

Universidad Técnica Federico Santa María
Sede Viña del Mar-José Miguel Carrera

Estudio de prefactibilidad técnico económico para la creación de una empresa de empleabilidad para personas recién titulados entre 0 a 2 años en la Región Metropolitana.

Trabajo de titulación para optar al título profesional de Ingeniero de Ejecución en Gestión Industrial.

Alumno:

Andrés Bahamondes Portales

Profesor guía:

Sr. Martín García Gutiérrez

2022

Índice general

Resumen

Introducción	1
1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN	2
1.1. Antecedentes generales y específicos del proyecto	3
1.2. Objetivos del proyecto	5
1.2.1. Objetivo general	5
1.2.2. Objetivos específicos	5
1.2.3. Descripción de la necesidad a resolver	5
1.2.4. Valor agregado respecto de lo que existe	5
1.2.5. Descripción técnica y/o funcional	6
1.2.6. Tamaño del proyecto	6
1.2.7. Impacto social	7
1.2.8. Impacto económico	7
1.2.9. Impacto ambiental	7
1.3. Metodología	8
1.3.1. Definición de situación sin proyecto	8
1.3.2. Definición de situación con proyecto	8
1.3.3. Análisis de separabilidad	9
1.3.4. Método para medición de beneficios y costos	9
1.3.5. Indicadores	10
1.3.6. Criterios de evaluación	10
1.3.7. Estructura de evaluación del proyecto	11
1.3.8. Diagnóstico y metodología:	11
1.3.9. Estudio de mercado:	11
1.3.10. Estudio técnico	11
1.3.11. Aspectos administrativos, legales, ambientales, societarios y financieros: ...	12
1.3.12. Evaluación económica:	12
1.3.13. Conclusiones generales:	12
2. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO	13
2.1. Definición del producto o servicio	14
2.2. Análisis de la demanda actual y futura	14
2.2.1. Localización	15

2.2.2.	Preferencia de compra del servicio.....	15
2.2.3.	Cálculo de muestra.....	15
2.2.4.	Realización de encuesta	16
2.2.5.	Resultados de la encuesta.....	16
2.2.6.	Forma y lugar en que se demanda del servicio.....	18
2.2.7.	Cuantificación de la demanda	18
2.2.8.	Demanda futura	22
2.2.9.	Variables que afectan a la demanda	23
2.3.	Análisis de la oferta actual y futura.....	24
2.3.1.	Comportamiento del mercado.....	24
2.3.2.	Determinación de niveles de precio y proyecciones	25
2.3.3.	Análisis de localización	25
2.4.	Análisis del sistema de comercialización	25
2.4.1.	Análisis externo	25
2.4.2.	Poder de negociación (alto)	26
2.4.3.	Amenaza de nuevos competidores (alto)	26
2.4.4.	Poder de negociación del proveedor (bajo).....	26
2.4.5.	Competidores actuales (alto).....	26
2.4.6.	Amenaza de servicios sustitutos (media).....	27
2.4.7.	Elección de estrategia	28
2.4.8.	Marca.....	28
2.5.	Análisis interno.....	28
2.5.1.	Fortalezas	29
2.5.2.	Debilidades.....	29
2.5.3.	Amenazas	30
2.5.4.	Oportunidades	30
2.6.	Plan operativo de marketing.....	32
2.6.1.	Producto o servicio.....	32
2.6.2.	Precio.....	32
2.6.3.	Promoción	32
2.6.4.	Plaza o canal	33
2.6.5.	Personal.....	33
2.6.6.	Proceso	33
2.6.7.	Posicionamiento:.....	33
3.	ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE TÉCNICA.....	34

3.1.	Descripción y selección de procesos	35
3.1.1.	Descripción procesos.....	35
3.1.2.	Diagrama de flujo	36
3.1.3.	Balance de energía y masa	38
3.1.4.	Selección de equipos	38
3.1.5.	Layout	39
3.1.6.	Programa de trabajo, turnos y gastos en personal	42
3.1.7.	Programa de turnos de trabajo	45
3.1.8.	Inversiones en equipo y edificaciones	45
3.1.9.	Inversiones en capital de trabajo	46
3.1.10.	Gastos de puesta en marcha	46
3.1.11.	Costos de imprevistos.....	47
4.	ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y AMBIENTAL	48
4.1.	Administrativa	49
4.1.1.	Personal	49
4.1.2.	Estructura organizacional	49
4.1.3.	Personal administrativo, cargos, perfiles y sueldos	50
4.1.4.	Gasto personal	51
4.2.	Aspectos legales	51
4.2.1.	Marco legal vigente nacional e internacional	51
4.2.2.	Marco legal vigente nacional	52
4.2.3.	Aspectos laborales	53
4.2.4.	Costos asociados al cumplimiento de la legislación vigente.....	53
4.3.	Societaria	53
4.3.1.	Relación entre inversionistas	53
4.3.2.	Estructura societaria	54
4.4.	Tributaria	55
4.4.1.	Sistema tributario.....	55
4.4.2.	Mecanismo de determinación de gasto en impuesto	55
4.5.	Financiera	56
4.5.1.	Fuentes de financiamiento.....	56
4.5.2.	Instituciones crediticias	56
4.5.3.	Costos de financiamiento.....	57
4.6.	Ambiental	57

4.6.1.	Impacto medio ambiente	57
4.6.2.	Marco legal vigente	59
4.6.3.	Análisis de afluentes	60
5.	CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	61
5.1.	Consideraciones para utilizar	62
5.1.1.	Horizonte del proyecto	62
5.1.2.	Moneda	62
5.1.3.	Tasa de descuento	62
5.1.4.	Impuestos	63
5.1.5.	Depreciaciones	63
5.1.6.	Reinversiones	63
5.1.7.	Análisis de riesgo	64
5.1.8.	Valor desecho	65
5.1.9.	Puesta en marcha	65
5.2.	Proyecto puro	66
5.3.	Proyecto con financiamiento	68
5.3.1.	Cuota de crédito con un financiamiento del 50%	68
5.3.2.	Cuota del crédito con financiamiento del 75%	71
5.3.3.	Rentabilidad de los proyectos con y sin financiamiento	74
5.4.	Sensibilizaciones	75
5.4.1.	Sensibilizaciones respecto a la demanda del producto	75
5.4.2.	Sensibilizaciones respecto a los costos fijos	78
6.	CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES	83
7.	REFERENCIA	85
8.	ANEXO	86
8.1.1.	Flujo puro	86
8.1.2.	Flujo puro financiado al 50%	86
8.1.3.	Flujo puro financiado al 75%	87

Índice de figuras

Figura 1-1. Fórmula cálculo VAN	10
Figura 1-2. Fórmula cálculo TIR	11
Figura 2-1. FODA	29
Figura 3-1. Diagrama de flujo	38
Figura 3-2. Layout sala de clase.....	39
Figura 3-3. Imagen sala de clase de referencia	39
Figura 3-4. Layout oficina	40
Figura 4-1. Organigrama.....	50
Figura 4-2. Empresa en un día.....	55
Figura 4-3. Modelo de negocio empresa B	57
Figura 4-4. Certificación pendiente	58

Índice de gráficos

Gráfico 2-1. Resultado pregunta 1	16
Gráfico 2-2 Resultado pregunta 2	17
Gráfico 2-3 Resultado pregunta 3	17
Gráfico 2-4 Resultado pregunta 4	18
Gráfico 2.5 Elaboración propia regresión lineal demanda actual.....	20
Gráfico 2.6 Elaboración propia regresión lineal demanda actual ajustada.	21
Gráfico 2.7 Lineal demanda actual ajustada por carrera.	22
Gráfico 2.8 Lineal demanda por alumnos impactados	23
Gráfico 5.1 Sensibilización - demanda flujo puro	76
Gráfico 5.2 Sensibilización demanda flujo 50% financiado	77
Gráfico 5.3 Sensibilización demanda flujo 75% financiado	78
Gráfico 5.4 Sensibilización precio flujo puro - servicio de capacitación de empleabilidad	79
Gráfico 5.5 Servicio de capacitación de empleabilidad – flujo del 50%.....	80
Gráfico 5.6 Servicio de capacitación de empleabilidad – flujo del 75%.....	81

Índice de tablas

Tabla 2-1 Proyección demanda – pregrado	19
Tabla 2-2 Proyección demanda - RM	19
Tabla 2-3 Proyección demanda - carreras.....	21
Tabla 2-4 Proyección alcance de alumnos	23
Tabla 2-5 Elaboración propia en base a estudio	24
Tabla 2-6 Elaboración propia competidores actuales.....	27
Tabla 2-7 Elaboración propia en base a las cinco fuerzas de Porter.....	27
Tabla 2-8 Matriz FODA	31
Tabla 3-1 Elaboración materia por clases	35
Tabla 3-2 Insumos variables	41
Tabla 3-3 Costos fijos	41
Tabla 3-4 Otros servicios	42
Tabla 3-5 Costos personal	43
Tabla 3-6 Costo trabajadores	44
Tabla 3-7 Costo anual de salarios.....	44
Tabla 3-8 Equipo técnico	45
Tabla 3-9 Capital de trabajo en UF	46
Tabla 3-10 Gastos puesta en marcha	47
Tabla 4-1 Costos personal	50
Tabla 5-1 Depreciación.....	63
Tabla 5-2 Desecho	65
Tabla 5-3 Puesta en marcha	65
Tabla 5-4 Proyecto puro	66
Tabla 5-5 Flujo - proyecto puro	67
Tabla 5-6 Puesta en marcha	68
Tabla 5-7 Amortización	69
Tabla 5-8 Flujo con financiamiento del 50%	70
Tabla 5-9 Indicadores	71
Tabla 5-10 Amortización	72
Tabla 5-11 Flujo con financiamiento del 75%	73
Tabla 5-12 Indicadores	74
Tabla 5-13 Resumen indicadores	74

Tabla 5-14 Resumen VAN con CAPM y WACC	74
Tabla 5-15 Variación de la demanda flujo puro	75
Tabla 5-16 Variación de la demanda flujo 50% financiado	76
Tabla 5-17 Variación de la demanda flujo 75% financiado	77
Tabla 5-18 Resumen variación demanda punto de corte	78
Tabla 5-19 Variación del precio flujo puro - servicio de capacitación de empleabilidad	79
Tabla 5-20 Servicio de capacitación de empleabilidad – flujo del 50%	80
Tabla 5-21 Servicio de capacitación de empleabilidad – flujo del 75%	81
Tabla 5-22 Resumen punto de corte por tipo de flujo - Demanda	82

Siglas y simbologías

A.- siglas

IDC: índice de desarrollo comunal

UF: unidad de fomento

VAN: valor actual neto

TIR: tasa interna de retorno

PRI: periodo de retorno de la inversión

RRSS: redes sociales

?: porcentaje

B.- simbología

\$: pesos chilenos

[hr]: hora

R^2 : coeficiente de correlación

Introducción

Actualmente la educación superior no se entiende como una formación sin competencias, ya que estas son las que proporcionan el punto de partida para el estudiante frente a la disposición de cooperar, tomar decisiones, comunicar, crear e innovar entre las destrezas claves que forman un perfil profesional de alto éxito, polivalente y con capacidad de adaptación al cambio constante, tal como lo exige el actual mercado laboral.

Dado los recientes acontecimientos vividos a nivel mundial con la reciente pandemia producida por COVID, las personas tuvieron que modificar sus conductas, adaptarse a nuevas exigencias lo cual implicó un cambio rotundo en la visión de trabajo, lo que obligó a muchos empleadores a implementar el teletrabajo como práctica principal para el desarrollo de las compañías. Así mismo el mundo de la educación superior tomó el mismo rumbo, y esto implicó generar un nuevo perfil de egreso por parte de institutos y universidades.

Por lo que en el estudio “El dominio de competencias transversales en Educación Superior en diferentes contextos formativos” desarrollado por Pilar Martínez & Natalia González, en el 2019, indica que a lo largo de la vida laboral se pretende tener un dominio de las competencias transversales como resolución de problemas, adaptabilidad, entre otras como relación directa con la adquisición de fuentes laborales.

Es por ello por lo que el siguiente estudio se basa en la prefactibilidad técnico económico para la creación de una empresa de empleabilidad para personas recién titulados entre 0 a 2 años en la región metropolitana.

El cual buscara impartir por una parte cursos de empleabilidad y desarrollo de competencias transversales acompañado de un equipo de profesionales dedicado al rubro de la inserción laboral. Y Por otro se transformará en una empresa de consultoría de reclutamiento y selección para empresas que se aperturen en la incorporación de profesionales recién titulados.

1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

1.1. Antecedentes generales y específicos del proyecto

Según el estudio “empleabilidad: análisis del concepto” indica que la globalización, la creación de nuevas tecnologías así como la expansión del mercado económico introducen grandes cambios en el mercado laboral, el cual exige un nivel elevado de trabajadores que comprendan habilidades técnicas, capacidad de adaptarse rápidamente a nuevos desafíos y resolutivos, es por eso que la empleabilidad es el requisito técnico crítico tanto para las empresas y empleadores quienes necesitan competir en un entorno cambiante.

Dado estos antecedentes se busca la elaboración de una empresa de empleabilidad para personas recién tituladas entre 0 a 2 años en la región metropolitana con el objetivo de entregar competencias transversales mediante cursos que puedan apoyar la inserción laboral. Según la organización internacional del trabajo en el 2004 definió la empleabilidad como las competencias y cualificaciones transferibles que refuerzan la capacidad para aprovechar las oportunidades de formación que se le puedan presentar con miras a encontrar y conservar un trabajo.

Violeta Romero, autora de la investigación sobre el “meta análisis de competencias transversales en la empleabilidad de universitarios”, publicado en la revista de gestión de las personas y tecnología de la Universidad de Chile en el Marzo del 2022, indica que en la actualidad las competencias transversales como la adaptabilidad, la creatividad, la tolerancia, entre otras, no se encuentran integradas de manera formal en los planes de estudios, siendo el propio estudiante quien debe desarrollarlas buscando una forma complementaria de poder formarlas.

Por otra parte en el mismo estudio hace referencia a que la adquisición de competencias es “un proceso dinámico que requiere de variedad de acciones sistematizadas, integradas y paralelas al currículo universitario para obtener el máximo rendimiento” (Martínez & González, 2019, p.20).

A su vez la universidad de Valparaíso publicó una tesis realizada por Carla Pino y Jacqueline Pino en el año 2022 sobre el análisis de las competencias laborales en Chile, historia e importancia, donde se habla acerca de los “perfiles ocupacional”, los cuales se describen como el área donde se desenvolverá una persona y la unidad de competencias asociadas al cargo. Por lo que las competencias de empleabilidad se pueden definir como la “capacidad de conseguir y conservar un empleo, capacidad de sincronizar con el mercado de trabajo y de poder cambiar de empleo sin dificultad”, por lo que estas se transforman en el conjunto de habilidades y conocimientos para adquirir el primer empleo.

Así mismo Pilar Martínez y Natalia González en el 2019, en el artículo “el dominio de competencias transversales en Educación Superior en diferentes contextos formativos”, indica que el modelo socio económico en el siglo XXI donde se encuentra la educación superior, es caracterizado por la abundancia de información, la caducidad del conocimiento, entre otros los cuales suponen un punto de inflexión en la formación de los egresados, es por ello que se menciona y destaca que la capacidad de adaptación no es una cualidad con la que se nace preparado, por lo que requiere de disipación de aprendizaje y dedicación para conformar habilidades, destrezas y actitudes que aporten a la flexibilidad de entender la eficacia.

Por lo que tener un bagaje de competencias transversales proporciona estas cualidades, lo cual justifica una inversión de tiempo y proceso educativo por las instituciones de educación; dado lo anterior existen distintos estudios e informes internacionales que consideran a las competencias transversales lo más demandado en el mercado laboral, es por ello que actualmente existen programas en las instituciones de educación superior para fomentar el desarrollo de competencias transversales, la eficacia de este siempre tendrá como responsable quien presenta el interés por aprenderlas.

Es por ello que en el mismo estudio mencionado anteriormente se hace alusión a que la modernización de las universidades busca que estas instituciones se encuentren académicamente más preparadas, sean más eficientes y proyecten en el futuro el desarrollo de las competencias transversales.

1.2. Objetivos del proyecto

1.2.1. Objetivo general

Objetivo general será determinar la viabilidad de la creación de una empresa consultora dedicada a la gestión de inserción laboral para recién titulados entre 0 a 2 años hombres y mujeres mediante cursos y talleres de empleabilidad.

1.2.2. Objetivos específicos

Se realizará un análisis de mercado con el objetivo de determinar el alcance de empleabilidad de los recién titulados que se encuentren en la región metropolitana y que sean:

- Evaluar la demanda potencial, competencia y el público objetivo.
- Desarrollar el proyecto de implementación del servicio.
- Evaluar económicamente el proyecto para su desarrollo.

1.2.3. Descripción de la necesidad a resolver

Ante la creciente alza de nuevos titulados 2021 surge la necesidad de toda persona en obtener un trabajo estable al estar recién titulados (0 a 2 año), con esto se busca el resolver las exigencias que tienen las empresas hoy en día, donde piden profesionales con competencia transversales que le permitan adaptarse a los nuevos cambios y modalidades de trabajo.

1.2.4. Valor agregado respecto de lo que existe

Se dará a cada persona las competencias transversales para poder enfrentar el mundo laboral donde ahora es más exigente con modalidades de trabajo distintas a las del 2019 (antes de la pandemia). A diferencia de otras consultoras o compañías dedicadas al reclutamiento y selección, la empresa tendrá un equipo multidisciplinario que no solo será un especialista

laboral o un programa de coaching si no que va más allá, con psicólogos laborales, terapeutas ocupacionales, ingenieros en administración de empresa y comerciales, esto irá cambiando, dependiendo del perfil que se dé la persona y según los requerimientos de la empresa.

1.2.5. Descripción técnica y/o funcional

- Nombre de marca: grupo empleate
- Clase o tipo: servicio de empleabilidad para recién titulados
- Servicios:
 - Cursos o talleres: la empresa tendrá cursos con diferentes tipos de planes, donde la persona podrá escoger que tipo de enseñanza requiere para poder potenciar sus habilidades, será un servicio escalable.
 - Empresas: esta empresa tendrá un servicio que será hacia las empresas que requieren algún tipo de cargo o perfil específico, este servicio se enfocará en tener el perfil adecuado reduciendo el tiempo de entrega para estos cargos.

1.2.6. Tamaño del proyecto

El road map del proyecto está contemplado a largo plazo pensando en el paradigma que tiene un trabajador, donde se hará 3 planes, corto, mediano y largo plazo. En los primeros 2 años (corto plazo) se enfocará en la región metropolitana en el año 1 y 2, inicialmente se buscará impactar al 3% de los titulados, pero solo de las carreras más solicitadas hoy día en las empresas como:

1. Ingeniería Comercial
2. Ingeniería Civil Industrial
3. Administración de Empresas e Ing. Asociadas
4. Ingeniería en Computación e Informática
5. Contador Auditor
6. Publicidad - Marketing
7. Técnico en Logística

En el año 3 y a 5 (mediado plazo) es poder abarcar un nicho no tan digitalizado que son las personas mayores de 45 a 60+, la idea es poder digitalizar a estos perfiles adaptándolos a los cambios que se requieren en las empresas hoy en día. En el largo plazo se tiene pensado poder abarcar otros cargos más especialistas en tecnología ti y ciberseguridad.

1.2.7. Impacto social

Socialmente este proyecto busca impactar por una parte la forma en la que las compañías o trabajos observan a los profesionales recién titulados, dado que muchas veces al no tener gran experiencia laboral se considera que tendrán un menor ajuste a un cargo, por lo que al realizar curso y talleres estos apoyarán el desarrollo inicial de competencias transversales valoradas por las empresas y así como segundo punto impactara generando un alza en la contratación de recién titulados.

1.2.8. Impacto económico

El proyecto considera la creación de una pyme, lo que generará empleabilidad, contribuyendo en la economía del país.

1.2.9. Impacto ambiental

El impacto ecológico debe ser tanto en una institución comercial y también industrial. Esta empresa debe conectar con la audiencia y utilizando el llamado marketing verde para promover los servicios establecidos.

Un estudio un estudio en base a la ley Reciclaje y Responsabilidad Extendida del Productor (REP) cuenta que el 41% del chileno la responsabilidad extendida del productor (REP), dice que en Chile se debe aumentar la tasa de reciclaje.

Según la organización Chilena “Todosreciclamos” donde tiene como objetivo el fomentar la cultura de reciclaje, te ayuda a financiar el reciclaje en Chile y cumplir con tus metas de sustentabilidad para la conservación de nuestro medio ambiente.

1.3. Metodología

1.3.1. Definición de situación sin proyecto

Esté último año 2021 fue un año pandémico y con ello muchos estudiantes tuvieron que cursar sus clases en modo online y según el CEM (centro de estudios Mineduc) hubo una “disminución en el nivel de logro del aprendizaje” donde mucho del problema era el no tener condiciones mínimas para un espacio de estudio o una buena iluminación, ventilación y contar con inmobiliario adecuado, entre otras más.

Además de los desafíos mencionados anteriormente, la transición al aprendizaje en línea también ha tenido un impacto en la salud mental y el bienestar de los estudiantes. La falta de interacción social y la falta de estructura en el día a día pueden ser estresantes y abrumadoras para algunos estudiantes.

El aumento del estrés y la ansiedad también puede afectar el rendimiento académico. En algunos casos, los estudiantes pueden tener dificultades para concentrarse y mantenerse enfocados en sus estudios, lo que puede afectar su capacidad para aprender y retener información.

1.3.2. Definición de situación con proyecto

Esta iniciativa puede ser una excelente forma de abordar el desafío de la inserción laboral de los nuevos graduados, especialmente en un contexto de pandemia en el que la economía y el mercado laboral están experimentando grandes cambios.

Al emplear a un recién titulado y proporcionarle las herramientas necesarias para tener éxito en su primer trabajo profesional, se les estaría brindando una oportunidad para desarrollar habilidades y adquirir experiencia laboral valiosa. Además, al enfocarse en habilidades blandas y la adaptación al trabajo en línea, el proyecto estaría abordando los desafíos específicos que se presentan en el contexto actual.

La capacitación y los talleres también podrían ser fundamentales para ayudar a los participantes a desarrollar habilidades importantes para su carrera profesional a largo plazo, como la planificación y el control del trabajo. Al proporcionar estas habilidades, el proyecto no solo estaría ayudando a los participantes a tener éxito en su primer trabajo, sino que también los estaría preparando para futuras oportunidades profesionales.

1.3.3. Análisis de separabilidad

Por la naturaleza del proyecto y su tamaño, en este caso no es necesario un estudio previo de separabilidad.

1.3.4. Método para medición de beneficios y costos

Los ingresos del proyecto estarán representados por la adopción de personal recién titulado a los distintos trabajos. La comercialización de este servicio será principalmente por redes de recursos humanos, en el capítulo 2 se podrá ver más detalle de este punto.

Los titulados del proyecto serán puestos en función de gastos de inversión: capital fijo, capital de trabajo, costo de la puesta en marcha e imprevisto, además de los costos relacionados por la venta y fabricación.

1.3.5. Indicadores

Para la evaluación del proyecto, se utilizarán indicadores financieros mediante proyección de un flujo de caja con horizonte de evaluación de cinco años, en el cual se utilizarán indicadores TIR, para definir el retorno esperado por el inversionista, VAN, payback y puntos de corte según sensibilidad determinada por el proyecto.

1.3.6. Criterios de evaluación

Valor actual neto (VAN): determinado mediante la siguiente expresión:

$$VAN = -II + \sum_{t=0}^{t=n} \frac{Ft}{(1+r)^t}$$

Donde:

- II: Inversión Inicial
- Ft: Flujos de dinero en periodo t.
- r: tasa de descuento.

Tasa interna de retorno (TIR): representada mediante la siguiente expresión:

$$0 = -II + \sum_{t=0}^{t=n} \frac{Ft}{(1+r)^t}$$

Para interpretar este resultado es relevante saber:

$TIR > 0$, el proyecto es rentable

$TIR = 0$, el proyecto es indiferente en su realización

$TIR < 0$, el proyecto no es rentable

En términos generales los criterios valor actual neto VAN y tasa interna de retorno (TIR) no son medibles por si solos, si no que deben evaluarse en conjunto.

1.3.7. Estructura de evaluación del proyecto

El proyecto considera una estructura en un horizonte de evaluación de cinco años, con el objetivo de lograr una penetración de mercado gradual y ordenada.

1.3.8. Diagnóstico y metodología:

Visualizar en forma general todos los aspectos que abarca el proyecto.

1.3.9. Estudio de mercado:

Se basa en la obtención de información clave para un análisis de estudio, basado en la recolección de información clave para el análisis del estudio, además de contar con muestreo de los datos relevantes con la finalidad de segmentar el perfil del consumidor. Se deberá considerar también una estimación de demanda, oferta actual y futuro.

1.3.10. Estudio técnico

Se hará un levantamiento del proyecto para tener más claro la inversión requerida y determinar costos relevantes para la operación.

1.3.11. Aspectos administrativos, legales, ambientales, societarios y financieros:

Se hará la estructura de la organización, donde irá el capital humano, costos de estructura (si se requiere o no), la puesta en marcha y se va a contemplar normativas vigentes e impuestos.

1.3.12. Evaluación económica:

Se hará el análisis para la evaluación económica del proyecto donde se consideran los factores financieros y análisis de sensibilidad.

1.3.13. Conclusiones generales:

Cubriendo los puntos anteriores se analizará la factibilidad de este proyecto en la zona de la región metropolitana de Santiago enfocando los servicios en 6 carreras. En este proyecto se expondrá un análisis exhaustivo de los puntos ya expuesto.

2. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

En este capítulo se procederá al análisis de demanda actual y futura, análisis de localización, preferencias de compra y oferta actual y futura para el proyecto en estudio.

2.1. Definición del producto o servicio

El servicio es una empresa o consultora de empleabilidad para personas recién tituladas entre 0 a 2 años, la idea es poder apoyarlos de forma transversal con todos los requerimientos que se están solicitando para los cargos de hoy en día.

Por otro lado también se evaluarán las empresas que requieran algún cargo con habilidades específicas para poder hacer el nexo. La idea de este proyecto es poder entregar todas las herramientas necesarias desde las habilidades exigidas por la empresa hasta los conocimientos básicos de recursos humanos (liquidación de sueldo, feriados, trabajo híbrido, modalidad ágil). Esto debiese contribuir en la generación de trabajo en el área de la Región Metropolitana.

2.2. Análisis de la demanda actual y futura

El objetivo principal que busca el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto al servicio que se desea entregar, así como también determinar la posibilidad de participación del proyecto en la satisfacción de la demanda. La demanda, para el caso del proyecto está en función de una serie de factores, como el porcentaje de titulados y por otro lado la demanda por carreras exigirá en un pool de trabajos o áreas específicas.

Para determinar la demanda del servicio, se utilizará una herramienta de investigación de mercado, como una encuesta en línea, que permitirá obtener una estimación más precisa o cercana. La empresa utilizará esta información para definir aspectos de su servicio.

2.2.1. Localización

Para poder determinar la demanda potencial del servicio, el primer criterio será la localización la cual estará centrada en la región metropolitana de Santiago donde tiene una tasa de desocupación del 8,7% hasta este año (INE - empleabilidad, S. F.).

2.2.2. Preferencia de compra del servicio

Tras el estallido social y sumando la pandemia y un sin número de situaciones que ha puesto a prueba a todas personas tanto en las capacidades humanas como profesionales. En dicho escenario las personas tuvieron que adecuarse al contexto actual y comenzar a adaptarse a la nueva “normalidad” donde los docentes tuvieron que migrar forzosamente a una modalidad online al igual que los alumnos, este esquema no discrimina. Aquí se podrá apreciar los cambios que han hecho las personas; así mismo un recién titulado debe contar con habilidades transversales a lo que aprenden en una universidad, tal como se menciona en el punto anterior el 8,7% (INE - empleabilidad, S. F.) De las personas en la región metropolitana están en un estado de desocupación.

2.2.3. Cálculo de muestra

Para calcular la muestra se considera un nivel de confianza del 95%, con un error del 5% en los resultados obtenidos de la encuesta. La encuesta se realizó de forma online por medio de un link de Microsoft Forms; se difundió por diversos medios como redes sociales (RRSS) que

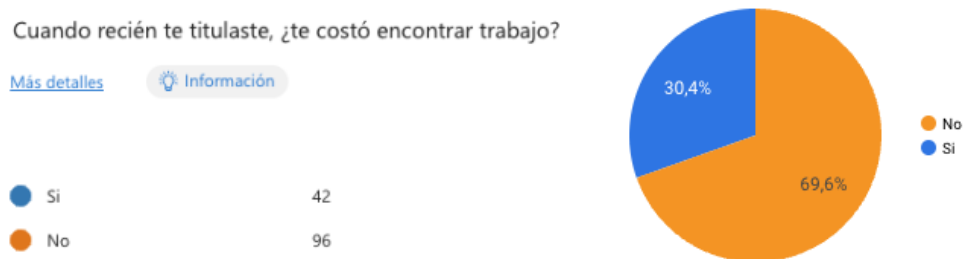
será Facebook y Instagram, por otro lado también estará LinkedIn y grupos de empleabilidad desde el día 01 de septiembre con fecha tope del 28 del mismo mes.

2.2.4. Realización de encuesta

El instrumento de medición que se utilizó permitió obtener una medición cualitativa de datos, esto ayudará a tener una descripción del comportamiento de las personas que podrían optar por un servicio como este. La encuesta fue aplicada aleatoriamente a un universo muestral de 150 ciudadanos de la región metropolitana con un índice del nivel de confianza de un 95% para conocer sus preferencias según el servicio de empleabilidad. Los resultados obtenidos se pueden clasificar en los siguientes puntos.

2.2.5. Resultados de la encuesta

Solo 30,4% de los encuestados tuvo problemas para encontrar empleo después de titularse, se puede reflejar en el gráfico 2-1:



Fuente: elaboración propia mediante encuesta

Gráfico 2-1. Resultado pregunta 1

Según el gráfico 2-2 el 58,1% se tardó entre 0 a 1 año en encontrar empleo, aquí se puede observar que mínimo en 1 año una persona puede encontrar empleo

¿Al cuanto tiempo de titularte encontraste trabajo?

[Más detalles](#)



Fuente: elaboración propia mediante encuesta aleatoria

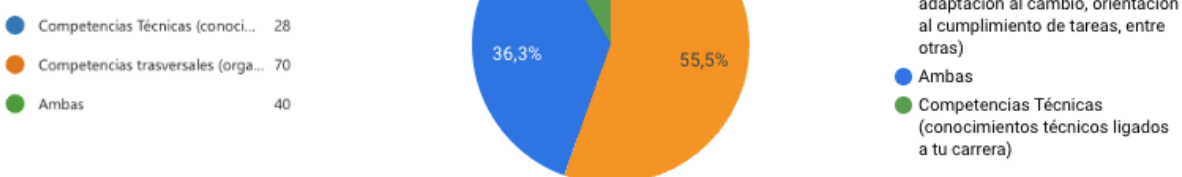
Gráfico 2-2 Resultado pregunta 2

Tras los resultados en el gráfico 2-3 el 55,5% cree que necesita reforzar habilidades transversales para poder tener una mejor experiencia a la hora de encontrar trabajo.

¿Qué competencias consideras que faltaron reforzar en tu educación para encontrar tu primer desafío laboral?

[Más detalles](#)

[Información](#)



Fuente: elaboración propia mediante encuesta aleatoria

Gráfico 2-3 Resultado pregunta 3

El 82,8% de los encuestados si aceptaría hacer un curso para apoyar en el primer desafío laboral se puede apreciar en el gráfico 2-4:

Si tuvieras la posibilidad de pagar un curso que te apoye en la búsqueda de tu primer desafío laboral, contemplando creación de CV, entrevistas, competencias técnicas y transversales, ¿lo tomarías ?

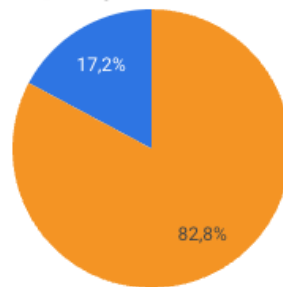
[Más detalles](#)

Información

● Si
● No

107

31



Fuente: elaboración propia mediante encuesta aleatoria

Gráfico 2-4 Resultado pregunta 4

2.2.6. Forma y lugar en que se demanda del servicio

La tendencia de las últimas generaciones indica que un taller como este se puede hacer de forma remota con el apoyo de la tecnología (Google Meet, Zoom, Teams, etc) y a su vez también presencial, la idea es poder otorgar todas las herramientas posibles para la persona. Se debe pensar que hoy en día las entrevistas se están haciendo 100% de forma online según un estudio de la consultora HR Burô en el 2021 fue 100% de manera remota y la tendencia asegura que durante el 2022 se mantendrá de esta forma.

2.2.7. Cuantificación de la demanda

Es importante analizar la evolución de la demanda en el tiempo, para ello se consideraron fuentes de información certera para describir el comportamiento de cuantos titulados por año se tienen, para ello se utilizará un informe publicado en el 2021 donde se hace el cierre hasta junio 2022, este informe corresponde al ministerio de educación superior de Chile (SIES), los datos obtenidos que considera entre el 1 de marzo de 2021 y el 28 de febrero de 2022. El

presente informe analiza también la tendencia del indicador en los últimos cinco años según la tabla 2-1.

Tabla 2-1 Proyección demanda – pregrado

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Pregrado todo chile	204.367	207.962	199.863	159.147	223.835

Fuente: ministerio de educación superior de chile (SIES) - todo Chile

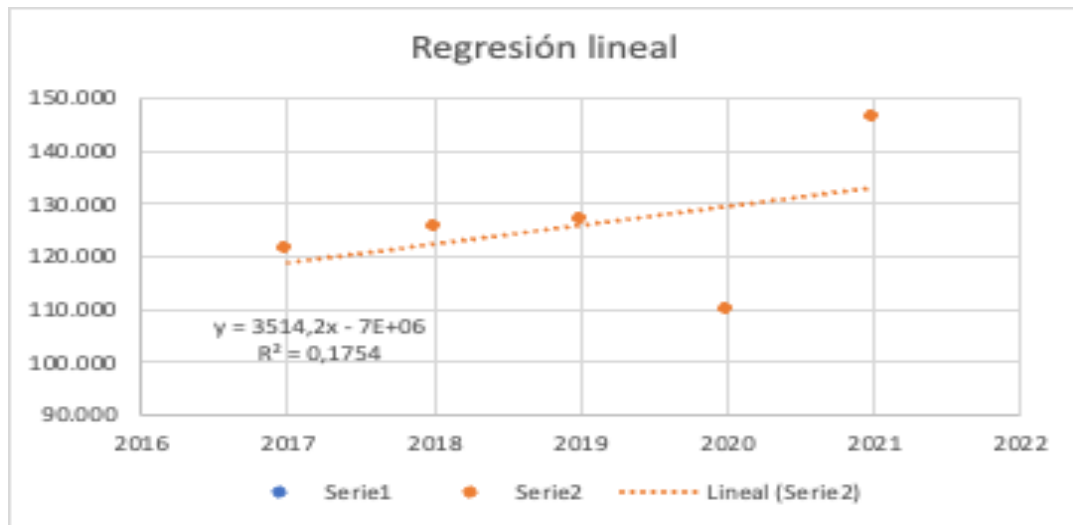
En base a los resultados históricos de la cuantificación de la demanda, se aplicarán los criterios de la encuesta de mercado con el objetivo de tomar el servicio expuesto en esta tesis. Considerando que hay una baja de titulados durante los años 2019 y 2020 se puede apreciar una oportunidad de mercado.

Tabla 2-2 Proyección demanda - RM

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Pregrado metropolitana	121.190	125.491	127.098	109.947	146.533

fuentes: ministerio de educación superior de chile (SIES) - RM

Según el proyecto presentado, se contará con un servicio en toda la región metropolitana donde se considera el grupo objetivo, se puede apreciar en la tabla 2-2. Al igual que la tabla anterior se puede observar una baja en la titulación con un 13% de titulados en comparación al año 2019 y 2020. Se verá una oportunidad de mejora dado que muchas personas congelaron sus estudios por la pandemia y como se puede observar para el año 2021 se ve un alza importante del 33%. Para la creación de la demanda futura se optará por quitar el dato del año 2020 debido a la baja de titulados; según un estudio de EMOL debido a la pandemia muchas personas perdieron sus trabajos y varios decidieron congelar su carreras por la incertidumbre y la carga académica y mental es mayor para estos casos. Esto afecta al r^2 dejándolo en 0,1754%, es decir, no se tendrá una variación positiva en el servicio dado, se puede apreciar de forma visual en la gráfica 2.1:

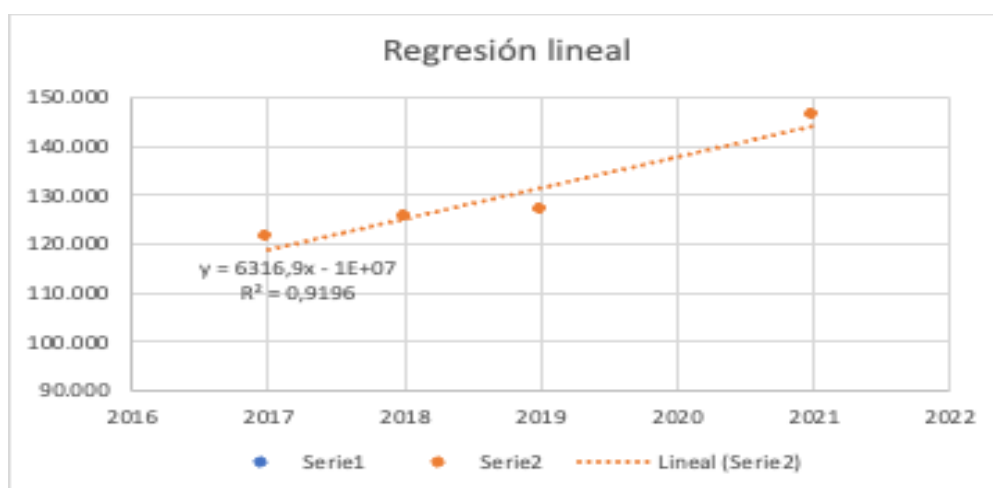


Fuente: elaboración propia resultados demanda rm

Gráfico 2.5 Elaboración propia regresión lineal demanda actual.

En el contexto del informe, se utiliza regresión lineal para ajustar una línea de tendencia en un gráfico y evaluar el coeficiente de relación entre dos variables. El valor del coeficiente de determinación (R^2) es una medida de qué tan bien la línea de regresión se ajusta a los datos y se acerca a un valor de 1 cuando la línea se ajusta perfectamente a los datos.

En este caso, se logró un valor de R^2 cercano a 1 después de realizar el ajuste en el gráfico. Esto significa que la línea de tendencia se ajusta bien a los datos y que la regresión lineal es una técnica apropiada para modelar la relación entre las variables en cuestión.



Fuente: elaboración propia resultados demanda RM

Gráfico 2.6 Elaboración propia regresión lineal demanda actual ajustada.

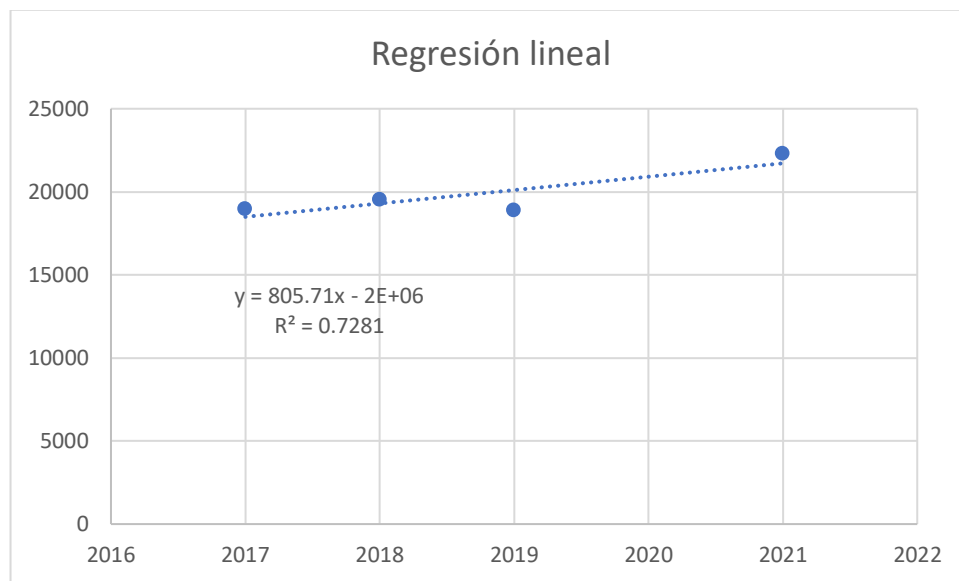
Según el gráfico 2,6 el modelo utilizado de regresión lineal produjo una ecuación de línea de regresión y un valor de $R^2 = 0,91$. Esto indica que la línea de regresión se ajusta bien a los datos y que la ecuación de la línea de regresión es una buena aproximación de la relación entre las variables. Además, el valor alto de R^2 sugiere que es probable que las predicciones basadas en este modelo sean precisas en la mayoría de los casos.

En la tabla 2-3 se aprecia la demanda actual por las 6 carreras en donde se va a enfocar este proyecto, se tuvo que modificar y quitar el año 2020 dado que presentaba la misma problemática que el primer gráfico.

Tabla 2-3 Proyección demanda - carreras

Años	2017	2018	2019	2020	2021
Pregrado por carreras foco carreras	18.940	19.530	18.859	-	22.279

Fuente: ministerio de educación superior de Chile (SIES) - carreras



Fuente: elaboración propia resultados demanda por carrera

Gráfico 2.7 Lineal demanda actual ajustada por carrera.

El gráfico 2.7 muestra que la relación entre la variable independiente "x" y la variable dependiente "y" se puede describir mediante la ecuación de línea de regresión " $y = 805,71x - 2E+06$ ". El valor de $R^2=0,7281$ indica que la línea de regresión no se ajusta perfectamente a los datos y solo explica el 72,81% de la variabilidad en la variable dependiente. Aunque este valor puede limitar la precisión de las predicciones basadas en el modelo, aún puede proporcionar una aproximación útil de la relación lineal entre las variables.

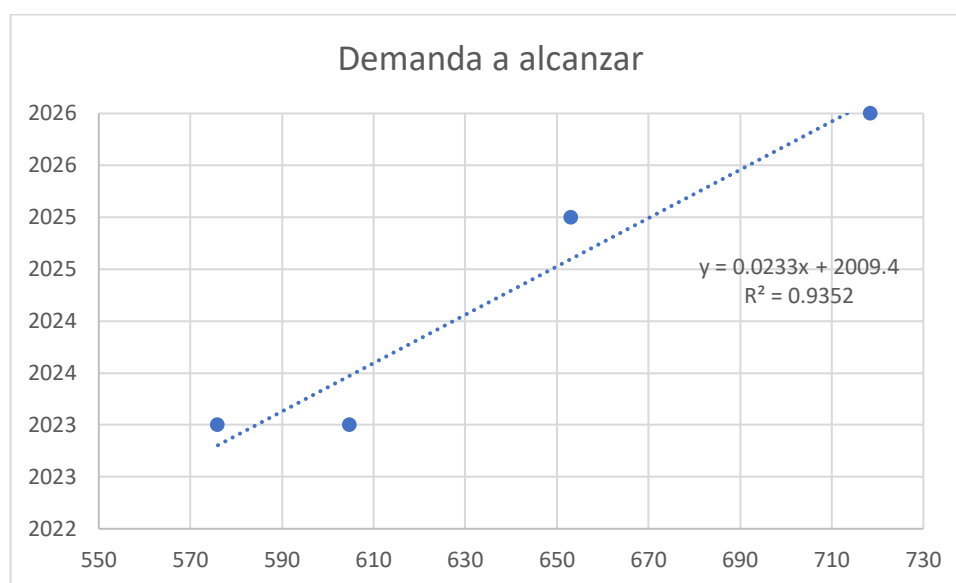
2.2.8. Demanda futura

Para la proyección de la demanda en un horizonte de cinco años se consideran aquellos grupos que se encuentren dentro de los criterios de selección previamente segmentados entre los periodos 2023 al 2027 a los que se aplicará el modelo de regresión lineal para su cuantificación, considerando el crecimiento anual del 3% llegando a un 12% para el último año, aquí se está tomando el cálculo de cuantas clases se hará al mes multiplicado por los alumnos obteniendo 576 de forma anual, que corresponde al 3770% del último año en la tabla 2-4.

Tabla 2-4 Proyección alcance de alumnos

Año	2023	2024	2025	2026	2027
Porcentaje de crecimiento	3%	5%	8%	10%	12%
Proyección alcance de alumnos	668	702	758	834	934

Fuente: elaboración propia - demanda alumnos



Fuente: elaboración propia resultados demanda por alumnos impactados

Gráfico 2.8 Lineal demanda por alumnos impactados

2.2.9. Variables que afectan a la demanda

Dentro de las variables más importantes que impactan la variabilidad de la demanda están:

- Competencia de consultoras que se dediquen a la inserción laboral
- Talleres universitarios de inserción laboral
- Disminución en el % de titulados anuales de RM
- Competencia de consultoras que se dediquen a la inserción laboral
- Costo del curso

- Talleres universitarios de inserción laboral
- Disminución en el porcentaje de titulados anuales de RM

2.3. Análisis de la oferta actual y futura

Es importante realizar un análisis de la competencia actual, principalmente en la región metropolitana. Se puede apreciar en la tabla 2-5 un estudio que observó la presencia de 8 consultoras de renombre, uno de los servicios de ellos es el trabajo de reclutar, es decir, buscan el candidato ideal para la empresa solicitante.

Tabla 2-5 Elaboración propia en base a estudio

Empresas
Deloitte
Grupo expro
Michael page
Teamwork
People go
Tawa
Xinerlink
Talentfinder

Fuente: elaboración propia - competencia

2.3.1. Comportamiento del mercado

En el contexto de las consultoras de reclutamiento y selección, se observa que muchas de ellas cobran por proceso de reclutamiento y selección, que suele ser de 1 a 2 rentas.

Este modelo de negocio ofrece una oportunidad de crecimiento, ya que hace que el servicio de las consultoras sea más atractivo para los clientes, en comparación con otros modelos que pueden ser menos transparentes o predecibles.

2.3.2. Determinación de niveles de precio y proyecciones

La determinación de los niveles del precio se realizó mediante el método basado en la competencia actual, por medio de estudio de los competidores existentes.

Para la obtención del precio promedio va a depender de muchos factores a la hora de solicitar el servicio, porque si esto se hace desde el requerimiento de una empresa por lo general se cobra entre 1 y 2 renta dependiendo del cargo solicitado, tiempo de urgencia, conocimientos técnicos, etc. El valor aprox. Se va a tomar como sueldo promedio de \$1.000.000 y en 29 UF aproximadamente. (valor uf al 01-09-2022 \$ 34.271,85). A tomar el servicio desde el recién titulado esto sería \$100.000 y en 2,97 UF, este dato se tomó según la encuesta.

2.3.3. Análisis de localización

El proyecto se ubicará en la comuna de Providencia, es un lugar estratégico debido al fácil acceso para todas las personas, ya que, cuenta con locomoción colectiva, buses, metro y autopista. Se piensa en una zona interior dentro de la comuna dado que esto da un enfoque de tranquilidad a la hora de hacer los cursos para los recién titulados, no debería de haber problemas de ruidos u otros.

2.4. Análisis del sistema de comercialización

2.4.1. Análisis externo

Influye directamente en el proyecto. Está compuesto por los proveedores, intermediarios, clientes y competidores. A través de las cinco fuerzas de Porter, es posible analizar los distintos

factores relevantes que influyen en el proyecto en cuestión. Cada fuerza afecta la capacidad del proyecto para penetrar el mercado objetivo, al combinar las cinco fuerzas de Porter se podrá determinar cuáles son las reales posibilidades del proyecto tiene para obtener el rendimiento esperado.

Los cinco factores son: rivalidad entre los competidores, amenaza de entrada de los nuevos competidores, poder de negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores y amenaza de servicio sustitutos.

2.4.2. Poder de negociación (alto)

Un cliente insatisfecho por el servicio, tipo de negocio es más difícil de convencer que uno que se entere por boca a boca, el servicio debe dar la sensación de expertos, de asegurar una meta o un objetivo.

2.4.3. Amenaza de nuevos competidores (alto)

Esta es la mayor amenaza dado al fuerte crecimiento por el lado de los recién titulados y la fuerte expansión de nuevos cargos en las empresas, presenta un riesgo y una oportunidad para nuevos competidores.

2.4.4. Poder de negociación del proveedor (bajo)

Al ser un servicio no contará con proveedores de materiales o productos.

2.4.5. Competidores actuales (alto)

Tabla 2-6 Elaboración propia competidores actuales

Aspecto	Información
Oportunidad de crecimiento	El modelo de negocio de muchas consultoras de reclutamiento y selección es por proceso (cargo) solicitado, lo que lo hace atractivo para los clientes.
Competidores actuales	Existe un nicho aún no explotado que ofrece oportunidades interesantes a largo plazo. Sin embargo, es posible que algunas empresas prefieran trabajar con consultoras de renombre.

En la tabla 2-6 se puede observar información sobre el modelo de negocio de las consultoras de reclutamiento y selección, así como la existencia de un nicho aún no explotado y la posible preferencia de algunas empresas por trabajar con consultoras de renombre.

2.4.6. Amenaza de servicios sustitutos (media)

La amenaza de servicios sustitutos, ya que, con la creciente tecnología, las compañías podrían derivar estos servicios con productos tecnológicos utilizando inteligencia artificial, en la tabla 2-7 se podrá observar el detalle de cada fuerza.

Tabla 2-7 Elaboración propia en base a las cinco fuerzas de Porter

Fuerzas	Alto	Medio	Bajo
Poder de negociación compradores	X		
Poder de negociación proveedores			X
Amenaza de nuevos competidores	X		
Competidores actuales	X		
Amenaza de servicio sustitutos		X	

Fuente: elaboración propia – cinco fuerzas de Porter

2.4.7. Elección de estrategia

De acuerdo con el análisis estratégico del servicio de consultora, se puede inducir que la estrategia de comercialización más adecuada es potenciar los talleres o cursos para las personas recién tituladas, esto dará un apoyo para cuando se vea el servicio desde la otra vereda que es la empresa.

2.4.8. Marca

El servicio que se quiere entregar a los profesionales recién titulados de 0 a 2 años, es la adquisición y/o desarrollo de competencias transversales para una óptima inserción laboral, entiendo lo complejo y competitivo del mercado laboral donde la cualidad distintiva de uno de los candidato será la determinante para la selección de postulantes a los primeros trabajos laborales.

Así mismo al tener doble funcionalidad y presentarse a las empresas como una consultora de profesionales recién titulados, cuando los clientes busquen ciertos perfiles, estos ya habrán sido trabajados antes en los cursos, reduciendo los timing de los procesos de selección y la asertividad de la inserción al cargo requerido.

2.5. Análisis interno

Para determinar cuáles son los elementos en la empresa, será necesario realizar un análisis FODA donde se desglosará los factores tanto interno como externo, en la figura 2-1 se podrá observar un resumen de las siglas FODA.



Fuete: internet

Figura 2-1. FODA

2.5.1. Fortalezas

- **Servicio diferenciable:** La empresa podrá destacarse de la competencia y atraer a más clientes, ejemplo; elegir planes personalizados para cada tipo de persona, una asesoría más personalizada, etc.
- **Atención personalizada:** Permitirá a la empresa crear una experiencia única para los clientes y fidelizarlos. Sin embargo, puede requerir recursos adicionales como tiempo y personal capacitado.
- **Equipo humano especializado en temas laborales:** Este equipo puede ayudar a la empresa a navegar los aspectos legales y regulatorios del empleo y garantizar el cumplimiento de las leyes y regulaciones laborales, también se ofrecerá asesoramiento a los empleados y mejorar la comunicación entre la empresa y los empleados.

2.5.2. Debilidades

- **Empresa nueva en el mercado:** Una empresa nueva puede tener dificultades para establecer su presencia en el mercado y ganar la confianza de los clientes. Además, puede ser más difícil obtener financiamiento y recursos. Sin embargo, una empresa nueva también puede aprovechar su falta de tradición y explorar nuevas

oportunidades de mercado sin estar limitada por las prácticas y procedimientos establecidos.

2.5.3. Amenazas

- Entrada de nuevos competidores: La competencia puede llevar a una disminución en los precios y ganancias, así como a la pérdida de cuota de mercado.
- Incertidumbre económica: Puede afectar la estabilidad financiera de la empresa. La incertidumbre económica puede llevar a una disminución en la demanda de los clientes y una disminución en las inversiones.
- Cambios de necesidades en las empresas: Si la empresa no puede adaptarse rápidamente a los cambios en las necesidades de los clientes, puede perder su base de clientes y su cuota de mercado. Los cambios en las necesidades de las empresas también pueden ser impulsados por la tecnología, la competencia y otros factores externos que pueden ser difíciles de controlar.

2.5.4. Oportunidades

- Mercado poco explorado: Hay una gran cantidad de clientes potenciales que aún no han sido alcanzados por las empresas existentes. Si una empresa logra identificar y penetrar en este mercado poco explorado, puede obtener una ventaja competitiva significativa
- Nuevas generaciones digitales: Lograr comprender y adaptarse a las preferencias de las nuevas generaciones podrá ser una ventaja competitiva a la hora de elegir un servicio.
- Capacitaciones digitales y presenciales: Esto puede ayudar a las empresas a mejorar la productividad, aumentar la calidad de los productos o servicios ofrecidos y reducir los errores y los costos. Además, la capacitación constante también puede ayudar a las empresas a mantenerse al día con las últimas tendencias y tecnologías en su industria, lo que puede darles una ventaja competitiva en el mercado.

Una vez realizado el análisis se procede a crear la matriz FODA donde se podrá observar en la tabla 2-7.

Tabla 2-8 Matriz FODA

Empresa de empleabilidad para personas recién titulados	Fortalezas	Debilidades
	Servicio diferenciable	Empresa nueva en el mercado
	Atención personalizada	
	Equipo humano especializado en servicios laborales	
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
Mercado poco explorado	1.- entrar al mercado con precios bajos con un servicio innovador	1.- alianzas con empresas
Nuevas generaciones digitales		
Capacitaciones digitales y presenciales		
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
Entrada de nuevos competidores	1.- campaña de marketing digital y boca a boca	1.- hacer reviews con clientes para aumentar la reputación
Incertidumbre económica		
Cambios de necesidades de las empresas		

Fuente: elaboración propia- FODA

La tabla 2-8 cuenta con fortalezas como ofrecer un servicio diferenciable y atención personalizada, además de contar con un equipo humano especializado en servicios laborales. Se presentan oportunidades en un mercado poco explorado de personas recién tituladas y en la capacitación digital y presencial. Las estrategias FO incluyen entrar al mercado con precios bajos y hacer alianzas con empresas, mientras que las estrategias DO incluyen hacer uso de la especialización del equipo humano y ofrecer capacitaciones digitales y presenciales. Las

amenazas incluyen la entrada de nuevos competidores y las estrategias FA y DA incluyen hacer una campaña de marketing digital y hacer reviews con clientes para aumentar la reputación.

2.6. Plan operativo de marketing

2.6.1. Producto o servicio

El servicio que se ofrece se divide en dos que es la capacitación mediante un curso o taller a un recién titulado entre 0 a 2 años para que se pueda integrar de forma más rápida y preparada al mundo laboral y por otro lado se ofrecerá un servicio de consultora a las empresas que buscan cargos específicos, se podrá obtener candidatos reduciendo el timing en los procesos.

2.6.2. Precio

De acuerdo con la encuesta realizada, el 75% de los encuestados se mostró dispuesto a pagar \$100.000 por los cursos, mientras que el 21% estaría dispuesto a pagar \$150.000 y solo el 4% estaría dispuesto a pagar \$300.000. Después de analizar los precios del mercado, se estima que ofrecer dos cursos por semana con un máximo de ocho alumnos cada uno tendría un costo de \$120.000 para el proyecto en cuestión.

2.6.3. Promoción

- Redes sociales (RRSS): se llevará a cabo la apertura de redes sociales donde se dará a conocer los servicios ofertados, sus beneficios y proceso de elaboración, se utilizará mucho LinkedIn e Instagram para hacer reels.
- Google Ads: mediante un sitio web se pondrán los servicios del proyecto, esto hará que la persona pueda encontrarlo en el buscador de Google mediante una campaña de marketing digital.

- Marketing boca a boca: se realizará un fuerte impacto sobre el índice de boca a boca, ya que es el principal medio de difusión, se hará la prueba de ir a seminarios y charlas gratuitas para ampliar el alcance.

2.6.4. Plaza o canal

El servicio tendrá como canal de distribución, mediante página web para mostrar el servicio y con post orgánico en redes sociales.

2.6.5. Personal

La atención estará dispuesta mediante un psicólogo laboral con un alto grado de expertos siendo alguien cercano, pero a la vez experto en el tema.

2.6.6. Proceso

El consumidor será atendido virtualmente, mediante chat en línea y dando apoyo a lo consultado por el usuario.

2.6.7. Posicionamiento:

El proyecto tiene como objetivo crear nuevos puestos de trabajo con personal calificado gracias a las capacidades transversales expuestas en los talleres o cursos contratados, esto hará que la empresa requiera estos perfiles.

3. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE TÉCNICA

3.1. Descripción y selección de procesos

En el capítulo número 3 se presentará un análisis de prefactibilidad técnica donde se busca entregar la estructura del proyecto, tanto físico como organizacional, se incluirá un diagrama de flujo del proceso, lay out del espacio físico de la oficina, también se presentará los insumos necesario para una correcta operación; la selección del personal calificado y turnos de estos, las inversiones requeridas entre otros.

3.1.1. Descripción procesos

El servicio de capacitación laboral consiste en entregar 5 clases de 1 hora durante 2 semanas donde se divide en 3 días (lunes, miércoles y viernes) a la semana, se podrá observar de forma visual en la tabla 3-1:

Tabla 3-1 Elaboración materia por clases

Sesión	Materia
Clase 1	Construcción adecuado de cv
Clase 2	Competencias laborales teoría 1
Clase 3	Competencias laborales teoría 2
Clase 4	Entrevista teoría - Entrevista practica
Clase 5	Prueba y cierre de la capacitación

Fuente: elaboración propia – planificación de clases

Se buscará capacitar a las personas para que tengan las herramientas correctas a la hora de buscar un trabajo para esto se planifico una estructura de clases para que las personas puedan entender cómo estas capacitaciones podrán otorgar las herramientas transversales para ellos.

- **Comercialización:** mediante el comercio digital se dispondrá a la venta el servicio de empleabilidad de este proyecto. El proceso consiste en categorizar a las personas que están recién tituladas entre 0 a 2 años.
 - Selección del servicio
 - Registrarse en la página
 - Agregar al carrito de compra
 - Resumen del servicio, dirección, hora.
 - Pagar mediante Webpay

3.1.2. Diagrama de flujo

En la figura 3-1 se muestra el diagrama de flujo en formato vertical para su mejor lectura donde se mostrará el proceso de este servicio:

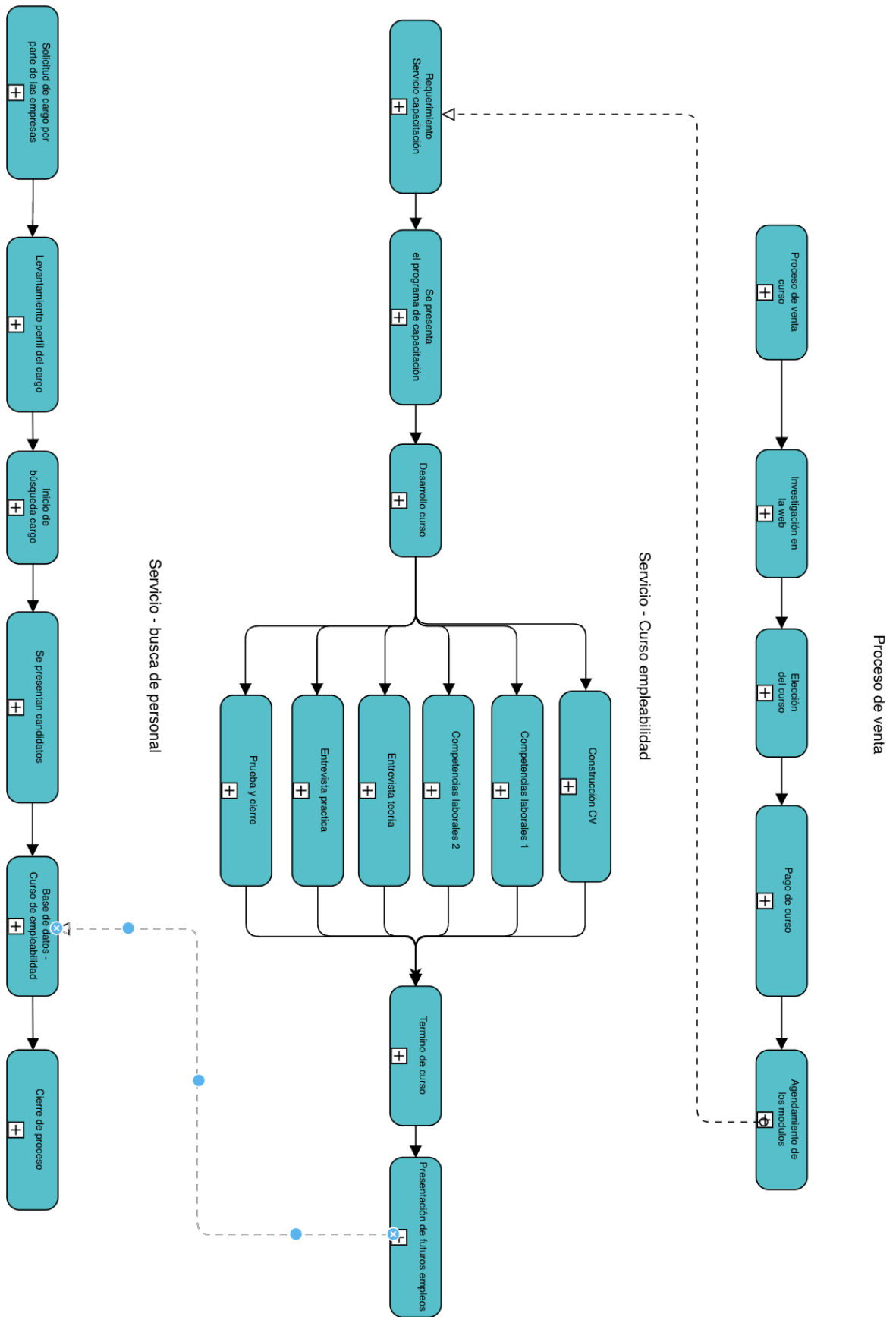


Figura 3-1. Diagrama de flujo

En el diagrama de flujo se puede apreciar que tendrá un proceso de venta donde se cruzará con el servicio 1 y servicio 2 de este proyecto.

Para el primer paso la persona interesada en el servicio 1 tendrá que pasar por el flujo superior que pertenece al proceso de venta, una vez finalizado este primer flujo se conecta con el segundo que corresponde al curso de empleabilidad (servicio1), aquí se presenta el curso y se desarrolla este mismo, al terminar el curso se hace un cruce donde entra el flujo 3 que corresponde a la búsqueda de personal.

3.1.3. Balance de energía y masa

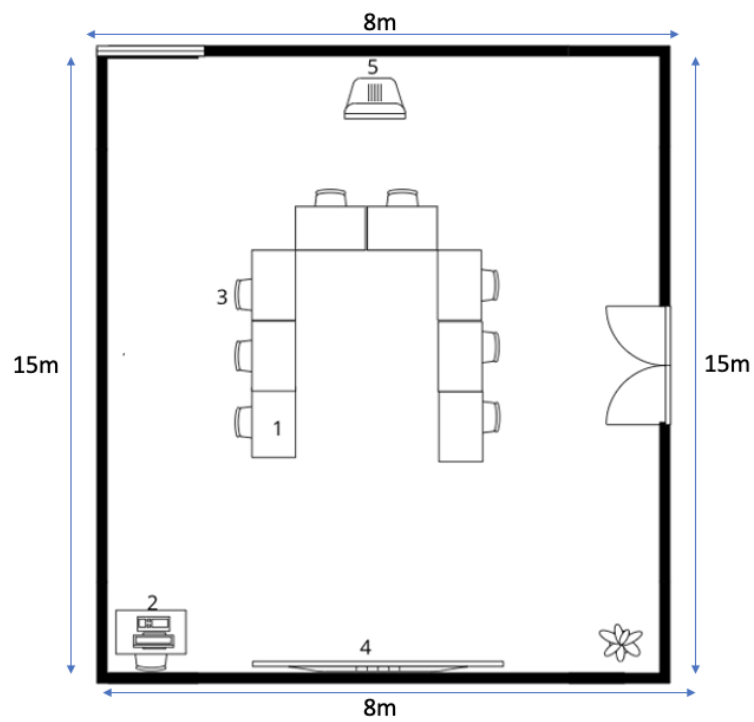
Por la naturaleza del proyecto no se incurrirá en el análisis de balance de energía y masa.

3.1.4. Selección de equipos

Se analizan las consideraciones básicas, técnicas para el funcionamiento del proyecto desde el punto de vista operacional, lo cual determinó equipos de oficina para su correcto funcionamiento del proyecto los cuales son detallados a continuación:

1. Notebook o computador
2. Proyector
3. Mesas
4. Amplificación
5. Sillas
6. Pizarra
7. Iluminación
8. Extintor
9. Basurero

3.1.5. Layout



Fuente: mapa layout de la sala

Figura 3-2. Layout sala de clase



Fuente: imagen de referencia – sala de clase

Figura 3-3. Imagen sala de clase de referencia

Referencias:

- 1- Mesa tipo escritorio
- 2- Computador o notebook
- 3- Sillas
- 4- Telón para proyectar
- 5- Proyector



Fuente: mapa layout de la oficina

Figura 3-4. Layout oficina

En la figura 3-2 corresponde al layout de una sala de clases para el servicio de empleabilidad, donde se usará un formato en U para entregar cercanía entre las personas que asisten al curso. En la figura 3-4 corresponde al plano de una oficina donde se utilizará en formato híbrido y se irá evaluando el uso de ella durante los primeros 3 meses.

- **Insumos variables**

En la tabla 3-2 se puede apreciar los insumos variables, dado el arriendo de la oficina cuenta con todos los servicios, solo se debe evaluar el gasto de insumos de oficina donde se considera comprar la misma cantidad por mes.

Tabla 3-2 Insumos variables

Fuente: elaboración propia insumos variables

Ítem	Cantidad	Costo unitario	IVA 19%	Costo unitario total
Insumos oficina	1	\$ 8.000	\$ 1.520	\$ 8.000
Sala de clases	2	\$ 70.000	\$ 13.300	\$ 140.000
Coaching inserción laboral	2	\$ 50.000	-	\$ 50.000

- **Costos fijos**

En la tabla 3-3 se aprecian los costos fijos que se van a tener en cuenta es oficina y sala de clases. El servicio de internet solo será para la oficina.

Tabla 3-3 Costos fijos

Fuente: elaboración propia costos fijos

Ítem	Precio mensual	Cantidad	Total Ítem
Internet	\$ 11.990	1	\$ 143.880
Oficina	\$ 389.000	1	\$ 4.668.000

- **Otros**

En la tabla 3-4 se visualizan los costos asociados al sitio web y también el CRM donde se podrá hacer seguimiento a los futuros estudiantes y también clientes.

Tabla 3-4 Otros servicios

Fuente: elaboración propia otros servicios

Ítem	Costo mensual (\$/mes)	Costo anual(\$/año)
Mantenimiento página web	\$14.000	\$168.000
Plan CRM Pipedrive	\$12.000	\$144.000
Total	\$26.000	\$312.000

3.1.6. Programa de trabajo, turnos y gastos en personal

Para otorgar el funcionamiento adecuado al proyecto, se realizó un estudio de cargos para el personal interno, donde se presentará cada perfil y su función:

- **Especialista de atracción de talento:** será responsable de la dirección general del proyecto, asegurando el cumplimiento esperado por los inversionistas. Debe cumplir con las definiciones entregadas por la sociedad y asegurar el cumplimiento de la producción y certificar la calidad del servicio final
- **Especialista en marketing y ventas:** será de su responsabilidad administrar los canales digitales de comercio electrónico (página transaccional) y los canales de post venta.
- **Jefe de administrativo:** será de su responsabilidad administrar y supervisar los dos servicios ofrecidos.
- **Gerente general.** Este rol será primordial dado que estará a cargo de establecer nuevos negocios referente al servicio de atracción de talento.

Los roles que no sean de la estructura organizacional de la serán solicitados mediante servicios externos de contratación:

- **Diseñadores:** será encargado de proporcionar los modelos de los envasados y diseños de marca.

- **Contabilidad:** la administración contable del proyecto será dispuesta mediante asesores contables externos, que serán responsables de preparar control de costos, ingresos y egresos preparando la reportería necesaria para la gestión de gerencia y accionistas, además de cumplir con las normativas tributarias actuales.
- **Coaching:** serán las personas encargadas de dictar los cursos, y su servicio va a ser requerido mediante se vayan completando las vacantes.

La estructura de costos para el personal interno del proyecto estará determinada bajo estudio de renta de Robert Half y del comparativo salarial de computrabajo.com, en la tabla 3-5 se podrá apreciar los costos de las personas:

Tabla 3-5 Costos personal

Fuente: elaboración propia con información de robert half y computrabajo

Cargo	Cantidad de trabajadores	Sueldo líquido mensual (\$/mes)	Sueldo líquido anual (\$/año)
Gerente General	1	\$400.000	\$16.800.000
Especialista de marketing	1	\$800.000	\$9.600.000
Especialista atracción de talentos	1	\$800.000	\$9.600.000
Jefe de administrativo	1	\$1.200.000	\$14.400.000
Total Costo Personal Interno	4	\$4.200.000	\$50.400.000

Al observar la estructura mensual de ingresos, es posible notar que el salario del gerente general está por debajo del estándar para su cargo. Esto se debe a que, al tratarse de una empresa nueva, se busca asegurar los sueldos de los demás trabajadores durante los primeros 24 meses (dos años), los cuales son considerados los más complejos para una pequeña y mediana empresa. En la tabla 3-6 que se presenta a continuación, se detallarán todos los costos por trabajador para una mejor comprensión.

Tabla 3-6 Costo trabajadores

Ítem	Especialista de atracción de talento	Especialista en marketing y ventas	Jefe de administrativo	Gerente
Sueldo liquido	\$800.000	\$162.292	\$1.200.000	\$1.400.000
Gratificación	\$ 162.292	\$162.292	\$ 162.292	\$162.292
Colación	\$ 84.000	\$84.000	\$ 84.000	\$84.000
Movilización	\$ 15.000	\$15.000	\$ 15.000	\$15.000
Vacaciones	\$ 37.333	\$37.333	\$ 56.000	\$65.333
Asignación Teletrabajo	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$15.000
SIS/MUTAL	\$ 17.802	\$17.802	\$ 25.202	\$28.902
ACHS	\$ 8.949	\$ 8.949	\$ 12.669	\$14.529
AFC	\$ 23.095	\$23.095	\$ 32.695	\$37.495

Se procede a realizar el costo anual de salarios del personal en la tabla 3-7 donde contempla salario interno como externo, tomando las variables ya mencionadas, la estructura se definirá a continuación:

Tabla 3-7 Costo anual de salarios

Fuente: elaboración propia salarios

Cargo	Cantidad de trabajadores	Sueldo líquido mensual (\$/mes)	Sueldo líquido anual (\$/año)
Gerente General	1	\$1.400.000	\$16.800.000
Especialista de marketing	1	\$1.200.000	\$14.400.000
Especialista atracción de talentos	1	\$800.000	\$9.600.000
Jefe de administrativo	1	\$800.000	\$9.600.000
Total Costo Personal Interno	4	\$4.200.000	\$50.400.000
Contabilidad	1	\$52.226	\$626.712
Coaching inserción laboral	2	\$300.000	\$3.600.000
Diseñador	1	\$150.000	\$1.800.000
Total Costo Personal Externo	4	\$502.226	\$6.026.712
Total	8	\$4.702.226	\$56.426.712

3.1.7. Programa de turnos de trabajo

Para la determinación de los turnos de trabajo se considerará una jornada laboral de 8 horas diarias por cinco días a la semana, donde cada turno será en formato híbrido donde 3 días será desde la casa y los otros 2 en la oficina en formato Cowork, estos horarios no se van a requerir cumplir a cabalidad dado que se utilizará una metodología por objetivos cumplidos. Para el servicio de cursos de empleabilidad serán en formato 100% presencial donde será 3 horas a la semana durante 3 días.

3.1.8. Inversiones en equipo y edificaciones

Por la naturaleza del proyecto no se incurrirá en inversiones de edificación y sólo se tomarán en cuenta equipos de oficina en la tabla 3-8:

Tabla 3-8 Equipo técnico

Fuente: elaboración propia

Uso	Equipo	Descripción	Proveedor	Sin /iva	Con iva	Cantidad
Administrativo	Notebook	Hp notebook hp 240	Abcdin	\$125.210	\$149.000	3
Administrativo	Mobile pos	Mobile pos	Transbank	\$12.597	\$14.990	1

3.1.9. Inversiones en capital de trabajo

Para realizar el cálculo del capital de trabajo necesario para este proyecto, se realizó el método mediante déficit acumulado, realizando los cálculos mediante los flujos de ingresos y egresos proyectados, llegando a cuantificar el déficit acumulado ascendiendo a 324 UF, este monto es el que determinará para este proyecto el capital de trabajo necesario que corresponde a la tabla 3-9.

Tabla 3-9 Capital de trabajo en UF

fuentes: elaboración propia

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
%Crecimiento de la demanda	0%	7%	7%	7%	7%	7%	7%	11%	11%	12%	12%	12%
Demanda	0	47	47	47	47	47	47	73	73	80	80	80
Ingresos	0	327	327	327	327	327	327	514	514	561	561	561
Costos fijos	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136
Costos variables	175	175	175	175	175	175	175	274	274	299	299	299
Costos totales	311	311	311	311	311	311	311	411	411	436	436	436
Saldo	-311	16	16	16	16	16	16	104	104	125	125	125
Saldo actualizado	-311	-295	-278	-262	-245	-229	-213	-109	-5	120	246	371
Capital de trabajo	311 Valor absoluto											

3.1.10. Gastos de puesta en marcha

El monto de la puesta en marcha para efectos del proyecto tiene un valor de 26 UF, valor calculado con la UF, del 01 de octubre del 2022 por \$34.271,85, en la tabla 3-10 se podrá apreciar los detalles:

Tabla 3-10 Gastos puesta en marcha

Fuente: elaboración propia

Ítem	\$ con IVA	\$ sin IVA
Firma electrónica	\$ 24.990	\$ 21.000
Página web	\$ 129.000	\$ 108.403
Dominio	\$ 54.750	\$ 46.008
Licencia office 365	\$ 5.610	\$ 4.714
Marketing	\$ 800.000	\$ 672.269
Patente comercial	\$ 48.300	\$ 40.588
Total	\$ 1.062.650	\$ 892.983
Total UF	31,0	26,1

3.1.11. Costos de imprevistos

La empresa en cuestión ha calculado un costo de imprevisto de 2,1 UF, el cual ha sido determinado a través de un análisis exhaustivo de sus operaciones y necesidades. Este monto representa el 5% de la inversión total de la empresa, y ha sido reservado para hacer frente a cualquier eventualidad que pueda surgir durante el desarrollo de sus actividades.

El cálculo del costo de imprevisto se ha realizado considerando diversos factores, tales como la naturaleza de las operaciones de la empresa, los riesgos asociados a su industria y las posibles contingencias que podrían afectar su desempeño. De esta manera, se busca garantizar la continuidad de las actividades empresariales y minimizar cualquier impacto negativo en su rentabilidad.

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

4.1. Administrativa

En el presente capítulo se analizarán las normativas legales requeridas para la definición de este proyecto, se podrá ver la estructura organizacional de la empresa, descripción del personal, y así también las normativas tributarias y medioambientales, con el fin de poder alcanzar los objetivos establecidos para este proyecto .

4.1.1. Personal

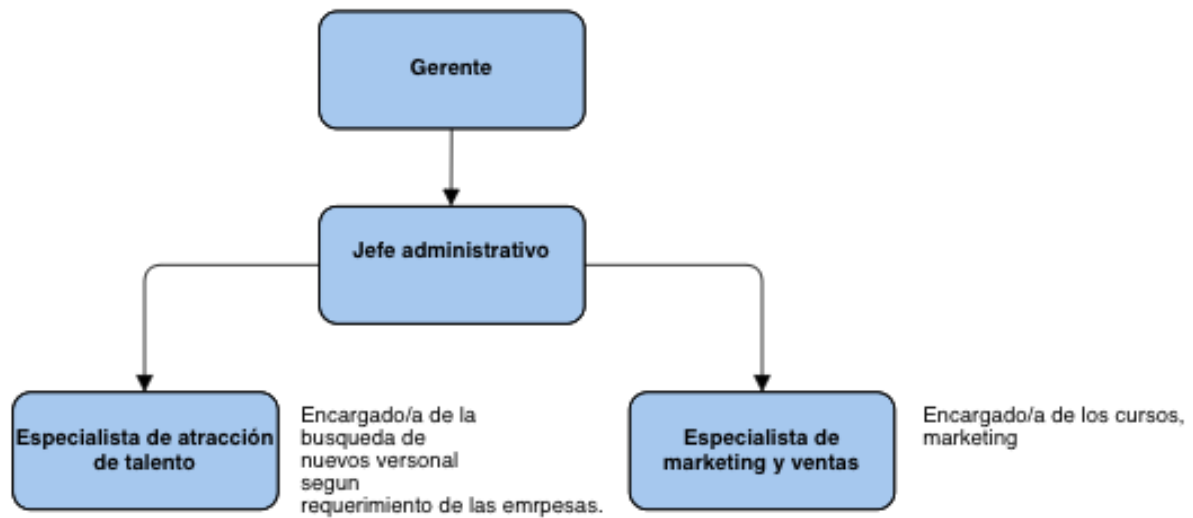
La estructura del personal para el funcionamiento y operación del proyecto se compone de un gerente donde su rol estará en la parte más comercial de la empresa, estará a cargo de generar nuevos clientes.

También se contará con un jefe encargado de la administración donde tendrá que velar por el funcionamiento y cumplimiento del proyecto, tendrá dos cargos que lo estarán reportando que es un especialista de atracción de talento que su función es poder cubrir las solicitudes de las distintas empresas al momento de buscar un nuevo candidato, el otro perfil que depende del jefe de administración es un especialista de marketing y ventas donde su principal función es estar a cargo de los cursos de empleabilidad y velará por la penetración de mercado que se busca.

Las personas encargadas de hacer coaching se irán contratando según los cursos habilitados. Un auxiliar de aseo para la limpieza de áreas comunes, servicio contable que velará por el orden legal y tributario del proyecto, todo esto será por servicios externos.

4.1.2. Estructura organizacional

En la Figura 4-1 se podrá apreciar la estructura organizacional, donde jerárquicamente se presenta la figura del gerente, jefe administrativo y los dos especialistas, por otro lado tendremos personal externo que solo se va a requerir en instancias específicas es por eso que no entran en la estructura organizacional de la empresa.



Fuente: creación propia

Figura 4-1. Organigrama

4.1.3. Personal administrativo, cargos, perfiles y sueldos

El personal administrativo estará compuesto por:

- 4 administrativos

Los sueldos que se pagarán a las personas es equivalente al mercado de hoy en día donde se podrá ver en la siguiente tabla 4-1:

Tabla 4-1 Costos personal

Fuente: elaboración propia con información de robert half y computrabajo

Cargo	Sueldo bruto	Sueldo líquido	Costo empresa
Especialista de atracción de talento	\$899.000	\$ 800.000	\$1.163.472
Especialista en marketing y ventas	\$899.000	\$ 800.000	\$1.163.472
Jefe de administrativo	\$1.299.000	\$ 1.200.000	\$1.602.858
Gerente	\$499.000	\$ 1.400.000	\$ 1.822.552

Se incluye el costo empresa que se refiere al gasto total que una empresa debe afrontar para contratar y mantener a un empleado, incluye aportes como cotizaciones para seguridad social, salud y pensión, impuestos, seguros y otras prestaciones. Conocer el costo empresa es importante para tomar decisiones informadas en la gestión de una empresa para su planificación. En resumen, el costo empresa es un aspecto clave en la gestión de recursos humanos y en la competitividad de la empresa en el mercado laboral.

4.1.4. Gasto personal

Los gastos que están relacionados con el personal son la ropa de trabajo pero el servicio no cuenta con uniforme estándar, solo se utilizará teñida semi formal.

4.2. Aspectos legales

4.2.1. Marco legal vigente nacional e internacional

Para la constitución y funcionamiento apropiado de una empresa, se debe cumplir toda normativa vigente previamente establecida en ley suprema del orden público de un país, del cual nacen los tratados internacionales, leyes, normas, reglamentos, convenios, usos y costumbres que afectan el desarrollo de un proyecto. A través de esto se analiza la viabilidad legal aludiendo al funcionamiento o desarrollo del proyecto, sin infringir lo establecido en la legislación vigente.

El giro del proyecto está enmarcado en el ámbito de Pyme, del mercado nacional, perteneciente al código 107909 según lo que establezca el código del trabajo.

- Escritura de la sociedad
- Publicación en el diario oficial
- Contrato de arriendo

- Iniciación de actividades SII
- Patente municipal

4.2.2. Marco legal vigente nacional

En este ítem se considerará reglamentos y disposiciones que forman parte del marco legal vigente nacional

- Cumplimiento con lo establecido en el servicio de impuestos internos, quien otorga la iniciación de actividades y establecer los impuestos a los cuales deba atenerse el proyecto.
- Cumplimiento de la ordenanza general de urbanismo y construcción, regulada por el decreto supremo n° 47, es fundamental en la planificación, diseño y construcción de edificaciones. Dicha normativa se divide en distintos capítulos, entre los que destacan el capítulo V "De la arquitectura" y el capítulo L "De las condiciones de habitabilidad". Estos capítulos establecen los estándares técnicos de diseño y construcción, así como los procesos administrativos y técnicos que deben seguirse para cumplir con las normas de planificación urbana, urbanización y construcción de edificaciones. En resumen, el cumplimiento de la ordenanza general de urbanismo y construcción es un requisito legal y técnico importante para garantizar la calidad y seguridad de las construcciones en las ciudades.
- Cumplimiento con lo exigido por la inspección del trabajo, en materia laboral.
- Cumplimiento con lo exigido por la ley de servicios de la sociedad e información en materia de comercio electrónico.

4.2.3. Aspectos laborales

Se expondrá la situación laboral actual de la empresa donde se considerará aspectos legales implícitos en la ley 19.010 (código del trabajo), donde se refiere a: remuneración acordes al esfuerzo desarrollado por el trabajador. Remuneraciones mínimas según las establecidas a la fecha, cotizaciones provisionales obligatorias de AFP 13%, salud 7%, accidentes del trabajo 0,95% y seguro de cesantía 2,4%.

Los bonos, comisiones, sobresueldos y demás incentivos, va a quedar a libre asignación según la política de la empresa, si es que entra en funcionamiento. También se creará una escala de remuneración de acuerdo a las funciones y cargos de responsabilidad donde se evaluará la experiencia y años de servicios.

4.2.4. Costos asociados al cumplimiento de la legislación vigente

Los trámites legales se harán desde la web <https://www.registrodeempresasysociedades.cl/> con esto se logrará un ahorro en : abogado, patente comercial, gastos notariales, boletas.

4.3. Societaria

4.3.1. Relación entre inversionistas

La empresa se constituirá como sociedad comercial de responsabilidad limitada, conformada por dos socios de capitales iguales. Es decir, los socios responden hasta el monto de sus aportes. Es solemne, consta de una escritura pública, con extracto inscrito en el registro de comercio y publicado en el diario oficial, protocolizada ante notario.

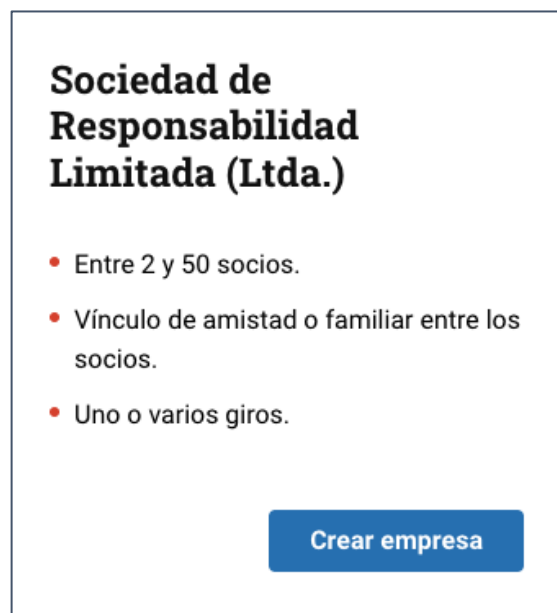
Se rige supletoriamente por las normas de la sociedad colectiva contempladas en el código civil y en el código de comercio.

4.3.2. Estructura societaria

La sociedad que se constituirá para este proyecto será de responsabilidad limitada ya mencionada en el punto anterior, de acuerdo al código de comercio n° 3.918, que se establece en su artículo n° 352 lo siguiente: “la responsabilidad de los socios queda limitada a sus aportes o a la suma que a más de esto se indique” se firma y aprueba por escritura e inscripción pública los siguientes puntos :

- Se debe presentar los nombres, apellidos y domicilios de los socios.
- la razón o firma social, los socios encargados de la administración y del uso de la razón social. El capital o el aporte que introducen los socios.
- Debe señalarse un capital mínimo para este proyecto
- Debe fijarse un capital máximo para este proyecto
- El domicilio de la sociedad.
- Duración de la sociedad
- Administración social, donde se señala la cantidad de socios
- Liquidación y división del haber social

El documento detallado anteriormente corresponde a la estructura de la sociedad y todo este proceso se hará en el sitio web <https://www.registrodeempresasysociedades.cl/> .



Fuente: registrodeempresasysociedades

Figura 4-2. Empresa en un día

4.4. Tributaria

4.4.1. Sistema tributario

La situación tributaria que se registrará el proyecto será la de todos los negocios ya constituidos en Chile, los puntos son:

- El impuesto a la renta de primera categoría
- El impuesto a las ventas y servicios

4.4.2. Mecanismo de determinación de gasto en impuesto

En este punto se expondrá el mecanismo para el gasto en impuesto, primeramente se deben conocer los ingresos brutos, la renta bruta y la renta líquida. Donde los ingresos brutos son todos los ingresos derivados de la explotación de bienes y actividades en la primera categoría.

Renta bruta está determinada sobre la deducción de los ingresos brutos, el costo directo de los bienes y los servicios que se requieran para la obtención de la renta. La renta líquida se obtiene mediante la renta bruta de todos los gastos necesarios para producirla. Determina deduciendo de la renta bruta todos los gastos necesarios para producirla.

4.5. Financiera

4.5.1. Fuentes de financiamiento

En este punto se tomará la evaluación de financiamiento de este proyecto, tomando en cuenta 2 tipos de crédito donde el primero tendrá un 50% de inversión y el segundo un 75%, ambos serán en un plazo de 5 años.

- **Proyecto puro:** es el financiamiento propio, es decir, no contempla ningún tipo de crédito y es financiado 100% con recursos propios..
- **Proyecto financiado al 50%:** corresponde a un financiamiento del 50% del proyecto donde el 50% corresponde a una institución financiera y el otro 50% es de aportes propios.
- **Proyecto financiado al 75%:** al igual que el punto anterior, en este caso el financiamiento es mayor porque corresponde al 75% desde una institución financiera, mientras el 25% es de aportes propios.

4.5.2. Instituciones crediticias

Las instituciones crediticias tienen la facultad de otorgar créditos sin tope hasta un 80% donde el otro 20% se debe cubrir mediante inversión independiente o por una sociedad. Para este proyecto se evaluará máximo un 75%.

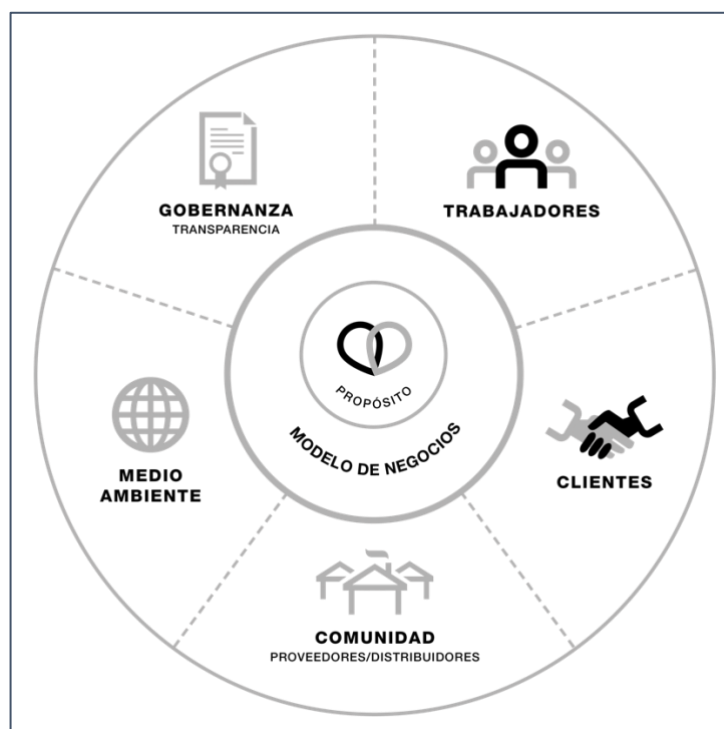
4.5.3. Costos de financiamiento

Todos los costos de financimeintos asociados corresponden al costo de conseguir un credito en una financiera (banco) y está ligada a los intereses, se evaluará créditos para pequeñas empresas el cual corresponde a una tasa de interes del 3,7% según el sitio web del banco estado.

4.6. Ambiental

4.6.1. Impacto medio ambiente

El proyecto direccionará su funcionamiento bajo directrices de una empresa B, donde después de 1 año de funcionamiento se intentará postular a este reconocido modelo de empresa donde no solo busca ser sustentable con el medio ambiente sino que también en lo social.



Fuente: sistemab

Figura 4-3. Modelo de negocio empresa B

Para poder postular y ser una empresa B se deben cumplir con 4 elementos claves que son:

- Propósito
- Requisito legal
- Certificación
- Interdependencia

Las empresas con menos de 12 meses de operación, pueden solicitar un sello que es que b pendiente por aprobación, con esto uno tiene una vigencia de 2 años, donde tendrá la capacidad de ordenar y establecer todos los puntos para poder postular a la licencia certificada.

El sello de b pendiente, requiere cambiar estatutos de la empresa desde un inicio donde se pide poder completar el 100% de la evaluación y posteriormente se solicita un contrato.



Fuente: sistemab

Figura 4-4. Certificación pendiente

Esto es un hecho de que cada vez son más las empresas y a su vez empresarios que buscan transparencia y lograr un impacto ambiental y también social, ya que se busca contribuir desde varias aristas. Las empresas que se certifican como empresa b no son perfectas, solo

que asumen un compromiso de mejora continua que no muchas lo tienen, estableciendo un propósito empresarial socioambiental (ya mencionado).

En este modelo de negocio se busca medir y analizar cinco áreas importantes de una empresa que es:

- Gobierno
- Trabajadores
- Clientes
- Comunidad
- Medio ambiente

Evaluando estos cinco puntos permitirá tener una revisión más detallada de todas estas, con el fin de poder identificar y mitigar cada punto de quiebre; esto permitirá obtener puntos de mejora y también de oportunidades para ser un agente de cambio en la economía de una empresa.

4.6.2. Marco legal vigente

Toda la actividad que requiera de interacciones con la sociedad, normas que rigen su comportamiento y éste proyecto no está ajeno a éstas. A continuación se detallan los requerimientos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

- Escritura de la sociedad
- Constitución de sociedad
- Iniciación de actividades SII
- Patente municipal

Escritura, constitución de sociedad se hará por medio de la página empresa por un día donde el 77% de las personas prefieren utilizar esta página dado a su rápido manejo, también está libre de cargos como abogados.

4.6.3. Análisis de afluentes

Este proyecto por su tecnología y características no produce impacto alguno al medio ambiente.

5. CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

5.1. Consideraciones para utilizar

En este punto se va a considerar los resultados que se pudieron observar en los capítulos anteriores (1, 2, 3 y 4). Aquí se podrá ver análisis del precio y la demanda dentro de un contexto financiero donde se presentará distintos flujos de cajas con y sin financiamiento para concluir con los resultados de la sensibilización.

5.1.1. Horizonte del proyecto

El proyecto en evaluación corresponde a la formación de una empresa de capacitación laboral y búsqueda de candidatos calificados para las distintas empresas de la región metropolitana. En este proyecto se estima una demanda anual de 668 alumnos para el primer año. Hay que tener en consideración que el proyecto se evaluará a cinco años comenzando desde el 2023 permitiendo así tener un retorno esperado.

5.1.2. Moneda

Los valores presentados para el proyecto están avaluados en unidades de fomentos (UF), actualizada al 01 de octubre del 2022 por \$34.271,85. El objetivo de utilizar esta moneda es presentar una evaluación del proyecto en una unidad que ya presente los efectos de la inflación del mercado.

5.1.3. Tasa de descuento

La tasa de descuento o tasa de retorno para el proyecto en cuestión es del 6,56%, tomando en cuenta que el mismo se financiará tanto con capitales propios como con capitales obtenidos de una entidad bancaria. Es importante mencionar que el cálculo de la tasa de descuento se basa en el modelo del CAPM, el cual se detalla en el punto 5.1.7 del informe y arrojó un resultado de 6,56%.

5.1.4. Impuestos

La tasa impositiva a la que se encontrará afecto el proyecto y las utilidades percibidas en el ejercicio, será del 25% según la Reforma Tributaria, ley 21.210 aplicados a empresas de primera categoría.

5.1.5. Depreciaciones

De acuerdo con la legislación tributaria vigente, se debe reconocer toda pérdida de valor fungible de todos los bienes que posee el proyecto. En este proyecto se utilizará una depreciación acelerada donde se podrá ver con detalle en la tabla 5-1. Para el proyecto se ha optado por una depreciación acelerada.

A continuación, se detalla la tabla 5-1 donde se debe considerar que los valores están en UF:

Tabla 5-1 Depreciación

Fuente: elaboración propia

Ítem	Año				
	1	2	3	4	5
Notebook	5,5	5,5	0	0	0
Mobile pos	0,18	0,18	0	0	0
Total	5,66	5,66	0	0	0
Total, año 1 y 2	11,33				

5.1.6. Reinversiones

El proyecto no presenta reinversiones, ya que la vida útil normal de todos sus activos supera el rango de los cinco años.

5.1.7. Análisis de riesgo

La tasa de descuento es esencial en la valoración de proyectos de inversión y se utiliza para determinar la rentabilidad mínima exigida al proyecto. Se calcula a través del Modelo de Valoración del Precio de los Activos Financieros (conocido como modelo CAPM), el cual se basa en variables como el riesgo, la tasa libre de riesgo y la tasa de mercado para determinar la tasa de retorno requerida para un determinado activo financiero.

$$Ei = Rf + Bi \times (Rm - Rf)$$

El cálculo de la rentabilidad esperada de una inversión se basa en varios factores, entre ellos el rendimiento de un activo libre de riesgo (Rf), el beta de la inversión (Bi) y el retorno esperado de mercado (Rm). Para el proyecto del informe, se consideran los siguientes datos:

- $Rf = 1,92\%$, que corresponde a la tasa libre de riesgo obtenida de proyectos anteriores entre 2013 y 2015, tomando como referencia los bonos del Banco Central a 5 años (BCU-5)
- $Bi = 0,95$, valor beta de la industria obtenido de la tabla de economías emergentes de Aswath Damodaran, analizada en enero de 2022.
- $Rm = 6,90\%$, obtenido como promedio de la variación del IPSA entre enero de 2012 y enero de 2021.

Reemplazando estos valores en la ecuación se puede obtener la rentabilidad esperada de la inversión (Ei).

$$Ei = 1,92 + 0,95 * (6,90 - 1,92)$$

$$Ei = 6,651\%$$

La tasa de descuento del proyecto será de un 6,651%

5.1.8. Valor desecho

El valor de desecho es calculado mediante el método económico, se considera los activos del proyecto donde corresponde a 3 notebook y 1 Mobile POS que se podrá visualizar en la tabla 5-2. El valor de desecho proyectado es de 3 UF.

Tabla 5-2 Desecho

Fuente: elaboración propia

Activos	Valor Total \$	Valor Residual \$	Valor Residual UF
Notebook	\$447.000	\$89.400	3
Mobile POS	\$14.990	\$2.998	0,1

5.1.9. Puesta en marcha

Para el concepto de puesta en marcha e instalación se considera una inversión de 31,01 UF, en la tabla 5-3 se podrá observar en detalle cada ítem:

Tabla 5-3 Puesta en marcha

Fuente: elaboración propia

Ítem	UF
Firma electrónica	0,73
Página web	3,76
Dominio	1,60
Licencia office 365	0,16
Marketing	23,34
Patente comercial	1,41
Total	26,1

5.2. Proyecto puro

Mediante los análisis obtenidos del proyecto se detalla en la tabla 5-4 donde se puede apreciar los ingresos proyectados para el proyecto, se evalúa los dos servicios que tiene el proyecto actual.

Tabla 5-4 Proyecto puro

Fuente: elaboración propia

Periodo	Venta UF servicio 1	Venta UF servicio 2	Demanda servicio 1	Demanda anual servicio 2	Ingresos UF servicio 1	Ingreso UF servicio 2
Año 1	2,9	29,18	668	48	1.949	1.401
Año 2	3,2	32,4	741	53	2.402	1.726
Año 3	3,6	36,0	823	59	2.959	2.126
Año 4	4,0	39,9	914	66	3.646	2.620
Año 5	4,4	44,3	1.014	73	4.492	3.228

En la tabla 5-5 se podrá apreciar el proyecto puro sin financiamiento externo.

Tabla 5-5 Flujo - proyecto puro

Fuente: elaboración propia

Ítem	0	1	2	3	4	5
Ingresos capacitación de empleabilidad		1.949	2.402	2.959	3.646	4.492
Ingresos atracción de talento		1.401	1.726	2.126	2.620	3.228
Ingreso total		3.350	4.127	5.085	6.265	7.719
Costos Variables total		-2.495	-2.769	-3.074	-3.412	-3.787
Remuneraciones		-1.471	-1.544	-1.621	-1.702	-1.788
Internet		-50	-53	-56	-58	-61
Arriendo oficina y sala		-114	-120	-126	-133	-139
Costos Fijos total		-1.635	-1.717	-1.803	-1.893	-1.988
Utilidad Operacional		-781	-359	208	960	1.944
Depreciación		-6	-6			
Intereses Crédito Largo Plazo						
Intereses Crédito Corto Plazo			-44	-68	-60	-8
Pérdida Ejercicio Anterior			-786	-1.196	-1.055	-155
Venta de Activo						1
Utilidad Antes de Impuestos		-786	-1.196	-1.055	-155	1.782
Impuestos		0	0	0	0	0
Utilidad Después de Impuestos		-786	-1.196	-1.055	-155	1.782
Depreciación		6	6			
Pérdida Ejercicio Anterior			786	1.196	1.055	155
Amortización Crédito Corto Plazo			-781	-1.184	-1.044	-143
Inversión Activos Fijos	-4					
Inversión en Intangibles, Puesta en Marcha e imprevistos	-2					
Inversión en Capital de Trabajo	-311					
Recuperación Capital de Trabajo						311
Flujo Antes de Financiamiento	-317	-781	-1.184	-1.044	-143	2.104
Crédito Largo Plazo						
Crédito Corto Plazo		781	1.184	1.044	143	
Flujo Después de Financiamiento	-317	0	0	0	0	2.104
Flujo Después de Financiamiento Actualizado	-317	0	0	0	0	1.525
Flujo Después de Financiamiento Actualizado Acumulado	-317	-317	-317	-317	-317	1.208

En la tabla 5-6 se podrá apreciar 3 escenarios para este proyecto donde se tiene uno optimista, moderado y negativo, los flujos de estos escenarios se podrán ver en los anexos.

Tabla 5-6 Puesta en marcha

Fuente: elaboración propia

Indicadores Económicos	Valores
VAN	1.208
TIR	46%
PRI (payback)	5
IVAN	891

Gracias a la realización del flujo sin financiamiento (puro) se pueden analizar las siguientes variables:

Al no tener un financiamiento externo u bancario, la conexión ingresos versus costos arroja un resultado menor a lo que se esperaba, siendo así un tercer periodo del flujo llegando a un acumulado de 1.210 UF para el ítem flujo actualizado acumulado, podemos decir que el proyecto está siendo rentable con un TIR del 46%, la tasa de descuento esperada por el inversionista es de un 6,65%. CAPM.

5.3. Proyecto con financiamiento

Para este proyecto se busca poder calcular la mejor alternativa de financiamiento, la cual podrá ayudar a compartir el riesgo del inversionista, para esto se proponen dos escenarios uno del 50% y otro del 75%, pagando el total de la deuda en un plazo de cinco años.

5.3.1. Cuota de crédito con un financiamiento del 50%

Se evaluó un crédito con el Banco del Estado para Pequeñas empresas, el cual otorga tasas de interés con una tasa anual ofertada del 5,7 %.

El monto para financiar corresponde al 50% de la inversión total, el 50% de la inversión total, monto que asciende a 158 unidades de fomento, cancelando la deuda en cinco años al igual que el proyecto, en la tabla 5-7 se puede apreciar con mayor detalle.

Tabla 5-7 Amortización

Fuente: elaboración propia

Ítem	Periodos					
	0	1	2	3	4	5
Principal (UF)	178	145	111	75	38	0
Cuota (UF)		40	40	40	40	40
Interés (UF)		6,7	5,5	4,2	2,8	1,4
Amortización (UF)		33	34	36	37	38

A continuación, se presentará el proyecto con financiamiento del 50% en la tabla 5-8:

Tabla 5-8 Flujo con financiamiento del 50%

Fuente: elaboración propia

Ítem	0	1	2	3	4	5
Ingresos capacitación de empleabilidad		1.949	2.402	2.959	3.646	4.492
Ingresos atracción de talento		1.401	1.726	2.126	2.620	3.228
Ingreso total		3.350	4.127	5.085	6.265	7.719
Costos Variables total		-2.495	-2.769	-3.074	-3.412	-3.787
Remuneraciones		-1.471	-1.544	-1.621	-1.702	-1.788
Internet		-50	-53	-56	-58	-61
Arriendo oficina y sala		-114	-120	-126	-133	-139
Costos Fijos total		-1.635	-1.717	-1.803	-1.893	-1.988
Utilidad Operacional		-781	-359	208	960	1.944
Depreciación		-6	-6			
Intereses Crédito Largo Plazo		-6	-5	-4	-3	-1
Intereses Crédito Corto Plazo			-47	-72	-66	-18
Pérdida Ejercicio Anterior			-793	-1.210	-1.078	-187
Venta de Activo						1
Utilidad Antes de Impuestos		-793	-1.210	-1.078	-187	1.739
Impuestos		0	0	0	0	0
Utilidad Después de Impuestos		-793	-1.210	-1.078	-187	1.739
Depreciación		6	6			
Pérdida Ejercicio Anterior			793	1.210	1.078	187
Amortización Crédito Largo Plazo		-32	-33	-34	-36	-37
Amortización Crédito Corto Plazo			-819	-1.263	-1.165	-310
Inversión Activos Fijos	-4					
Inversión en Intangibles, Puesta en Marcha e imprevistos	-2,01					
Inversión en Capital de Trabajo	-311					
Recuperación Capital de Trabajo						311
Flujo Antes de Financiamiento	-317	-819	-1.263	-1.165	-310	1.890
Crédito Largo Plazo	158					
Crédito Corto Plazo		819	1.263	1.165	310	
Flujo Después de Financiamiento	-158	0	0	0	0	1.890
Flujo Después de Financiamiento Actualizado	-158	0	0	0	0	1.370
Flujo Después de Financiamiento Actualizado Acumulado	-158	-158	-158	-158	-158	1.211

En la tabla 5-9 se podrá observar los indicadores económicos del proyecto financiado al 50%:

Tabla 5-9 Indicadores

Fuente: elaboración propia

Indicadores Económicos	Valores
VAN	1.211
TIR	64%
PRI (payback)	5
IVAN	894

Una buena forma de dar contexto, si el VAN es positivo, significa que el proyecto o inversión generará más ingresos de los que costo, lo que indica que es una inversión rentable. Además, el Índice de Valor Actual Neto (IVAN) se utiliza para determinar la tasa de descuento adecuada para la evaluación de la inversión. Un IVAN alto indica una tasa de descuento baja, lo que hace que la inversión sea más rentable, es decir, estos dos indicadores son críticos para ayudar en la evaluación de un proyecto como este.

Para este caso se pudo observar que el proyecto está siendo rentable teniendo un PAYBACK en el periodo 5 y un TIR superior al flujo puro.

5.3.2. Cuota del crédito con financiamiento del 75%

Al igual que el ejercicio anterior se evaluó un crédito con el Banco Estado para pequeñas empresas donde se mantuvo la tasa de interés otorgada por el banco del 5,7%. En este proceso se dispone a financiar el 75% del proyecto con un pago en cinco periodos que son los que corresponde el proyecto.

En la tabla 5-10 se observará en detalle donde el monto a financiar corresponde de 267 UF.

Tabla 5-10 Amortización

Fuente: elaboración propia

Ítem	Periodos					
	0	1	2	3	4	5
Principal (UF)	267	218	166	113	57	0
Cuota (UF)		60	60	60	60	60
Interés (UF)		10	8	6	4	2
Amortización (UF)		50	51	53	55	57

No se presentan flujos de caja negativos dado este tipo de financiamiento, por lo que no fue necesario recurrir a más créditos, a continuación, en la tabla 5-11 se presentará el flujo con un financiamiento del 75%.

Tabla 5-11 Flujo con financiamiento del 75%

Fuente: elaboración propia

Ítem	0	1	2	3	4	5
Ingresos capacitación de empleabilidad		1.949	2.402	2.959	3.646	4.492
Ingresos atracción de talento		1.401	1.726	2.126	2.620	3.228
Ingreso total		3.350	4.127	5.085	6.265	7.719
Costos Variables total		-2.495	-2.769	-3.074	-3.412	-3.787
Remuneraciones		-1.471	-1.544	-1.621	-1.702	-1.788
Internet		-50	-53	-56	-58	-61
Arriendo oficina y sala		-114	-120	-126	-133	-139
Costos Fijos total		-1.635	-1.717	-1.803	-1.893	-1.988
Utilidad Operacional		-781	-359	208	960	1.944
Depreciación		-6	-6			
Intereses Crédito Largo Plazo		-10	-8	-6	-4	-2
Intereses Crédito Corto Plazo			-48	-74	-70	-22
Pérdida Ejercicio Anterior			-796	-1.217	-1.089	-203
Venta de Activo						1
Utilidad Antes de Impuestos		-796	-1.217	-1.089	-203	1.718
Impuestos		0	0	0	0	0
Utilidad Después de Impuestos		-796	-1.217	-1.089	-203	1.718
Depreciación		6	6	0	0	0
Pérdida Ejercicio Anterior			796	1.217	1.089	203
Valor Libro						
Amortización Crédito Largo Plazo		-48	-50	-51	-53	-55
Amortización Crédito Corto Plazo			-838	-1.303	-1.226	-394
Inversión Activos Fijos	-4					
Inversión en Intangibles, Puesta en Marcha e imprevistos	-2,01					
Inversión en Capital de Trabajo	-311					
Recuperación Capital de Trabajo						311
Flujo Antes de Financiamiento	-317	-838	-1.303	-1.226	-394	1.783
Crédito Largo Plazo	238					
Crédito Corto Plazo		838	1.303	1.226	394	0
Flujo Después de Financiamiento	-79	0	0	0	0	1.783
Flujo Después de Financiamiento Actualizado	-79	0	0	0	0	1.292
Flujo Después de Financiamiento Actualizado Acumulado	-79	-79	-79	-79	-79	1.213

Indicadores económicos del proyecto financiado al 75% se representan en la tabla 5-12:

Tabla 5-12 Indicadores

Fuente: elaboración propia

Indicadores Económicos	Valores
VAN	1.213
TIR	86%
PRI (Payback)	4
IVAN	896

5.3.3. Rentabilidad de los proyectos con y sin financiamiento

La rentabilidad obtenida para los tres escenarios es positiva, sin embargo, dado el que el porcentaje de financiamiento es más alto para el último caso; se aprecia que las condiciones son más favorables, en la tabla 5-13 se muestra un resumen.

Tabla 5-13 Resumen indicadores

Fuente: elaboración propia

Flujo	VAN (UF)	TIR	PAYBACK	IVAN
Puro	1.208	46%	5	891
Financiado 50%	1.211	64%	5	894
Financiado 75%	1.213	86%	5	896

En las tres alternativas nuestros flujos y VAN son positivos y el retorno de inversión es sobre lo esperado, en conclusión, se recomienda tomar una opción de financiamiento dado es más favorable frente a uno sin financiamiento.

También se hizo el ejercicio de tomar una tasa de descuento WACC para los flujos financiados con el fin de encontrar un alza significativa en el VAN, en la tabla 5-14 se podrá ver el detalle de lo mencionado.

Tabla 5-14 Resumen VAN con CAPM y WACC

Fuente: elaboración propia

Ítem	CAPM	CAPM - WACC	IVAN
Van Puro	1.208	-	-
Van 50%	1.211	1.340	1.024
Van 75%	1.213	1.354	1.037

5.4. Sensibilizaciones

El objetivo del análisis de sensibilización es cuantificar el impacto real que tienen las variables que han sido seleccionadas como críticas para un resultado óptimo del proyecto. Para efectos del presente, se ha seleccionado la demanda del producto y valor de los costos fijos, ya que una variación en cada una de estas variables afectaría a los resultados obtenidos.

5.4.1. Sensibilizaciones respecto a la demanda del producto

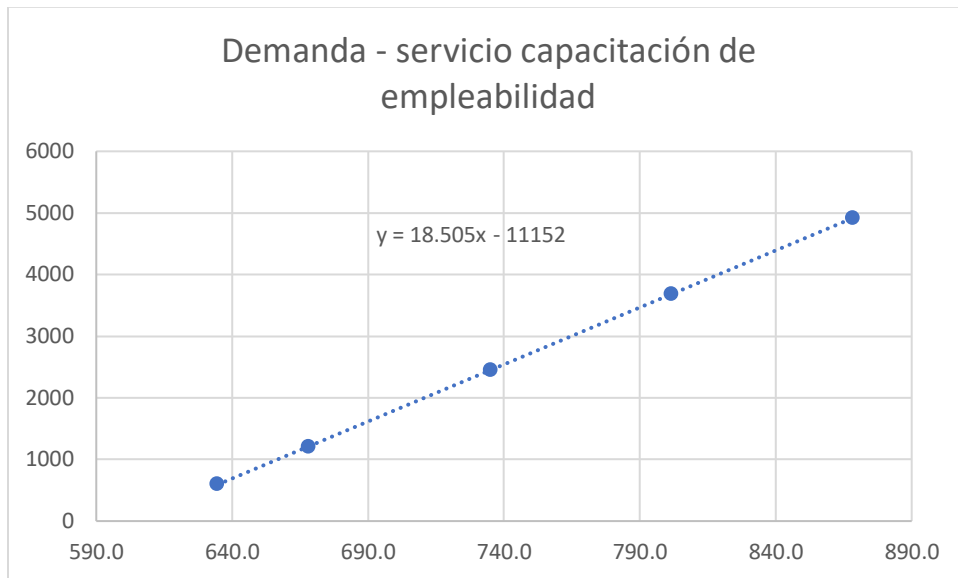
En la tabla 5-15 se realizó el ejercicio de variación de la demanda donde se buscó llegar a un VAN igual a 0 variando la demanda, se presenta el ejercicio realizado en los 3 proyectos para poder ver la variación.

Tabla 5-15 Variación de la demanda flujo puro

Fuente: elaboración propia

Variación de demanda	Demanda	VAN
30%	868,4	4.921
20%	801,6	3.679
10%	735	2.445
0%	668	1.208
-5%	634,6	595
-9,7%	603	0

En el gráfico 5-1 podemos obtener la ecuación que nos facilitó poder saber el punto exacto para llegar con un VAN 0 tuvo una demanda de 603 donde se tuvo que llegar a una variación del -9,7%.



Fuente: elaboración propia sensibilización demanda

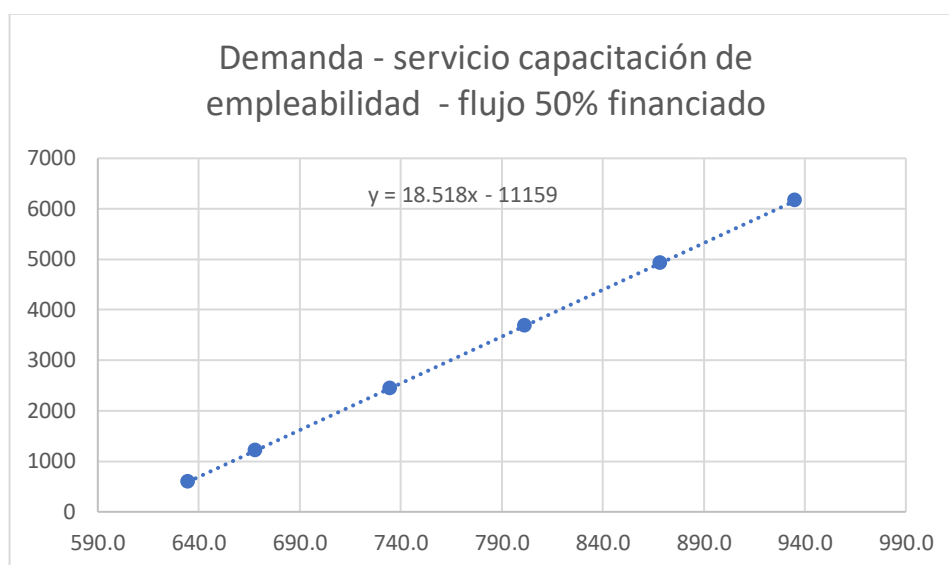
Gráfico 5.1 Sensibilización - demanda flujo puro

Se llevó a cabo una evaluación financiera para el flujo de caja financiado al 50% en la tabla 5-16. Los resultados obtenidos fueron similares a los del flujo puro, ya que se tuvo que llegar a una tasa de descuento del -9,8% para obtener un VAN de 0. Esto indica que la inversión financiada al 50% tiene un rendimiento comparable al del flujo puro.

Tabla 5-16 Variación de la demanda flujo 50% financiado

Fuente: elaboración propia

Variación de demanda	Demanda	VAN
40%	935,2	6.164
30%	868,4	4.921
20%	801,6	3.680
10%	734,8	2.443
0%	668,0	1.211
-5%	634,6	598
-9,8%	602,0	0



Fuente: elaboración propia sensibilización demanda

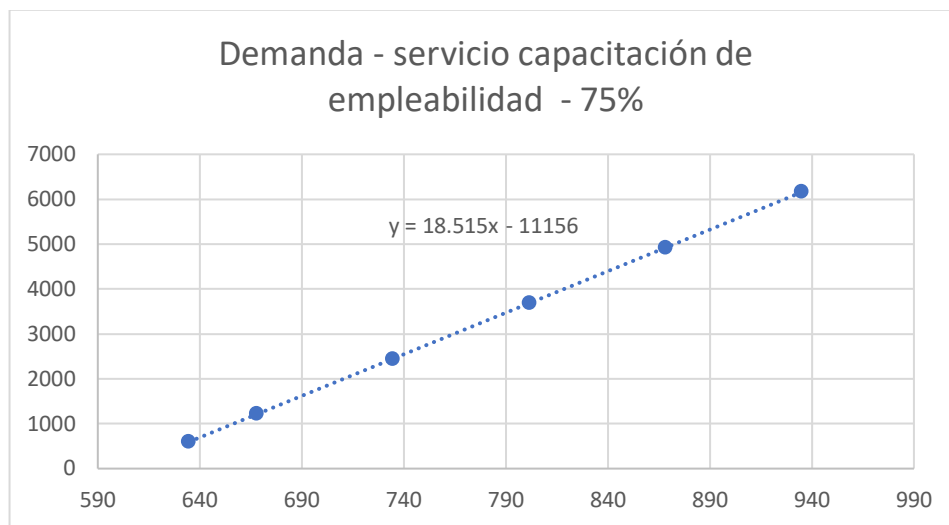
Gráfico 5.2 Sensibilización demanda flujo 50% financiado

Se repite el ejercicio para caso del flujo con financiamiento del 75%, en la tabla 5-17 se podrá ver la variación.

Tabla 5-17 Variación de la demanda flujo 75% financiado

Fuente: elaboración propia

Variación de demanda	Demanda	VAN
40%	935	6.165
30%	868	4.921
20%	802	3.681
10%	735	2.444
0%	668	1.213
-5%	635	599
-9,8%	602	0



Fuente: elaboración propia sensibilización demanda

Gráfico 5.3 Sensibilización demanda flujo 75% financiado

Ahora se observan las tres sensibilizaciones donde se podrá notar que si se baja en promedio un -9,8% un VAN 0 en los tres flujos, en la tabla 5-18 se verá un resumen de los tres flujos con la ecuación correspondiente para poder llegar al punto de corte.

Tabla 5-18 Resumen variación demanda punto de corte

Fuente: elaboración propia

Tipo proyecto	Ecuación de la recta	Punto de corte	Porcentaje de disminución de la demanda
Puro	$y = 18,505x - 11162$	603,2	-9,7%
Financiamiento 50%	$y = 18,518x - 11159$	602,6	-9,8%
Financiamiento 75%	$y = 18,515x - 11156$	602,5	-9,8%

5.4.2. Sensibilizaciones respecto a los costos fijos

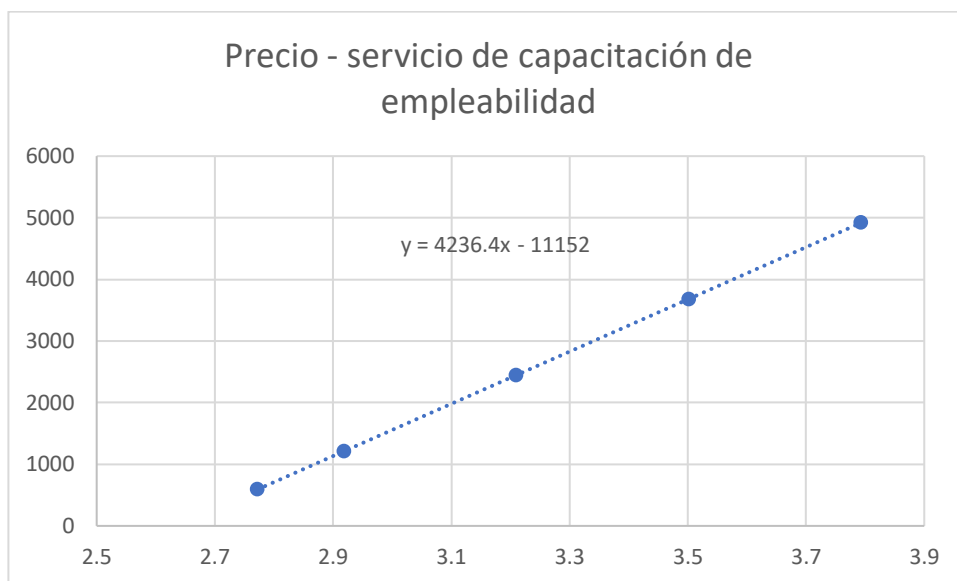
En la tabla 5-19 y en el gráfico 5.5 se realizó un ejercicio de variación del precio en el que se busca determinar la tasa de descuento necesaria para obtener un VAN (Valor Actual Neto) igual a cero. Esto se realiza para evaluar la rentabilidad del proyecto en diferentes escenarios de precios y determinar si la inversión es viable en cada caso. El objetivo es encontrar el precio

de venta adecuado para maximizar la rentabilidad del proyecto y garantizar su éxito financiero.

Tabla 5-19 Variación del precio flujo puro - servicio de capacitación de empleabilidad

Fuente: elaboración propia

Variación precio	Precio	VAN
30%	3,8	4.921
20%	3,5	3.679
10%	3,2	2.441
0%	2,9	1.208
-5%	2,8	595
-10%	2,6	0



Fuente: elaboración propia

Gráfico 5.4 Sensibilización precio flujo puro - servicio de capacitación de empleabilidad

Según los resultados obtenidos, al sensibilizar el proyecto variando el precio del producto se puede decir que para llegar a un VAN cero se debe bajar un -9,8% y así se podrá obtener un valor de 2,6 UF para que finalmente el VAN de un valor cero. A continuación, se podrá ver el ejercicio con el flujo financiado al 50% en la tabla 5-20 y grafico 5.4.

Tabla 5-20 Servicio de capacitación de empleabilidad – flujo del 50%

Fuente: elaboración propia

Variación	Demanda	VAN
40%	4,1	6.164
30%	3,8	4.921
20%	3,5	3.680
10%	3,2	2.443
0%	2,9	1.211
-5%	2,8	598
-9,7%	2,6	0

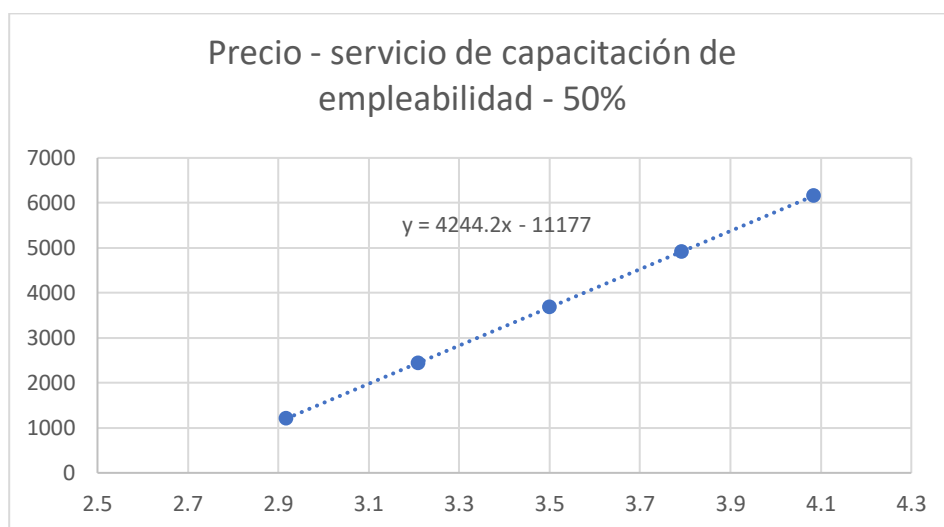
*Fuente: elaboración propia*

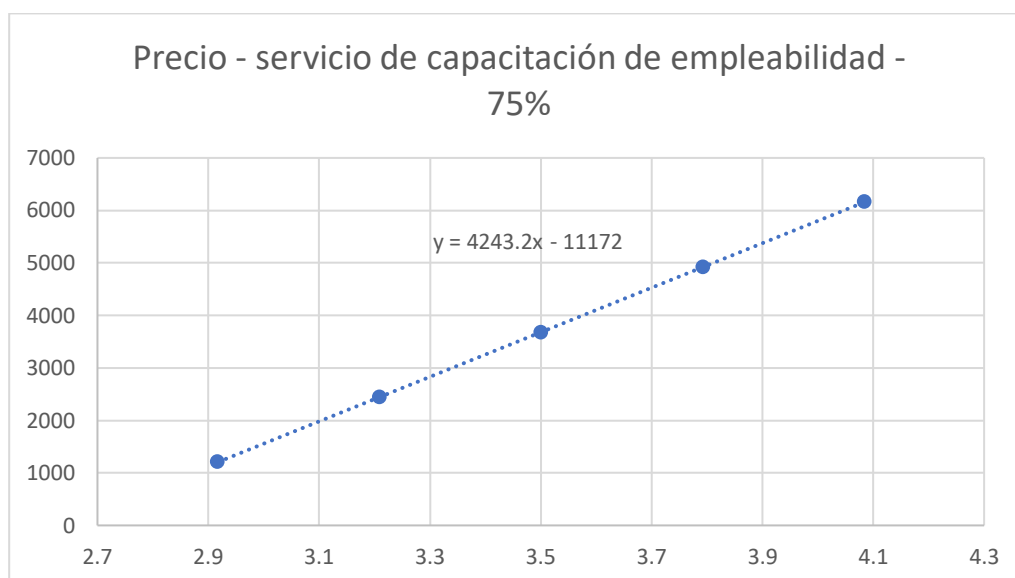
Gráfico 5.5 Servicio de capacitación de empleabilidad – flujo del 50%

Los resultados que fueron obtenidos para llegar al punto de corte fueron del –9,7% para poder tener un VAN con valor 0, en la tabla 5-21 y grafico 5.6 tomaremos como ejercicio el último flujo que corresponde al 75% de financiamiento.

Tabla 5-21 Servicio de capacitación de empleabilidad – flujo del 75%

Fuente: elaboración propia

Variación	Demanda	VAN
40%	4,1	6.165
30%	3,8	4.921
20%	3,5	3.681
10%	3,2	2.444
0%	2,9	1.213
-5%	2,8	599
-9,8%	2,633	0



Fuente: elaboración propia

Gráfico 5.6 Servicio de capacitación de empleabilidad – flujo del 75%

Cómo resultado si se llega al -9,8% variando el precio se logrará tener un VAN con valor 0, en la tabla 5-22 se puede apreciar un resumen donde si se hace el ejercicio de bajar un -9,8% en promedio se podrá obtener un valor 0 en el VAN.

Tabla 5-22 Resumen punto de corte por tipo de flujo - Demanda

Fuente: elaboración propia

Tipo proyecto	Ecuación de la recta	Punto de corte (uf)	Porcentaje de disminución del precio
Puro	$y = 4236,4x - 11152$	2,6	-9,8%
Financiamiento 50%	$y = 4244,2x - 11177$	2,6	-9,7%
Financiamiento 75%	$y = 4243,2x - 11172$	2,6	-9,8%

6. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

Tras el análisis del estudio de mercado se puede percibir la oportunidad de negocio en la elaboración y comercialización de cursos de empleabilidad para personas que estén recién tituladas entre 0 a 2 años, ya que existe una necesidad latente en el mercado según la encuesta ya realizada.

El objetivo es brindar un producto a un precio de mercado y de alta calidad. Si bien la oferta es amplia, la competencia no se encuentra enfocada en satisfacer el bienestar del consumidor. Mediante un plan de marketing directo, se enfocará en los bajos costos, complementado con un producto de calidad.

Los principales costos del proyecto son las remuneraciones donde se centra en la especialización del personal para poder tener cursos de calidad tendiendo el foco en la empleabilidad de las personas que cursen. Actualmente representa el 90% dentro de los costos fijos.

En el capítulo 5 se pudo observar los diferentes flujos de cajas donde se realizó una tabla con los indicadores claves de los tres flujos del proyecto analizado: Flujo Puro, Financiamiento al 50% y Financiamiento al 75%. Se observa que todos los flujos presentan resultados positivos en VAN, TIR, Payback e IVAN, lo que indica que el proyecto es rentable en todos sus aspectos.

Es importante destacar que el flujo financiado al 75% tiene el VAN más alto (1.213 UF) y la TIR más alta (86%), lo que sugiere una mayor rentabilidad en comparación con los otros flujos. Además, este flujo también presenta un IVAN más alto (896), lo que indica una mejor rentabilidad ajustada al riesgo.

En consonancia con la evaluación económica presentada en el capítulo 5, se recomienda considerar el flujo con financiamiento al 75%, ya que demuestra ser el más rentable y atractivo en términos de retorno, recuperación de la inversión y rentabilidad ajustada al riesgo.

Además, se espera que en promedio el proyecto comience a generar ganancias a partir del tercer año en cada flujo, reafirmando su rentabilidad.

Flujo	VAN (UF)	TIR	PAYBACK	IVAN
Puro	1.208	46%	5	891
Financiado 50%	1.211	64%	5	894
Financiado 75%	1.213	86%	5	896

Finalmente, este tipo de empresa podrá surgir gracias a un estudio y plan de marketing enfocado en las personas, hombre, mujer recién tituladas o también personas que busquen un cambio de trabajo con capacidades más ágiles pensando en las nuevas metodologías que se están instaurando hoy en día.

7. REFERENCIA

- Capital Humano Nominal, empleabilidad y credencialismo
<https://reviberopsicologia.iberro.edu.co/article/view/rip.7202/654>
- Concepto de Empleabilidad
<https://reined.webs.uvigo.es/index.php/reined/article/view/225/247>
- Determinantes de la empleabilidad de los jóvenes universitarios y alternativas para promoverla
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?Pid=S1405-74252006000300004&script=sci_arttext
- Determinantes de la empleabilidad en el mercado laboral
https://scholar.google.es/scholar?Start=10&q=Empleabilidad&hl=es&as_sdt=0,5
- El dominio de competencias transversales en Educación Superior en diferentes contextos formativo
<https://www.scielo.br/i/ep/a/3nvyrqqlggffdrcombrgpsbg/abstract/?Lang=es>
- El proceso de inserción laboral: Implicaciones educativas para la mejora de la empleabilidad
<https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/124263/16198-16274-1-PB.PDF?Sequence=1&isallowed=y>
- Empleabilidad, ingresos y brechas: un análisis comparativo de los procesos de inserción laboral en Chile
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?Pid=S1851-88932014000100004&script=sci_arttext&tlng=en
- Empleabilidad: una lectura psicosocial
https://www.researchgate.net/profile/Ericon-Renteria/publication/264869527_EMPLEABILIDAD_UNA_LECTURA_PSICOSOCIAL/link/s/564291e508aeacfd89384080/EMPLEABILIDAD-UNA-LECTURA-PSICOSOCIAL.pdf
- Estrategias de aprendizaje para la empleabilidad en el mercado del trabajo de profesionales recién egresados
http://www.scielo.org.co/scielo.php?Script=sci_arttext&pid=S1657-92672007000100010

- Índice de empleabilidad de los jóvenes
https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2014/07/Avance_Investigacion_32.pdf
- La formación por competencias y el mundo del trabajo: de la calificación a la empleabilidad
<https://www.scielo.org/pdf/rsap/v14s1/v14s1a09.pdf>
- Meta-análisis de competencias transversales en la empleabilidad de los Universitarios
<https://www.scielo.cl/pdf/gpt/v15n43/0718-5693-gpt-15-43-20.pdf>
- Recién Egresados en Pandemia
https://www.scielo.cl/scielo.php?Pid=S2452-55882021000300214&script=sci_arttext&tlng=pt
- Valoración de los factores que determinan la atracción laboral de las empresas desde la perspectiva de los futuros colaboradores
https://www.scielo.cl/scielo.php?Pid=S0718-50062020000500015&script=sci_arttext