitar la pérdida de recursos por capacidad ociosa. Es más prudente ajustar la capacidad posteriormente si la demanda aumenta.

Respecto a la clasificación del tamaño y Según el Servicio de Impuestos Internos (SII), se considera microempresa a toda entidad que ejerce una actividad económica de forma regular, ya sea artesanal u otra, a título individual, familiar o como sociedad, y cuyas ventas anuales son inferiores a 2.400 UF (equivalente a \$53.510.856 según el valor de la UF al 01/01/2012).

y de acuerdo al Estatuto PYME (Ley N° 20.416 disponible en el sitio web de la biblioteca del congreso nacional), donde se definen las categorías de empresa, la clasificación de este proyecto es como microempresa, ya que no se proyecta superar las 2.400 UF de ingresos anuales.

La inversión requerida aproximada es de 510 UF y el equipo fijo de trabajo estará compuesto por 3 empleados permanentes y 1 trabajador adicional cuando sea necesario. La publicidad se llevará a cabo principalmente a través de redes sociales, con anuncios pagados en Facebook, Instagram y TikTok. Además, se distribuirán flyers informativos de manera presencial a los visitantes de la comuna. Si es necesario, se utilizarán trípticos, que se distribuirán en lugares estratégicos como residenciales y hostales para promocionar el servicio.

1.1.6. Impactos relacionados con el proyecto

En cuanto a los impactos relacionados con el proyecto, es posible distinguir lo siguiente:

- **Impacto económico:** El impacto económico se demostrará a través de los resultados del flujo de caja. Este estudio determinará los recursos financieros necesarios y evaluará si los ingresos proyectados superan los costos. Además, se generarán impuestos que deberán ser pagados al Servicio de Impuestos Internos (SII) y se deberán pagar patentes a la municipalidad correspondiente. Se estima que el proyecto creará entre 3 y 7 puestos de trabajo y cubrirá el costo de arrendamiento de un local.
- **Impacto social y cultural:** Este proyecto tiene como objetivo medir su impacto en el bienestar de la comunidad. La evaluación social busca cuantificar los costos y beneficios sociales directos, indirectos e intangibles, así como las externalidades que el proyecto pueda generar. Cualitativamente, este proyecto ofrecerá un espacio de esparcimiento en la comuna de Llay Llay y al valle del Aconcagua en general, al ser una zona alejada de los grandes eventos y vida nocturna que ofrecen ciudades como Santiago o Viña del mar. Además, se espera tener un impacto cultural positivo al tener la opción de contratar los servicios de artistas y bandas de música en vivo.
- **Impacto ambiental:** Dado el creciente nivel de conciencia ambiental entre los consumidores, un aspecto cada vez más relevante en todos los sectores, el impacto ambiental es una consecuencia característica del aumento de la población en la comuna de Llay Llay. Esto conlleva a un mayor uso de instalaciones, servicios y recursos locales. Específicamente en el local, el principal impacto ambiental proviene de los residuos generados por la actividad comercial, como botellas, plásticos y desechos orgánicos,

entre otros. Dichos residuos serán separados adecuadamente en materiales orgánicos, reciclables y no reciclables, para su posterior disposición en los puntos designados para el reciclaje y la gestión de residuos.

1.2. METODOLOGÍA

En esta sección, se pretende indicar las condiciones actuales y después con proyecto, se describen los criterios y estructuras de evaluación, teniendo en cuenta el mercado asociado con la actividad que el proyecto busca abarcar.

1.2.1. Definición de situación sin proyecto

En la actualidad, el Valle del Aconcagua se destaca como uno de los destinos preferidos para muchas familias que disfrutan del campo y los balnearios de la zona, especialmente aquellos provenientes de la Región Metropolitana debido a su proximidad. Como resultado, se espera un notable aumento en la demanda de locales tipo bar y restobar. Hasta el año 2022, se registraron 68 establecimientos de este tipo según datos del Servicio de Impuestos Internos (SII).

Considerando esta situación y el hecho de que el proyecto implica la creación de un nuevo negocio en la comuna, sin la implementación del mismo no habría ingresos ni egresos, y sería imposible estimar mejoras en la situación actual. Dado que los visitantes del campo y los balnearios, donde se pretende ubicar el local, no tendrían una opción adicional para elegir, la oferta actual de locales no sería suficiente para satisfacer toda la demanda actual y la que se espera en los próximos años.

1.2.2. Definición de situación con proyecto

Con la implementación del proyecto, se pondría en marcha el restobar en la comuna de Llay Llay, lo que permitiría llegar a todas las personas que trabajan, residen o simplemente visitan el sector. Esto implicaría realizar la inversión presupuestada, lo que generaría flujos de entrada y salida de dinero que, con el tiempo, deberían traducirse en utilidades.

No existe situación base sin proyecto, todo ingreso o egreso es atribuido al proyecto. Al abrir el local, se espera que los restaurantes y bares actualmente presentes en el mercado vean reducida su participación, lo que también aumentará la competitividad entre todos los

establecimientos existentes. Además, se busca fortalecer y promover el turismo en el sector al aumentar la oferta de bares y restaurantes en la zona.

1.2.3. Análisis de separabilidad

En este caso, el proyecto actual no aplica este análisis, ya que existe un proyecto único que es la creación de un restobar en la comuna de Llay Llay.

El análisis de separabilidad tiene como finalidad dividir el proyecto general de otros más pequeños, los cuales pueden ser complementarios.

1.2.4. Método de medición de beneficios y costos

Para este proyecto en la medición de los costos y beneficios, se considerarán flujos de cajas por períodos anuales por todo lo que dura proyecto, para efectos de esta evaluación el horizonte es de cinco años. Los ingresos y egresos considerados son los siguientes.

1.2.4.1. Ingresos

Los ingresos del proyecto serán generados principalmente por las ventas realizadas en el local comercial

1.2.4.2. Egresos

Los egresos pueden ser categorizados de la siguiente manera:

Inversión inicial.

- Activo fijo
- Gastos de puesta en marcha
- Capital de trabajo

Operacionales.

- Costos de administración
- Arriendo de inmueble
- Costos por remuneraciones
- Costos por insumos administrativos
- Costos de marketing

1.2.5. Indicadores económicos

Para evaluar este proyecto a lo largo de un período de cinco años, se tienen en cuenta tanto la inversión inicial como los ingresos y egresos que se generarán en ese lapso de tiempo. La evaluación se realiza mediante diversas herramientas financieras, lo que proporciona una visión más completa para el desarrollo del proyecto.

Los indicadores económicos utilizados para evaluar este proyecto y determinar su viabilidad son los siguientes:

1.2.5.1. VAN (Valor Actual Neto)

Corresponde al monto en moneda actual, que resulta de actualizar todos los pagos o ingresos futuros a una tasa de descuento determinada restando la inversión inicial requerida.

Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si el VAN es igual o superior a cero.

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

Fuente: (Nassir Sapag Chain & Reinaldo Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, 2008)

Ecuación 1-1. Valor actual neto.

En donde:

- F_t : Flujos de dinero el cada periodo t

- I_0 : Inversión realizada en el momento inicial ($t=0$)
- N : Número de periodos de tiempo
- K : Tipo de tasa de descuento o tipo de interés exigido a la inversión

1.2.5.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La TIR es la tasa de descuento que iguala el valor actual de los flujos de salida de efectivo que se estima con el valor actual con los flujos de entrada de efectivo esperado; es decir, es aquella tasa que iguala los flujos ingresos y egresos provocando que el VAN = 0.

Por lo tanto, la TIR representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero y su fórmula es:

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

Fuente: (Nassir Sapag Chain & Reinaldo Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, 2008)

Ecuación 1-2. Tasa interna de retorno

1.2.5.3. PRI (Período de Retorno de la Inversión)

Determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial. Su fórmula esta expresada en la Ecuación 1-3.

$$PR = \frac{I_0}{BN}$$

Fuente: (Nassir Sapag Chain & Reinaldo Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, 2008)

Ecuación 1-3. Período de retorno de la inversión.

Donde PR es el periodo de recuperación que expresa el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial I_0 cuando los beneficios netos generados por el proyecto en cada periodo son BN .

1.2.5.4. IVAN (Índice de valor actual neto)

Permite seleccionar proyectos bajo condiciones de racionamiento de capital, es decir, cuando no hay recursos suficientes para implementarlos todos. Su fórmula esta expresada en la Ecuación 1-4.

$$IVAN = \frac{VAN}{I_0}$$

Fuente: (Nassir Sapag Chain & Reinaldo Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, 2008)

Ecuación 1-4. Índice de valor actual neto.

Donde IVAN es la reacción entre el valor actual neto de un proyecto y su inversión. Se interpreta como la rentabilidad del proyecto por unidad de inversión.

1.2.6. Criterios de Evaluación

Para evaluar el presente proyecto se toman los indicadores económicos antes mencionados (VAN, TIR, PRI, IVAN), siendo los criterios de evaluación, los siguientes:

1.2.6.1. El criterio de decisión VAN:

Para la presente evaluación se considerará la elaboración de los respectivos flujos de cajas por el período definido, se tomarán como criterios de decisión:

- VAN > 0; El proyecto genera beneficios positivos, lo que indica que la inversión es rentable. Por lo tanto, se recomienda invertir
- VAN = 0; El proyecto genera exactamente el rendimiento que el inversionista exige. No produce ni ganancias ni pérdidas, por lo que su realización es, en principio, indiferente.

- $VAN < 0$; El proyecto de inversión resulta en pérdidas, lo que lo hace no rentable y requiere ser descartado o revisado, sugiriendo mejoras para alcanzar el rendimiento esperado por el inversionista.

1.2.6.2. El criterio de decisión TIR

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto (VAN) se hace cero. La TIR representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero.

- Si $TIR > i$, el proyecto de inversión será aceptado.
- Si $TIR = i$, la decisión debe ser reevaluada ya que estaríamos en una situación similar a la que se producía cuando el VAN era igual a cero.
- Si $TIR < i$, el proyecto debe rechazarse. No se alcanza la rentabilidad mínima que le pedimos a la inversión.

El horizonte del proyecto será de 5 años y el flujo de caja será realizado en unidades de fomento (UF).

1.2.6.3. El criterio de IVAN (Índice de Valor Actual Neto)

Permite medir cuanto VAN aporta cada peso invertido individualmente en cada proyecto. Por lo tanto, el proyecto se descarta si IVAN menor a cero.

1.2.7. Estructura del proyecto

Este proyecto se encuentra estructurado de la siguiente manera:

Introducción: Se entrega un primer acercamiento al tema dando a conocer el mercado del producto y su uso en general, indicando también los objetivos y alcance del proyecto.

Diagnóstico: Se entrega una idea general del proyecto y el mercado que se quiere abarcar.

Metodología: Se definen las situaciones con y sin proyecto, se indican los beneficios, los costos y los métodos de evaluación que se utilizarán.

Estudio de Mercado: En esta sección se define el producto, analizando la demanda, oferta actual y futura, el comportamiento del mercado, los competidores, proveedores y determina las proyecciones de precio, localización y sistema de comercialización.

Estudio Técnico: Se analiza los principales aspectos técnicos, tales como los requerimientos de equipos necesarios para el proyecto, sus características y especificaciones técnicas como también el lay out adecuado para la optimización de los recursos y el monto de inversión.

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

Conclusiones y recomendaciones: Se estudian los resultados obtenidos, pudiendo generar diversas opiniones y recomendaciones.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

2. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

Este factor es de suma relevancia para el proyecto, ya que en este se cuantifica la demanda del proyecto.

2.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

El proyecto incluye una gama de productos destinados a satisfacer las necesidades de los clientes. En la Tabla 2-1 se describen de manera general los principales tipos de productos que se ofrecerán. Estos productos tienen en cuenta los siguientes aspectos:

- Carta con productos específicos y de preferencia por los potenciales clientes que se obtienen del estudio de mercado realizado a través de la encuesta.
- Productos de fácil preparación debido a la poca experiencia en el rubro.
- Cantidad de personal que tendrá el local.
- Disponibilidad de proveedores de insumos, alimentos, entre otros.
- Espacio físico con el que contará el local para su preparación.

Tabla 2-1. Productos del local

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	IMAGEN DE REFERENCIA
CERVEZA	VARIEDAD DE CERVEZAS ARTESANALES EN BARRIL Y BOTELLA	
SANDWICHES	EL MENU OFRECE UNA VARIEDAD DE SANDWICHES, CON ESPECIALIDADES COMO LOMITO ITALIANO, CHACARERO Y BARROS LUCO.	
CHORRILLANAS	Preparación en base a carne de vacuno y/o pollo, cebolla, papas fritas, longaniza, huevo frito.	
TABLAS	Tablas para compartir en versión para 2 y 4 personas incluye ingredientes como carne, pollo, jamón, camarones, quesos que serán acompañado de salsas, entre otros.	
Destilados y vino	Se ofrecerá variedad de destilados tales como Whisky, ron, pisco y tragos preparados como pisco sour, tequila margarita, mojitos, entre otros. Además se incluye variedad de vinos.	
Bebidas no alcohólicas	Jugos naturales, aguas y bebidas.	

Fuente: Elaboración propia.

Es crucial resaltar que todos los productos disponibles en el local tendrán una versión vegana disponible. Esto se hace con el objetivo de atraer a un público más diverso.

2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA ACTUAL Y FUTURA

El análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de proyectos, por la incidencia de ella en los resultados del negocio que se implementará con la aceptación del proyecto.

2.2.1. Fuentes de información

Se emplearon las siguientes fuentes de información para llevar a cabo el estudio de mercado:

- Fuentes secundarias

Se llevó a cabo una búsqueda de datos estadísticos a través del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), se consultaron diversos estudios de mercado realizados por empresas especializadas, y se recopiló información y estadísticas proporcionadas por la Subsecretaría de Turismo. Ambas entidades, en colaboración con el INE, elaboran compendios detallados con información relevante para este proyecto.

- Fuentes primarias

Las fuentes primarias aplicadas fueron:

- La observación, mediante visita a distintos locales de comida y restaurantes de la comuna de Llay Llay.
- Encuesta aplicada directamente a sectores puntuales de la comuna de Llay Llay.

- Encuesta aplicada a través de redes sociales. Facebook e Instagram.

2.2.2. Demanda actual

La determinación de la demanda actual y futura se realiza a través del método cuantitativo y para ello, se consideran las siguientes variables:

- Población residente Comunas Valle del Aconcagua (Llay Llay – Catemu – Panquehue - San Felipe)
- Resultados de investigación de mercado.

2.2.2.1. Análisis de la población residente en el Valle del Aconcagua

La recopilación de información sobre el crecimiento de la población en las comunas de Llay Llay, Catemu, Panquehue y San Felipe es esencial para evaluar el mercado donde se pretende instalar el proyecto. La proximidad de estas comunas facilita la movilidad de los potenciales clientes dentro de esta área. Es importante señalar que, para mayor precisión, la población presentada en la Tabla 2-2 ya está segmentada por el grupo etario de interés, que abarca a hombres y mujeres de 25 a 45 años. La elección de este grupo etario se fundamenta en los siguientes puntos:

- Es el grupo etario que más frecuenta restobares, según los resultados de la encuesta
- Personas con la suficiente solvencia e independencia económica para asistir a este tipo de locales.

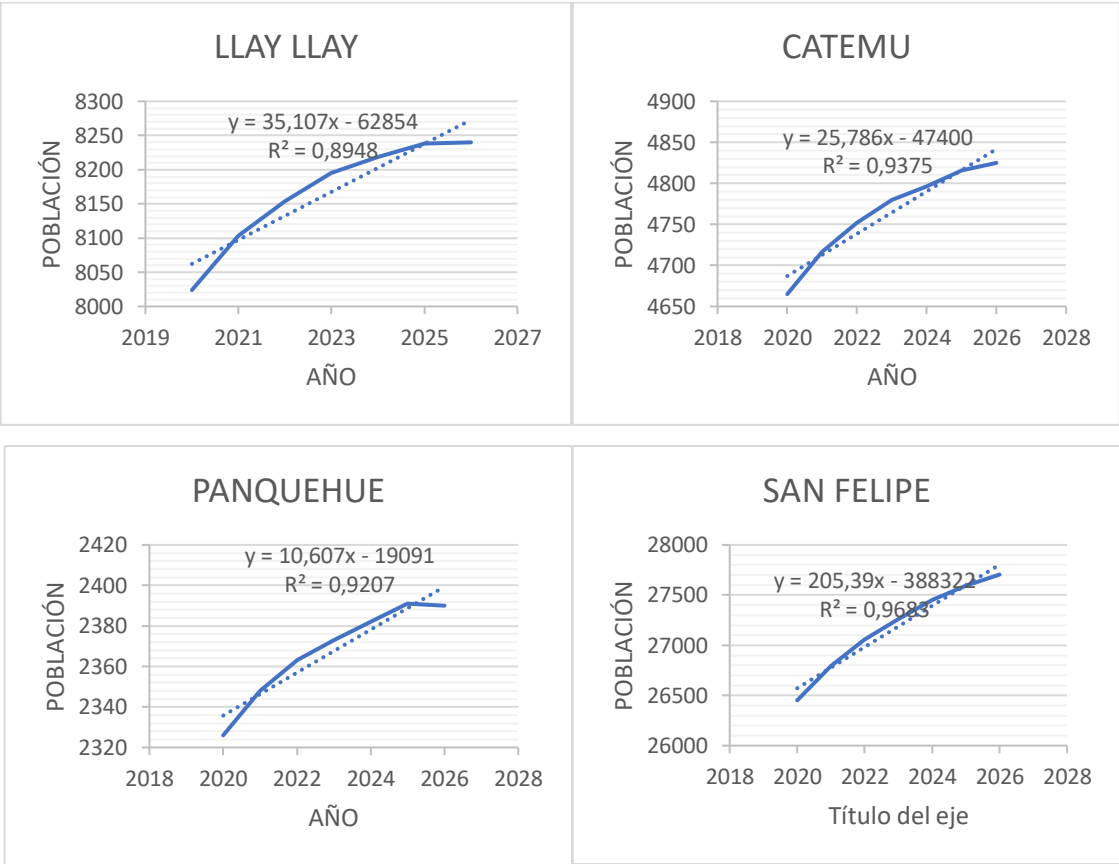
Tabla 2-2. Proyección de población comunas valle del Aconcagua 2020-2026

Edades entre los 25 y los 45 años.

PROVINCIA DE	Población	Población	Población	Población	Población	Población	Población
SAN FELIPE	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
LLAY LLAY	8024	8103	8154	8195	8219	8238	8240
CATEMU	4665	4717	4752	4780	4796	4816	4825
SAN FELIPE	26451	26797	27057	27259	27450	27595	27705
PANQUEHUE	2326	2348	2363	2373	2382	2391	2390

Fuente: Proyecciones Instituto Nacional de Estadísticas “estimación de proyecciones del 2002 al 2035”

En la tabla 2-2, Se observa un aumento gradual de la población en varias comunas del valle del Aconcagua.



Fuente: Elaboración propia a partir de Proyecciones Instituto Nacional de Estadísticas
“Indicadores Demográficos del 2002 al 2035”

Gráfico 2-1. Proyección de población comunas valle del Aconcagua 2020-2026

Para proyectar el crecimiento de 2020 a 2026, se emplea el método de regresión lineal, un modelo matemático que sirve para aproximar la relación de dependencia entre una variable dependiente "Y" (número de habitantes) y una variable independiente "X" (años, considerados como períodos). Este método de regresión lineal se clasifica como un pronóstico causal, ya que se basa en antecedentes cuantitativos históricos, lo que justifica su uso en esta proyección.

La ecuación que permite encontrar valores estimados de y (variable dependiente) dado

algún valor de x (variable independiente) es la ecuación 2-1.

$$y(x) = a + bx$$

Fuente: (Nassir Sapag Chain & Reinaldo Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, 2008)

Ecuación 2-1. Ecuación Modelo de Regresión Lineal

Donde “ $y(x)$ ” es el valor estimado de la variable dependiente para un valor específico de la variable x , “ a ” es el punto de intersección de la línea de regresión con el eje y , “ b ” es la pendiente de la línea de regresión, y “ x ” es el valor específico de la variable independiente. Para calcular el valor de “ a ” y “ b ” se utiliza la ecuación 2-1 y ecuación 2-2 respectivamente.

$$b = \frac{n \sum x_i y_i - [(\sum x_i)(\sum y_i)]}{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2}$$

Fuente: (Nassir Sapag Chain & Reinaldo Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, 2008).

Ecuación 2 2. Ecuación para determinar pendiente en Regresión Lineal.

$$a = \frac{\sum y_i}{n} - \frac{b \sum x_i}{n}$$

Fuente: (Nassir Sapag Chain & Reinaldo Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, 2008)

Ecuación 2-3. Ecuación para determinar intercepto en Regresión Lineal

Lo anterior se aplica a los datos presentados en la Tabla 2-2, considerando un período más amplio desde 2020 hasta 2026 para obtener una mayor cantidad de registros históricos y, con ello, una mayor precisión en la proyección. Es importante destacar que, para lograr resultados más exactos, las fórmulas mencionadas deben aplicarse por separado a cada comuna. En este caso, se utiliza el programa Microsoft Excel y, específicamente, la fórmula de regresión lineal. En la Tabla 2-3 se presentan las

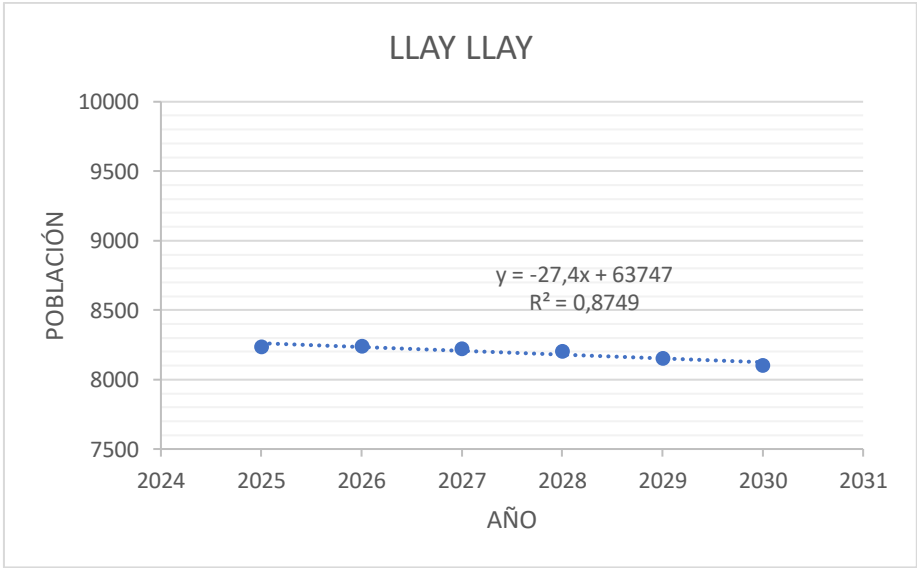
proyecciones realizadas con este método. Cabe recordar que estos valores ya están segmentados en los grupos de interés de 25 a 45 años.

Tabla 2-3. Proyección población valle del Aconcagua
entre 2025 y 2030.

PROVINCIA DE	Población	Población	Población	Población	Población	Población
SAN FELIPE	2025	2026	2027	2028	2029	2030
LLAY LLAY	8238	8240	8223	8202	8154	8102
CATEMU	4816	4825	4820	4814	4790	4761
SAN FELIPE	27595	27705	27750	27739	27679	27603
PANQUEHUE	2391	2390	2391	2388	2382	2373

Fuente: Elaboración propia a partir de Proyecciones Instituto Nacional de Estadísticas
“Indicadores Demográficos del 2002 al 2035”

En el gráfico 2-2, se aprecia una leve disminución de la población de 25 a 45 años en la comuna de Llay Llay, valle del Aconcagua, que no representaría un peligro para la ejecución de nuestro proyecto. En el gráfico 2-1 se presenta solo la ecuación de regresión lineal de la comuna de Llay Llay que es la comuna de interés.



Fuente: Elaboración propia a partir de Proyecciones Instituto Nacional de Estadísticas
“Indicadores Demográficos del 2002 al 2035”

Gráfico 2-2. Proyección población Llay Llay 2025-2030.

Dado lo anteriormente expuesto, la demanda actual de la población en el valle del Aconcagua es de 42.847 hombres y mujeres de entre 25 y 45 años. (ver tabla 2-2 año 2024).

Ya que se han establecido y dimensionado los alcances geográficos y de población del proyecto se analizan los hábitos de consumo de los chilenos y posteriormente se utiliza la encuesta para determinar específicamente el mercado objetivo.

2.2.3. Comportamiento de los consumidores en Chile

los hábitos de los consumidores, A nivel nacional se reflejan en los siguientes datos. Según la IX Encuesta de Presupuesto Familiar, 2021-2022, se observan las siguientes tendencias:

- En Chile, las familias gastan en promedio alrededor de \$1.451.782 cada mes.
- Del gasto promedio mensual del hogar, el 6,07% se destina a Servicios de restaurantes y alojamiento, lo que equivale a una media de \$88.262, mientras que un 1,48% se destina a bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes, representando \$21.431. En conjunto, estos dos rubros totalizan \$109.693.
- Adicionalmente en la categoría de recreación y cultura se destina un 4,43% del presupuesto, equivalente a \$64.399. Se considera esta categoría ya que se complementa como forma de esparcimiento de las personas.
- Según Aaron Allen & Associates, una empresa consultora que colabora estrechamente con destacadas empresas de hotelería, cadenas de restaurantes y servicios de alimentación a nivel global. A fines de 2022.
- Chile tiene una economía de U\$320 miles de millones, el quinto PIB más alto de América Latina.
- La población de Chile llega al borde de los 20 millones de habitantes.
- No se proyectan altas tasas de crecimiento para los próximos 5 años, pero sí un crecimiento del Producto Interno Bruto cercano al 1.8% anual (de acuerdo al FMI)
- Chile recibe cerca de 5.5 millones de turistas por año, que engrosan la masa de consumo y que destinan una buena parte de su presupuesto a restaurantes.
- Chile se encuentra entre los diez países con mayor PIB per cápita de Latinoamérica, llegando a los \$15 000 dólares (por ejemplo, el doble que Perú)
- El salario mínimo en Chile es a partir del 1 de julio de 2024 de 500 mil pesos por mes.

- El país recibió el año 2023 US\$21.738 millones por concepto de IED (inversión extranjera directa). Según el análisis de InvestChile, la cifra es la más alta desde 2015.
- La tasa de desempleo de Chile está por debajo del 9% y se espera que disminuya en los próximos años.

2.2.3.1. Muestra a considerar

Para calcular si la muestra (n) que se ha conseguido es representativa del universo que asiste a restobares en la comuna de Llay Llay se utiliza la ecuación 2-4 para cuando se tiene la población y se requieren variables cuantitativas:

$$n = \frac{k^2 * q * p * N}{e^2 * (N - 1) + k^2 * q * p}$$

Fuente: (Nassir Sapag Chain & Reinaldo Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, 2008)

Ecuación 2-4. Cálculo muestral.

Donde:

- n: tamaño de la muestra.
- Z: Nivel de confianza.

Los valores más utilizados son:

K 1,15-1,28-1,44-1,65-1,96-2,00- 2,58

Nivel de confianza 75%-80%-85%-90%-95%-95,5%-99%

- p: Probabilidad de éxito, también conocida como proporción esperada, es la proporción de los agentes que son válidos para el estudio y por convención cuando este parámetro es desconocido se utiliza 0.5 por ser la opción más prudente (los agentes tienen la misma probabilidad de ser validos como inválidos).

Ejemplo: p = Porcentaje de los que asistirían a un restobar.

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

Ejemplo: q = Porcentaje de los que no asistirían a un bar.

- e: Precisión o error admisible, también conocido como error maestral. Es un valor que indica el error a causa de encuestar una muestra de la población objetivo y no a su totalidad.
- N: Tamaño de la población objetivo o potenciales clientes. Para este caso tal como se señala anteriormente es de 42.847 personas.

Para el proyecto se considera un 95 % de confianza (1,96), un error admisible del 10% (0,1) y una probabilidad de éxito igual a la de fracaso de 50%, por lo tanto, el número de personas que deben ser encuestadas es de 96. En este caso se obtuvieron 119 de las cuales se desestimaron 23 debido a que no fueron contestadas en su totalidad, cabe recordar que las encuestas se realizaron de manera digital a través de internet.

2.2.3.2. Formato y resultados encuesta

En la tabla 2-4, se aprecia el formato de la encuesta realizada con la cual entre las preguntas 1 a la 9 se busca saber hábitos de los consumidores y entre la pregunta 10 y 15 se busca conocer el grado de valoración o importancia que el cliente busca en un local de este tipo.

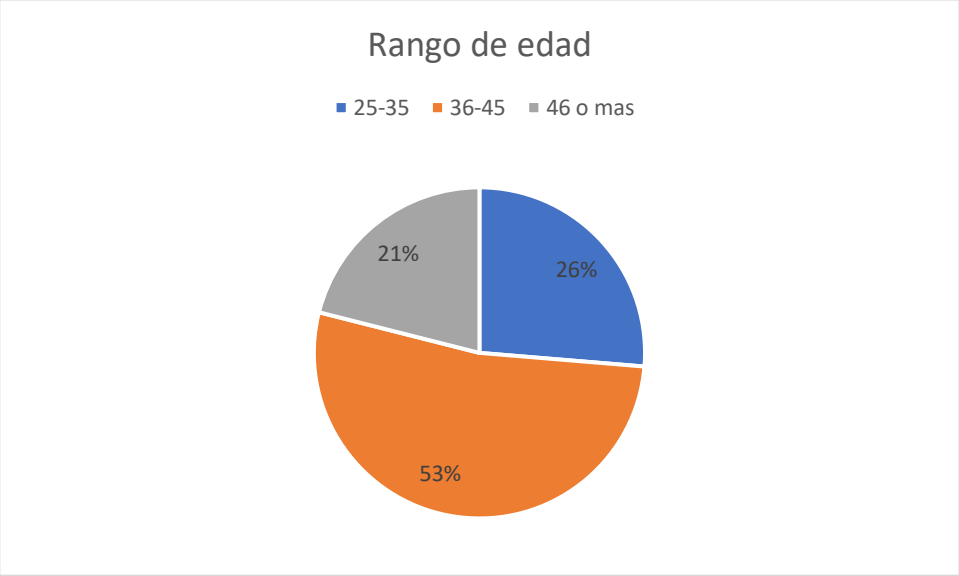
Tabla 2-4. Formato encuesta.

Formato encuesta		
Pregunta 1	Indique su rango de edad	Hábitos
Pregunta 2	Indique sexo	
Pregunta 3	Comuna de residencia	
Pregunta 4	Lugares de preferencia para salir a compartir sociabilizar	
Pregunta 5	Frecuencia de visita a un bar/restobar	
Pregunta 6	Preferencia por probar lugares nuevos	
Pregunta 7	Consumo personal promedio	
Pregunta 8	Bebidas alcohólicas favoritas	
Pregunta 9	Opciones de comida en un bar	
Pregunta 10	Importancia de servicio/atención	Valoración
Pregunta 11	Importancia limpieza y aseo	
Pregunta 12	Importancia de los precios	
Pregunta 13	Importancia de la decoración	
Pregunta 14	Importancia rapidez	
Pregunta 15	Importancia de la música	

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se detallan los resultados obtenidos de la encuesta.

La primera, segunda y tercera preguntas son vitales ya que con esto se permite tener un panorama general de que prefieren las personas de acuerdo con su género, grupo etario y lugar demográfico. los resultados se pueden ver en el gráfico 2-3, 2-4 y 2-5 respectivamente.



Fuente elaboración propia en base a resultados encuesta.

Gráfico 2-3. Rango de edad encuestados.

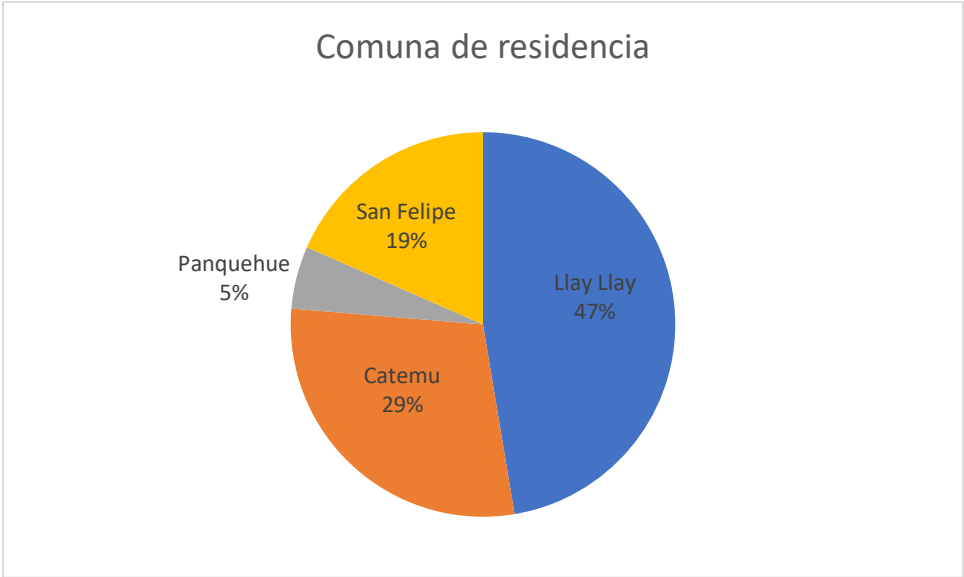
El gráfico 2-4 muestra una división igualitaria entre hombres y mujeres en la encuesta, lo que implica que las respuestas obtenidas provienen de una muestra equilibrada en cuanto a género. Esto es beneficioso ya que puede proporcionar una representación más justa de los gustos y preferencias, al abarcar las perspectivas tanto masculinas como femeninas de manera equitativa.



Fuente elaboración propia en base a resultados encuesta.

Gráfico 2-4. Género de los encuestados.

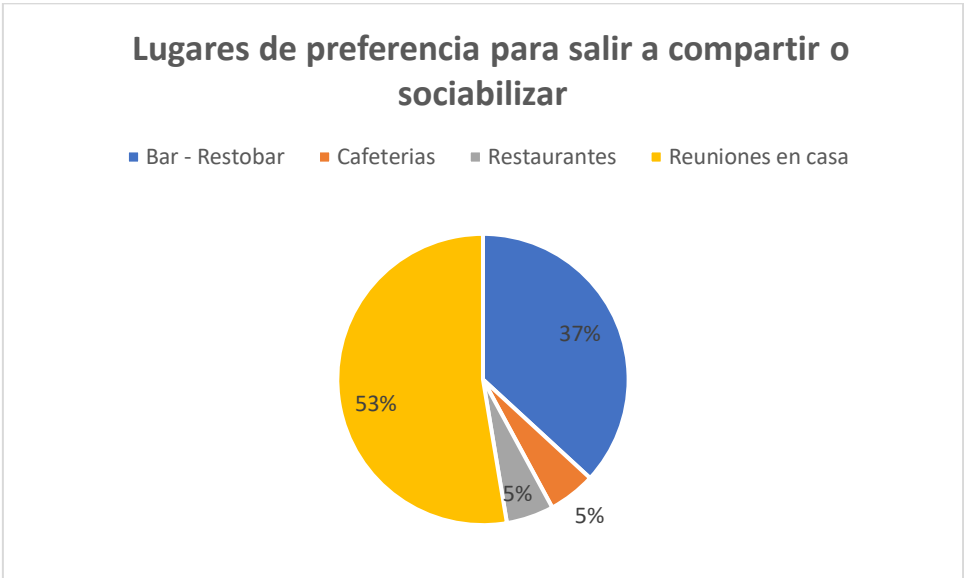
De acuerdo a los resultados del gráfico 2-5 se concluye que la mayoría de los encuestados son residentes de Llay Llay y de la comuna más cercana que es Catemu.



Fuente elaboración propia en base a resultados encuesta.

Gráfico 2-5. Lugar de residencia encuestados.

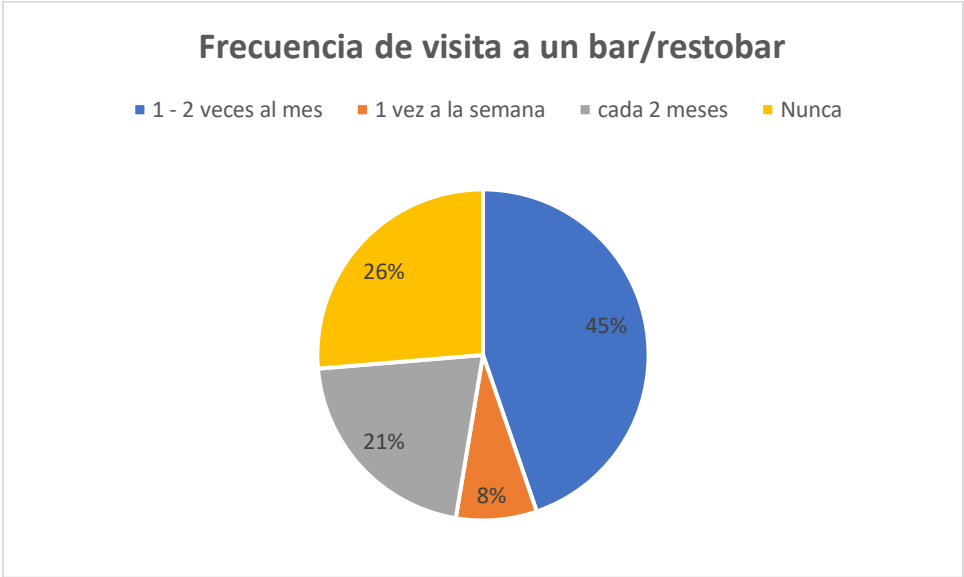
Con la pregunta del gráfico 2-6 se busca conocer los principales lugares que las personas suelen acudir y se tiene que el 53 % de los encuestados prefieren las reuniones en casa y que el 37% se inclina por visitar un Bar-restobar.



Fuente elaboración propia en base a resultados encuesta.

Gráfico 2-6. Preferencia de lugares para compartir.

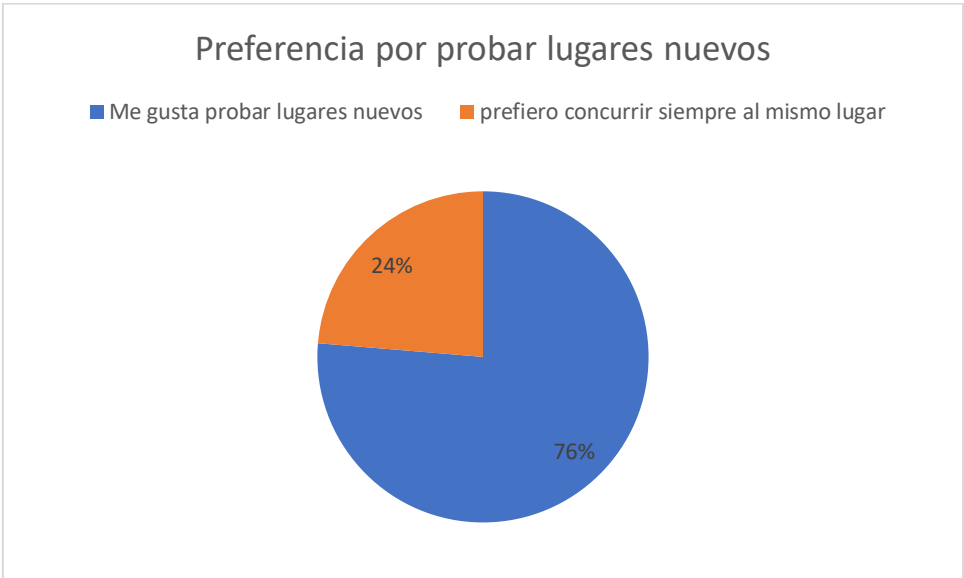
El gráfico 2-7, muestra la afluencia que presentan las personas al tipo de local que se está analizando en este proyecto. Se tiene que un 45% asiste 1 o 2 veces al mes al menos.



Fuente elaboración propia en base a resultados encuesta.

Gráfico 2-7. Frecuencia de visita a un restobar.

Gracias a la respuesta del gráfico 2-8 se puede notar que un 76% de los encuestados está dispuesto a probar nuevos lugares.

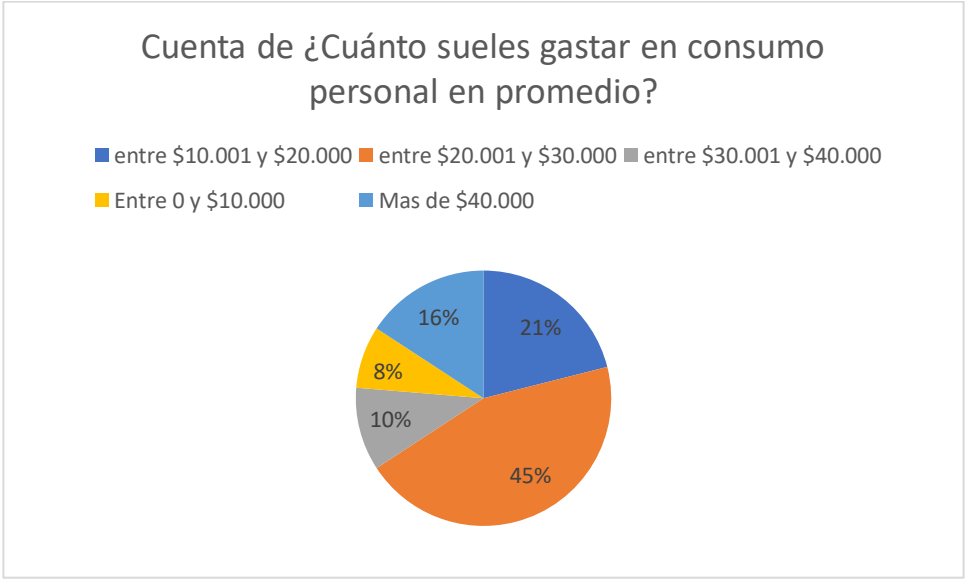


Fuente elaboración propia en base a resultados encuesta.

Gráfico 2-8. Preferencia por probar nuevos lugares.

Los datos del gráfico 2-9 indican que un 45% de los encuestados gastó en promedio entre \$20.001 y \$30.000 en consumo personal, mientras que un 21% gastó entre \$10.001 y \$20.000. Estas cifras

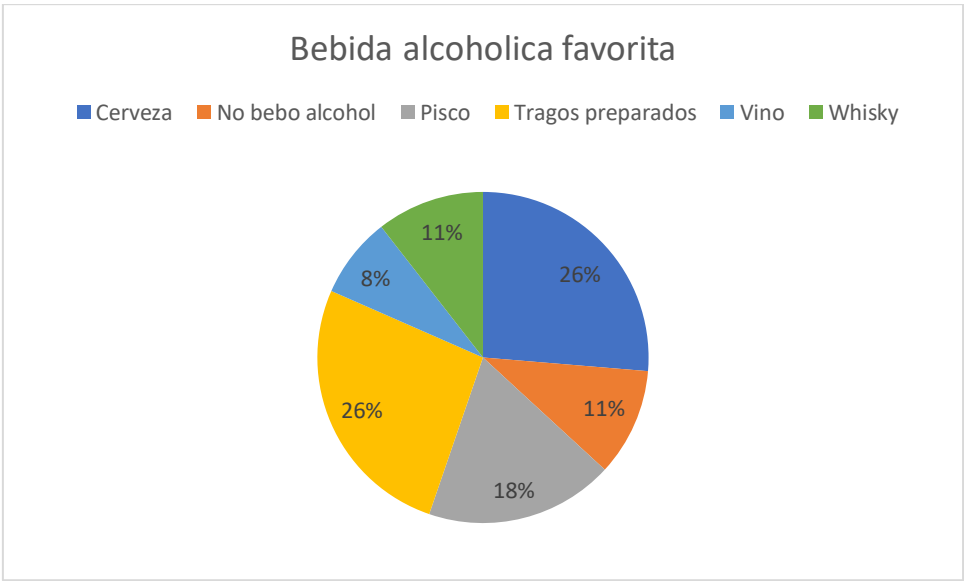
son alentadoras para el local que se propone en este proyecto, ya que sugieren que una parte significativa de la población está dispuesta a gastar en el rango de precios que se espera ofrecer.



Fuente elaboración propia en base a resultados encuesta.

Gráfico 2-9. Consumo promedio.

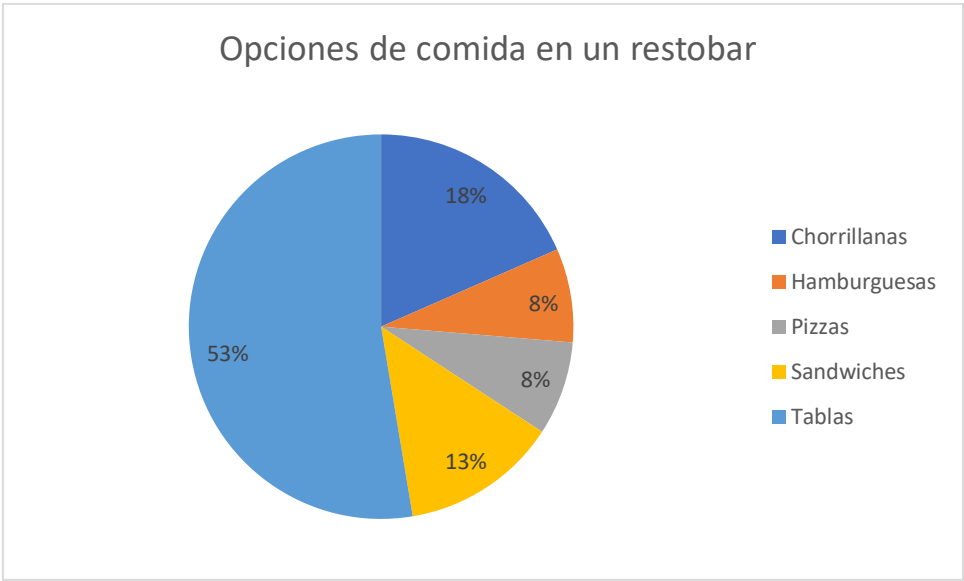
De acuerdo al grafico 2-10 y 2-11 se realiza la oferta de productos que ofrecerá el local con esto se consigue una carta de bebestibles y comida de la preferencia de los potenciales clientes.



Fuente elaboración propia en base a resultados encuesta.

Gráfico 2-10. Bebidas alcohólicas favoritas.

Las respuestas proporcionadas en los gráficos 2-10 y 2-11 ofrecen una visión general valiosa para orientar de manera más precisa los productos que se ofrecerán en el local. En cuanto a las bebidas alcohólicas, se observa que un 26% de los encuestados muestra preferencia por cervezas, otro 26% por tragos preparados, y un significativo 53% disfruta de una buena tabla para acompañar sus consumos. Esta información es crucial para la estrategia de negocio, ya que sugiere que se debería ofrecer una selección diversa de cervezas y tragos preparados, así como también enfocarse en la oferta y variedad de tablas para satisfacer las preferencias de la mayoría de los clientes potenciales.

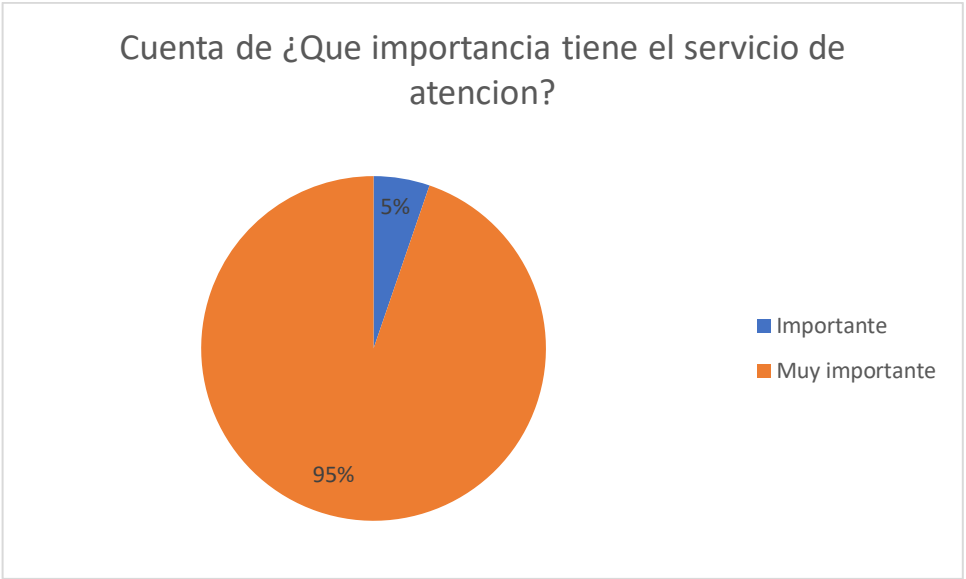


Fuente elaboración propia en base a resultados encuesta.

Gráfico 2-11. Comida de preferencia.

La información presentada en los gráficos siguientes tiene como objetivo comprender el grado de importancia que el público otorga a variables que son intrínsecas para un local como el que se está proyectando.

Se destaca que el 95% de las personas considera la variable de servicio o atención de un local como muy importante. Esto sugiere que la calidad del servicio y la atención al cliente son aspectos fundamentales que influyen significativamente en la experiencia general de los clientes y, por lo tanto, deben ser prioridades en la gestión y operación del negocio.



Fuente elaboración propia en base a resultados encuesta.

Gráfico 2-12. Valoración servicio/atención.

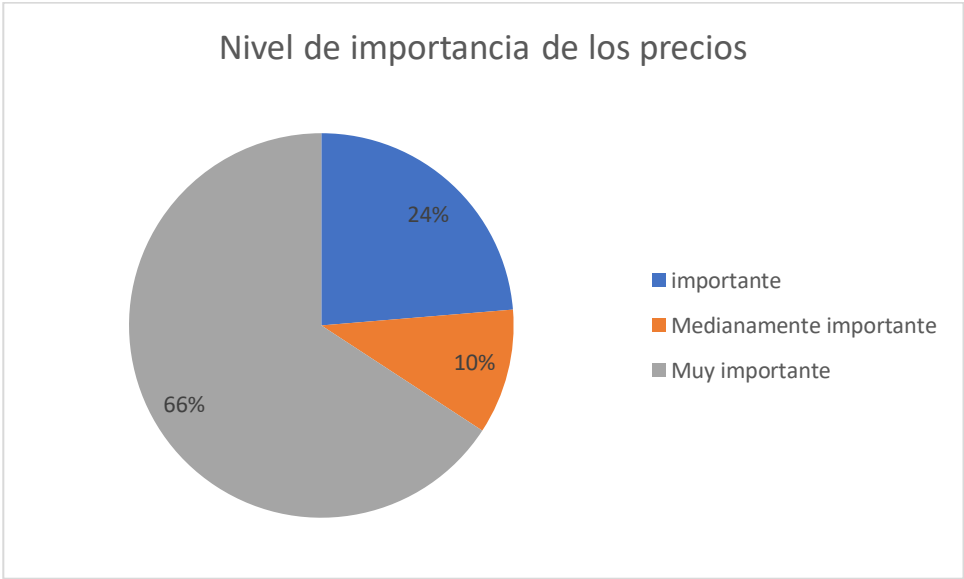
cabe destacar que la higiene del local se percibe como un punto aún más relevante para este tipo de establecimientos. De hecho, el 95% de los encuestados lo considera muy importante. Este hallazgo resalta la importancia crítica de mantener altos estándares de limpieza y sanitización en el local, ya que la percepción de limpieza influye de manera significativa en la satisfacción del cliente y en la reputación del negocio. Por lo tanto, garantizar un ambiente limpio y saludable debería ser una prioridad absoluta en la gestión y operación del establecimiento.



Fuente elaboración propia en base a resultados encuesta.

Gráfico 2-13. Valoración Limpieza/Aseo

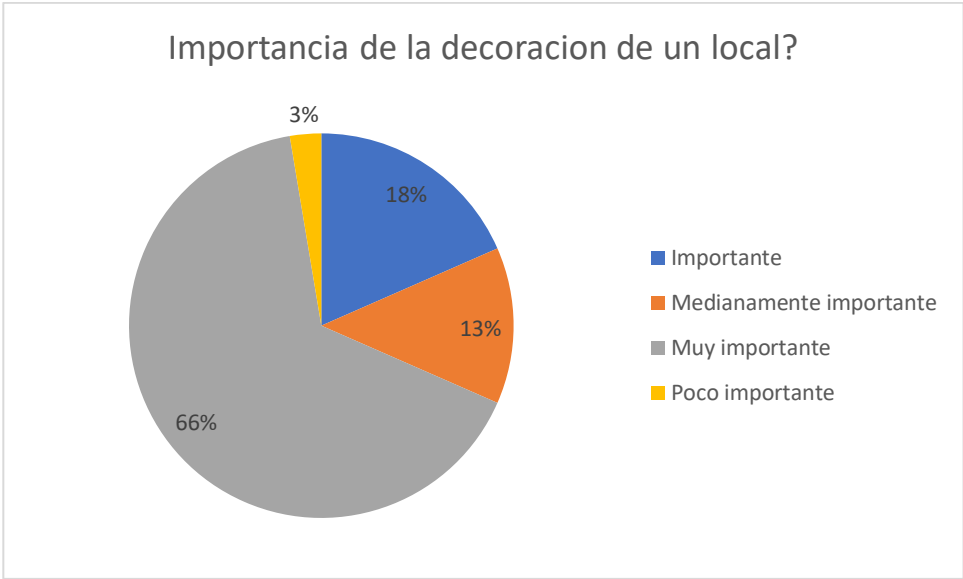
Es interesante notar que la importancia de los precios es un poco más equilibrada en comparación con las variables anteriores. Según comentarios de los mismos encuestados, el precio pasa a un segundo plano si se superan sus expectativas y necesidades como consumidores. Esto sugiere que, si un establecimiento ofrece productos de alta calidad, un excelente servicio al cliente y un ambiente higiénico y acogedor, los clientes están dispuestos a pagar un precio justo por ello. Esta percepción refleja la importancia de enfocarse en la calidad y el valor percibido por parte de los clientes, en lugar de simplemente competir en base a precios bajos.



Fuente elaboración propia en base a resultados encuesta.

Gráfico 2-14. Valoración precios.

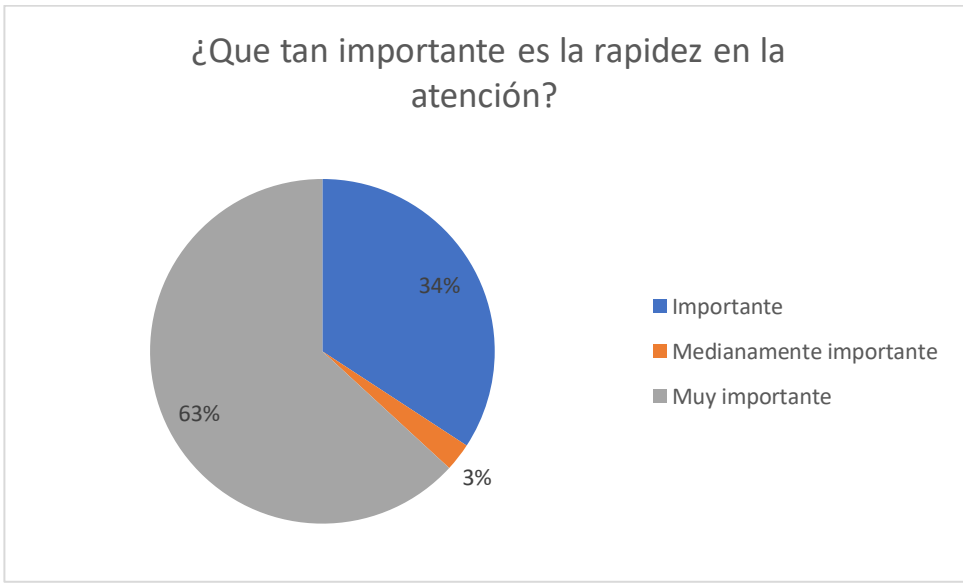
La decoración juega un papel crucial como factor de diferenciación visual en relación con la competencia. Es por ello que el 18% de los encuestados lo considera importante, mientras que un significativo 66% lo califica como muy importante, una cifra que no debe pasarse por alto. Esto resalta la relevancia que los consumidores otorgan a la estética y el ambiente del local al tomar decisiones de consumo. Por lo tanto, invertir en una decoración atractiva y distintiva puede ser una estrategia eficaz para atraer y retener clientes en un mercado competitivo.



Fuente elaboración propia en base a resultados encuesta.

Gráfico 2-15. Valoración decoración.

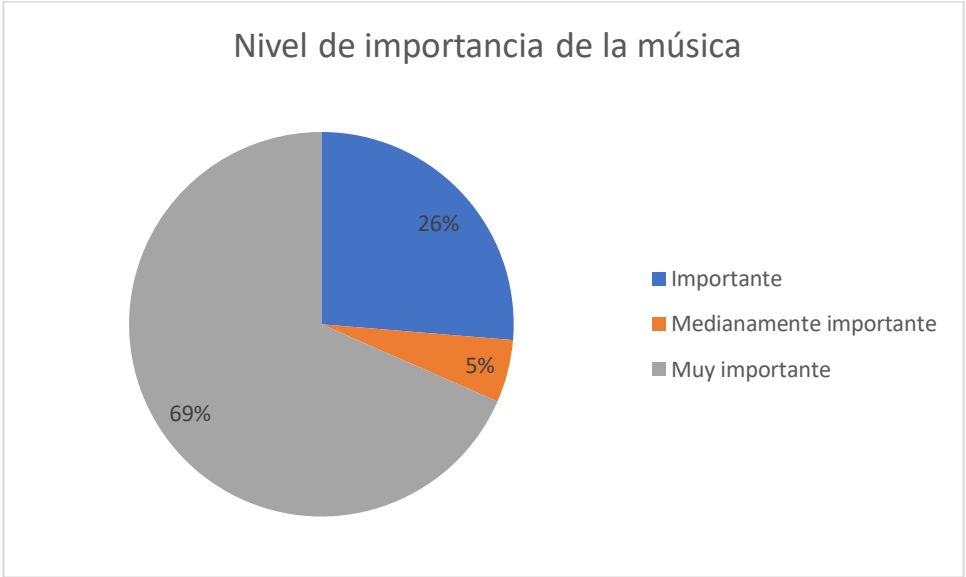
La rapidez de atención del servicio es una de las variables importantes también, debido a que tal como señalaron los encuestados la idea es disfrutar y compartir tranquilamente en este tipo de locales, pero no por ello la atención debe ser lenta o ineficiente. Por esta razón el 63% de los encuestados considera este ítem como muy importante.



Fuente elaboración propia en base a resultados encuesta.

Gráfico 2-16. ¿Qué tan importante es la rapidez en la atención?

El 26% de los encuestados considera la música ambiental del local como algo importante y un 69% como muy importante enfatizando ambos grupos que se busca música variada y a un buen volumen para amenizar la estadía en el local.



Fuente elaboración propia en base a resultados encuesta.

Gráfico 2-17. Valoración música.

2.2.4. Proyección de demanda futura

Respecto a la demanda futura hay que considerar dos aspectos, el crecimiento proyectado de la población lo cual genera un crecimiento en necesidades que satisfacer y el crecimiento del sector económico de restaurantes el cual se encuentra en constante crecimiento en parte debido a la recuperación económica post pandemia del país.

Para estimar la demanda se considerarán las ventas de otros locales de comida/restobares según su tamaño, según información de SII, (ver tabla 2-5)

Tabla 2-5. Ventas UF por tamaño de empresa

TAMAÑO	VENTAS UF POR EMPRESA
MICRO 1	0,01-200
MICRO 2	200-600
MICRO 3	600-2400
PEQUEÑA 1	2400-5000
PEQUEÑA 2	5000-10000
PEQUEÑA 3	10000-25000
MEDIANA 1	HASTA 50000
MEDIANA 2	HASTA 100000

Fuente SII.

Ya que los valores de venta se encuentran en UF y no existe información actualizada se considerarán las ventas considerando la UF \$37.585, valor Julio 2024. (ver tabla 2-6).

Tabla 2-6. Ventas en pesos por tamaño de empresa

TAMAÑO	VENTAS UF POR EMPRESA	VENTAS CLP POR EMPRESA 2024	VENTAS CLP POR EMPRESA MENSUAL
MICRO 1	200	7.517.002	626.417
MICRO 2	600	22.551.006	1.879.251
MICRO 3	2400	90.204.024	7.517.002
PEQUEÑA 1	5000	187.925.050	15.660.421
PEQUEÑA 2	10000	375.850.100	31.320.842
PEQUEÑA 3	25000	939.625.250	78.302.104
MEDIANA 1	50000	1.879.250.500	156.604.208
MEDIANA 2	100000	3.758.501.000	313.208.417

Fuente: SII.

Considerando la cantidad de trabajadores por empresa y la cantidad de público que existe en la posible localización, se puede considerar que el proyecto pudiese encontrarse situada en Micro 3, obteniendo un total de \$7.517.002 como demanda inicial, ahora dividiendo por un promedio de \$9190 por boleta que es el promedio nacional del primer trimestre de 2024, según la cámara nacional de comercio en su portal cnc.cl se obtiene una demanda inicial de 817 ventas el primer mes.

Dadas las estimativas de crecimiento, el Banco central indica que el mercado creció 1,1% de forma mensual hasta mayo del 2024 y se espera que se mantenga hacia el futuro. Considerando el crecimiento de mercado del 1,1% mensual, y también las campañas publicitarias y marketing principalmente por redes sociales se toma como supuesto otro 1% de crecimiento mensual. Con todo lo anterior se pronostica un crecimiento de 2.1% mensual.

Tabla 2-7. Proyección demanda

MES	N° Ventas AÑO 1	N° Ventas AÑO 2	N° Ventas AÑO 3	N° Ventas AÑO 4	N° Ventas AÑO 5
1	817	1048	1345	1726	2214
2	834	1070	1373	1762	2261
3	852	1092	1402	1799	2308
4	870	1115	1431	1837	2357
5	888	1139	1461	1875	2406
6	906	1163	1492	1915	2457
7	926	1187	1523	1955	2509
8	945	1212	1555	1996	2561
9	965	1238	1588	2038	2615
10	985	1264	1621	2081	2670
11	1006	1290	1655	2124	2726
12	1027	1317	1690	2169	2783
total número de ventas anuales	11020	14135	18138	23276	29869

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 2-6, Ventas en pesos por tamaño de empresa, se calcula el número de ventas. (Ver tabla 2-7)

$$\text{Ventas} = \frac{\text{Ventas en (\$) Empresa tamaño Micro 3}}{\text{promedio nacional de boletas}}$$

$$\text{Ventas} = 7.517.002/9190 = 817 \text{ ventas. (Primer mes del proyecto)}$$

2.3. VARIABLES QUE AFECTAN LA DEMANDA

Como ocurre en cualquier proyecto, hay variables que inevitablemente impactan la demanda, tanto de forma positiva como negativa. A continuación, se presentan las más importantes para entender los factores que finalmente influyen en el proyecto:

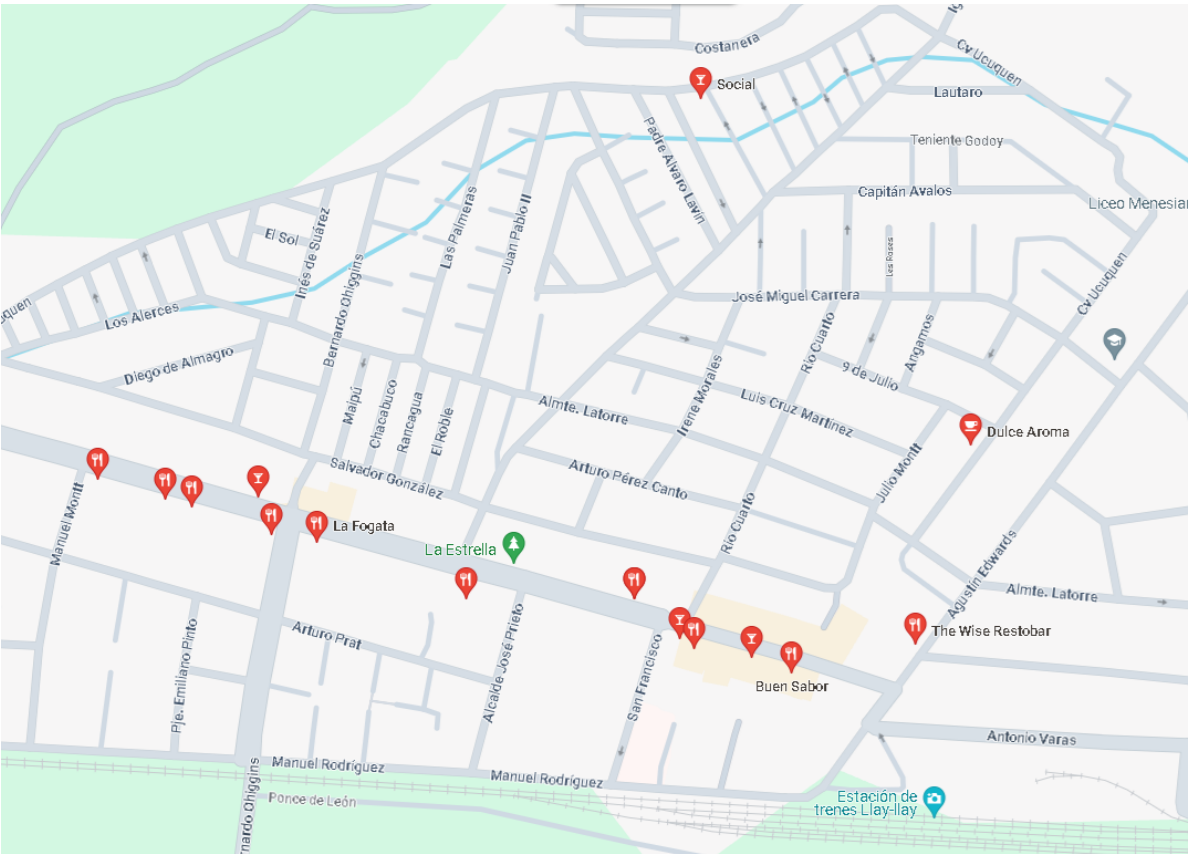
- Precios de los productos: La demanda de un producto o servicio disminuye cuando su precio es alto y aumenta cuando su precio es bajo. Por lo tanto, la cantidad que los consumidores están dispuestos a adquirir está directamente relacionada con el precio de venta de los productos y servicios ofrecidos en el local.
- Competencia en el sector: Mientras más competencia se encuentre en el sector, más oferta estará disponible para los clientes que transitan por el lugar, por lo que es muy importante identificar y comprender cuales son las estrategias de comercialización que utiliza la competencia.
- Las preferencias de los consumidores o potenciales clientes: los gustos, las preferencias y la moda determinan el comportamiento de los demandantes.
- Ingreso del consumidor: según la renta disponible del consumidor, se reflejará la tendencia de consumo.
- Lugar físico en la cual se establecerá el local.
- Calidad de los productos a ofertados.
- Campañas asociadas a la comida chatarra y/o restricciones horarias para bares y restobares.
- Reconocimiento y confiabilidad.
- Crecimiento socio económico alcanzado en los últimos años.
- Contexto cultural del sector en que se establecerá y ejecutará el proyecto.

2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL Y FUTURA

A continuación, se identificarán los principales antecedentes que explican la oferta existente en la zona donde se llevará a cabo el proyecto.

2.4.1. Análisis de la oferta actual

Actualmente en Llay Llay existen según cifras del SII presentadas en la tabla 1-4 alrededor de 68 restaurantes y bares. Los cuales se detallan a continuación donde solo se mencionarán los más relevantes. Es importante señalar que se agrupará por competencia indirecta aquellos que sean solo restaurantes, ya que básicamente ofrecen servicio de comida para almorzar y como competencia directa aquellos que sean restobares, los cuales además funcionan en un horario más extenso ofreciendo mayor variedad de tragos y bebidas alcohólicas. Toda la información de locales y bares fue corroborada directamente visitando la comuna de Llay Llay, ya que hay varios locales que no existen o simplemente su ubicación según el mapa están erróneas.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 2-1. Restaurantes y bares en la comuna de Llay Llay.

En la figura 2-2 se aprecia una panorámica del sector centro de la comuna y la ubicación aproximada (globos rojos) de la mayoría de los locales que actualmente ofertan servicio de restaurant y bar.

2.4.1.1. Competencia indirecta.

En general todo el listado siguiente presenta horarios similares de cierre y apertura siendo aproximadamente de 12 a 20 hrs, enfocados en servicio de almuerzo para todo tipo de público, especialmente pensado para familias. A su vez la variedad del menú y bebestibles no son los propios de un restobar ni a lo que apunta el mercado de este proyecto.

- Restaurant Club Llay Llay
- Los Hornitos
- Restaurant Aires de Llay Llay
- Restaurant La Fogata
- Restaurant Chino Tres estrellas
- Buen sabor restaurant
- Pizzería comandary
- Giolio's Restaurante italiano.
- Restaurante Shaddai
- Rustic Pink
- Donde Iñaki

2.4.1.2. Competencia directa

Los locales mencionados a continuación presentan una oferta similar a la que busca el local de este proyecto, pero cabe destacar que el público objetivo de estos locales ronda en personas sobre los 35 años que gustan de una buena comida en familia (información obtenida en base a visita directa a los locales listados). A continuación, se presentan las principales características de los locales:

- Azteca Restobar

Ubicado en la avenida José Manuel Balmaceda Llay Llay, a solo cuadras de la plaza de armas de Llay Llay. Es un local que cuenta con capacidad aproximada de 70 personas. Se encuentra operativo durante todo el año, su carta de comida es variada, variedad de tragos preparados, cócteles y cervezas en botella. Además, para amenizar al público asistente suelen tener bandas en vivo de música y dobles oficiales de grandes artistas. Su público ronda sobre los 35 años.

- Rock'n Roll Restobar.

Ubicado en la avenida José Manuel Balmaceda, cuenta con una capacidad aproximada de 40 personas. Su público objetivo ronda para personas sobre los 40 años debido a los precios de su carta y al ambiente rockero de este local. Funciona todo el año ofreciendo gran variedad en cocteles y tragos preparados.

- Patio estación: Ubicado en la avenida principal José Manuel Balmaceda este local opera todo el año. Capacidad para 100 personas aproximadamente se especializa en venta de tragos preparados, tablas y sushi y cuenta con un espacio para pista de baile.

- Iguana café bar: Local ubicado en Ignacio carrera pinto 251, Llay-Llay. Tiene una capacidad aproximada para 40-50 personas. Su carta es variada ya que de día funciona como restaurante ofreciendo diversos platos para público familiar y de noche como resto bar ofreciendo variedad de tragos, happy hour de preferencia los días miércoles.

2.4.2. Análisis de la oferta futura

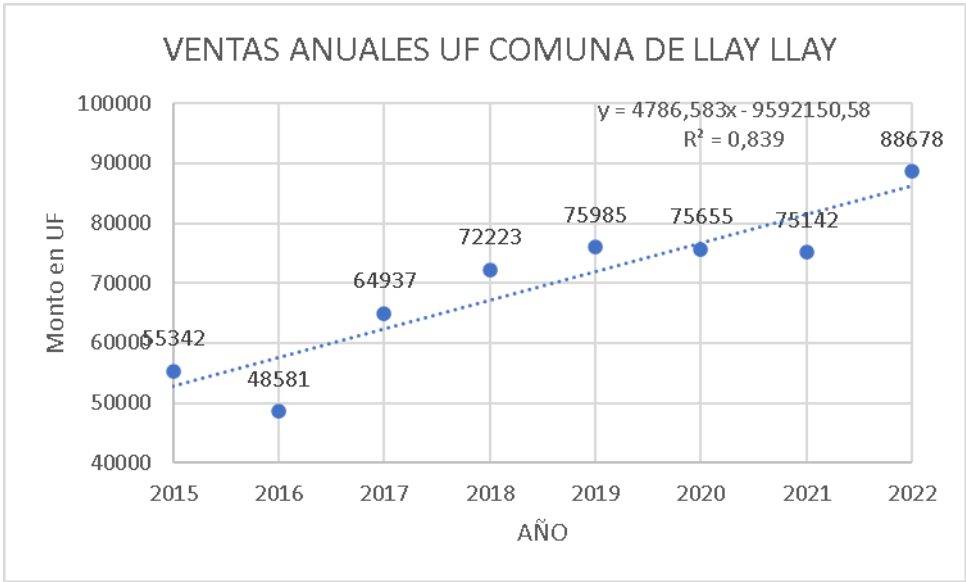
De acuerdo a cifras oficiales del SII se tiene la siguiente información:

Tabla 2-8. Ventas anuales UF restaurantes y servicios móvil de comida.

PERIODO	AÑO	VENTAS ANUALES UF
1	2015	55.342
2	2016	48.581
3	2017	64.937
4	2018	72.223
5	2019	75.985
6	2020	75.655
7	2021	75.142
8	2022	88.678

Fuente: Elaboración propia. Datos SII mayo 2024.

En el gráfico 2-19 se puede ver el comportamiento creciente de las ventas anuales en la comuna de Llay Llay.



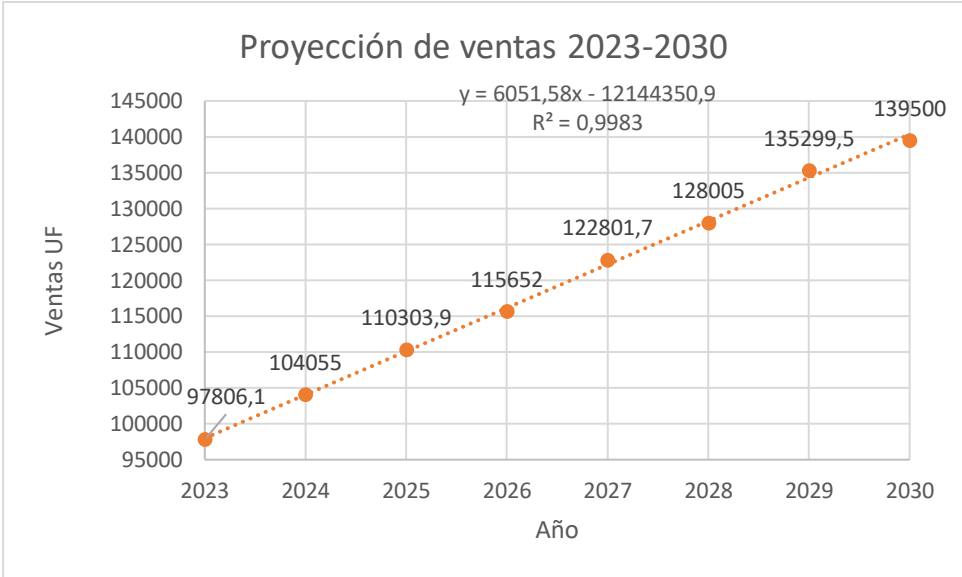
Fuente: Elaboración propia. Datos SII Octubre del 2024.

Gráfico 2-18. Ventas anuales en UF periodo 2015 al 2022.

Es importante ver como en el año 2020 las ventas anuales cayeron rotundamente debido a la crisis financiera mundial producto de la pandemia del covid-19 pero posteriormente se regularizan y vuelven a aumentar de forma paulatina y sostenida.

Para determinar la oferta futura se utilizaron datos obtenidos del SII, de la cantidad de ganancias por ventas en (UF) de restaurantes y servicios móvil de comida ubicadas en la comuna de Llay Llay entre los años 2015 y 2022 señalados anteriormente con el fin de proyectar estas cifras hasta el año 2025 se utiliza el método de regresión lineal.

Las ganancias proyectadas que se obtendrán el año 2025 con respecto a los 68 locales registrados actualmente de la comuna de Llay Llay es de 110.303 UF aproximadamente (ver gráfico 2-20).



Fuente: Elaboración propia. Datos SII mayo de 2024.

Gráfico 2-19. Ventas anuales en UF periodo 2023 al 2030.

2.5. **COMPORTAMIENTO DEL MERCADO**

El análisis del mercado considera las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, con el fin de aprovechar al máximo las oportunidades y fortalezas y, por otro lado, minimizar al máximo las debilidades y amenazas.

Para realizar este análisis se usará la matriz FODA, herramienta indispensable para analizar la situación competitiva del proyecto.

2.5.1. **Análisis del medio interno**

Para realizar el análisis interno, se supone las principales fortalezas y debilidades que se pueden detectar al interior de la empresa.

2.5.1.1. **Fortalezas**

F1: Ofrecer productos de primera calidad.

F2: Alta diferenciación respecto a la competencia.

F3: Buena ubicación y fácil acceso al local.

F4: Buena atención y asesoramiento al cliente.

2.5.1.2. Debilidades

D1: No poseer experiencia en el rubro.

D2: Limitada variedad de productos para consumir.

D3: La ausencia inicial de prestigio, imagen y trayectoria como empresa nueva.

D4: Espacios reducidos para la instalación del local.

2.5.2. Análisis del medio externo

Para analizar el medio externo, se plantearán las oportunidades y amenazas que afectan al sistema.

2.5.2.1. Oportunidades

O1: Variedad de proveedores, lo que permite comprar a buen precio insumos.

O2: Cercanía a la principal región del país.

O3: Cercanía a comunas aledañas con baja presencia de locales de este tipo como Catemu, Panquehue y San Felipe.

O4: Crecimiento de la economía post pandemia.

2.5.2.2. Amenazas

A1: Ingreso de nuevos competidores al mercado.

A2: Competencia con imagen reconocida y consolidada en el mercado.

A3: Posibles prohibiciones o regulaciones para este tipo de establecimientos.

Tabla 2-9. Matriz de estrategias FODA

Factores Internos Factores Externos	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	Penetrar el mercado, realizando publicidad y promociones a través de redes sociales (F1, F2, F3, O2, O3, O4)	Consolidarse y crecer en el mercado a través de la constante creación de valor y diferenciación. (D1, D3, O2, O3, O4)
Amenazas	Retener a los clientes mediante creación de relaciones a largo plazo. (F3, F4, A1, A2)	Realizar constante búsqueda de proveedores y nuevos productos para poder ampliar la variedad de productos ofertados. (D2, A3)

Fuente: Elaboración propia a partir de comportamiento de mercado análisis externo e interno (FODA)

El cruce de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas generan estrategias. Las fortalezas y oportunidades generan estrategias donde se debe usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades. Las oportunidades y debilidades indican que se debe generar una estrategia para superar las debilidades y aprovechar las oportunidades. El cruce de las amenazas y fortalezas indica que se debe hacer uso de las fortalezas para evitar las amenazas y el cruce de las amenazas y debilidades indica que se debe reducir al mínimo las debilidades y amenazas. (Ver tabla 2-8)

2.6. DETERMINACIÓN DE NIVELES DE PRECIO

La determinación del precio se realiza a través de las siguientes variables:

- Competencia: Se realizó un análisis de precios de locales similares en la provincia de San Felipe, con lo cual los precios finales a los clientes serían los mismos lo que da un alto nivel de competitividad para poder incorporarse al mercado local.
- Costos fijos: Como se apunta al nivel socioeconómico (C1B y C2) los costos fijos (como la ubicación, publicidad, etc.) tiene un valor más alto el cual debe tomarse en consideración al momento de asignar un margen a los productos.

- Margen de utilidad: Se requiere que el local comercial genere una cierta rentabilidad exigida, por lo cual el margen aplicado a los productos debe tomar en cuenta este factor.

Según consideraciones anteriores, se determina el precio de venta de los productos del local comercial descritos en la tabla 2-9.

Tabla 2-10. Precios referenciales locales similares.

LOCAL	AZTECA RESTOBAR	COMANDARY PIZZERIA	BAR BRAVA
UBICACIÓN	LLAY LLAY	LLAY LLAY	SAN FELIPE
PRODUCTO			
CHORRILLANA	\$15000 -\$18000	\$15.900	\$18.900
SANDWICHES	\$6500-\$8000	\$6.900	\$7.500
TABLAS	\$8500-\$15000	\$13000-\$15000	\$17.000
CERVEZAS	\$3.000	-	\$4.500
CEVICHES	\$7.000	-	\$16.000
DESTILADOS	\$35.000	-	\$50000-\$87000
VINOS	\$16.000	-	\$15000-\$23000
TRAGOS PREPARADOS	\$5.000	-	\$7.300
BEBIDAS	\$2.000	\$1.500	\$2.800
JUGOS NATURALES	\$4.000	\$2.500	\$4.500

Fuente: Elaboración propia en base a visita directa al local.

Finalmente, en base a la tabla 2-10 se fijan los valores para los productos que serán ofertados en el restobar del proyecto con lo cual se busca ingresar al mercado a un precio competitivo.

Tabla 2-11. Precios productos Restobar Llay Llay

PRECIOS RESTOBAR DEL PROYECTO	
PRODUCTO	PRECIOS
CHORRILLANA	\$15000 -\$18000
SANDWICHES	\$6500-\$8000
TABLAS	\$8500-\$15000
CERVEZAS	\$3.000
CEVICHES	\$7.000
DESTILADOS	\$35.000
VINOS	\$16.000
TRAGOS PREPARADOS	\$5.000
BEBIDAS	\$2.000
JUGOS NATURALES	\$4.000

Fuente: Elaboración propia en base a locales a fines.

Es importante mencionar que los precios indicados se ajustarán de acuerdo a variables como IPC a lo largo del horizonte del proyecto.

2.7. ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN

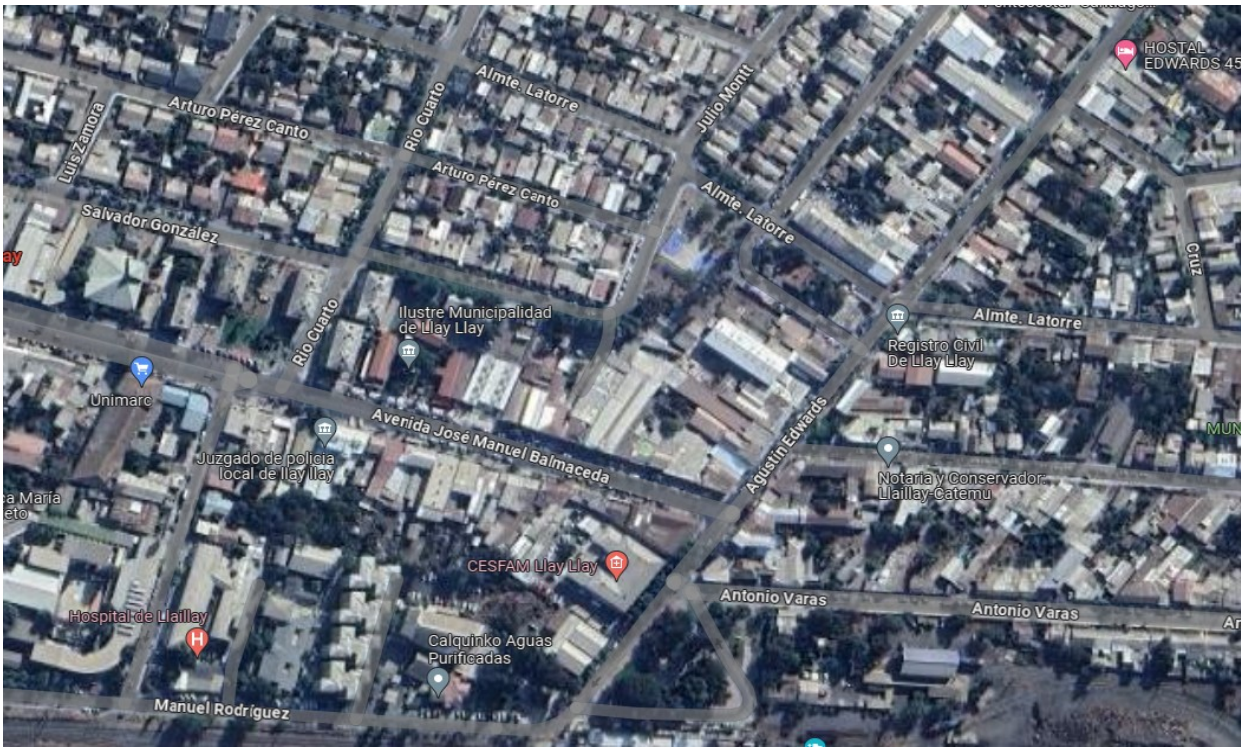
2.7.1. Macro localización

La decisión de la localización de un proyecto es crucial para su evaluación y éxito. Es necesario considerar varios aspectos antes de tomar una decisión. La selección debe basarse en la opción que permita la mayor rentabilidad estimada, teniendo en cuenta la ubicación y las características generales del entorno del sector. Por ello, se debe evaluar factores como los costos asociados, la accesibilidad, la infraestructura disponible, la mano de obra local, las regulaciones, la proximidad al mercado, la competencia, las condiciones socioeconómicas, y los factores ambientales. Estos elementos ayudarán a elegir la mejor ubicación para maximizar la rentabilidad del proyecto.

- Concentración de la Demanda.
- Accesos cómodos y con posibilidad de estacionamiento para visitantes del local.
- Sector seguro y tranquilo.
- Afluencia de público al sector.
- Competencia Existente: identificar la competencia es fundamental por varias razones. La estrategia comercial que se defina para el proyecto no puede ser indiferente a ésta. Es preciso conocer las estrategias que sigue la competencia para aprovechar sus ventajas y evitar sus desventajas; al mismo tiempo, ella se constituye en una fuente de información para calcular las posibilidades de captarle mercado y también para el cálculo de los costos probables involucrados.
- Costo de arriendo del local: es un factor importante al elegir la ubicación ya que al ser uno de los costos fijos más altos del funcionamiento del local, impacta directamente contra la rentabilidad esperada del proyecto.

2.7.2. Micro localización

Tomando en cuenta todo lo anterior y considerando que Llay Llay es una comuna pequeña y más aún que existen pocos espacios para locales comerciales o proyectos como el actual, se determinó que la mejor ubicación para el local comercial sería en un local en el centro de la comuna en la avenida principal José Manuel Balmaceda. A pocas cuadras de la plaza de armas de la comuna como lo muestra la imagen satelital.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 2-2. Ubicación escogida para el local comercial.

En la figura 2-3 se aprecia el sector mencionado, el cual está disponible para locales comerciales y posibilidad de estacionamiento.



Fuente: Elaboración propia en base a visita al sector.

Figura 2-3. Sector centro de Llay Llay.

2.8. ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

El análisis de comercialización se basa en cuatro aspectos fundamentales, de modo general, son los medios por los cuales los consumidores podrán conocer esta nueva empresa y todo lo que con ella se relaciona, este punto hace referencia a las 4P de marketing las que reflejan una forma sencilla para abordar los elementos centrales de la comercialización.

2.8.1. El producto

El servicio que se entregará será la apertura de un restobar en la comuna de Llay Llay, lugar de encuentro para ir a comer y beber junto a familiares y amigos. La característica principal del local será un sello diferenciador respecto a su competencia integrando una carta de comida y bebestibles diferente a lo que actualmente se encuentra en el sector

2.8.2. Precios

Estarán determinados por la rentabilidad que se quiera obtener y también por los precios de la competencia y locales similares (ver tabla 2-16).

2.8.3. Plaza

El único canal de ventas será en el local, el cual estará situado en el centro de la comuna de Llay Llay, un lugar con alta afluencia de personas y donde se concentra la mayor parte de nuestra audiencia objetivo.

2.8.4. Promociones

La imagen o marca del local comercial se creará con el objetivo de transmitir al cliente conocimiento sobre la existencia del local y de los productos que se ofrecen, para satisfacer las necesidades del consumidor actual.

Para ello se necesita invertir en publicidad y promoción, con el fin de crear una mayor demanda.

- Para la publicidad se realizará un letrero publicitario, el cual tendrá el logotipo y los colores corporativos del local comercial.
- Se repartirán volantes en la comuna de Llay Llay, Catemu y Panquehue en sus alrededores para atraer a los clientes.

- En cuanto a las redes sociales se crearán perfiles en Facebook, Instagram y TikTok dando a conocer el local comercial con sus respectivos productos, manteniendo informado al cliente acerca de la contingencia del sector y promociones que se puedan realizar.

Las promociones se realizarán, tanto en el local comercial como en Facebook, realizando concursos y ofreciendo descuento cada cierto tiempo a los clientes.

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

3. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

En este capítulo se propondrán y analizarán diferentes alternativas para poner en marcha el restobar y su modelo de atención. También se proveerá la información para cuantificar el monto de las inversiones y los costos asociados a la operación.

3.1. DESCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS

El proceso principal del local tiene relación directa con el cliente que desea consumir en el interior del local. A continuación, se detallan el procedimiento.

3.1.1. Atención en el interior/terraza del restobar

- i. Ingreso del cliente(s) al restobar.

- ii. El cliente(s) es atendido por garzón, el cual verificará donde hay mesas disponibles, si hay mesas disponibles los acompañará a la mesa respectiva. En caso de no haber mesas disponibles los registrará en la lista de espera o en su defecto ofrecerá que pasen al sector de la barra a servirse un aperitivo si así lo desean. Adicionalmente, el garzón asesorará respecto a la variedad de productos o promociones vigentes en el local

- iii. Una vez él o los clientes deciden que ordenar, el garzón tomará el pedido para ser entregado al asistente de barra (cajero(a)).

- iv. El asistente de barra procesará y solicitará preparación al barman (preparador de tragos y bebestibles) y a la cocina la comida respectiva. En cuanto se encuentre listo el pedido de bebestibles y comida el asistente de barra informará al garzón

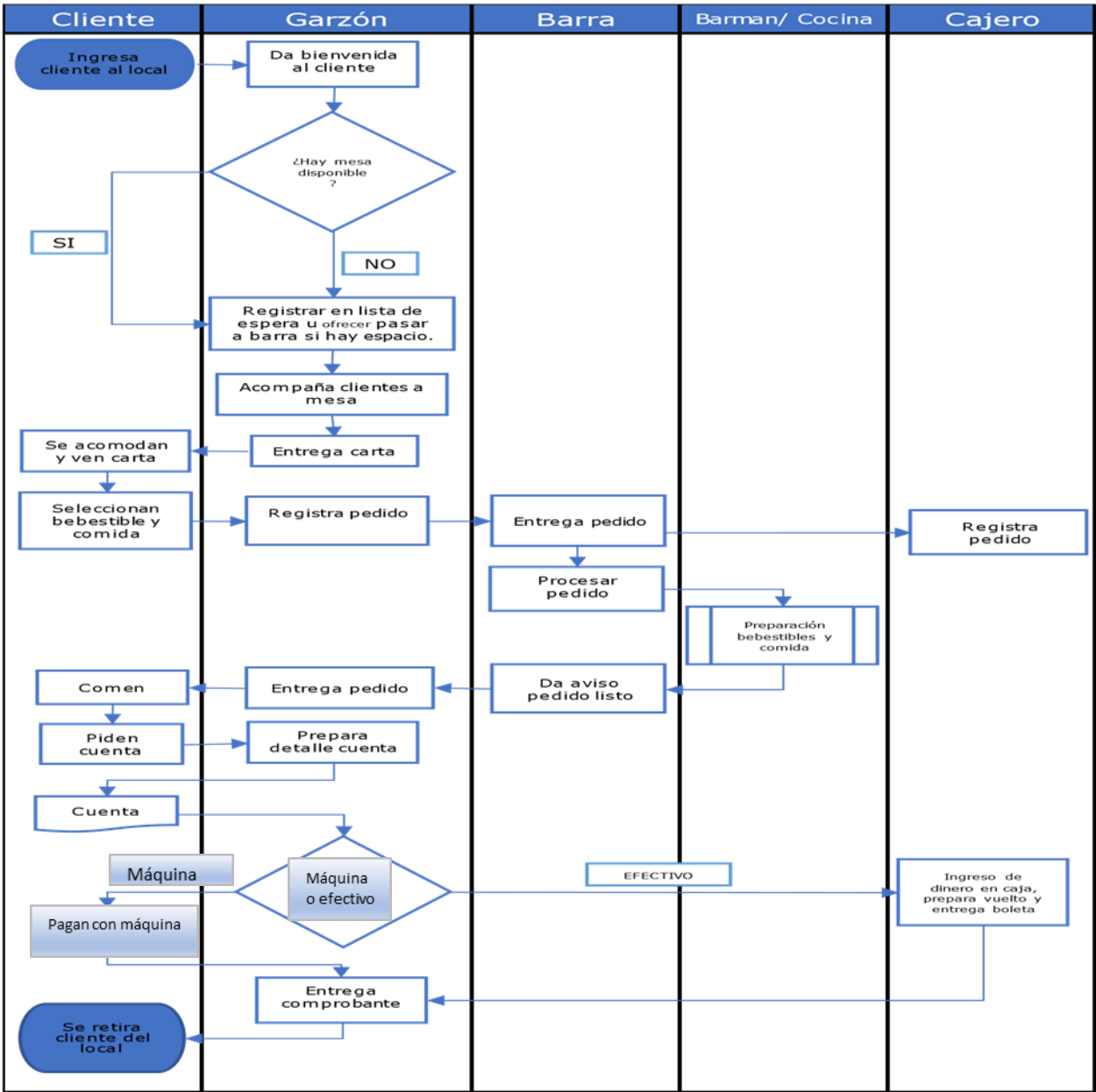
- v. Una vez enterado de que pedido está listo, el garzón retira el pedido de la barra y cocina para ser entregado al cliente y estará atento a cualquier requerimiento, reclamo o sugerencia del cliente.

- vi. Una vez que el cliente termina de consumir, solicitará la cuenta y el garzón prepara el detalle de consumo y consulta medio de pago.

- vii. El garzón hará entrega del detalle de la cuenta y esperará el pago. En caso de ser con tarjeta de crédito o débito, este podrá ser gestionado por el mismo garzón con máquina de recompra. En caso contrario, que el pago sea en efectivo, el garzón deberá dirigirse a la caja para ingresar el pago, recibir vuelto en caso de que hubiese y boleta para realizar entrega a cliente.
- viii. Una vez que se haga efectivo el pago del cliente, este procede a abandonar el local.

3.2. DIAGRAMA DE FLUJO

En el diagrama de flujo (figura 3-1) se detalla el proceso principal dentro del restobar que consiste en la atención de clientes.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 3-1. Diagrama de flujo proceso de atención.

3.2.1. Designación de valores

Para todos los efectos de cálculos se utiliza el valor de la moneda nacional y el valor del indicador económico UF (unidad de fomento) del 11 de Julio de 2024 de acuerdo a la información proporcionada por la base de datos estadísticos del Banco Central de Chile. Por lo tanto, el valor de la UF puede observarse en la tabla 3-1

Tabla 3-1. Valor UF a utilizar en el proyecto

UNIDAD	FECHA	EQUIVALENCIA EN PESOS
UF (UNIDAD DE FOMENTO)	11-07-2024	37.603

Fuente: Elaboración propia en base a datos del banco central de Chile

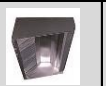
3.3. SELECCIÓN DE EQUIPOS

Se analizan los equipos necesarios que permiten una operación óptima del restobar para ello, es importante la información de carácter económico y técnico de cada uno de los equipos que se deben disponer.

3.3.2. Equipos para la producción

La tabla 3-2, muestra los equipos que serán fundamentales para la producción directa de los productos que serán ofertados en el local, con detalles como: cantidad, vida útil, proveedor y el valor total a invertir en el activo fijo.

Tabla 3-2. Equipos para la producción.

PROVEEDOR	SECTOR	NOMBRE	IMAGEN REF	CANTIDAD	VALOR UNIT. SIN IVA	VALOR UNIT. +IVA	VALOR TOTAL	VALOR EN UF	VIDA UTIL	DEF. ACELERAD A
EKIPAR.CL	BAR	Visicooler 268 litros		1	\$294.025	\$349.890	\$349.890	9,3	9	3
EKIPAR.CL	BAR	Visicooler 120 litros		1	\$199.992	\$237.990	\$237.990	6,33	9	3
IMPORTADORA- RC	COCINA /BAR	Lavafondo 1 Deposito		2	\$84.990	\$101.138	\$202.276	5,38	7	2
PROST.CL	BAR	DISPENSADOR DE 2 SALIDAS		1	\$895.000	\$1.065.050	\$1.065.050	28,32	9	3
abcdin	BAR	Freezer Horizontal		1	\$159.990	\$190.388	\$190.388	5,06	9	3
abcdin	COCINA	Refrigerador 258 LTS		1	\$279.990	\$333.188	\$333.188	8,86	9	3
abcdin	COCINA	MICROONDAS		1	\$109.990	\$130.888	\$130.888	3,48	9	3
AREVALO.CL	COCINA	CHURRASQUER A CON ANAFE		1	\$420.168	\$500.000	\$500.000	13,3	9	3
PROCHEF	COCINA	CAMPANA INDUSTRIAL MURAL		1	\$279.990	\$333.188	\$333.188	8,86	9	3
IMPORTADORA- RC	COCINA	Mesón Acero central		1	\$134.990	\$160.638	\$160.638	4,27	7	2
IMPORTADORA- RC	COCINA	Mesón Acero		1	\$89.990	\$107.088	\$107.088	2,85	7	2
						TOTAL	\$3.610.584	96,01		

Fuente: Elaboración propia en base a información de proveedores.

En la tabla 3-3 se detallan las especificaciones técnicas de los principales equipos para la producción de acuerdo a la información proporcionada por el proveedor respectivo en su sitio web.

Tabla 3-3. Detalle técnico equipos mayores.

Equipo	Imagen	Referencial	Proveedor	Ficha técnica
VISICOOLER 268 LITROS			EKIPAR.CL	– Sistema de enfriamiento estático reforzado con ventilador. – Control de Tº por termostato regulable. – Alta eficiencia de enfriamiento con bajo consumo de energía. – Control de temperatura digital de fácil manejo. – Puerta abatible en termopanel con llave. – 4 Bandejas tipo rejillas regulables en altura de acero revestido en plástico sanitario. – Iluminación led interior para una mejor visualización de los productos. – Cenefa iluminada para publicidad. – Base con ruedas y patines regulables.
VISICOOLER 120 LITROS			EKIPAR.CL	– Sistema de refrigeración por aire forzado. – Control de Tº por termostato regulable. – Puerta abatible en termopanel con llave. – Parrillas de fierro plastificado regulables. – Iluminación interior. – Base con 2 ruedas y 2 patines regulables. – Visi-cooler industrial para uso comercial.
DISPENSADOR DE 2 SALIDAS			PROST.CL	Equipo de schop de 2 salidas con banco de frío de 40L marca TALOS. Potencia del compresor 1/4HP, 110/220 Volts, 50/60 Hz, 400W. Capacidad de 90L/hr. - Banco de frío de 2 serpentines - Torre de 2 salidas tipo cobra - 2 grifos con compensador de flujo - 2 medallones cortos - 9 mt de manguera de schop 3/8"
FREEZER HORIZONTAL			ABCDIN	Marca:Midea Modelo:MFH-1430B186C Hecho en:China Peso (kg):24 Alto (cm): 84,5 Ancho (cm):54 Largo (cm):50

fuelle: Elaboración propia en base a información de proveedores.

Es importante mencionar que los equipos presentados en la tabla 3-3 son elegidos teniendo en consideración variables como tamaño, consumo, servicio post venta- técnico con el fin de poder contar con la mayor versatilidad de estos para el proyecto. Adicionalmente la vida útil y depreciación acelerada se obtienen a partir de información disponible en el sitio web del Servicio de Impuestos Internos.

3.3.3. Equipos de oficina, local y complementarios

En la tabla 3-4 se presentan los equipos necesarios para tareas administrativas y de ambientación para el resto bar.

Tabla 3-4. Equipos de oficina y complementarios.

NOMBRE	IMAGEN REFERENCIAL	CANTIDAD	VALOR UNITARIO SIN IVA	VALOR UNITARIO + IVA	VALOR TOTAL	VALOR EN UF	VIDA UTIL	DEPRECIACION ACELERADA
COMPUTADOR AIO		1	\$739.240	\$879.696	\$879.696	23,4	6	2
IMPRESORA		1	\$72.990	\$86.858	\$86.858	2,31	6	2
MESA COMEDOR		11	\$75.546	\$89.900	\$988.900	26,29	7	2
Silla Eames Enrejada Mesh		50	\$12.521	\$14.900	\$745.000	20	7	2
Minicomponente		1	\$109.235	\$129.990	\$129.990	3,46	6	2
				TOTAL	\$2.830.444	75,46		

Fuente: Elaboración propia en base a información de proveedores.

Los elementos presentados en la tabla 3-4 siguen la misma línea de elección en base a características técnicas, funcionalidad y dimensiones en base al espacio físico con que cuenta el local.

3.3.4. Utensilios de cocina y bar

En la tabla 3-5 se presenta los utensilios básicos necesarios para la implementación de resto bar en base a los productos que son ofrecidos.

Tabla 3-5. Utensilios de cocina y bar.

PROVEEDOR	CATEGORIA NOMBRE	NOMBRE	IMAGEN REFERENCIAL	CANTIDAD	VALOR UNITARIO SIN IVA	VALOR UNITARIO + IVA	VALOR TOTAL	VALOR EN UF	VIDA UTIL	DEPRECIACION ACELERADA
STEWARD.CL	UTENSILIOS	SET VASO CERVECERO 24 UNIDADES		4	\$16.798	\$19.990	\$79.960	0,45	7	2
STEWARD.CL	UTENSILIOS	Set 6 Vasos Piscola Vidrio 330ml CCG		20	\$3.353	\$3.990	\$79.800	2,12	7	2
STEWARD.CL	UTENSILIOS	Set 6 Plato Castello		15	\$10.916	\$12.990	\$194.850	5,18	7	2
STEWARD.CL	UTENSILIOS	Set 6 plato hondo		15	\$10.076	\$11.990	\$179.850	4,78	7	2
STEWARD.CL	UTENSILIOS	PLATO ENTRADA		80	\$1.672	\$1.990	\$159.200	4,23	7	2
STEWARD.CL	UTENSILIOS	Set 12 tenedores de mesa		8	\$5.034	\$5.990	\$47.920	1,27	7	2
STEWARD.CL	UTENSILIOS	Set 12 Cuchillo Carne		8	\$15.958	\$18.990	\$151.920	4,04	7	2
STEWARD.CL	UTENSILIOS	Set 12 Cucharas		8	\$2.092	\$2.490	\$19.920	0,53	7	2
TOTAL							\$913.420	22,6		

Fuente: Elaboración propia en base a información de proveedores.

Para la elección de los utensilios se opta por un solo proveedor en primera instancia ya que cuenta con múltiples productos del mundo gastronómico y con servicio post venta lo cual facilita la adquisición de estos.

En la tabla 3-6 se resumen los costos de activo fijo que se debe invertir para un funcionamiento óptimo del restobar.

Tabla 3-6. Resumen costos activos fijos.

SECTOR	VALOR + IVA	VALOR UF
EQUIPOS COCINA/BAR	\$3.610.584	96,01
MOBILIARIO Y EQUIPOS DE ADMINISTRACION	\$2.830.444	75.46
UTENSILIOS	\$913.420	22,6
TOTAL	\$7.354.448	194.07

Fuente: Elaboración propia en base a información proveedores.

3.4. **PROYECTOS COMPLEMENTARIOS**

Este proyecto solo considera la implementación de un local tipo restobar por lo cual no existen proyectos complementarios.

3.5. **LAY-OUT**

De acuerdo a lo detallado en el apartado de localización el local se ubicará en el la avenida Balmaceda, Llay Llay. Los locales son similares por lo que la distribución de los espacios se realiza de la forma en que se detalla en la figura 3-2 que es el interior del local. Es importante mencionar que la distribución se realiza considerando las características técnicas en base a dimensiones del equipo y mobiliario más relevante. El restobar se distribuirá de la siguiente manera.

- a) Área de Cocina, donde las materias primas son preparadas en productos finales.
- b) Área de mesón bar, está diseñado de tal manera de poder atender clientes en butacas y es donde se encuentran los dispensadores de cerveza de barril.
- c)Área de atención al cliente está definida desde cuando el cliente entra en el resto bar, pero en casos de no querer consumir en el lugar el pedido será tomado en el mesón, donde se encuentra la caja registradora.
- d) Área de baños para los clientes.

e) Área de bodega

f) Área total 92 metros cuadrados.

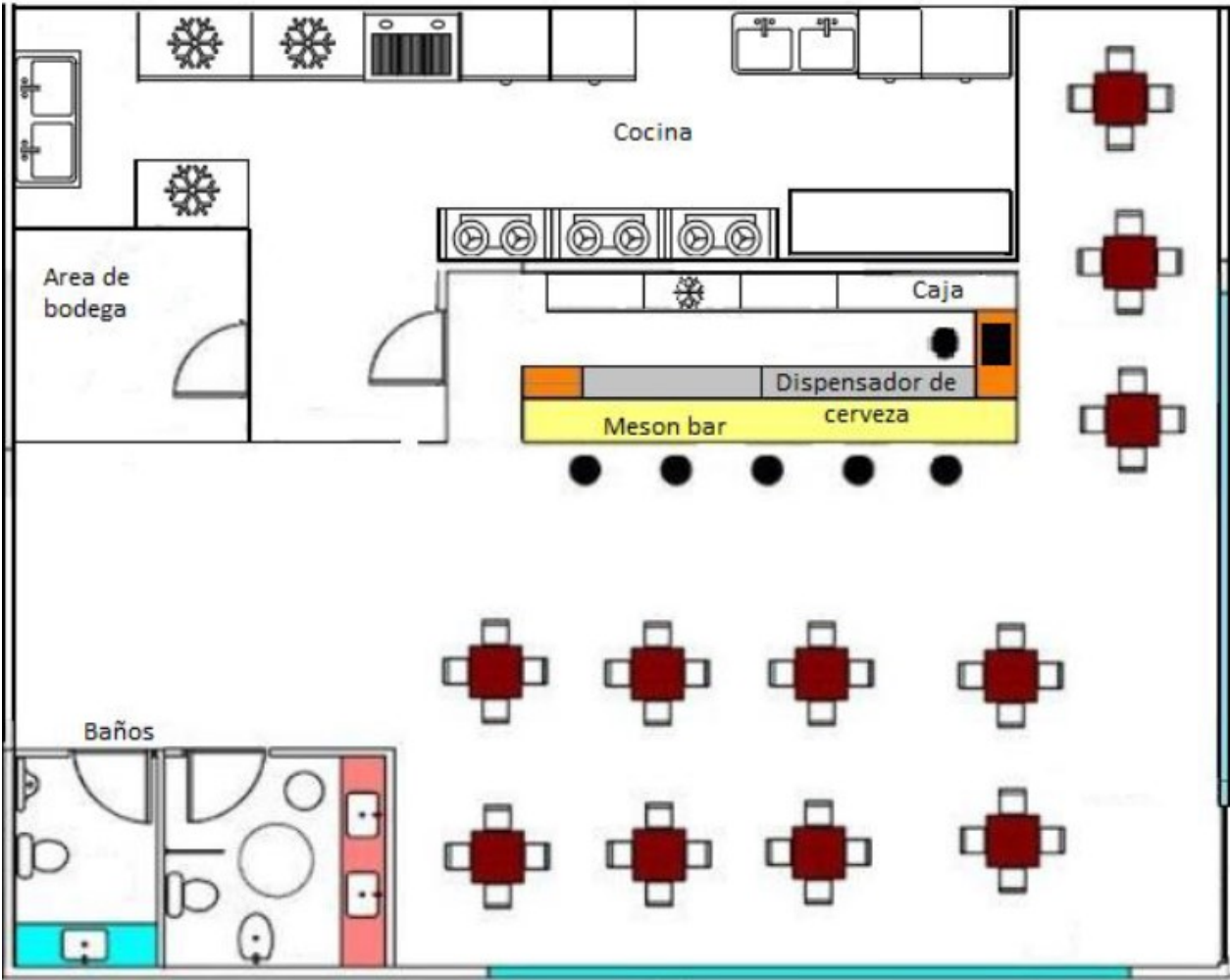


Figura 3-2. Lay out interior de local.

3.6. DETERMINACIÓN DE INSUMOS, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS

Se consideran los insumos principales y de mayor importancia para el proyecto los que tienen directa relación con la elaboración de los productos ofertados por el local. Estos insumos serán fundamentales para la correcta operación del local. En la tabla 3-7 se detalla el requerimiento específico de insumos en base a preparaciones típicas de los productos que se ofrecen en el restobar.

Tabla 3-7. Insumos principales de productos ofertados.

INSUMOS	CHACARERO	BARROS LUCO	CHURRASCO ITALIANO	CHORRILLANA CARNE /POLLO	CHORRILLANA VEGETARIANA	TABLA CARNE/POLLO	TABLA VEGETARIANA
PORCIÓN	INDIVIDUAL	INDIVIDUAL	INDIVIDUAL	PARA 3	PARA 3	PARA 3	PARA 3
CARNE (ASIENTO, POSTA, LOMO)	250 GRS	250 GRS	250 GRS	300	-	250	-
POLLO	250	250	-	300	-250	250	-
TOMATE	-	-	1/2 TOMATE	-	-	-	-
PALTA	-	-	1/2 PALTA	-	-	-	-
VERDE	1/2 TAZA	-	-	-	-	-	-
AJI VERDE	CUCHARADA	-	-	-	-	-	-
QUESO MANTECOSO	-	3 LAMINAS	-	-	2 CUCHARADAS QUESO RAYADO	-	-
MAYONESA	1 CUCHARADA	-	-	-	-	-	-
PAN FRICA	1	1	1	2	1	2	1
SALSA SOYA	-	-	-	1 CUCHARADA	-	-	-
CEBOLLA MORADA	-	-	-	1/2 CEBOLLA	-	1/2 CUCHARADA	1/2 CUCHARADA
AJO	-	-	-	1 DIENTE DE AJO	AJO	AJO	1 DIENTE DE AJO
PAPAS MEDIANAS	-	-	-	4 PAPAS	4 PAPAS	1 PAPA	3 PAPAS
CHORIZO	-	-	-	CORTADO EN RODAJAS	-	CORTADO EN RODAJAS	-
HUEVOS	-	-	-	3 HUEVOS	2 HUEVOS	-	-
OLIVA	-	-	-	2 CUCHARADAS	3 CUCHARADAS	-	-
CHAMPIÑON	-	-	-	-	1 TAZA	-	1 TAZA
PIMIENTA NEGRA	-	-	-	-	1 CUCHARADA	-	-
CILANTRO	-	-	-	-	DECORACION	1 MANOJO	DECORACION
PIMIENTOS ROJO/VERDE	-	-	-	-	-	2 CUCHARADAS EN CUBITOS	1 TAZA
SALSA TOMATE	-	-	-	-	-	CUCHARADA	-
QUESO VARIEDADES	-	-	-	-	-	-	100 GRS POR VARIEDAD
CAMARONES	-	-	-	-	-	1/2 TAZA	1 TAZA
LINK REFERENCIAL S DE PREPARACIÓN	Https://ww w.midiariod ecocina.co m/chacarero-sandwich-chileno/	https://ww w.midiariod ecocina.co m/barros-luco/	https://www .enmicocina hoy.cl/churras-co-italiano-receta-	https://www.go urmet.cl/recetas/chorrillana/	Chorrillana vegetariana Cocina Momentos - Recetas Saludables	https://cookpa d.com/cl/recetas/125085-ta-bla-de-carne-con-alino-especial	https://cookpad .com/cl/recetas/1224205-ta-bla-de-carnes

Fuente: Elaboración propia en base a información sitios web referenciales.

De acuerdo a la tabla 3-7 más la proyección de demanda, se confecciona la tabla 3-8 donde se estiman las cantidades asociadas de los insumos principales que serán parte de los costos variables del local.

Tabla 3-8. Cantidad de insumos a usar en productos ofertados.

AÑO	MES	DEMANDA MENSUAL	CERVEZA	SANDWICHES	TABLAS	CHORRILLANA
1	1	409	106	53	217	74
	2	417	108	54	221	75
	3	852	221	111	451	153
	4	870	226	113	461	157
	5	888	231	115	471	160
	6	906	236	118	480	163
	7	926	241	120	491	167
	8	945	246	123	501	170
	9	965	251	125	511	174
	10	985	256	128	522	177
	11	1006	261	131	533	181
	12	1027	267	133	544	185
	13	1048	273	136	556	189
	14	1070	278	139	567	193
	15	1092	284	142	579	197
	16	1115	290	145	591	201
	17	1139	296	148	604	205
2	18	1163	302	151	616	209
	19	1187	309	154	629	214
	20	1212	315	158	642	218
	21	1238	322	161	656	223
	22	1264	329	164	670	227
	23	1290	335	168	684	232
	24	1317	342	171	698	237
	25	1345	350	175	713	242
	26	1373	357	178	728	247
	27	1402	364	182	743	252
	28	1431	372	186	759	258
	29	1461	380	190	775	263
3	30	1492	388	194	791	269
	31	1523	396	198	807	274
	32	1555	404	202	824	280
	33	1588	413	206	842	286
	34	1621	422	211	859	292
	35	1655	430	215	877	298
	36	1690	439	220	896	304

Fuente: Elaboración propia en base a información demanda proyectada.

Tabla 3-8. Cantidad de insumos a usar en productos ofertados. (Continuación)

	37	1726	449	224	915	311
	38	1762	458	229	934	317
	39	1799	468	234	953	324
	40	1837	478	239	973	331
	41	1875	488	244	994	338
4	42	1915	498	249	1015	345
	43	1955	508	254	1036	352
	44	1996	519	259	1058	359
	45	2038	530	265	1080	367
	46	2081	541	270	1103	375
	47	2124	552	276	1126	382
	48	2169	564	282	1150	390
	49	2214	576	288	1174	399
	50	2261	588	294	1198	407
	51	2308	600	300	1223	416
	52	2357	613	306	1249	424
	53	2406	626	313	1275	433
5	54	2457	639	319	1302	442
	55	2509	652	326	1330	452
	56	2561	666	333	1357	461
	57	2615	680	340	1386	471
	58	2670	694	347	1415	481
	59	2726	709	354	1445	491
	60	2783	724	362	1475	501

Fuente: Elaboración propia en base a información demanda proyectada.

Es importante mencionar que los datos de la tabla 3-8 se expresan en unidades de sándwiches, chorrillanas, tablas y cervezas.

En base a la información de la tabla 3-8 se elabora la tabla 3-9 donde se presenta la cantidad de los insumos más relevantes a utilizar para ello se considera lo siguiente:

- En el caso de la cerveza se considera la medida de un vaso de schop que son de 500 cc o 0.5 litros.
- Para el uso de carne, pollo, pan, papa, palta, tomate y cebolla se considera la cantidad utilizada en 1 sándwich, 1 chorrillana y 1 tabla.
- Para saber los kilos respectivos por unidad se consideran los siguientes valores:
 - 1 tomate: 250 grs (0,25 Kg.) o 1 papa mediana: 200 grs. (0,2 Kg.) o 1 palta mediana: 200 grs. (0,2 Kg.) o Huevos: Se considera cantidad por bandeja, vale decir 12 unidades.
 - Cebolla morada: Se considera la unidad de cebolla.

Dado lo anterior, se obtiene la tabla 3-9.

Tabla 3-9. Detalle específico de insumos a utilizar.

AÑO	MES	CANTIDAD DE CERVEZA (LTS	CANTIDAD DE CARNE (KG)	CANTIDAD POLLO (KG)	CANTIDAD PAN (UNIDAD)	CANTIDAD PAPAS(KG)	CANTIDAD TOMATES (KG)	CANTIDAD PALTAS(KG)	CANTIDAD HUEVOS(UNIDAD)	CEBOLLA MORADA
	1	106	179	179	759	233	27	21	441	147
	2	108	183	183	775	237	27	22	450	150
	3	111	187	187	791	242	28	22	460	153
	4	113	190	190	807	247	28	23	470	157
	5	115	194	194	824	252	29	23	479	160
1	6	118	199	199	842	257	29	24	489	163
	7	120	203	203	859	263	30	24	500	167
	8	123	207	207	877	268	31	25	510	170
	9	125	211	211	896	274	31	25	521	174
	10	128	216	216	915	280	32	26	532	177
	11	131	220	220	934	286	33	26	543	181
	12	133	225	225	953	292	33	27	554	185
	13	136	230	230	974	298	34	27	566	189
	14	139	234	234	994	304	35	28	578	193
	15	142	239	239	1014	310	36	28	590	197
	16	145	244	244	1036	317	36	29	602	201
	17	148	249	249	1057	323	37	30	615	205
2	18	151	255	255	1080	330	38	30	628	209
	19	154	260	260	1102	337	39	31	641	214
	20	158	265	265	1125	344	39	32	655	218
	21	161	271	271	1149	351	40	32	668	223
	22	164	277	277	1173	359	41	33	682	227
	23	168	283	283	1198	366	42	34	697	232
	24	171	288	288	1223	374	43	34	711	237
	25	175	295	295	1249	382	44	35	726	242
	26	178	301	301	1275	390	45	36	741	247
	27	182	307	307	1302	398	46	36	757	252
	28	186	313	313	1329	406	47	37	773	258
	29	190	320	320	1357	415	47	38	789	263
3	30	194	327	327	1385	424	48	39	806	269
	31	198	334	334	1415	433	50	40	823	274
	32	202	341	341	1444	442	51	40	840	280
	33	206	348	348	1475	451	52	41	858	286
	34	211	355	355	1506	460	53	42	876	292
	35	215	363	363	1537	470	54	43	894	298
	36	220	370	370	1569	480	55	44	913	304
	37	224	378	378	1602	490	56	45	932	311
	38	229	386	386	1636	500	57	46	951	317
	39	234	394	394	1670	511	58	47	971	324
	40	239	402	402	1706	522	60	48	992	331
	41	244	411	411	1741	533	61	49	1013	338
4	42	249	419	419	1778	544	62	50	1034	345
	43	254	428	428	1815	555	64	51	1056	352
	44	259	437	437	1853	567	65	52	1078	359
	45	265	446	446	1892	579	66	53	1100	367
	46	270	456	456	1932	591	68	54	1124	375
	47	276	465	465	1973	603	69	55	1147	382
	48	282	475	475	2014	616	70	56	1171	390
	49	288	485	485	2056	629	72	58	1196	399
	50	294	495	495	2099	642	73	59	1221	407
	51	300	506	506	2144	656	75	60	1247	416
	52	306	516	516	2189	669	77	61	1273	424
	53	313	527	527	2235	683	78	63	1299	433
5	54	319	538	538	2281	698	80	64	1327	442
	55	326	549	549	2329	712	82	65	1355	452
	56	333	561	561	2378	727	83	67	1383	461
	57	340	573	573	2428	743	85	68	1412	471
	58	347	585	585	2479	758	87	69	1442	481
	59	354	597	597	2531	774	89	71	1472	491
	60	362	610	610	2584	790	90	72	1503	501

Fuente: Elaboración propia en base a tabla 3-8.

Para determinar los costos de los insumos se utiliza valores en base a visita directa a ferias libres detalladas en la tabla 3-10 durante el mes de julio 2024. Dada le envergadura del proyecto se considera compras minoristas con lo cual se genera un escenario más pesimista respecto a valores de los insumos.

Tabla 3-10. Valores referenciales de insumos.

INSUMO	FORMATO	FERIA LIBRE CATEMU	FERIA LIBRE LLAY LLAY	AMASANDERIA SAN BENITO CATEMU	PANADERIA LA CENTRAL LLAY LLAY
TOMATE	VALOR POR KG	\$1500	\$1600	-	-
PALTA	VALOR POR KG	\$3500	\$3800	-	-
PAPAS	VALOR POR KG	\$900	\$900	-	-
AJI VERDE	VALOR POR UNIDAD	\$350	\$350	-	-
CEBOLLA	VALOR POR UNIDAD	\$500	\$590	-	-
HUEVOS	BANDEJA 12 UNIDADES	\$3120	\$3200	-	-
PAN	VALOR POR UNIDAD	-	-	\$300	\$320
POROTO VERDE	VALOR POR KG	\$3000	\$3200	-	-

Fuente: Elaboración propia en base a visita a ferias libres y locales.

En la tabla 3-11 se detalla los valores respectivos para carnes y pollo, se opta por las carnicerías mencionadas debido a que poseen despacho, variedad de formas de pago y también se considera valores minoristas con el fin de generar un escenario pesimista en lo que respecta a precios.

Tabla 3-11. Valores referenciales de carne y pollo.

INSUMO	FORMATO	DOÑA CARNE	CARNES DARC	LA CARNE
CARNE-ASIENTO	VALOR POR KG	\$ 10.998	\$ 9.990	\$ 10.700
CARNE CHURRASCO POSTA ROSADA	VALOR POR KG	\$ 8.247	\$ 8.690	\$ 8.990
CARNE LOMO LISO	VALOR POR KG	\$ 12.998	\$ 12.987	\$ 12.990
POLLO PECHUGA DESHUESADA	VALOR POR KG	\$ 4.498	\$ 4.501	\$ 4.490

Fuente: Elaboración propia en base a información obtenida en carnicerías.

En base a las tablas 3-7, 3-8, 3-9, 3-10 y 3-11 se obtiene la tabla 3-12 en la cual se resumen los costos asociados a todos los insumos necesarios para el funcionamiento del local a lo largo del proyecto. Es importante mencionar que se utilizan valores minoristas para con ello lograr obtener valor más alto que si fuesen mayoristas y con ello un escenario más pesimista para la

evaluación final de costos asociados. El costo de la cerveza será de \$69.000 el barril de 30 lts según <https://barriles-de-cerveza.cl>

Tabla 3-12. Costos totales de insumos.

AÑO	MES	DEMANDA MENSUAL	COSTO TOTAL CERVEZA	COSTO TOTAL CARNE	COSTO TOTAL POLLO	COSTO TOTAL PAN	COSTO TOTAL PAPAS	COSTO TOTAL TOMATES	COSTO TOTAL PALTA	COSTO TOTAL HUEVOS	COSTO TOTAL CEBOLLA	TOTAL POR MES	TOTAL POR MES UF
	1	408,5	\$122.142	\$1.161.988	\$402.536	\$113.796	\$104.850	\$19.914	\$37.174	\$58.800	\$44.100	\$2.065.300	54,92
	2	417	\$124.706	\$1.186.509	\$411.031	\$116.186	\$106.605	\$20.333	\$37.954	\$60.059	\$45.044	\$2.108.428	56,07
	3	852	\$254.651	\$2.422.852	\$839.325	\$237.252	\$217.688	\$41.519	\$77.502	\$122.641	\$91.981	\$4.305.411	114,50
	4	870	\$259.998	\$2.473.731	\$856.951	\$242.234	\$222.259	\$42.391	\$79.130	\$125.217	\$93.912	\$4.395.824	116,90
	5	888	\$265.458	\$2.525.680	\$874.947	\$247.321	\$226.927	\$43.281	\$80.792	\$127.846	\$95.885	\$4.488.137	119,36
1	6	906	\$271.033	\$2.578.719	\$893.321	\$252.515	\$231.692	\$44.190	\$82.488	\$130.531	\$97.898	\$4.582.387	121,86
	7	926	\$276.725	\$2.632.872	\$912.080	\$257.818	\$236.558	\$45.118	\$84.221	\$133.272	\$99.954	\$4.678.618	124,42
	8	945	\$282.536	\$2.688.162	\$931.234	\$263.232	\$241.526	\$46.066	\$85.989	\$136.071	\$102.053	\$4.776.869	127,03
	9	965	\$288.469	\$2.744.614	\$950.790	\$268.760	\$246.598	\$47.033	\$87.795	\$138.928	\$104.196	\$4.877.183	129,70
	10	985	\$294.527	\$2.802.251	\$970.757	\$274.404	\$251.776	\$48.021	\$89.639	\$141.846	\$106.384	\$4.979.604	132,43
	11	1006	\$300.712	\$2.861.098	\$991.143	\$280.166	\$257.063	\$49.029	\$91.521	\$144.824	\$108.618	\$5.084.175	135,21
	12	1027	\$307.027	\$2.921.181	\$1.011.957	\$286.050	\$262.462	\$50.059	\$93.443	\$147.866	\$110.899	\$5.190.943	138,05
	13	1048	\$313.474	\$2.982.526	\$1.033.208	\$292.057	\$267.973	\$51.110	\$95.405	\$150.971	\$113.228	\$5.299.953	140,94
	14	1070	\$319.922	\$3.043.871	\$1.054.459	\$298.064	\$273.485	\$52.161	\$97.368	\$154.076	\$115.557	\$5.408.963	143,84
	15	1092	\$326.640	\$3.107.792	\$1.076.602	\$304.323	\$279.228	\$53.257	\$99.412	\$157.312	\$117.984	\$5.522.551	146,86
	16	1115	\$333.500	\$3.173.056	\$1.099.211	\$310.714	\$285.092	\$54.375	\$101.500	\$160.615	\$120.461	\$5.638.524	149,95
	17	1139	\$340.503	\$3.239.690	\$1.122.294	\$317.239	\$291.079	\$55.517	\$103.631	\$163.988	\$122.991	\$5.756.933	153,10
2	18	1163	\$347.654	\$3.307.723	\$1.145.863	\$323.901	\$297.192	\$56.683	\$105.808	\$167.432	\$125.574	\$5.877.829	156,31
	19	1187	\$354.955	\$3.377.185	\$1.169.926	\$330.703	\$303.433	\$57.873	\$108.030	\$170.948	\$128.211	\$6.001.263	159,60
	20	1212	\$362.409	\$3.448.106	\$1.194.494	\$337.648	\$309.805	\$59.088	\$110.298	\$174.538	\$130.903	\$6.127.290	162,95
	21	1238	\$370.019	\$3.520.517	\$1.219.579	\$344.738	\$316.311	\$60.329	\$112.615	\$178.203	\$133.652	\$6.255.963	166,37
	22	1264	\$377.790	\$3.594.447	\$1.245.190	\$351.978	\$322.953	\$61.596	\$114.979	\$181.946	\$136.459	\$6.387.338	169,86
	23	1290	\$385.723	\$3.669.931	\$1.271.339	\$359.369	\$329.735	\$62.890	\$117.394	\$185.766	\$139.325	\$6.521.472	173,43
	24	1317	\$393.823	\$3.746.999	\$1.298.037	\$366.916	\$336.660	\$64.210	\$119.859	\$189.667	\$142.251	\$6.658.423	177,07
	25	1345	\$402.094	\$3.825.686	\$1.325.296	\$374.621	\$343.730	\$65.559	\$122.376	\$193.650	\$145.238	\$6.798.250	180,79
	26	1373	\$410.538	\$3.906.026	\$1.353.127	\$382.489	\$350.948	\$66.935	\$124.946	\$197.717	\$148.288	\$6.941.013	184,59
	27	1402	\$419.159	\$3.988.052	\$1.381.542	\$390.521	\$358.318	\$68.341	\$127.570	\$201.869	\$151.402	\$7.086.775	188,46
	28	1431	\$427.961	\$4.071.801	\$1.410.555	\$398.722	\$365.843	\$69.776	\$130.249	\$206.108	\$154.581	\$7.235.597	192,42
	29	1461	\$436.949	\$4.157.309	\$1.440.176	\$407.095	\$373.525	\$71.242	\$132.984	\$210.437	\$157.828	\$7.387.545	196,46
3	30	1492	\$446.124	\$4.244.613	\$1.470.420	\$415.644	\$381.369	\$72.738	\$135.777	\$214.856	\$161.142	\$7.542.683	200,59
	31	1523	\$455.493	\$4.333.750	\$1.501.299	\$424.372	\$389.378	\$74.265	\$138.628	\$219.368	\$164.526	\$7.701.079	204,80
	32	1555	\$465.058	\$4.424.758	\$1.532.826	\$433.284	\$397.555	\$75.825	\$141.540	\$223.975	\$167.981	\$7.862.802	209,10
	33	1588	\$474.825	\$4.517.678	\$1.565.016	\$442.383	\$405.904	\$77.417	\$144.512	\$228.678	\$171.509	\$8.027.921	213,49
	34	1621	\$484.796	\$4.612.550	\$1.597.881	\$451.673	\$414.428	\$79.043	\$147.547	\$233.480	\$175.110	\$8.196.507	217,97
	35	1655	\$494.977	\$4.709.413	\$1.631.436	\$461.158	\$423.131	\$80.703	\$150.645	\$238.383	\$178.788	\$8.368.634	222,55
	36	1690	\$505.371	\$4.808.311	\$1.665.697	\$470.843	\$432.016	\$82.397	\$153.809	\$243.389	\$182.542	\$8.544.375	227,23
	37	1726	\$515.984	\$4.909.285	\$1.700.676	\$480.730	\$441.089	\$84.128	\$157.039	\$248.501	\$186.375	\$8.723.807	232,00
	38	1762	\$526.820	\$5.012.380	\$1.736.390	\$490.826	\$450.351	\$85.895	\$160.336	\$253.719	\$190.289	\$8.907.007	236,87
	39	1799	\$537.883	\$5.117.640	\$1.772.855	\$501.133	\$459.809	\$87.698	\$163.703	\$259.047	\$194.285	\$9.094.054	241,84
	40	1837	\$549.178	\$5.225.111	\$1.810.085	\$511.657	\$469.465	\$89.540	\$167.141	\$264.487	\$198.365	\$9.285.029	246,92
	41	1875	\$560.711	\$5.334.838	\$1.848.096	\$522.402	\$479.324	\$91.420	\$170.651	\$270.041	\$202.531	\$9.480.015	252,11
4	42	1915	\$572.486	\$5.446.870	\$1.886.906	\$533.372	\$489.389	\$93.340	\$174.235	\$275.712	\$206.784	\$9.679.095	257,40
	43	1955	\$584.508	\$5.561.254	\$1.926.531	\$544.573	\$499.667	\$95.300	\$177.894	\$281.502	\$211.127	\$9.882.356	262,81
	44	1996	\$596.783	\$5.678.040	\$1.966.989	\$556.009	\$510.160	\$97.302	\$181.630	\$287.414	\$215.560	\$10.089.886	268,33
	45	2038	\$609.315	\$5.797.279	\$2.008.295	\$567.685	\$520.873	\$99.345	\$185.444	\$293.450	\$220.087	\$10.301.773	273,96
	46	2081	\$622.111	\$5.919.022	\$2.050.470	\$579.607	\$531.811	\$101.431	\$189.338	\$299.612	\$224.709	\$10.518.110	279,71
	47	2124	\$635.175	\$6.043.321	\$2.093.529	\$591.778	\$542.979	\$103.561	\$193.314	\$305.904	\$229.428	\$10.738.991	285,59
	48	2169	\$648.514	\$6.170.231	\$2.137.493	\$604.206	\$554.382	\$105.736	\$197.374	\$312.328	\$234.246	\$10.964.510	291,59
	49	2214	\$662.133	\$6.299.806	\$2.182.381	\$616.894	\$566.024	\$107.956	\$201.519	\$318.887	\$239.165	\$11.194.764	297,71
	50	2261	\$676.038	\$6.432.102	\$2.228.211	\$629.849	\$577.910	\$110.224	\$205.751	\$325.583	\$244.187	\$11.429.854	303,96
	51	2308	\$690.234	\$6.567.176	\$2.275.003	\$643.076	\$590.047	\$112.538	\$210.071	\$332.421	\$249.315	\$11.669.881	310,34
	52	2357	\$704.729	\$6.705.087	\$2.322.778	\$656.580	\$602.437	\$114.902	\$214.483	\$339.401	\$254.551	\$11.914.949	316,86
	53	2406	\$719.529	\$6.845.894	\$2.371.557	\$670.368	\$615.089	\$117.314	\$218.987	\$346.529	\$259.897	\$12.165.163	323,52
5	54	2457	\$734.639	\$6.989.657	\$2.421.359	\$684.446	\$628.006	\$119.778	\$223.586	\$353.806	\$265.354	\$12.420.631	330,31
	55	2509	\$750.066	\$7.136.440	\$2.472.208	\$698.819	\$641.194	\$122.293	\$228.281	\$361.236	\$270.927	\$12.681.464	337,25
	56	2561	\$765.818	\$7.286.305	\$2.524.124	\$713.495	\$654.659	\$124.862	\$233.075	\$368.822	\$276.616	\$12.947.775	344,33
	57	2615	\$781.900	\$7.439.318	\$2.577.131	\$728.478	\$668.407	\$127.484	\$237.969	\$376.567	\$282.425	\$13.219.678	351,56
	58	2670	\$798.320	\$7.595.544	\$2.631.251	\$743.776	\$682.443	\$130.161	\$242.967	\$384.475	\$288.356	\$13.497.292	358,94
	59	2726	\$815.084	\$7.755.050	\$2.686.507	\$759.395	\$696.774	\$132.894	\$248.069	\$392.549	\$294.412	\$13.780.735	366,48
	60	2783	\$832.201	\$7.917.906	\$2.742.924	\$775.343	\$711.407	\$135.685	\$253.279	\$400.792	\$300.594	\$14.070.130	374,18

Fuente: Elaboración propia en base a tablas de sección 3-6 del presente documento.

3.7. FLEXIBILIDAD Y RENDIMIENTO

El proyecto presenta una alta flexibilidad en cuanto a los ítems de producción, dado que con la misma infraestructura pueden desarrollarse otros productos. Esto implica que no habría que desarrollar inversiones relevantes para poder generar nuevos productos, sino que éstos más bien se relacionan con insumos distintos, tiempos de preparación distintos, formas de conservación distintos. El rendimiento en unidades de producción se encuentra limitado por la cantidad de tiempo disponible para cada uno de los procesos que se pueden desarrollar en el restobar, teniendo también en consideración los turnos de trabajo de acuerdo con la normativa legal vigente en materia laboral.

3.8. CONSUMOS DE ENERGÍA Y SERVICIOS

Para los cálculos de consumo de este proyecto se toman en cuenta los principales servicios tales como arriendo, electricidad, agua, telefonía e internet.

3.8.1. Servicio de arriendo

En la tabla 3-13 se presentan los costos asociados mensual y anual de arriendo del local el cual será utilizado en este proyecto.

Tabla 3-13. Servicio arriendo local.

Servicio arriendo	Valor mensual (\$)	Valor mensual (UF)
Arriendo	\$ 700.000	18,63
Gastos comunes	Incluidos en Valor de arriendo	-
Total, anual	\$ 8.400.000	223,52

Fuente: Elaboración propia en base a cotización de locales.

3.8.2. Consumo de electricidad

Para los cálculos de consumo de electricidad se consideran los gastos de los equipos principales utilizados en el proyecto donde se visualiza el consumo en Kwh de cada equipo, la cantidad de horas a utilizarse y el valor total mensual y anual. Las tarifas fueron obtenidas del sitio web www.chilquinta.cl, actualizadas a Julio del 2024 el cual es el prestador correspondiente

del servicio en la comuna de Llay Llay, específicamente Chilquinta. En la tabla 3-14 se detalla el consumo especifico de los equipos.

Tabla 3-14. Consumo de electricidad.

EQUIPO	CANTIDAD	CONSUMO DIARIO (KWH)	HORAS DE USO DIARIO	DIAS	CONSUMO MENSUAL(KWH)	PRECIO PROMEDIO KWH (\$/MES)	TOTAL CONSUMO MENSUAL (\$)	TOTAL CONSUMO MENSUAL UF
COMPUTADOR	1	0,3	12	24	86,4	\$260	\$22.464	0,60
MONITOR	1	0,025	12	24	7,2	\$260	\$1.872	0,05
IMPRESORA	1	0,015	3	24	1,08	\$260	\$281	0,01
MINICOMPONENTE	1	0,185	12	24	53,28	\$260	\$13.853	0,37
VISICOOLER 268 LTS	1	0,25	24	24	144	\$260	\$37.440	1,00
VISICOOLER 120 LTS	1	0,18	24	24	103,68	\$260	\$26.957	0,72
FREEZER 99 LTS	1	0,47	24	24	268,03	\$260	\$69.688	1,85
REFRIGERADOR 256 LTS	1	0,75	24	24	434,3	\$260	\$112.918	3,00
MICROONDAS	1	0,01	6	24	0,91	\$260	\$237	0,01
						TOTAL MENSUAL	\$285.709	7,60
						TOTAL ANUAL	\$3.428.506	91,23

Fuente: Elaboración propia, a través de www.chilquinta.cl.

3.8.3. Consumo de agua potable

El cálculo del consumo de agua potable se estimó en 1 m3 (1000 lts) al día, la cual es una cifra no menor considerando lavado de platos, preparación de los productos ofertados, higiene, baño y otros consumos menores. En relación con el consumo de agua potable el proveedor del servicio para la comuna de Llay Llay es ESVAL y se utilizan las tarifas vigentes a junio de 2024.

Tabla 3-15. Consumo de agua potable.

SERVICIO	VALOR UNITARIO (M3)	CONSUMO (M3)	TOTAL CONSUMO MENSUAL (\$)	TOTAL CONSUMO MENSUAL(UF)
CONSUMO DE AGUA	778,43	24	\$18.682	0,5
ALCANTARILLADO	913,8	24	\$21.931	0,58
CARGO FIJO CLIENTE	-	-	\$1.602	0,04
		TOTAL MENSUAL	\$42.216	1,12
		TOTAL ANUAL	\$506.586	13,476

Fuente: Elaboración propia, a través de www.esval.cl

3.8.4. Plan internet y telefonía

En la tabla 3-16 se observa el plan de internet más telefonía que será contratado por el prestador de servicios Entel, el plan es el llamado Telefonía Pro, que incluye lo que se detalla en la tabla.

Tabla 3-16. Plan internet y telefonía.

Servicio	Detalle	Valor mensual (\$)	Valor mensual (UF)
Telefonía e internet	Gigas libres, minutos libres	\$24.990	0,66
	TOTAL ANUAL	\$299.880	7,92

Fuente: Elaboración propia, en base a información de <https://store.wom.cl/planes/planes-grupales>

3.9. PROGRAMAS DE TRABAJO, TURNOS Y GASTOS EN PERSONAL

3.9.1. Jornada laboral

3.9.1.1. Jornada laboral ordinaria

La duración de la jornada ordinaria de trabajo se encuentra sujeta a límites legales que las partes deben respetar al convenirla en el contrato de trabajo, siendo éstos los establecidos en los artículos 22 y 28 del Código del Trabajo, a saber:

- No puede exceder de 44 horas semanales (El 26 de abril de 2024 entró en vigor la Ley 21.561 o ley de 40 horas, que reduce gradualmente la jornada laboral, concretándose la primera reducción obligatoria de la jornada de trabajo de 45 a 44 horas semanales y cuya implementación no puede significar una reducción de las remuneraciones.)
- El máximo legal, esto es las 44 horas, debe ser distribuido en la semana en no menos de cinco días ni en más de seis días, y no puede exceder de 10 horas diarias.
- Debe contemplar el domingo y los festivos como descanso.
- Debe considerar a lo menos media hora diaria para la colación (el que no se cuenta como trabajado para el cálculo de las horas diarias para la colación)

3.9.1.2. Jornada extraordinaria

La jornada extraordinaria, se define como aquella que excede el límite de la jornada ordinaria, o bien de la jornada pactada si esta última fuese menor.

Características generales:

- Deben pactarse por escrito; sin embargo, serán horas extras todas las horas que superen la jornada pactada, aun cuando no exista pacto por escrito.
- Pueden pactarse hasta un máximo de 2 horas diarias.
- El pacto no puede tener una vigencia superior a 3 meses, pudiendo renovarse.
- Para calcular el valor de las horas extras, en el caso de un trabajador contratado por 44 horas semanales y con sueldo mensual, debe dividirse su sueldo en 30 y multiplicarse por 28, dividiendo luego el resultado por 176. El valor obtenido corresponde al valor de la hora ordinaria. Por último, al resultado obtenido se le debe aumentar el 50%, multiplicándose por 1,5. Al mismo resultado se llega si se multiplica el sueldo mensual por 0,0079545.
- Ejemplo: sueldo de \$600.000 / 30 X 28 /176= \$3.181,8 valor hora ordinaria.
- Una vez calculado el valor de cada hora ordinaria, se debe aumentar en un 50% su valor, obteniéndose así el monto de cada hora extra:
Hora ordinaria de \$3.181,8 X 1,5= \$4.772,7 valor hora extra.

3.9.2. Gastos en personal

3.9.2.1. Sueldo base

El artículo 42 del código del trabajo establece sueldo o sueldo base como el estipendio obligatorio y fijo, en dinero, pagado por periodos iguales, determinados en el contrato de trabajo, que recibe el trabajador por las prestaciones de servicios en una jornada ordinaria de trabajo, determinado en su contrato.

La Ley N°21.578 (publicada en el Diario Oficial de fecha 30.05.2022), en su artículo 1° establece que, a partir del 1 de julio de 2024 el ingreso mínimo para trabajadores mayores de 18 años y de hasta 65 años es de \$500.000.

3.9.2.2. Gratificación legal

Se pagará o abonará al trabajador el 25% de las remuneraciones devengadas durante el año. Esta gratificación tiene un tope equivalente a 4,75 Ingresos Mínimos Mensuales (IMM).

3.9.2.3. Cotizaciones obligatorias del trabajador

3.9.2.3.1. Pensión

- Cuenta individual del trabajador en la AFP: 10%
- Comisión por administración: Varía según AFP

3.9.2.3.2. Salud

- Fonasa: 7% de la remuneración el sistema público o renta imponible, con un tope de 80.2 UF.
- Isapre: sistema de salud privado, el cual los trabajadores que optan por ella deben pagar el monto asociado al plan de salud, el que puede ser superior al 7%.

3.9.2.4. Cotizaciones obligatorias del Empleador

3.9.2.4.1. Seguro de cesantía

Tiene como objetivo proporcionar dinero a los trabajadores cuando estos se encuentren cesantes. Las cotizaciones al seguro de cesantía corresponden al 3% del salario imponible del trabajador.

3.9.2.4.2. Seguro por accidente

Es un seguro de accidentes de trabajos y de enfermedades profesionales que se financia con una cotización básica general de un mínimo de 0.95% de la remuneración imponible del trabajador, sube dependiendo de la siniestralidad de la empresa.

3.9.2.4.3. Seguro de invalidez y sobrevivencia

El Seguro de Invalidez y Sobrevivencia (SIS) es financiado por las y los empleadores durante la vida laboral activa de las personas afiliadas al sistema de capitalización individual obligatoria y corresponde a un porcentaje de las remuneraciones de la o el trabajador. El seguro es adjudicado mediante licitación pública, efectuado por las AFP en conjunto.

Están cubiertos por este seguro las y los afiliados que estén cotizando en una AFP, hasta 12 meses después de la última cotización. Las y los afiliados no cubiertos por el seguro deben financiar su pensión con los fondos acumulados en su cuenta de capitalización individual.

La nueva tasa vigente para el SIS para las y los empleadores, afiliadas y afiliados independientes y voluntarios es de 1,49% de las remuneraciones y rentas imponible, tanto para hombres como mujeres. Esta tasa está vigente desde enero de 2024.

3.10. PERSONAL DE OPERACIONES, CARGOS, PERFILES Y SUELDOS

El personal de operaciones que se necesita para el funcionamiento del local considerando su envergadura y en temporada alta está constituido por 6 personas, 2 maestros sangucheros, 2 ayudantes de cocina y 2 garzones respectivamente quienes se desempeñaran en turnos rotativos para siempre contar con 1 de cada uno. En la tabla 3-17 se detallan los costos en remuneraciones asociados.

Tabla 3-17. Dotación y sueldos de la empresa.

CARGO	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL SUELDOS TEMPORADA ALTA	TOTAL SUELDOS TEMPORADA BAJA
ADMINISTRADOR DE LOCAL	2	\$802.000	\$1.604.000	\$802.000
MAESTRO SANGUCHERO	2	\$520.000	\$1.040.000	\$520.000
AYUDANTE DE COCINA	2	\$500.000	\$1.000.000	\$500.000
MESERO	2	\$500.000	\$1.000.000	\$500.000
CONTADOR EXTERNO	1	\$100.000	\$100.000	\$100.000
TOTAL MENSUAL			\$4.744.000	\$2.422.000
TOTAL ANUAL			\$56.928.000	\$29.064.000
TOTAL ANUAL UF			1514,3	773,11

Fuente: Elaboración propia en base a referencias salariales de www.computrabajo.com

3.10.1. Descripción de cargos y perfiles

A continuación, se detallan las funciones, perfil y objetivos de los diferentes cargos necesarios para el funcionamiento operacional del local. (ver Tabla 3-18).

Tabla 3-18. Perfil Maestro Sanguchero

Maestro sanguchero
Nombre del cargo: Maestro sanguchero Unidad o Área: Operaciones Dependencia: Administrador de local Dependientes: Ayudante de cocina
Requisitos del cargo
1. Mínimo 1 año de experiencia en plancha y armado de sándwiches. 2. Sólidos conocimientos de normas sanitarias. 3. No tener problemas en salida noche y no tener problemas de locomoción 4. Tener documentos al día.
Funciones y responsabilidades
1. Planificar los requerimientos de insumos para diferentes tipos de Sándwiches. 2. Organizar el Trabajo en el área de Sandwichería. 3. Preparar Sándwiches, chorrillanas, tablas salsas y acompañamientos. 4. Responsable de la elaboración de producción diaria según minuta.
Perfil de competencias requeridas
1. Capacidad para trabajar en entornos de presión y multitarea. 2. Sentido del deber. 3. Ser proactivo.
Horario de trabajo
Turnos rotativos. Temporada alta: Diciembre a Febrero 14:00 a 20:00 hrs. / 20:00 a 02:00 hrs. Turno fijo Temporada baja: Marzo a Noviembre Jueves a sábado 14:00 a 23:00 hrs.

Fuente: Elaboración propia en base a referencias laborum.cl

En la tabla 3-19 se detalla perfil para ayudante de cocina.

Tabla 3-19. Perfil ayudante de cocina.

Ayudante de cocina
Nombre del cargo: Ayudante de cocina Unidad o Área: Operaciones Dependencia: Maestro sanguchero y administrador de local Dependientes: No tiene
Requisitos del cargo
1. Experiencia de 1 año en cargos de ayudante o cocinero. 2. Estudios en el área de Gastronomía. 3. Buenas relaciones interpersonales y trabajo en equipo.
Funciones y responsabilidades
1. Preparación de los platos preparados cumpliendo con las normas de Higiene y calidad. 2. Entregar todos sus conocimientos para brindar un excelente producto. 3. Apoyar en las preparaciones de productos ofertados en el local. 4. Ejecución de las recetas en producción de la forma más eficiente posible; ocupándose de cumplir con la calidad requerida 5. Mantener comunicación permanente con su jefatura directa. 6. Aseo y limpieza de platos, vasos, y utensilios utilizados en el local
Perfil de competencias requeridas
El cargo requiere una alta capacidad de trabajar bajo presión en ocasiones, orientación a la calidad e higiene, trabajar en equipo y responsabilidad con el trabajo.
Horario de trabajo
Turnos rotativos. Temporada alta: Diciembre a Febrero 14:00 a 20:00 hrs. / 20:00 a 02:00 hrs. Turno fijo Temporada baja: Marzo a Noviembre Jueves a sábado 14:00 a 23:00 hrs.

Fuente: Elaboración propia en base a perfiles de laborum.cl

Como se puede apreciar el rol de ayudante de cocina es esencial para lograr mantener el área operativa en la cocina en perfecto funcionamiento.

En la tabla 3-20 se detalla el perfil de garzón requerido para el local.

Tabla 3-20. Perfil garzón.

Garzón
Nombre del cargo: Garzón Unidad o Área: Operaciones Dependencia: Administrador de local Dependientes: No tiene
Requisitos del cargo
1. Experiencia mínima de 1 año como garzón. 2. Manejo de clientes y buena actitud.
Funciones y responsabilidades
1. Dar la bienvenida a los clientes y atender las mesas sin demoras. 2. Servir alimentos y bebidas a los clientes y brindar recomendaciones, si es necesario. 3. Compartir su conocimiento del menú para ayudar a los clientes con preguntas y solicitud especiales. 4. Registrar las transacciones en el sistema de manera correcta y oportuna. 5. Acercarse a los clientes para garantizar la satisfacción con cada plato y bebida. 6. Limpiar las mesas, completar las tareas de cierre y reabastecer la vajilla y otros suministros.
Perfil de competencias requeridas
• Buenas habilidades conversacionales y orientación al trabajo en equipo. • Actitud positiva y personalidad extrovertida. • Experiencia previa como garzón.
Horario de trabajo
Turnos rotativos. Temporada alta: Diciembre a Febrero 14:00 a 20:00 hrs. / 20:00 a 02:00 hrs. Turno fijo Temporada baja: Marzo a Noviembre Jueves a sábado 14:00 a 23:00 hrs.

Fuente: Elaboración propia en base a perfiles en laborum.cl

3.11. INVERSIONES EN EQUIPO Y EDIFICACIONES

3.11.1. Inversión en equipos y mobiliario

En la tabla 3-25 se resumen la inversión principal en equipos y mobiliario principal para un correcto funcionamiento del local. Por mencionar los principales tenemos:

- Sillas.
- Mesas.
- Computador.
- Dispensador de cerveza
- Refrigeradores, coolers.
- Plancha churrasquera.
- Vajilla en general.

Todos estos ítems fueron detallados en el apartado 3.3 Selección de equipos de este capítulo.

Tabla 3-21. Inversión en mobiliario y equipos.

SECTOR	VALOR + IVA	VALOR UF
EQUIPOS COCINA/BAR	\$3.610.584	96,01
MOBILIARIO Y EQUIPOS DE ADMINISTRACION	\$2.830.444	75.46
UTENSILIOS	\$913.420	22,6
TOTAL	\$7.354.448	194.07

Fuente: Elaboración propia en base cotizaciones.

No se considera inversión en edificación ni remodelación ya que lugar se encuentra en óptimas condiciones.

3.12. INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es lo que comúnmente se conoce en términos simples como activo corriente, es decir, aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar sin tener ingresos iniciales y con ello cubrir necesidades de insumos, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos

recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir a tiempo las necesidades del día a día. Para el cálculo del capital de trabajo se utiliza el método de déficit máximo acumulado, dónde se consideran los primeros 12 meses del proyecto. Esto consiste en estimar los flujos de ingresos y egresos mensuales al principio de la ejecución del proyecto. A continuación, se muestra el detalle mensual de los ingresos que fueron usados para el cálculo del capital de trabajo durante los 12 primeros meses.

Tabla 3-22. Ingresos mensuales restobar.

AÑO	MES	DEMANDA MENSUAL	CONSUMO PROMEDIO POR CLIENTE (15,000)	TOTAL INGRESOS (UF)
	1	409	\$6.127.500	163,05
	2	417	\$6.256.178	166,47
	3	852	\$12.775.114	339,93
	4	870	\$13.043.392	347,07
	5	888	\$13.317.303	354,36
1	6	906	\$13.596.966	361,80
	7	926	\$13.882.503	369,40
	8	945	\$14.174.035	377,16
	9	965	\$14.471.690	385,08
	10	985	\$14.775.596	393,16
	11	1006	\$15.085.883	401,42
	12	1027	\$15.402.687	409,85

Fuente: Elaboración propia en base a estudio de mercado capítulo 2.

En la tabla 3-26 se muestra el detalle de los ingresos por concepto de clientes que asistirían al local, para ello se considera que, durante los 2 primeros meses, por concepto de posicionarse dentro del rubro, desconocimiento del local por parte del cliente, lanzamiento en general del local se realiza el supuesto que asistirán solo el 50% de lo proyectado en la demanda, para con ello generar un escenario realista y a su vez más pesimista para el proyecto. A su vez se estima el consumo promedio en \$15.000 por persona en base al estudio de mercado y resultados de las encuestas donde se obtuvo que un 45% suele gastar entre \$20.000 Y \$30.000 y un 21% entre \$10.000 y \$20.000.

En la tabla 3-23 se consideran los costos operacionales (costos fijos y variables) más relevantes los cuales son especificados en apartados anteriores.

Tabla 3-23. Egresos operacionales restobar.

AÑO	MES	DEMANDA MENSUAL	COSTO TOTAL DE INSUMOS	REMUNERACIONES	COSTOS DE SERVICIO Y ARRIENDO	TOTAL DE EGRESOS OPERACIONALES(\$)	TOTAL DE EGRESOS (UF)
	1	409	\$2.065.300	\$4.744.000	\$1.052.914	\$7.862.214	209
	2	417	\$2.108.429	\$4.744.000	\$1.052.914	\$7.905.343	210
	3	852	\$4.305.411	\$2.422.000	\$1.052.914	\$7.780.325	207
	4	870	\$4.395.824	\$2.422.000	\$1.052.914	\$7.870.738	209
	5	888	\$4.488.137	\$2.422.000	\$1.052.914	\$7.963.051	212
1	6	906	\$4.582.387	\$2.422.000	\$1.052.914	\$8.057.301	214
	7	926	\$4.678.618	\$2.422.000	\$1.052.914	\$8.153.532	217
	8	945	\$4.776.869	\$2.422.000	\$1.052.914	\$8.251.783	220
	9	965	\$4.877.183	\$2.422.000	\$1.052.914	\$8.352.097	222
	10	985	\$4.979.604	\$2.422.000	\$1.052.914	\$8.454.518	225
	11	1006	\$5.084.175	\$2.422.000	\$1.052.914	\$8.559.089	228
	12	1027	\$5.190.943	\$4.744.000	\$1.052.914	\$10.987.857	292

Fuente: Elaboración propia en base a información presentada en capítulo 3.

En base a información de las tablas 3-22 y 3-23 se determina en la tabla 3-24 el capital de trabajo en base al método de déficit acumulado máximo.

Tabla 3-24. Calculo déficit acumulado máximo en UF.

MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
INGRESOS	163,05	166,47	339,93	347,07	354,36	361,80	369,40	377,16	385,08	393,16	401,42	409,85
EGRESOS	-209,21	-210,35	-207,03	-209,43	211,89	214,40	216,96	219,57	222,24	224,97	227,75	292,38
SALDO	-46,16	-43,88	132,91	137,64	566,25	576,20	586,36	596,73	607,32	618,13	629,17	702,22
SALDO ACUMULADO	-46,16	-90,04	42,86	180,50	746,75	1322,95	1909,30	2506,03	3113,35	3731,47	4360,64	5062,87
	CAPITAL DE TRABAJO (UF)	-90,04										

Fuente: Elaboración propia en base a tablas 3-25 y 3-26.

La tabla 3-28 detalla que en el mes 2 ocurre el máximo déficit acumulado que corresponde a 90.04 UF, lo cual es el capital de trabajo. Debido al rubro del negocio, se destaca que en los primeros meses se observan flujos positivos de ingresos dado que este tipo de locales necesita tener los insumos disponibles con anterioridad por lo cual los ingresos son de manera inmediata para el local, tal como ocurre por ejemplo en una botillería, la cual debe abastecerse y luego los ingresos son flujos efectivos directos ya que no se vende a 30 días, ni 60 días, como sucede con locales que emiten facturas, etc. sino que es flujo de dinero inmediato por esa razón se consideran flujos positivos los primeros meses. Recordar que tal como se comenta en párrafos previos no se considera el flujo total de demanda proyectado con el objetivo de obtener cifras

más conservadoras respecto a los meses iniciales del local. También es relevante notar que durante el mes 3 ya existe la posibilidad de que el restobar comience en base a recursos propios, generados por el propio proyecto, a solventar su propio capital de trabajo.

3.13. COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA

Dentro de los costos de instalación, se destaca gastos municipales (patente municipal, autorización sanitaria, y gastos notariales principalmente), mes de garantía arriendo, marketing para el local y la adquisición de los insumos necesarios para la elaboración de los productos ofertados en el local. Adicionalmente se han incluido todas las inversiones en instalaciones y flete respectivos de todo el mobiliario y equipos necesarios para el buen funcionamiento del restobar. En la tabla 3-25, se indican los gastos de puesta en marcha.

Tabla 3-25. Costos instalación y puesta en marcha.

ITEM	VALOR (\$)	VALOR (UF)
MES DE GARANTIA ARRIENDO DEL LOCAL	\$700.000	18,63
PERMISOS MUNICIPALES	\$230.884	6,14
INSTALACIÓN	\$1.200.000	31,93
GASTOS NOTARIALES	\$350.000	9,31
MARKETING Y SITIO WEB	\$550.000	14,63
PROVISION INSUMOS PRIMER MES	\$4.300.000	114,42
TOTAL	\$7.330.884	195,06

Fuente: Elaboración propia.

3.14. COSTOS DE IMPREVISTOS

Los costos de imprevistos, que corresponden a los costos no esperados o que podrían ser necesarios para concretar el proyecto, en este proyecto son un 5% de la inversión inicial total. Por lo tanto, la cantidad que se destinará por concepto de imprevistos corresponde a lo que se muestra en la Tabla 3-26.

Tabla 3-26. Costos de imprevistos.

ITEM	VALOR (\$)	VALOR (UF)
INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	\$7.354.448	194,07
CAPITAL DE TRABAJO	\$3.385.774	90,04
INSTALACION Y PUESTA EN MARCHA	\$7.330.884	195,07
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$18.071.106	479,18
COSTOS IMPREVISTOS 5%	\$903.555	23,959

Fuente: Elaboración propia.

3.15. INVERSIÓN TOTAL

A modo de resumen se presenta en la tabla 3-27 donde se detalla la inversión total del proyecto.

Tabla 3-27. Inversión Inicial.

ITEM	VALOR (\$)	VALOR (UF)
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	\$7.354.448	194,07
CAPITAL DE TRABAJO	\$3.385.774	90,04
INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	\$7.330.884	195,07
COSTOS IMPREVISTOS 5%	\$903.555	23,96
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	\$18.974.662	503,14

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 AMBIENTAL

En este capítulo se expondrán las principales actividades a desarrollar para constituir el proyecto como sociedad, se definen los recursos administrativos necesarios para su operación y los regímenes financieros y tributarios que debe cumplir, así como las principales normativas tanto ambientales como otras legalmente establecidas, que se sean aplicables al proyecto.

Así mismo se analizan los aspectos administrativos del proyecto como el personal requerido y la estructura organizacional necesaria para la empresa.

4.1. ADMINISTRATIVA

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

4.1.1. Personal

El personal administrativo estará conformado por el Administrador y de un contador externo que cobrará por sus servicios a través de boleta de honorarios, su servicio será una vez al año (operación renta).

Para el correcto funcionamiento del local durante los meses de temporada alta y con el fin de cumplir con la jornada laboral vigente el local contará con 2 administradores que trabajaran en turnos rotativos de 14 a 20:00 y 20:00 a 02:00. En temporada baja se contará solo con 1. En la tabla 4-1 se detalla jornada de funcionamiento del local en temporada alta y baja respectivamente.

Tabla 4-1. Jornada laboral personal

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Horario Temporada alta (diciembre a febrero)	Cerrado	14:00-02:00	14:00-02:00	14:00-02:00	14:00-02:00	14:00-02:00	14:00-12:00
Horario temporada baja (marzo a Noviembre)	Cerrado	Cerrado	14:00-23:00	14:00-23:00	14:00-23:00	14:00-23:00	Cerrado

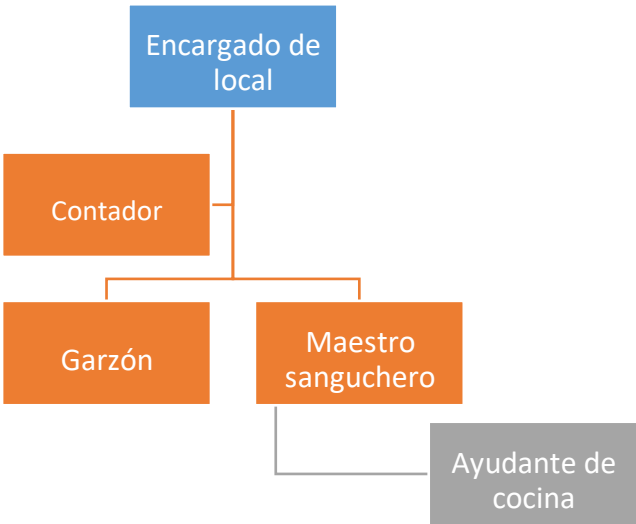
Fuente: Elaboración propia.

Los administradores llevarán las funciones financieras y tributables del negocio.

El proyecto de acuerdo a su envergadura no contempla la contratación de una persona exclusivamente para el aseo, por lo cual, cada integrante del equipo de producción y venta deberá mantener y apoyar en al aseo diariamente.

4.1.2. Estructura organizacional

La estructura organizacional se encuentra encabezada por el administrador, el cual tiene a su cargo el personal del local, además de la sección externa, como contabilidad. (ver Figura 4-1).



Fuente: Elaboración propia

Figura 4-1. Estructura organizacional

4.1.3. Sistemas de información administrativos

Para las labores administrativas, se requiere de un sistema de información, el cual es el conjunto de elementos que permite recopilar, administrar y controlar un conjunto de datos e información que conforman lo necesario para que los ejecutivos puedan tomar mejores decisiones. Para lograr lo anterior la empresa se contará con diferentes medios y herramientas digitales, tal como: bases de datos en Google Drive, hojas de cálculo, Excel, Word y un sistema de comunicación verbal y vía email. Lo anterior es debido a que es una pequeña empresa no se hace necesario en primera instancia de softwares más específicos.

4.1.4. Personal administrativo, cargos, perfiles y sueldos

A continuación, se detallan las funciones, perfil y objetivos de los diferentes cargos necesarios para el funcionamiento operacional del local.

Tabla 4-2. Perfil encargado/administrador de local.

	Encargado/Administrador de local
	Nombre del cargo: Administrador de local Unidad o Área: Administrativo Dependencia: Inversores Dependientes: Maestro sanguchero, mesero
	Requisitos del cargo
1.	Estudios de administración hotelería, gastronomía o carrera afín.
2.	2 o 3 años de experiencia administrando restaurantes o negocios relacionados a comida rápida o casinos.
3.	Conocimiento de buenas prácticas de manufactura y sistema de almacenaje FIFO.
4.	Conocimiento de Control de costos.
	Funciones y responsabilidades
1.	Supervisar la venta de productos, la adecuada organización de las instalaciones y el cumplimiento de las obligaciones de sus colaboradores, garantizando un excelente Servicio al Cliente.
2.	Manejar la relación con los proveedores asegurando la calidad y recibo oportuno de los productos.
3.	Supervisar la correcta manipulación de la materia prima, controlar los procesos de producción y los procesos de almacenamiento de alimentos.
4.	Verificar y Llevar a cabo el cierre de venta diaria, realizando inventarios, balances y reportes generales que den cuenta de la relación entre costos y proyecciones del negocio.
5.	Apoyo en atención a clientes y en barra en caso de ser necesario.
	Perfil de competencias requeridas
•	Persona con experiencia liderando y supervisando equipos de trabajo, es importante también destacar que se busca una persona con perfil operativo y proactivo con experiencia en comida rápida o similar.
	Horario de trabajo
	Turnos rotativos. Temporada alta: Diciembre a Febrero 14:00 a 20:00 hrs. / 20:00 a 02:00 hrs. Turno fijo Temporada baja: Marzo a Noviembre Jueves a sábado 14:00 a 23:00 hrs.

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 4-3 se detalla la remuneración respectiva del personal administrativo tanto el encargado de local como el contador.

Tabla 4-3. Remuneración personal administrativo.

CARGO	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL, SUELDOS TEMPORADA ALTA	TOTAL, SUELDOS TEMPORADA BAJA
ADMINISTRADOR DE LOCAL	2	\$802.000	\$1.604.000	\$802.000
MAESTRO SANGUCHERO	2	\$520.000	\$1.040.000	\$520.000
AYUDANTE DE COCINA	2	\$500.000	\$1.000.000	\$500.000
MESERO	2	\$500.000	\$1.000.000	\$500.000
CONTADOR EXTERNO	1	\$100.000	\$100.000	\$100.000
TOTAL, MENSUAL			\$4.744.000	\$2.422.000
TOTAL, ANUAL			\$56.928.000	\$29.064.000
TOTAL, ANUAL UF			1514,3	773,11

Fuente: Elaboración propia en base a referencias www.laborum.cl

4.2. **LEGAL**

La viabilidad legal busca esencialmente determinar la existencia de alguna restricción legal para la correcta realización del proyecto.

4.2.1. Marco legal vigente nacional e internacional

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

4.2.1.1. Marco legal nacional

Como es sabido ningún proyecto podrá llevarse a cabo si no se encuentra en el marco legal en el que se desarrollará. Esto significa que debe estar aceptado por la sociedad. Hoy en día para dar inicio a una actividad comercial, como en el caso de un restaurante o local de comida, la legislación nacional exige:

- **Constitución de la empresa:** la figura legal bajo la cual se constituirá el proyecto será Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) a través del Registro Electrónico de Empresas y Sociedades.

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

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

Existen 2 formas de firmar:

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

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

- **Iniciación de actividades:** Esta opción permite inscribirse en el RUT y simultáneamente dar aviso de inicio de actividades a través de Internet. A través de la página www.sii.cl disponible para personas jurídicas comerciales de tipos: Sociedad Anónima Cerrada, Sociedad de Responsabilidad Limitada y Empresa Individual de Responsabilidad Limitada.
- **Resolución sanitaria:** Entregada por el Ministerio de Salud, certificaciones sanitarias y de la Secretaría de Electricidad y Combustibles (SEC). El Informe Sanitario permite establecer si una determinada actividad industrial o comercial reúne todas las condiciones técnicas para controlar los riesgos asociados a esta actividad. Todas las empresas que deseen producir, elaborar, preservar, envasar, almacenar o distribuir alimentos o aditivos alimentarios necesitan la autorización sanitaria. Para esto, se debe solicitar el Formulario de Autorización Sanitaria en las oficinas del Servicio de Salud correspondiente.

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

4.2.1.2. Marco legal internacional

No se examina el marco legal vigente a nivel internacional por tratarse de un proyecto a desarrollarse en Chile.

4.2.2. Aspectos legales del giro del proyecto

El aspecto legal más relevante para el rubro del proyecto es Reglamento Sanitario de los Alimentos, en su decreto 977 el cual en su artículo 1 dicta que este reglamento establece las condiciones sanitarias a que deberá ceñirse la producción, importación, elaboración, envase, almacenamiento, distribución y venta de alimentos para uso humano, así como las condiciones en que deberá efectuarse la publicidad de los mismos, con el objeto de proteger la salud y nutrición de la población y garantizar el suministro de productos sanos e inocuos.

Este reglamento se aplica igualmente a todas las personas, naturales o jurídicas, que se relacionen o intervengan en los procesos aludidos anteriormente, así como a los establecimientos, medios de transporte y distribución destinados a dichos fines. Para la aplicación del presente reglamento regirán las definiciones y requisitos que su texto establece.

4.2.3. Incentivos

Todas las PYMES tienen la obligación de hacer Iniciación de Actividades en el SII y obtener Patente Municipal, en el municipio correspondiente en el caso de este proyecto, la comuna de Llay Llay. Para esto, considerando que requieren de cierto apoyo para su desarrollo y crecimiento, el Estado ha provisto una serie de instrumentos de fomento a través de sus distintos servicios o instituciones.

Dentro las instituciones más relevantes podemos mencionar a las siguientes: Banco Estado, Corfo (Corporación de Fomento de la Producción), Fosis (Fondo de Solidaridad e Inversión Social), Indap (Instituto de Desarrollo Agropecuario), Sence (Servicio Nacional de Capacitación y Empleo), Fundación Chile, Sercotec (Servicio de Cooperación Técnica), Prochile (Dirección de Promoción de Exportaciones) y www.chilecompra.cl (Portal de compras del Estado).

4.2.4. Aspectos laborales

Los aspectos laborales bajo el cual es se ampara el restobar se encuentran cubiertos de acuerdo a lo establecido en la normativa del trabajo del Código del Trabajo, DFL 1. En dónde se exponen los aspectos relacionados con los contratos laborales, protección a los trabajadores y capacitación laboral.

4.2.5. Costos asociados al cumplimiento de la legislación vigente

Estos costos, corresponden a las tramitaciones que se deben realizar para dar inicio a la actividad del local, las que deben cumplir con todas las normativas administrativas y legales vigentes.

En la tabla 4-4 se detallan los costos asociados al cumplimiento de la legislación vigente.

Tabla 4-4. Costos de legislación vigente

Trámites legales	Valor (\$)	Valor (UF)
Redacción de escritura pública con abogado	\$ 400.000	10,64
Legalización escritura pública ante notario	\$ 150.000	3,99
Publicación diario oficial	\$ -	0,00
Inscripción de registro de comercio en conservador bienes raíces	\$45.500	1.21
Inicio de actividades	\$ -	0,00
Timbraje de documentos	\$ -	0,00
Patente municipal Llay Llay	\$99.972	2,66
Derechos de aseo (se paga con la patente)	\$46.500	1,24
Propaganda (se paga con la patente)	\$200.000	5.32
Ley de alcoholes	\$79.160	2,11
Total	\$1.021.132	27.17

Fuente: Elaboración propia, en base a www.chileatiende.gob.cl/fichas/30419-de-constitucion-de-una-sociedad-en-el-registro-de-comercio, www.munllayllay.cl

4.3. SOCIETARIA

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

4.3.1. Relación entre los inversionistas

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

4.3.2. Estructura societaria

Las particularidades o características propias de los contribuyentes EIRL son las siguientes:

1.- Para los fines de identificación, debe consignar, al menos, su nombre y apellido, pudiendo tener también un nombre de fantasía, sumado al de las actividades económicas o giro. Esta denominación deberá cerrarse con la frase “Empresa Individual de Responsabilidad Limitada”, o bien utilizar la abreviatura “EIRL”.

2.- Estas empresas deberán constituirse por escritura pública, cuyo extracto se inscribe en el Registro de Comercio y se publica en el Diario Oficial.

3.- La duración de la empresa puede ser determinada o indefinida.

4.- La generación de una EIRL permite dar vida a una persona jurídica, siempre de tipo comercial.

5.- El propietario de la empresa individual responde con su patrimonio y sólo con los aportes efectuados o que se haya comprometido a incorporar. Por su parte, la empresa responde por sus obligaciones generadas en el ejercicio de su actividad con todos sus bienes.

6.- Debe darse formalidad y publicidad especial a los contratos que celebre la empresa individual con su propietario, cuando éste actúa dentro de su patrimonio personal.

7.- La administración corresponde a su propietario; sin embargo, éste puede dar poderes generales o especiales a un gerente o mandatario(s).

8.- Para poner término a la empresa, destacan la voluntad del empresario, el término de su duración o muerte del titular.

9.- En caso de fallecimiento del empresario, sus herederos pueden continuar con la empresa.

10.- La empresa individual se puede transformar en sociedad y una sociedad limitada puede constituirse en una empresa individual. En este último caso, los derechos de la sociedad que desaparece deben reunirse en las manos de una sola persona natural.

11.- Todo el régimen jurídico aplicable a la empresa, incluso en materia tributaria, es el Estatuto Jurídico de las Sociedades de Responsabilidad Limitada.

4.3.3. Estimación del gasto para dar forma a la estructura societaria

En lo que se refiere a constitución de sociedad e inicio de actividades, no hay pago considerable, salvo gastos menores en firma electrónica, notaría si aplica, obtención de rol único tributario, por mencionar los más importantes., el cual asciende a un monto aproximado de \$21.000, siendo un gasto inicial y único.

Tabla 4-5. Costos estructura societaria.

TRAMITE	TOTAL (\$)	TOTAL(UF)
Firma electrónica avanzada de socios	\$2.000	0,053
Legalización escritura ante Notario	\$9.770	0,19
Revisar e incorporar los documentos al registro para firma de los comparecientes (0,18 UF aprox.) + incorporación de documentos adicionales (0,07 UF aprox.)	\$6.764	0,18
Publicación de escritura en el diario oficial (es gratuita para las sociedades de hasta 5000 UF de Capital)	-	-
Legalización de contrato de arriendo local (\$500 por hoja)	\$2.500	0,013
TOTAL	\$21.034	0,436

Fuente: Elaboración propia en base a www.tuempresaenundia.cl , www.notariosyconservadores.cl, http://www.sii.cl/mipyme/emprendedor/documentos/fac_Tramites_1.htm <https://www.registrodeempresasysociedades.cl/>

4.4. **PREFACTIBILIDAD TRIBUTARIA**

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

4.4.1. Sistema tributario

El sistema tributario utilizado contempla lo siguiente:

- Impuesto a la renta de primera categoría
- Impuesto global complementario
- Impuesto al valor Agregado (IVA).

4.4.1.1. Impuesto a la renta de primera categoría

De acuerdo al artículo 14 Ley de impuesto a la renta. Se define como El Impuesto de Primera Categoría grava las rentas provenientes del capital, entre otras, por las empresas comerciales, industriales, mineras, servicios, etc.

En los años que se indican a continuación dicho tributo se ha aplicado con las siguientes tasas:

Tabla 4-6. Impuesto a la renta 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%

Fuente: http://www.sii.cl/aprenda_sobre_impuestos/impuestos/imp_directos.htm

Tabla 4-6. Impuesto a la renta primera categoría. (Continuación)

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: http://www.sii.cl/aprenda_sobre_impuestos/impuestos/imp_directos.htm

Este impuesto, se determina sobre la base de las últimas utilidades líquidas obtenidas por la empresa, vale decir, sobre los ingresos devengados o percibidos menos los gastos y se declara anualmente en abril de cada año por todas aquellas rentas devengadas o percibidas en el año del calendario anterior.

El impuesto de primera categoría pagado por la empresa se rebaja como crédito, de acuerdo con el mecanismo establecido para confección del fondo de utilidades tributables, de los impuestos global complementario o adicional que afecten a los dueños, socios o accionistas de la empresa o sociedades por las utilidades retiradas (en dinero o especies) o por dividendos distribuidos.

4.4.2. Impuesto global complementario

Es un impuesto anual que afecta a las personas naturales que obtengan rentas o ingresos de distinta naturaleza, tales como honorarios, intereses por depósitos y ahorros, dividendos por la tenencia de acciones, retiros de utilidades de empresas, ingresos por arriendos, rentas presuntas originadas por la actividad de transporte y de la minería, entre otras. Este impuesto se determina en abril de cada año por las rentas generadas de enero a diciembre del año anterior, aplicando los porcentajes de impuestos definidos en la tabla de tramos de renta,

de acuerdo con el nivel de renta que le corresponda al contribuyente según el mecanismo determinado en la ley.

Tabla 4-7. Tramos de renta.

VIGENCIA (1)	Nº DE TRAMOS (2)	RENTA IMPONIBLE MENSUAL DESDE HASTA (3)	FACTOR (4)	CANTIDAD A REBAJAR (5)
RIGE A CONTAR DEL 01.01.2017, SEGÚN N° 30 DEL ARTÍCULO 1° LEY N° 20.780/2014 E INCISO 1° ARTÍCULO 1° TRANSITORIO DE DICHA LEY.	1	0 UTM 13,5 UTM	0%	0 UTM
	2	13,5 " 30 "	4%	0,54 "
	3	30 " 50 "	8%	1,74 "
	4	50 " 70 "	13,5%	4,49 "
	5	70 " 90 "	23%	11,14 "
	6	90 " 120 "	30,4%	17,80 "
	7	120 " Y más "	35%	23,32 "

Fuente: Sitio web http://www.sii.cl/aprenda_sobre_impuestos/impuestos/imp_directos.htm

4.4.3. Impuesto al valor agregado

Este impuesto consiste en el recargo del 19% al monto del precio final determinado por el vendedor de un bien o servicio. El impuesto actúa en cadena, trasladándose desde el vendedor al comprador, quien descuenta el impuesto pagado y acreditado en las facturas de sus compras (Crédito Fiscal) y agrega el impuesto recolectado en las ventas (Débito Fiscal). El consumidor del bien o servicio es quien soporta por último el impuesto que se ha arrastrado en la cadena desde el productor hasta el consumidor final.

El impuesto se debe declarar y pagar mensualmente. Su monto se determina a partir de la diferencia entre débito fiscal y el crédito fiscal. Si de esta diferencia resulta un remanente, existe un mecanismo que permite utilizarlo en períodos posteriores.

4.4.4. Mecanismo de determinación de gasto en impuesto

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

Por lo tanto, lo anterior es realizado tal como se estipula en la reforma tributaria, con respecto al Decreto Ley N° 824, sobre impuesto a la renta y en función del tipo de sociedad, la empresa

será contribuyente de primera categoría, es decir se encuentra obligada a declarar según contabilidad completa. El impuesto de primera categoría e impuesto global complementario con la reforma tributaria se elevará en forma gradual tal como se indica en las tablas 4-6 y 4-7.

Adicionalmente, de forma mensual, la empresa deberá declarar y cancelar el Impuesto al valor agregado, equivalente al 19% de las compras y ventas que se efectúen durante el mes calendario que corresponda.

4.5. FINANCIERA

En esta sección se entregan detalles de las fuentes de financiamiento, inversiones e instituciones financieras.

4.5.1. Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiamiento pueden ser internas y externas. En el proyecto se hará uso de ambas fuentes, aportación de capital propio por parte del inversionista con una menor proporción, para reducir los riesgos que el proyecto pueda generar y solicitud de créditos a instituciones financieras. En base a lo anterior lo usual es utilizar las siguientes fuentes de financiamiento:

- Proyecto puro, mediante capital propio.
- Proyecto con financiamiento externo de 25%.
- Proyecto con financiamiento externo de 50%.
- Proyecto con financiamiento externo de 75%.

4.5.2. Inversionistas

Este proyecto será una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) son personas jurídicas, formadas exclusivamente por una persona natural, por lo que se tiene solo un inversionista.

4.5.3. Instituciones crediticias

Existen diversos organismos crediticios, públicos y privados. Así también diversos planes del gobierno que permiten iniciar con un capital inicial, como lo son el FOSIS, CORFO, SERCOTEC, INDAP por mencionar algunas.

4.5.4. Leasing

El Leasing, también llamado Arrendamiento Financiero, consiste en un contrato mediante el cual una parte cede el derecho de utilizar un bien durante un período de tiempo, y la otra parte se compromete a pagar un monto de dinero periódicamente. Al finalizar ese período de tiempo, la segunda parte tendrá la opción de adquirir el bien en cuestión abonando un precio residual pre acordado, o bien devolver el bien a la primera parte.

De acuerdo a lo anterior para este proyecto no se considera ni aplica utilizar leasing financiero.

4.5.5. Costos de financiamiento

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

En la Tabla 4-8 se presentan los costos por concepto de intereses asociados a financiamiento.

Tabla 4-8. Créditos para pequeñas empresas

CRÉDITOS PARA PEQUEÑAS EMPRESAS												9
CRÉDITOS COMERCIALES TASA NOMINAL												9.1
	Hasta 89 días				Desde 90 días hasta 24 meses				Desde 24 meses hasta 48 meses			
	Tasa de interés Mínima		Tasa de interés Máxima		Tasa de interés Mínima		Tasa de interés Máxima		Tasa de interés Mínima		Tasa de interés Máxima	
Monto del Préstamo	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual
Inferior \$15.000.000	17,4%	1,45%	17,4%	1,45%	11,88%	0,99%	6,48%	0,54%	0%	0%	3,51%	0,2925%
Desde \$15.000.000 inferior \$ 50.000.000	16,2%	1,35%	17,4%	1,45%	13,8%	1,15%	9,48%	0,79%	13,8%	1,15%	9,48%	0,79%
sobre \$50.000.000	16,2%	1,35%	17,4%	1,45%	13,98%	1,1650%	9,48%	0,79%	13,98%	1,1650%	9,48%	0,79%
CRÉDITOS COMERCIALES TASA REAJUSTABLE												9.2
	Tasa de Interés Anual											
	Desde 49 a 96 meses				Desde 97 a 120 meses							
hasta UF 2.000	3,78%				3,7%							
sobre UF 2.000	5%				4,8%							
Para ciertos productos o servicios pueden existir gastos asociados (impuestos establecidos en la Ley de Timbre y gastos notariales), que también son de cargo del cliente y cuya cuantía varía en función de los montos.												

Fuente: Sitio web <https://www.bancoestado.cl/bancoestado/inteditorformularios/genera.asp?datos=152>

4.6. AMBIENTAL

El restobar es un proyecto en el cual no existen limitantes ambientales, tanto de emisiones de partículas como desechos tóxicos. Por consiguiente, se concluye que el impacto medio ambiental para el proyecto no existe.

Independiente de lo mencionado anteriormente, se toman todas las medidas pertinentes para poder reciclar y segregar los desechos y desperdicios generados por el local, también se procurara no generar impacto negativo en la comunidad residente por temas de ruidos molestos, basura en los alrededores del local, etc. para con ello minimizar todo impacto negativo que pueda generar el restobar a los vecinos de la comuna de Llay Llay, por el contrario generar un bienestar cultural, social y de conciencia de reciclaje en post del beneficio de la comuna.

CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

5. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

En este capítulo se detallan los factores económicos y financieros que están envueltos en este proyecto, de esta forma se puede concluir la viabilidad de realizarlo e implementarlo.

5.1. CONSIDERACIONES

Para el desarrollo de esta evaluación del proyecto, se consideran los resultados obtenidos en los estudios realizados previamente de prefactibilidad de mercado, técnica, administrativa y financiera.

Estos resultados, son la demanda estimada para el horizonte del proyecto, los criterios de evaluación como el VAN, TIR, y el PRI, inversión inicial que incluye adquisición de activos, gastos de puesta en marcha y capital de trabajo; costos operacionales y costos administrativos, depreciaciones de maquinarias y pago de impuestos, así como los costos asociados al financiamiento adquirido.

5.1.1. Horizonte del proyecto

El proyecto tiene un horizonte de evaluación de 5 años, referencia con la cual se han calculado todas las proyecciones referidas a los flujos de costos anuales. Es importante mencionar que esto no significa que el proyecto termina en ese plazo, sino que se evalúa en el rango de 5 años.

5.1.2. Tasa de descuento

La evaluación de uno o varios proyectos se basa en la proyección de sus respectivos flujos de caja. A partir de ellos, se calculan los índices de rentabilidad que permiten al inversionista tomar decisiones respecto a la factibilidad económica y financiera del proyecto. En los capítulos previos se habían considerado como verdaderas las proyecciones, es decir, oferta y demanda del mercado, ingresos por ventas y costos de producción del bien o servicio y se supone que los flujos proyectados son los efectivos. Sin embargo, en términos generales, resulta obvio que este supuesto no necesariamente se cumple a cabalidad.

En este caso existe un factor de riesgo que es necesario considerar en la evaluación del proyecto, uno de los objetivos que interesa alcanzar es maximizar la esperanza del VAN y en consecuencia la TIR, dado por la falta de la certeza de las estimaciones futuras de los flujos de

caja. A través del método de valoración de activos financieros CAPM, se calculará la tasa de retorno. Ver la Ecuación 5-1.

$$CAPM = Rp = Rf + (Rm - Rf) * \beta$$

Fuente: (Nassir Sapag Chain & Reinaldo Sapag Chain, Preparación y evaluación de proyectos, 2008)

Ecuación 5-1. Formula CAPM

Donde:

- Rp: Tasa de descuento
- Rf: Tasa libre de riesgo
- Rm: Tasa media de retorno
- β : Constante para tipo de negocio (cantidad de riesgo con respecto al portafolio del mercado)

5.1.2.1. Tasa libre de riesgo

La tasa libre de riesgo (Rf), es obtenida a través de la tasa de interés de bonos licitados por el Banco Central de Chile, de la que se obtiene que los bonos en UF a cinco años corresponden a 2,36% con fecha 31 de julio del 2024.

5.1.2.2. Tasa media de retorno

La Tasa media de retorno (Rm), fue obtenida en la bolsa de comercio Santiago en su informe de estadística anual 2023 en los mercados de renta variable lo cual se consideró la variación que presento IPSA (índice de precio selectivo de acciones), que corresponde al 17,79%.

5.1.2.3. Constante para tipo de negocio

La constante para este tipo de negocio (β) del mercado corresponde a 0,61% el cual pertenece a la categoría “food processing”, que es lo más cercano al proyecto en estudio. Información elaborada por Elaborada por Aswath Damodaran¹.

Reemplazando los valores descritos en formula CAMP, se obtiene la tasa de descuento, la cual es de 6,69% para este proyecto. Se observa en la Ecuación 5-2.

$CAMP = Rp = 2.36 + (17.79 - 2.36) * 0,61 = 11.77\%$

Fuente: Elaboración propia, cálculo de CAMP

Ecuación 5-2. Resultados de la tasa de descuento

5.1.3. Moneda a utilizar

Para todos los efectos de cálculos se utiliza el valor del indicador económico UF (unidad de fomento) de agosto del 2024 debido a que esta se reajusta en el tiempo, lo que facilita el actualizar los valores con el correr de los años. La UF utilizada, corresponde a la del día 2 de agosto del 2024, con un valor \$37.603.

5.1.4. Estimación de ingresos y egresos

5.1.4.1. Ingresos operacionales

Los ingresos del local comercial se definen respecto al estudio de mercado realizado en el capítulo 2 y que se detalla en la tabla 2-7, es decir, a la proyección de la demanda considerando a su vez que se estima el consumo promedio en \$15.000 por persona en base al estudio de mercado y resultados de las encuestas del capítulo 2.

Tabla 5-1. Estimación ingresos del proyecto

ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEMANDA ANUAL	10194	14135	18138	23276	29869
TOTAL ANUAL (UF)	4066,37	5638,58	7235,44	9284,82	11914,69

Fuente: Elaboración propia.

5.1.4.2. Egresos operacionales

¹ Información obtenida de https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html
https://si3.bcentral.cl/Siete/ES/Siete/Cuadro/CAP_TASA_INTERES/MN_TASA_INTERES_09/TMS_16/T312?cbFechaDiaria=2024&cbFrecuencia=DA
ILY&cbCalculo=NONE&cbFechaBase= actualizada a enero de 2024

²
https://si3.bcentral.cl/Siete/ES/Siete/Cuadro/CAP_TASA_INTERES/MN_TASA_INTERES_09/TMS_16/T312?cbFechaDiaria=2024&cbFrecuencia=DAILY&cbCalculo=NONE&cbFechaBase=

Para determinar los egresos del restobar, se consideró el total de costos operacionales que se producen mes a mes durante un año, pero se debe tener presente que estos sufren variaciones respecto a los insumos en su gran medida, pues estos están en relación directa con la demanda. La Tabla 5-2 muestra el desglose de todos los egresos que ocurren durante el año y el aumento progresivo que tienen los insumos operacionales respecto de la proyección de la demanda. Es importante mencionar que el detalle de cada uno de los egresos presentados en la tabla se encuentra mencionados en el capítulo 3.

Tabla 5-2. Egresos operacionales

DESCRIPCION EGRESO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INSUMOS OPERACIONALES	1370,45	1900,29	2438,45	3129,13	4015,43
COSTOS DE SERVICIO	112,62	112,62	112,62	112,62	112,62
COSTOS DE ARRIENDO	223,39	223,39	223,39	223,39	223,39
REMUNERACIONES	958,17	958,17	958,17	958,17	958,17
TOTAL ANUAL (UF)	2664,62	3194,47	3732,63	4423,31	5309,61

Fuente: Elaboración propia en base a información capítulo 3.

5.1.5. Impuestos

El impuesto a la renta de primera categoría grava las rentas provenientes del capital, este impuesto se determina sobre la base de las utilidades líquidas obtenidas por la empresa, es decir sobre los ingresos devengados o percibidos menos los gastos, se declara anualmente en abril de cada año por todas aquellas rentas devengadas o percibidas en el año calendario, para este proyecto corresponde al 27%.

5.1.6. Depreciaciones

La depreciación tiene un impacto en la utilidad afecta al impuesto y por lo tanto en el monto de impuestos que el proyecto debe pagar, de esta forma tiene un impacto “indirecto” sobre el comportamiento económico del proyecto. Mientras mayor sea el gasto por depreciación, menor será el ingreso sujeto a impuestos, por lo tanto, también lo es el impuesto que debe pagarse.

En la tabla 5-3, se observa la depreciación de los activos, la que se realiza en forma acelerada de acuerdo a la ecuación 5-2, además se muestra el valor libro y el valor residual de los activos considerando el 25% de su valor inicial que es el valor al cual podría venderse el activo luego de finalizado el proyecto.

$$Dt = (B/(\frac{n}{3}))$$

Fuente: Asignatura evaluación de proyectos.

Ecuación 5-2. Fórmula Depreciación acelerada.

Dónde:

- Dt = Cargo por Depreciación Anual
- t = año
- B = Valor Inicial
- n = vida útil

Tabla 5-3. Depreciación de activos.

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)	VALOR UF	VIDA UTIL	DEPRECIACION ACELERADA	AÑO1	AÑO 2	AÑO3	VALOR LIBRO (UF)	VALOR RESIDUAL (UF)
COMPUTADOR	1	\$879.696	\$879.696	23,39	6	2	11,70	11,70	-	0	5,85
IMPRESORA	1	\$86.858	\$86.858	2,31	6	2	1,15	1,15	-	0	0,58
MESA	11	\$89.900	\$988.900	26,29	7	2	13,15	13,15	-	0	5,64
SILLA	50	\$14.900	\$745.000	20,00	7	2	10,00	10,00	-	0	4,25
MINICOMPONENTE	1	\$129.990	\$129.990	3,46	6	2	1,73	1,73	-	0	0,86
Visicooler 268 litros	1	\$349.890	\$349.890	9,3	9	3	3,10	3,10	3,1	0	1,55
Visicooler 120 litros	1	\$237.990	\$237.990	6,33	9	3	2,11	2,11	2,11	0	1,05
Lavafondo 1 Deposito	2	\$101.138	\$202.276	5,38	7	2	2,69	2,69	-	0	1,15
DISPENSADOR DE 2 SALIDAS	1	\$1.065.050	\$1.065.050	28,32	9	3	9,44	9,44	9,44	0	4,72
Freezer Horizontal	1	\$190.388	\$190.388	5,06	9	3	1,69	1,69	1,69	0	0,84
Refrigerador 258 LTS	1	\$333.188	\$333.188	8,86	9	3	2,95	2,95	2,95	0	1,48
MICROONDAS	1	\$130.888	\$130.888	3,48	9	3	1,16	1,16	1,16	0	0,58
CHURRASQUERA CON ANAFE	1	\$500.000	\$500.000	13,3	9	3	4,43	4,43	4,43	0	2,22

Fuente: Elaboración propia en base a información de www.sii.cl y análisis prefactibilidad técnica.

Tabla 5-3. Depreciación de activos. (Continuación)

CAMPANA INDUSTRIAL MURAL	1	\$333.188	\$333.188	8,86	9	3	2,95	2,95	2,95	0	1,48
Mesón Acero central	1	\$160.638	\$160.638	4,27	7	2	2,14	2,135	-	0	0,92
Mesón Acero	1	\$107.088	\$107.088	2,85	7	2	1,43	1,425	-	0	0,61
SET VASO CERVECERO 24 UNIDADES	4	\$19.990	\$79.960	0,45	7	2	0,23	0,225	-	0	0,46
Set 6 Vasos Píscola Vidrio 330ml CCG	20	\$3.990	\$79.800	2,12	7	2	1,06	1,06	-	0	0,45
Set 6 Plato Castello	15	\$12.990	\$194.850	5,18	7	2	2,59	2,59	-	0	1,11
Set 6 plato hondo	15	\$11.990	\$179.850	4,78	7	2	2,39	2,39	-	0	1,02
PLATO ENTRADA	80	\$1.990	\$159.200	4,23	7	2	2,12	2,115	-	0	0,91
Set 12 tenedores de mesa	8	\$5.990	\$47.920	1,27	7	2	0,64	0,635	-	0	0,27
Set 12 Cuchillo Carne	8	\$18.990	\$151.920	4,04	7	2	2,02	2,02	-	0	0,87
Set 12 Cucharas	8	\$2.490	\$19.920	0,53	7	2	0,27	0,265	-	0	0,11
			TOTAL				83,12	83,12	27,84	0	38,97

Fuente: Elaboración propia en base a información de www.sii.cl y análisis prefactibilidad técnica.

5.1.7. Financiamiento

El financiamiento para los créditos de largo plazo se ajustará al crédito propuesto por el Banco Estado para pequeñas empresas, el que corresponde a 3,78%, ya que el horizonte del proyecto son 60 meses y la inversión es menor a 2000 UF. De acuerdo a la tabla 5-4 donde se entrega detalle.

Tabla 5-4. Financiamiento para pequeña empresa.

CRÉDITOS PARA PEQUEÑAS EMPRESAS9

CRÉDITOS COMERCIALES TASA NOMINAL9.1

	Hasta 89 días				Desde 90 días hasta 24 meses				Desde 24 meses hasta 48 meses			
	Tasa de interés Mínima		Tasa de interés Máxima		Tasa de interés Mínima		Tasa de interés Máxima		Tasa de interés Mínima		Tasa de interés Máxima	
Monto del Préstamo	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual
Inferior \$15.000.000	17,4%	1,45%	17,4%	1,45%	11,88%	0,99%	6,48%	0,54%	0%	0%	3,51%	0,2925%
Desde \$15.000.000 inferior \$ 50.000.000	16,2%	1,35%	17,4%	1,45%	13,8%	1,15%	9,48%	0,79%	13,8%	1,15%	9,48%	0,79%
sobre \$50.000.000	16,2%	1,35%	17,4%	1,45%	13,98%	1,1650%	9,48%	0,79%	13,98%	1,1650%	9,48%	0,79%

CRÉDITOS COMERCIALES TASA REAJUSTABLE9.2

	Tasa de Interés Anual				
	Desde 49 a 96 meses		Desde 97 a 120 meses		
hasta UF 2.000	3,78%		3,7%		
sobre UF 2.000	5%		4,8%		

Para ciertos productos o servicios pueden existir gastos asociados (impuestos establecidos en la Ley de Timbre y gastos notariales), que también son de cargo del cliente y cuya cuantía varía en función de los montos.

Fuente: Obtenida en <https://www.bancoestado.cl/bancoestado/inteditorformularios/genera.asp?datos=152>

5.2. PROYECTO PURO

5.2.1. Flujo de caja sin financiamiento

A continuación, se presenta el análisis económico del proyecto con financiamiento total por parte del inversionista, reflejados en el flujo de caja de la Tabla 5-5.

Para el desarrollo de este flujo de caja se consideraron los siguientes ítems:

- Tasa de descuento: 11.77%
- Impuesto: 27%
- Tasa de interés crédito largo plazo: No aplica ya que no existe financiamiento.

Tabla 5-5. Flujo de caja en UF sin financiamiento

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO						
Tasa de descuento	11,77%	Unidad de Fomento				
Periodo	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		4.066,37	5.638,58	7235,44	9.284,82	11.914,69
(-) Egresos		-2665	-3.194,00	-3733	-4423	-5.310,00
(=) Margen		1.401	2.445	3.502	4.862	6.605
(-) Depreciación		-83,12	-83,12	-27,84	0	0
(+) Valor Residual						38,97
(-) Valor Libro						0
(-) Intereses		0	0	0	0	0
(=) Utilidad antes de impuestos		1.318	2.361	3.475	4.862	6.644
(-) Impuestos		-355,93	-637,59	-938,14	-1313	-1.793,79
(=) Utilidad después de Impuestos		962,32	1.723,87	2536,46	3.549,13	4.849,87
(+) Depreciación		83,12	83,12	27,84	0	0
(-) Inversiones	-413,10					
(+) Valor Libro						0
(+) Créditos						
(-) Costos imprevistos						
(-) Amortizaciones de créditos						
(-/+) Capital de trabajo	-90,04					90
(=) Flujo de Caja	-503,14	1.045,44	1.806,99	2564,30	3.549,13	4.939,91
(=) Flujo de Caja Actualizado	-503,14	935,35	1.446,45	1836,51	2.274,16	2.832,00
(=) Flujo de Caja Acumulado	-503,14	432,21	1.878,66	3715,17	5.989,33	8.821,33
VAN (UF)	8.821					
TIR (%)	265%					
PRI (AÑOS)	1					
IVAN	21,35					

Fuente: Elaboración propia.

Los indicadores económicos asociados al proyecto sin financiamiento se presentan en la tabla 5-6.

Tabla 5-6. Indicadores económicos proyecto sin financiamiento.

VAN (UF)	8.821
TIR (%)	265%
PRI (AÑOS)	1
IVAN	21,35

Fuente: Elaboración propia.

5.3. **PROYECTO CON FINANCIAMIENTO EXTERNO**

5.3.1. Proyecto con financiamiento externo de 25%

Se presenta el análisis económico del proyecto con financiamiento total por parte del inversionista, reflejados en el flujo de caja de la Tabla 5-8, el detalle de amortización del crédito se refleja en la tabla 5-7.

Para el desarrollo de este flujo de caja se consideraron los siguientes ítems:

- Tasa de descuento: 11.77%
- Impuesto: 27%
- Tasa interés crédito lago plazo: 3,78% anual.

Tabla 5-7. Amortización financiamiento del 25%.

PERIODO	CAPITAL INICIAL	INTERES	AMORTIZACION	VALOR CUOTA
0	125,79	-	-	-
1	102,46	4,75	23,33	28,08
2	78,25	3,87	24,21	28,08
3	53,13	2,96	25,12	28,08
4	27,06	2,01	26,07	28,08
5	0,00	1,02	27,06	28,08

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 5-8 se detalla flujo de caja para financiamiento de un 25%.

Tabla 5-8. Flujo de caja con Financiamiento del 25%.

FLUJO DE CAJA CON 25% DE FINANCIAMIENTO						
Tasa de descuento	11,77%	Unidad de Fomento				
Periodo	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		4.066,37	5.638,58	7235,44	9.284,82	11.914,69
(-) Egresos		-2665	-3.194,00	-3733	-4423	-5.310,00
(=) Margen		1.401	2.445	3.502	4.862	6.605
(-) Depreciación		-83,12	-83,12	-27,84	0	0
(+) Valor Residual						38,97
(-) Valor Libro						0
(-) Intereses		-4,75	-3,87	-2,96	-2,01	-1,02
(=) Utilidad antes de impuestos		1.313,50	2.357,59	3471,64	4.859,81	6.642,64
(-) Impuestos		-355,93	-637,59	-938,14	-1313	-1.793,79
(=) Utilidad después de Impuestos		957,57	1.719,99	2533,50	3.547,12	4.848,85
(+) Depreciación		83,12	83,12	27,84	0	0
(-) Inversiones	-413,10					
(+) Valor Libro						0
(+) Créditos	125,79					
(-) Costos imprevistos						
(-) Amortizaciones de créditos		-23,33	-24,21	-25,12	-26,07	-27,06
(-/+) Capital de trabajo	-90,04					90
(=) Flujo de Caja	-377,36	1.017,36	1.778,91	2536,22	3.521,05	4.911,83
(=) Flujo de Caja Actualizado	-377,36	910,23	1.423,98	1816,40	2.256,17	2.815,90
(=) Flujo de Caja Acumulado	-377,36	532,87	1.956,85	3773,25	6.029,41	8.845,31

Fuente: Elaboración propia.

Los indicadores económicos asociados al proyecto sin financiamiento se presentan en la tabla 5-9.

Tabla 5-9. Indicadores económicos proyecto financiado el 25%

VAN (UF)	8.845
TIR (%)	331%
PRI (AÑOS)	1
IVAN	21,41

Fuente: Elaboración propia.

5.3.2. Proyecto financiado en un 50%

Se presenta el análisis económico del proyecto con financiamiento total por parte del inversionista, reflejados en el flujo de caja de la Tabla 5-10, el detalle de amortización del crédito se refleja en la tabla 5-11.

Para el desarrollo de este flujo de caja se consideraron los siguientes ítems:

- Tasa de descuento: 11.77%
- Impuesto: 27%
- Tasa interés crédito largo plazo: 3,78% anual.

Tabla 5-10. Amortización financiamiento del 50%.

PERIODO	CAPITAL INICIAL	INTERES	AMORTIZACION	VALOR CUOTA
0	251,57	-	-	-
1	204,92	9,51	46,65	56,16
2	156,50	7,75	48,41	56,16
3	106,26	5,92	50,24	56,16
4	54,12	4,02	52,14	56,16
5	0,00	2,05	54,12	56,16

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 5-11 se detalla flujo de caja para financiamiento de un 50%.

Tabla 5-11. Financiamiento del 50%.

FLUJO DE CAJA CON 50% DE FINANCIAMIENTO						
Tasa de descuento	11,77%	Unidad de Fomento				
Periodo	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		4.066,37	5.638,58	7235,44	9.284,82	11.914,69
(-) Egresos		-2665	-3.194,00	-3733	-4423	-5.310,00
(=) Margen		1.401	2.445	3.502	4.862	6.605
(-) Depreciación		-83,12	-83,12	-27,84	0	0
(+) Valor Residual						38,97
(-) Valor Libro						0
(-) Intereses		-9,51	-7,75	-5,92	-4,02	-2,05
(=) Utilidad antes de impuestos		1.308,74	2.353,71	3468,68	4.857,80	6.641,61
(-) Impuestos		-355,93	-637,59	-938,14	-1313	-1.793,79
(=) Utilidad después de Impuestos		952,81	1.716,12	2530,54	3.545,11	4.847,83
(+) Depreciación		83,12	83,12	27,84	0	0
(-) Inversiones	-413,10					
(+) Valor Libro						0
(+) Créditos	251,57					
(-) Costos imprevistos						
(-) Amortizaciones de créditos		-46,65	-48,41	-50,24	-52,14	-54,12
(-/+) Capital de trabajo	-90,04					90
(=) Flujo de Caja	-251,57	989,28	1.750,83	2508,14	3.492,97	4.883,75
(=) Flujo de Caja Actualizado	-251,57	885,10	1.401,50	1796,29	2.238,17	2.799,80
(=) Flujo de Caja Acumulado	-251,57	633,53	2.035,03	3831,32	6.069,49	8.869,29

Fuente: Elaboración propia.

Los indicadores económicos asociados al proyecto financiado al 50% se presentan en la tabla 5-12.

Tabla 5-12. Indicadores económicos proyecto financiado al 50%

VAN (UF)	8.869
TIR (%)	459%
PRI (AÑOS)	1
IVAN	21,47

Fuente: Elaboración propia.

5.3.3. Proyecto financiado en un 75%

Se presenta el análisis económico del proyecto con financiamiento total por parte del inversionista, reflejados en el flujo de caja de la Tabla 5-13, el detalle de amortización del crédito se refleja en la tabla 5-14.

Para el desarrollo de este flujo de caja se consideraron los siguientes ítems:

- Tasa de descuento: 11.77%

- Impuesto: 27%
- Tasa interés crédito lago plazo: 3,78% anual.

Tabla 5-13. Amortización financiamiento del 75%.

PERIODO	CAPITAL INICIAL	INTERES	AMORTIZACION	VALOR CUOTA
0	377,36	-	-	-
1	307,38	14,26	69,98	84,24
2	234,76	11,62	72,62	84,24
3	159,39	8,87	75,37	84,24
4	81,17	6,02	78,22	84,24
5	0,00	3,07	81,17	84,24

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 5-14 se detalla flujo de caja para financiamiento de un 75%.

Tabla 5-14. Financiamiento del 75%.

FLUJO DE CAJA CON 75% DE FINANCIAMIENTO						
Tasa de descuento	11,77%	Unidad de Fomento				
Periodo	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		4.066,37	5.638,58	7235,44	9.284,82	11.914,69
(-) Egresos		-2665	-3.194,00	-3733	-4423	-5.310,00
(=) Margen		1.401	2.445	3.502	4.862	6.605
(-) Depreciación		-83,12	-83,12	-27,84	0	0
(+) Valor Residual						38,97
(-) Valor Libro						0
(-) Intereses		-14,26	-11,62	-8,87	-6,02	-3,07
(=) Utilidad antes de impuestos		1.303,99	2.349,84	3465,73	4.855,80	6.640,59
(-) Impuestos		-355,93	-637,59	-938,14	-1313	-1.793,79
(=) Utilidad después de Impuestos		948,06	1.712,25	2527,58	3.543,10	4.846,80
(+) Depreciación		83,12	83,12	27,84	0	0
(-) Inversiones	-413,10					
(+) Valor Libro						0
(+) Créditos	377,36					
(-) Costos imprevistos						
(-) Amortizaciones de créditos		-69,98	-72,62	-75,37	-78,22	-81,17
(-/+) Capital de trabajo	-90,04					90,04
(=) Flujo de Caja	-125,79	961,20	1.722,74	2480,06	3.464,89	4.855,67
(=) Flujo de Caja Actualizado	-125,79	859,98	1.379,02	1776,18	2.220,18	2.783,70
(=) Flujo de Caja Acumulado	-125,79	734,20	2.113,22	3889,39	6.109,57	8.893,28

Fuente: Elaboración propia.

Los indicadores económicos asociados al proyecto con financiamiento 75% se presentan en la tabla 5-15.

Tabla 5-15. Indicadores económicos proyecto financiado al 75%.

VAN (UF)	8.893
TIR (%)	837%
PRI (AÑOS)	1
IVAN	21,53

Fuente: Elaboración propia.

5.3.4. Resumen indicadores económicos

En la Tabla 5-16, se observa el resumen de los índices económicos con financiamiento externo, obtenidos de los diferentes escenarios estudiados.

Tabla 5-16. Comparativa indicadores económicos.

PORCENTAJE DE FINACIAMIENTO				
INDICADOR	0%	25%	50%	75%
VAN (UF)	8821	8845	8869	8893
TIR%	265%	331%	459%	837%
PRI AÑO	1	1	1	1
IVAN	21,35	21,41	21,47	21,53

Fuente: Elaboración propia.

5.3.5. Rentabilidad del proyecto con financiamiento

Dado los indicadores obtenidos se desglosa que el proyecto es rentable en todas sus opciones de financiamiento, pero la que posee mejor relación es el financiamiento al 75% ya que obtenemos un VAN e IVAN mayor respecto a las otras opciones de financiamiento.

5.4. **SENSIBILIZACIONES**

La sensibilización de los ingresos busca determinar la importancia de la variable más relevante que afecte el comportamiento de la TIR y del VAN, es decir hasta qué punto puede variar algún precio o costo y el proyecto aun siga siendo rentable. A continuación, se detalla la sensibilización respecto a la variación de los precios de los productos en el local, lo cual se traduce en variación en los ingresos respectivos y también a la variación de costos de los insumos, lo cual es un aumento de egresos. Es importante tener presente que corresponden al flujo de caja con financiamiento externo del 75%.

5.4.1.1 Sensibilización respecto al precio de venta de los productos

En base al comportamiento del VAN, respecto a variaciones de precio del consumo promedio por persona. Se destaca el punto de corte con el eje X, este ocurre cuando los precios de venta disminuyen aproximadamente un 34.5% o cuando el consumo promedio por persona disminuye de \$15.000 a \$9.825 respectivamente. Ver Tabla 5-17.

Tabla 5-17. Análisis de sensibilidad respecto a los ingresos.

monto consumo	variación %	van
\$15.000	0%	8893,28
\$14.100	-6%	7326,46
\$13.200	-12%	5759,65
\$12.300	-18%	4192,83
\$11.400	-24%	2626,02
\$10.500	-30%	1059,20
\$9.825	-34,50%	-115,91

Fuente: Elaboración propia.

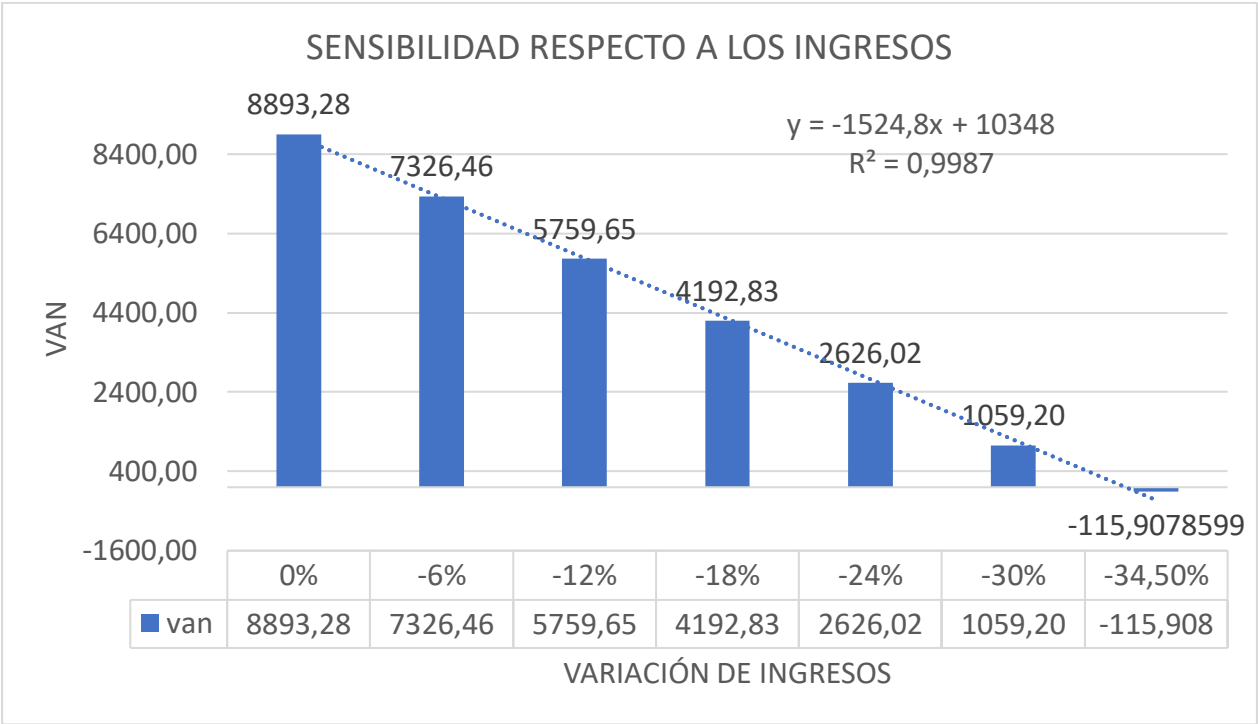


Gráfico 5-1. Sensibilidad respecto a los ingresos.
Fuente de elaboración propia.

5.4.1.2 Sensibilización respecto a los egresos.

En este apartado se sensibiliza respecto al insumo de más alto costo que es la carne que se utiliza para la elaboración de productos. Se destaca el punto de corte con el eje X, este ocurre cuando los precios de venta disminuyen aproximadamente un 66% o cuando el valor del Kilogramo de carne aumenta de \$12.990 a \$21.563 aproximadamente. Ver Tabla 5-18

Tabla 5-18. Análisis de sensibilidad respecto a los egresos.

MONTO INSUMO	VARIACIÓN %	VAN
\$12.990	0%	8893
\$14.289	10%	7300
\$15.588	20%	5900
\$16.887	30%	4400
\$18.186	40%	3010
\$19.485	50%	1990
\$20.784	60%	798
\$21.563	66%	-12

Fuente de elaboración propia.



Gráfico 5-2. Sensibilidad respecto a los ingresos.
Fuente de elaboración propia.

5.5. **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En base a toda la información recabada y los análisis pertinentes se percibe una oportunidad de negocio en el valle del Aconcagua, debido a que los análisis respectivos arrojan cifras positivas para el inversionista y así mismo Llay Llay se presenta en un momento de auge de este tipo de locales en la zona, por lo que negocios del tipo restobar son una buena alternativa ya que existe poca competencia directa aún en el sector.

Es importante tener presente que se deben realizar estrategias de marketing directas en el en la zona, con el fin de lograr posicionar el local de la manera más directa posible a sus potenciales clientes.

Tras la evaluación del estudio técnico, se pudo determinar que la inversión inicial que se requiere para el funcionamiento del local es de 413,10 UF siendo el capital de trabajo 90,04 UF.

Los resultados obtenidos en el análisis económico indica que la mejor alternativa se consigue con un 75% de financiamiento externo, de la inversión total requerida para realizar el proyecto, cifra que asciende a 503.14 UF, obteniendo un VAN de 8.893,28 UF y una TIR del 837%, con un payback de 1 año. Estos resultados se obtienen ya que esta opción utiliza endeudamiento para financiar el proyecto, lo que lleva a mejorar las rentabilidades disminuyendo el riesgo para el capital propio de los inversionistas, concepto conocido como apalancamiento financiero.

Las alternativas analizadas con y sin financiamiento externo dan como resultado cifras rentables, por lo cual resulta muy atractivo invertir en el proyecto, que además tiene un retorno de la inversión de un año.

El proyecto presenta una sensibilidad moderada a la variación del precio promedio de consumo de los clientes, con una tolerancia a la baja del precio de un 33%, cifra que tiene un gran impacto en la rentabilidad del proyecto, razón por la cual puede llegar a ser un negocio no tan atractivo para el inversionista si es que las preferencias de los consumidores cambian.

Respecto a la sensibilización de costos se tiene un rango mucho mayor dado que para que afecte la rentabilidad del negocio se debe tener un aumento cercano al 350% del costo del insumo principal, por lo que desde esta perspectiva se cuenta con holgura suficiente para obtener un proyecto rentable.

Finalmente, el negocio presentado del tipo restobar se muestra como un negocio rentable siempre que se realicen las consideraciones pertinentes que se detallan en el presente documento.

ANEXOS.

ANEXOS: COTIZACIONES DE EQUIPOS



Visicooler 265 Litros Maigas



\$349.890 IVA incluido

 Servicio técnico a domicilio Gratuito durante el primer año de garantía.

 Cambio y Devolución Gratis

 Envíos a Regiones

 Asistencia por Videollamada

● Hay existencias

- 1 +

AÑADIR AL CARRITO

FUENTE: <https://ekipar.cl/visicooler-265-litros-maigas/>

Figura 0-1: Visicooler 268 litros.



Visicooler 120 litros MAIGAS



\$237.990 IVA incluido

El visicooler de 120 litros Maigas exhibe y enfría bebidas de manera eficiente en comercios.

 Servicio técnico a domicilio Gratuito durante el primer año de garantía.

 Cambio y Devolución Gratis

 Envíos a Regiones

 Asistencia por Videollamada

● Hay existencias

- 1 +

AÑADIR AL CARRITO

SKU: SC120B

FUENTE: <https://ekipar.cl/visicooler-120-litros-maigas/>

Figura 0-2: Visicooler 120 litros.



Por BIALERI

Lavafondo 1 Deposito 100% Acero Inoxidable / Taza Estampada Modelo 2024

\$84.990 +iva

Los [gastos de envío](#) se calculan en la pantalla de pago.

Si realizas el pago con tarjetas debito/credito el **precio final se incrementara un 3%** .

Ficha Técnica

1

Agregar al carrito

Comprar ahora

✓ Retiro disponible en Bodegas IRC
Normalmente está listo en 24 horas
[Ver información de la tienda](#)

FUENTE: https://importadora-rc.cl/products/lavafondo-1-deposito-100-acero-inoxidable-taza-estampada-modelo-2024?variant=43785498624052¤cy=CLP&utm_medium=product_sync&utm_source=google&utm_content=sag_organic&utm_campaign=sag_organic&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwhb60BhCIARIsABGGtw8AVGgnoTa26yQa63Py5hpqWGAzq9BkR1LEs4fWW56YLwINuJkpeDQaAuJ6EALw_wcB

Figura 0-3: Lavafondo 1 Deposito.



Equipo de schop 2 salidas

SKU: SCHOP-EQSC2S

Talos
Pocas unidades.

\$ 895.000

CANTIDAD

-

1

+

Agregar al carro

Equipo de schop de 2 salidas con banco de frio de 40L marca TALOS. Potencia del compresor 1/4HP, 110/220 Volts, 50/60 Hz, 400W. Capacidad de 90L/hr.

Incluye:

- Banco de frío de 2 serpentines
- Torre de 2 salidas tipo cobra

FUENTE: <https://www.prost.cl/product/equipo-de-schop-2-salidas>

Figura 0-4: DISPENSADOR DE 2 SALIDAS.





MIDEA

Freezer Horizontal Midea MFH-1430B186C 142 Its

PLU: 23207494 - COD: 495038

36%

Internet: \$139.990

Normal: \$219.990

Alto (cm): 84,5

Ancho (cm): 54

Largo (cm): 50

No Frost : No

>

Despacho gratis

Servicios adicionales

Garantía

Sin protección

Agregar a la Bolsa

 Simula tu cuota:

1

Valor cuota: \$139.990

Valor total: \$140.082

CAE: 0%

FUENTE: <https://www.abcdin.cl/freezer-horizontal-midea-mfh-1430b186c-142-lts/23207494.html>

Figura 0-5: Freezer Horizontal.







MIDEA

Refrigerador Frío Directo Midea MDRB369FGE50 259 Its.

PLU: 27085466 - COD: 587238

26%

Internet: \$279.990

Normal: \$379.990

CAPACIDAD

259

LITROS

>

Despacho gratis

Servicios adicionales

Garantía

Sin protección

Agregar a la Bolsa

 Simula tu cuota:

1

Valor cuota: \$279.990

Valor total: \$280.175

CAE: 0%

FUENTE: https://www.abcdin.cl/refrigerador-frio-directo-midea-mdrb369fge50-259-lts/27085466.html?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwhb60BhCIARIsABGGtw_iStHtZ5RYXLSbuWtDt-45mVd46aJvIOF68wcNlODzoNORZWgW6ygaArimEALw_wcB

Figura 0-6: Refrigerador 258 LTS.

SAMSUNG

Microondas Samsung ME0114MB1/XZS 32 lts.

PLU: 26414270 - COD: 570581

28%

Internet: \$99.990
Normal: ~~\$139.990~~

- Alto (cm): 29,7
- Ancho (cm): 51,7
- Profundidad (cm): 38,4
- Funciones: Diferentes modos

Servicios adicionales

Garantía

Sin protección

Agregar a la Bolsa

abc

Simula tu cuota:

1

Valor cuota: \$99.990
Valor total: \$100.056
CAE: 0%

Despacho a domicilio

No Disponible

Retiro en tienda

[Simula aquí](#)

FUENTE: <https://www.abcdin.cl/microondas-samsung-me0114mb1xzs-32-lts./26414270.html>

Figura 0-7: MICROONDAS.

Oferta



PLANCHA CHURRASQUERA 50×70 CM CON ANAFE 2 QUEMADORES COUSINO – MODELO CH702QC

- Plancha churrasquera de 50 x 70 x 9 cm construida en acero inoxidable con desconche.
- 2 quemadores fabricados en fierro fundido de 15 cm.
- Cubierta y frente en acero inoxidable.
- Equipo Certificado Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC) – [click aquí](#).
- Parrillas de 30 x 50 cm, antideslizante, recubiertas en pintura electrostática.
- Llave de gas de 3 posiciones, certificadas, origen italiano de importación propia.
- Termocupla, dispositivo de seguridad el cual cortara el paso de gas si la llama se apaga accidentalmente.
- Gabinete de acero carbono color gris.
- Alimentación por cañería ASTM de ½.
- Incluye deposito de residuos.

Empresas

Cousino

Desde 1996

SEC

CERTIFICACION



\$664.000

\$500.000 IVA Incluido

FUENTE: <https://arevalo.cl/producto/plancha-churrasquera-50x70-cm-con-anafe-2-quemadores-cousino-modelo-ch702qc/>

Figura 0-8: CHURRASQUERA CON ANAFE



CAMPANA INDUSTRIAL MURAL 1.5X1 MT ACERO INOXIDABLE

SKU: EH-1500

ProChef

Disponibile

\$ 279.990

CANTIDAD

-

1

+

Cotizar

Uno de los equipos fundamentales en toda cocina son las campanas de extracción, que controlan el nivel de humedad ambiental en el recinto de la cocina y, a su vez, evitan la contaminación de olores entre los distintos alimentos. Las campanas profesionales ProChef están construidas íntegramente en **acero inoxidable**. Este modelo de campana ProChef es de muro. Es decir, los filtros están instalados a un solo costado de la campana. Incluye los filtros de acero inoxidable de 50 x 50 cms cada uno.

NO INCLUYE extractor de aire ni ductos de ventilación, ya que éstos dependerán del proyecto de instalación de cada cocina.

CARACTERÍSTICAS:

FUENTE: <https://www.prochef.cl/product/campana-industrial-mural-1-5x1-mt-acero-inoxidable>

Figura 0-9: CAMPANA INDUSTRIAL MURAL.



Por BIALERI

Mesón Acero 210x60x85 cm Muro/ 100% Acero Inoxidable / Marca Bialeri (Italiana) Modelo 2024

\$134.990 +iva

Los gastos de envío se calculan en la pantalla de pago.

Si realizas el pago con tarjetas debito/credito el precio final se incrementara un 3% .

Ficha Técnica

1

^

v

Agregar al carrito

Comprar ahora

✓ Retiro disponible en Bodegas IRC

Normalmente está listo en 24 horas

[Ver información de la tienda](#)

FUENTE: https://importadora-rc.cl/products/meson-acero-210x60x85-cm-muro-100-acero-inoxidable-marca-bialeri-italiana-modelo-2024?variant=43804908617780¤cy=CLP&utm_medium=product_sync&utm_source=google&utm_content=sag_organic&utm_campaign=sag_organic&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwhb60BhCIARIsABGGtw_PLP4iO7GowCMpdOR-EQIdkiGdveXbfiv9NY3vIV8RdGKvO27iZS0aAnqzEALw_wcB

Figura 0-10: Mesón Acero central.



Por BIALERI

Mesón Acero 120x60x85 cm Muro/ 100% Acero Inoxidable / Marca Bialeri (Italiana) Modelo 2024

\$89.990 +iva

Los gastos de envío se calculan en la pantalla de pago.

Si realizas el pago con tarjetas debito/credito el precio final se incrementara un 3% .

Ficha Técnica

1

^

v

Agregar al carrito

Comprar ahora

✓ Retiro disponible en Bodegas IRC

Normalmente está listo en 24 horas

[Ver información de la tienda](#)

FUENTE: https://importadora-rc.cl/products/meson-acero-120x60x85-cm-muro-100-acero-inoxidable-marca-bialeri-italiana-modelo-2024?_pos=3&_sid=fdbf54385&_ss=r

Figura 0-11: Mesón Acero.



AIO ASUS E3402WBAK-BA328X, Intel® Core™ i5-1235U, LED 23.8", Ram 8GB, SSD 512GB, W11 Pro

Part number: 90PT03G3-M04ME0 / Cod: NA0000073451

ASUS

Normal	\$920.450
Descuento	17% DCTO.
Pago con transferencia	\$766.090
Otros medios de pago	\$800.564

Agregar al carro

Comprar ahora

Stock online

Más de 20 unidades

Stock en tienda

No disponible

Estimar la fecha de envío

▼

FUENTE: <https://www.spdigital.cl/e3402wbak-ba328x-i5-1235u-512-8g-24-w11p/>

Figura 0-12: COMPUTADOR.



Impresora HP LaserJet M111w Láser Monocromo 600x600 WiFi Bluetooth USB 2.0

★★★★★

4.6 (109)

Opinar de este producto

HP

SKU: 7MD68A#AKV

Nuevo

Precio:

\$ 999.999.999

Precio Transferencia

IVA Incluido

\$ 1.024.380.990

Precio Normal

Stock:

● Agotado

Cantidad:

-

1

+

Agregar al carro

Comprar ahora

FUENTE: <https://tecnomas.cl/producto/hp-laserjet-m111w>

Figura 0-13: IMPRESORA.



Mesa de Comedor 120x80 Rectangular - Negra

\$89.900

~~\$99.990~~

Ahorra 10% en este producto!

CANTIDAD

-

1

+

AGREGAR AL CARRO

DESCRIPCIÓN

Descubre nuestra Mesa de Comedor Rectangular en color negro, con dimensiones de 120x80 cm, una elección moderna y versátil para realzar tu comedor. La mesa en negro agrega un toque de estilo y elegancia a tu espacio, creando un punto focal encantador.

Esta Mesa de Comedor Rectangular en negro ofrece suficiente espacio para acomodar a tus invitados y disfrutar de comidas y momentos especiales. Su diseño minimalista y líneas limpias complementan diferentes estilos de decoración, desde contemporáneo hasta clásico.

Agrega un toque de distinción y modernidad a tu comedor con esta magnífica Mesa de Comedor Rectangular en negro, permitiéndote disfrutar de inolvidables momentos con tus seres queridos en un espacio lleno de estilo. ¡Crea un ambiente contemporáneo y sofisticado en tu hogar con esta mesa de comedor!

FUENTE: https://www.klikmuebles.cl/mesa-rectangular-negra?utm_source=js-google-shopping-app&utm_medium=js-google-shopping-app&utm_source=google&utm_medium=p-max&utm_campaign=creato_ao&gad_source=1&gclid=CjwKCAjw7s20BhBFEiwABVIMrSMHIm_CVe8T1qYRXXJie0UNp5coLnZ7NZVcuOEMATN3mwyW--xIRoCCUsQAvD_BwE

Figura 0-14: MESA COMEDOR.



Silla Eames Enrejada Mesh - Negra

\$14.900

~~\$19.900~~

Ahorra 25% en este producto!

CANTIDAD

-

1

+

AGREGAR AL CARRO

DESCRIPCIÓN

Descubre la elegancia moderna y la comodidad excepcional de la Silla Eames Enrejada Mesh - Negra para tu terraza. Con un respaldo enrejado distintivo, esta silla combina un diseño práctico y simple con un acabado negro sofisticado. Experimenta la ergonomía perfecta y el soporte óptimo que ofrece, lo que la convierte en la elección ideal para disfrutar de momentos relajantes al aire libre. Ya sea para tu terraza o cualquier otro espacio, esta silla es la opción perfecta para aquellos que buscan estilo y confort. ¡Adquiérela ahora y transforma tu terraza en un oasis de elegancia contemporánea!

Silla Tipo Eames Mesh

Color Negro

FUENTE: <https://www.klikmuebles.cl/silla-eames-mesh-negra>

Figura 0-15: SILLA.



SAMSUNG

Minicomponente Samsung Sound Tower MX-T40/ZS 300W 2020 Negro

PLU: 23499428 - COD: 503156

38%

Internet: \$129.990

Normal: ~~\$209.990~~

• Conexión Bluetooth: Si

• Potencia: 300W

• Inalámbrico: Si

Servicios adicionales

>

Garantía

Sin protección

①

Agregar a la Bolsa

abc

Simula tu cuota:

1

Valor cuota: \$129.990

Valor total: \$130.076

CAE: 0%

Despacho a domicilio

Simula aquí

Retiro en tienda

Simula aquí

FUENTE:
https://www.abcdin.cl/minicomponente-samsung-sound-tower-mx-t40zs-300w-2020-negro/23499428.html?gad_source=1&gclid=CjwKCAjw7s20BhBFEiwABVIMrbD2NLEGdDjp_W3EZ5HL0GfAcWbjoFPgZcuDfAcYPRBp4MbxLzbCIBoCA0QQAvD_BwE

Figura 0-16: Minicomponente