



UNIVERSIDAD DE CHILE

FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

ESCUELA DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

PLAN DE NEGOCIOS PLATAFORMA WEB

E-COMMERCE ZIPZEP

SEMINARIO PARA OPTAR AL TÍTULO DE

INGENIERO COMERCIAL, MENCIÓN ADMINISTRACIÓN

AUTORES:

JAVIER AWAD MANZANO

PABLO RIOJA ZENTENO

CRISTÓBAL RUIZ SALDIVIA

PROFESOR GUÍA:

GUSTAVO AMTMANN DARRAS

SANTIAGO, CHILE - 2014



UNIVERSIDAD DE CHILE

FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS

ESCUELA DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

PLAN DE NEGOCIOS PLATAFORMA WEB

E-COMMERCE ZIPZEP

SEMINARIO PARA OPTAR AL TÍTULO DE

INGENIERO COMERCIAL, MENCIÓN ADMINISTRACIÓN

AUTORES:

JAVIER AWAD MANZANO

PABLO RIOJA ZENTENO

CRISTÓBAL RUIZ SALDIVIA

PROFESOR GUÍA:

GUSTAVO AMTMANN DARRAS

SANTIAGO, CHILE - 2014

1.- RESUMEN EJECUTIVO.....	4
2.- INTRODUCCIÓN.....	5
3.- MISIÓN Y VISIÓN EN NUESTRO NEGOCIO	6
4.- ANÁLISIS DE MERCADO	7-16
4.1.- Oportunidad de Mercado	7-11
4.2.- Mercado Potencial	12-13
4.3.- Mercado Objetivo	13-14
4.4.-Arquetipos.....	14-16
5. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA.....	17-27
5.1.- Análisis FODA.....	17-21
5.2.- Análisis Porter.....	21-24
5.3.- Análisis PESTEL.....	24-27
6.- MODELO DE NEGOCIOS.....	28-35
7.- MARKETING Y ESTRATEGIA	36-44
7.1.- Imagen Corporativa.....	36-38
7.2.- Mix Comercial.....	39-40
7.3.- Mix Promocional.....	40-43
8.- PLAN DE IMPLANTACIÓN.....	44-48
8.1. Organigrama y Descripción de Cargos	44-46
8.2. Carta Gantt	47-48
9- ANALISIS FINANCIERO.....	49-63
9.1 Gastos y Costos.....	49-52
9.2 Evaluación Financiera.....	53-63
10.- MARCO LEGAL.....	64-83
10.1.-Tipo de Sociedad.....	64-74
10.2.-Marco Regulatorio.....	75-82
10.3.-Nueva Reforma.....	83
15.- CONCLUSIÓN.....	84
16.- ANEXOS.....	85-99
17.- BIBLIOGRAFÍA.....	100-102

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Plan de Negocios corresponde a un emprendimiento de tres estudiantes de Ingeniería Comercial, proyecto que tomará forma bajo el nombre de ZipZep y pretende ser una solución efectiva a un problema real y latente de las empresas en la actualidad: el exceso de inventario.

ZipZep está diseñado como un agente intermediario para la compra y venta del *stock* sobrante de empresas proveedoras, siendo éstas de cualquier rubro y tamaño. El modelo destaca por ser de interacción entre empresas (B2B), motivo mediante el cual se pretende dar cierta privacidad y confiabilidad al proceso, evitando que exista una filtración de precios más bajos al público general y realizando una selección que creemos llevará a concretar un porcentaje más efectivo de ventas llevadas a cabo.

El atractivo del proyecto está ligado a la actual inexistencia de una plataforma del estilo, además de la amplia necesidad imperante de las empresas de maximizar el proceso de venta de sus productos, evitando tener que gastar recursos en liquidar aquellos que no han podido ser vendidos, por lo que la plataforma permitiría a dichas empresas enfocar sus esfuerzos productivos hacia lo realmente relacionado al núcleo de su negocio.

Con respecto a la viabilidad económica, dados los flujos estimados para un horizonte temporal de 5 años; el proyecto consta de una inversión inicial de \$38.283.279 y presentó un VAN de \$285.106.425 pesos, con una TIR de 111,13%. Las cifras son bastante auspiciosas y suponen un proyecto extremadamente rentable, además de un alto potencial de crecimiento para años futuros.

INTRODUCCIÓN

ZipZep es una empresa de compra y venta de productos que estén en *sobre-stock* en las distintas empresas de nuestro país y que, ante la necesidad de deshacerse de este inventario, están dispuestos a disminuir su precio. La diferencia entre realizarlo a través de ZipZep en vez de una tienda *outlet* u otro método alternativo, es que no deben pagar el metro cuadrado que hoy en Chile posee un costo muy elevado.

Esta idea surge por tres alumnos de la Universidad de Chile que buscan realizar un emprendimiento que ayude al país y obtener beneficios de éste, es por ello que se realizó un plan de negocios en el cual, en primer lugar, nos enfocamos en comprobar la real existencia de la necesidad antes planteada, de optimizar el inventario en las empresas. Este estudio lo realizamos mediante un análisis de mercado y uno de la industria. En el primero se investigó sobre si existía una oportunidad de mercado, luego el mercado objetivo y la segmentación de mercado. En el segundo realizamos un análisis Porter, un FODA y un PESTEL. Mediante todos estos estudios pudimos confirmar que las empresas tienen un importante problema con su inventario sobrante y que ZipZep será el encargado de solucionarlo.

Luego se realizó un plan de marketing en donde la imagen corporativa fue uno de los puntos más importantes, ya que debe ser acorde a una empresa de compra y venta como ZipZep, es decir, una empresa seria, responsable, pero a la vez amigable. Junto con esto, realizamos el mix promocional, en donde buscamos las herramientas más eficientes para una empresa como la nuestra, en donde las ventas personales será una herramienta esencial para nosotros.

Por último se analizaron todas las cifras financieras, a un horizonte temporal de 5 años, en donde obtenemos un VAN positivo y motivante. Luego se realizó un estudio acerca de los tópicos legales que ZipZep debe seguir para cumplir con todas las normas exigidas por el país.

MISIÓN Y VISIÓN

- **Misión:** Establecer un nexo óptimo en el proceso de compra-venta entre empresas, guiado por una relación directa y una experiencia de compra gratificante; generando la confianza necesaria para convertir a ZipZep en la solución más viable en cuanto a manejo de inventarios.
- **Visión:** Ser la empresa número uno en el país en cuanto al manejo de compra y venta de inventario entregando un servicio eficiente y de calidad. Teniendo como meta la satisfacción de nuestros clientes. Siempre guiados por una actitud ética y honesta.

ANALISIS DE MERCADO

Oportunidad de Mercado

ZipZep participará activamente de la industria del comercio electrónico chileno, pero manteniendo siempre la intención de en el corto plazo expandir sus servicios al resto de Sudamérica.

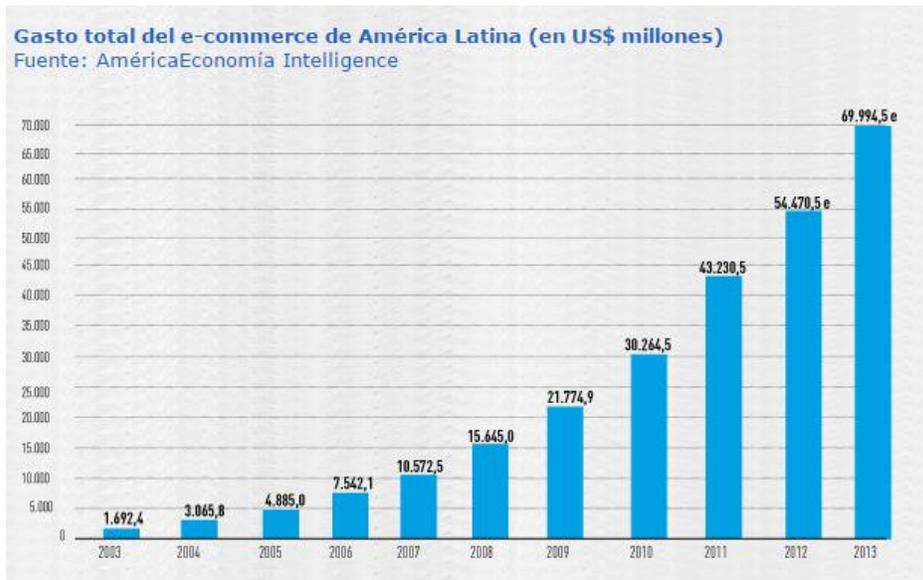
Hemos localizado que existe una importante oportunidad de negocio para esta industria dado el impresionante crecimiento que esta ha tenido y que según los expertos continuará teniendo.

La industria del comercio electrónico ha tenido un crecimiento impresionante en los últimos años tanto en Chile como en el resto de Sudamérica, cabe mencionar que este tipo de comercio comenzó hace poco más de 10 años y actualmente genera ventas de 2 millones de dólares por segundo a nivel mundial¹, donde américa latina es uno de los lugares geográficos de mayor penetración web y por lo tanto de mayor crecimiento potencial. Esta es una de las razones por la que nuestra empresa decide decir presente en este prometedor mercado.

Para dejar en claro de mejor manera la situación de américa latina mencionada anteriormente, mostraremos el siguiente grafico acerca de la evolución del gasto de la región desde el año 2003 hasta el año 2013, este grafico fue desarrollado por la prestigiosa revista *AméricaEconomía*.

¹ Estudio realizado por la revista América Economía,
http://www.ccechile.org/detalle_novedades.php?not=9

Grafico 1



Podemos apreciar que la región en total ha mantenido un crecimiento casi constante cercano a un 30%, y dada las políticas gubernamentales que incentivan la penetración del internet en la comunidad, en conjunto también con el aumento de confianza que se ha producido entorno a realizar transacciones monetarias vía web, podemos darnos el lujo de pensar que esta tendencia regional está aquí para quedarse y que en los años venideros no hará nada más que aumentar.

Ahora nos enfocaremos en el mercado que abordaremos en el corto plazo, el cual es el mercado del comercio electrónico chilenos, el caso de Chile es aún más prometedor que el resto de América Latina.

El comercio electrónico es cada vez más común entre los chilenos, y esto se ha demostrado en todos los últimos estudios que se han realizado, por ejemplo según el último reporte de la sociedad de la información (ISI), Chile es el líder de la región en cuanto a gasto (o compra) per cápita, valor que alcanza los 181 dólares

anuales, lo que supera incluso a países como México y Brasil². Por otro lado la Cámara de Comercio de Santiago (CSS), informo que las ventas en el 2013 crecieron un 25% con respecto al año anterior y que esperan que la tendencia aumente para este 2014³, además informo que el 77% de los internautas chilenos han comprado por lo menos una vez en la web, lo que nos habla de lo común que este tipo de compra está siendo.

Aquí abajo se presenta un gráfico que muestra el crecimiento de las ventas electrónicas en los distintos países de América Latina.

Grafico 2

Fuente: AméricaEconomía Intelligence

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
BRASIL	2.269,9	3.540,5	4.898,7	8.572,6	13.230,4	17.851,4	25.552,8
MÉXICO	567,1	867,6	1.377,0	2.010,0	2.624,9	4.330,5	6.137,1
EL CARIBE	731,0	949,3	1.104,9	1.244,7	1.455,9	1.895,5	2.752,0
ARGENTINA	240,9	378,1	561,5	732,8	875,0	1.797,6	2.695,3
CHILE	242,8	471,8	687,5	919,5	1.027,9	1.141,6	1.489,9
VENEZUELA	253,4	489,6	821,5	787,8	906,1	1.117,8	1.418,4
CENTROAMÉRICA	189,2	359,9	499,0	563,9	637,2	729,6	1.051,0
COLOMBIA	150,3	175,0	201,3	301,9	435,0	606,8	998,0
PERÚ	109,1	145,5	218,2	250,9	276,0	426,9	611,0
OTROS	131,3	164,8	203,0	260,9	306,5	366,9	525,0
LATAM + EL CARIBE	4.885,0	7.542,1	10.572,5	15.645,0	21.774,9	30.264,5	43.230,5

A modo de conclusión podemos decir que la para un mercado en el cual se pretende que este año las ventas generen una cifra cercana a los 2000 millones

² Estudio realizado por la revista América Economía, www.ccechile.org/detalle_novedades.php?not=9

³ Datos de la CCS, <http://ce.entel.cl/posts/las-tendencias-del-comercio-electronico-en-chile>

de dólares⁴, y que seguirá con esta tendencia por bastante tiempo más, es más el presidente de la CCS, Peter Hill declaró en el desarrollo del *e-Commerce DAY* Santiago 2014, lo siguiente: “, las tendencias que marcan la pauta de las nuevas áreas de desarrollo del sector son los nuevos modelos de negocios basados en la conectividad móvil y su rápida absorción entre los consumidores, las compras sociales y la madurez de tecnologías que facilitan y enriquecen la experiencia del cliente”, lo que naturalmente hace suponer que este escenario propicio para los negocios de comercio electrónico continuara.

Hemos abordado los escenarios de la industria desde un punto local en el caso de Chile y desde un punto regional en el caso de América Latina, pero no hemos mencionado las razones principales por las cuales nosotros como grupo emprendedor decidimos lanzarnos a la industria con ZipZep, las cuales serán mencionadas a continuación y se resumen en 2:

- 1) Necesidad de liquidar inventario sobrante: a lo largo de la fase exploratoria del proyecto nos entrevistamos con numerosas empresas de retail que atienden a mercados diferentes, entre las que destacan 3M, Ripley, Cencosud y Homecenter Sodimac, lo que nos permitió darnos cuenta de un patrón común que se repetía en todas las empresas, la necesidad de liquidar inventario y el problema que trae almacenar inventario que no rentabiliza, esto se hace más importante para las empresas que poseen bodegas en Santiago donde el metro cuadrado de arriendo alcanza valores

⁴ Diario La Tercera (9 de mayo del 2014), <http://www.latercera.com/noticia/negocios/2014/05/655-577349-9-ccs-ventas-del-comercio-electronico-alcanzarian-los-us2000-millones-este-ano.shtml>

exorbitantes. Por lo que cada vez que presentábamos la idea a los distintos representantes de las empresas, obteníamos feed backs positivos y nos mostraban que claramente era una idea que ellos adoptarían.

- 2) Falta de comunicación: al mismo tiempo que nos entrevistábamos con empresas del retail también realizamos visitas a los locales que serían los potenciales compradores de los productos que publicaran las empresas más grandes. Visitamos outlets, tiendas por departamento pequeñas, tiendas de ropa, pequeñas ferreterías, librerías, entre otras, y de las cosas que más nos decían entre los dueños o administradores de los locales era que existía una falta de comunicación entre las empresas grandes y las pequeñas, y que ellos no podían acceder a comprarles directamente a ellos a precios más rebajados, sino que debían ir a outlets en las afueras de la capital o incluso muchas veces importar los bienes desde el exterior. Es por esto que una plataforma web como la nuestra sería tan bien recibida entre el público, dado que generara un mejoramiento en la relación de B2B de las empresas grandes y las pequeñas, además de que significara un ahorro de costos para ambas empresas, dado que unas ya no necesitaran importar o ir lejos en búsqueda de sus productos y otras no tendrán la necesidad de tener tiendas físicas de descuento.

Mercado Potencial

Tal como hemos mencionado anteriormente la empresa planea convertirse en una plataforma web líder en toda América Latina, donde como hemos mencionado es un mercado enorme y con un potencial de crecimiento todavía no dimensionado, desde el 2009 al 2011 se duplicó el número de ventas a través de *e-Commerce* llegando a 43 mil millones de dólares, según un estudio realizado por América Economía⁵ y en los años más recientes la tendencia continúa en aumento⁶, es más para el 2013 se registró un nivel de ventas de 69.994⁷ y se pronostica que la región crecerá un 28,5% durante este 2014.

Por otro lado los últimos estudios publicados por el diario el telégrafo afirman que los chilenos, los argentinos y los brasileños gastan en promedio el 10% de su presupuesto en compras vía internet.

A continuación presentaremos un gráfico que nos muestra el porcentaje del gasto total en comercio electrónico por cada país de la región, en este podemos ver que se destaca por sobre todos Brasil obteniendo el 59%, Argentina es el cuarto con un 6,2% y Chile es el quinto con un 3,5%, es por esto que una de las principales metas de ZipZep es ingresar al mercado brasileño en el mediano plazo.

⁵ Estudio de comercio electrónico en América Latina Mayo 2012, http://www.iabperu.com/descargas/Desc_201271011546.pdf

⁶ Diario Latin link (20 de febrero del 2013) <http://latinlink.usmediaconsulting.com/2013/02/el-estado-del-e-comercio-en-latam-en-2013/?lang=es>

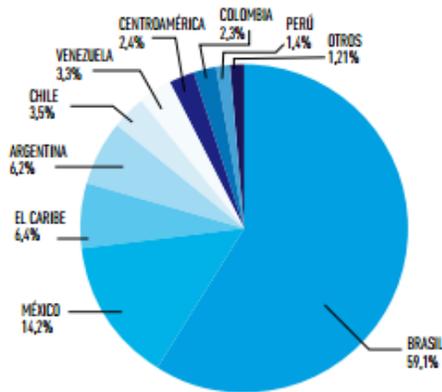
⁷ Diario el telégrafo (15 de octubre del 2013) <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/el-comercio-electronico-generaria-69-994-millones-en-america-latina.html>

Grafico 3

EL E-COMMERCE HABLA PORTUGUÉS

Participación por país en el gasto total del B2C regional.

Fuente: AméricaEconomía Intelligence



AméricaEconomía 3

Es por esto que el mercado potencial de ZipZep consistiría en ingresar y tomar parte del *e-Commerce* de Latinoamérica.

Mercado objetivo

El mercado objetivo de ZipZep será la industria del *e-Commerce* en Chile, especificando en las empresas del área del *retail*, con las cuales nuestro equipo emprendedor posee más cercanía y confianza para empezar a desarrollar una base de clientes más grande.

Creemos que es de fundamental importancia conseguir al primer gran cliente o el primer seguidor, dado que este abrirá la puerta para que más empresas del área se interesen en nuestra plataforma y deseen publicar su inventario en nuestras dependencias. Dado que queremos resaltar por una respuesta a los

clientes superior y una buena relación con todos los participantes del negocio, buscamos empresas éticas que valoren esto.

En un comienzo pretendemos abarcar o enfocarnos principalmente en empresas que tengan sus centros de distribución o casas matrices cerca de Santiago, aunque no se descarta completamente a empresas de región.

Arquetipos

- **Empresa pequeña emprendedora:** este tipo de empresa contratara el Pack Gratuito o Bronce dado que posee un bajo volumen de ventas, tiene pocos años en el negocio y una situación financiera que no le permite destinar fondos a no ser que sean estrictamente necesarios para su funcionamiento, por lo que será estrictamente necesario para ZipZep lograr ganarse la confianza de este tipo de empresa para que esta tome la iniciativa de pasar a un plan de Oro o Premium. Cabe mencionar que este tipo de empresa pertenecerá generalmente a la región metropolitana de Chile. En base a la micro segmentación de mercado este tipo de empresa en general al ser emprendedora tendrá una orientación hacia el crecimiento de corto y largo plazo, además al ser empresas pequeñas tendrán un nivel de toma de decisión bastante simple, donde nos será fácil como empresa entablar diálogos y llegar a acuerdos. En base al micro segmentación de cliente podemos decir que serán empresas que se sentirán motivadas hacia esta plataforma con el fin de incrementar sus ventas, que llegaran a

nosotros fundamentalmente por publicidad *Word of Mouth* u otras fuentes de publicidad en las que puedan confiar.

- **Empresa en crecimiento con interés nacional:** estas empresas pagarán una membresía por el Pack de Oro. Son empresas que tienen un volumen de ventas medio, donde las ventas por internet juegan un papel importante, poseen una situación financiera estable, donde pagar una membresía no les significa un esfuerzo muy grande, son empresas que llevan en general más de 5 años en el negocio, pertenecientes en general a la región metropolitana y del sector de diversas industrias. En base a la micro segmentación de mercado podemos decir que estas empresas no están 100% enfocadas en el crecimiento, sino que muchas de ellas participaran de ZipZep para obtener una ventaja competitiva con respecto a sus rivales del mercado, además dado que están dedicando tiempo y esfuerzo a este nuevo sistema de venta, tendrán que tener una reputación corporativa y un nivel ético ejemplar de modo de generar confianza entre sus potenciales clientes. Finalmente podemos identificar que estas empresas tienen una alta gama de productos, donde muchos de ellos se venden de acuerdo a estacionalidades, lo que genera un nivel de stock importante que necesitan liquidar dado que no rentabiliza y provoca gastos de bodegaje que podrían ser evitables.
- **Empresa consolidada:** esta empresa contratara el Pack Premium. Son empresas que pertenecen al rubro del *retail* o de la construcción, con sedes en diferentes regiones de Chile, con un volumen de venta importante, con

una presencia en el mercado de por lo menos 10 años, son empresas que manejan un alto nivel de empleados, con una situación financiera que no les significara ningún inconveniente en pagar la mensualidad del Pack Premium, estas empresa que poseen centros de distribución especializados en almacenar y movilizar el inventario de estas mismas. Estas empresas generan al año un importante nivel de stock sobrante, debido a que en el área del *retail* se trabajan con estaciones de primavera, verano, otoño, invierno, navidad, Halloween, día del niño, entre otros, mientras que en el área de la construcción las empresas trabajan en base a proyectos, por lo que una vez que se termine el proyecto queda un número considerable de materiales sin uso, es aquí donde estas empresas a un costo relativamente pequeño elijen ZipZep como opción más viable para liquidar el stock sobrante. Son empresas que están orientadas al crecimiento a largo plazo, por lo que el valor de la reputación corporativa y de la ética empresarial es extremadamente importante para ellos, valoraran de sobremanera el servicio al cliente y la rapidez de respuesta de ZipZep hacia ellos. Para concluir podemos decir que estas empresas generaran un alto nivel de ventas y utilizaran la plataforma de manera diaria.

ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

Análisis FODA

1. Fortalezas:

- **Bajo costo en inversión inicial:** Una de las principales fortalezas de ZipZep es que al ser una tienda virtual se requiere un bajo costo en la inversión inicial de éste, ya que en un comienzo no va a ser necesario el arriendo de un local, poseer vendedores (promotores), costos de decoración o de oficinas, ya que se podrá realizar todo en la “nube”, la única inversión será el desarrollo de la página misma, tanto como su diseño como su programación.
- **Precios bajos mediante proyecto innovador:** La principal fortaleza de ZipZep es que es un portal virtual, en donde se ofrecerán productos a un precio bastante menor al que se ofrecen hoy por esta vía, ya que son productos sobrantes. Junto con lo anterior, el hecho de que sea un portal B2B le da una ventaja sobre los otros portales de compra y venta, ya que hoy en día esta modalidad no ha sido utilizada en Chile, lo que nos hace una empresa pionera en la compra/venta de productos sobrantes mediante una relación B2B de manera virtual.
- **Mayores ventas y facilidad en la logística:** Por el hecho de utilizar la modalidad B2B, la cantidad de los productos vendidos/comprados van a ser mayores haciendo más eficiente todo el tema logístico de la empresa y explotando el tema económico en beneficio tanto del vendedor, comprador e intermediario (ZipZep).
- **Posibilidad de las empresas de crear clientes de manera rápida y eficiente:** Otra fortaleza de ZipZep es que mediante este portal las empresas podrán obtener nuevos clientes fácilmente lo que es muy valioso, ya que en muchas organizaciones la obtención de clientes

es un problema importante, por lo que ZipZep será una plataforma en donde podrán interactuar tanto vendedores como clientes día a día.

- **Bajo costo para los clientes:** El cliente tendrá el beneficio de publicar sus productos de manera rápida, fácil y totalmente gratuito.

2. Oportunidades:

- **Globalización:** Hoy en día vivimos en un mundo globalizado, en donde el uso de la tecnología es habitual y conocido por la mayoría de las personas, de tal manera que se está haciendo cada vez más fácil el poder comunicarse con distintas personas de manera rápida y efectiva. Esto es una oportunidad para nuestro negocio, en donde el aumento del uso de las tecnologías y la creación de nuevos productos va ayudar en el crecimiento de nuestro proyecto, de tal manera de poder utilizar la página en todo momento. Por ejemplo el poder tener internet en algún lugar es cada vez más común o poseer aparatos en donde se puedan realizar la compra y venta de productos, etc.
- **Aumento de ventas por internet:** Hace unos años las ventas por internet eran pocas y casi nulas en nuestro país, ya que o no era conocido o las personas no confiaban por la posibilidad de pérdida de los productos o de una posible estafa, pero hoy en día esto está cambiando y tanto las personas como las empresas están ocupando este método de compra/venta de productos de manera virtual de forma cada vez más recurrente, ya que es más rápido, fácil y eficiente para ambas partes y mediante nuestro proyecto también va a ser más barato. *“Chile es el líder de la región en cuanto a comercio en internet. Así lo muestra el último Informe de la Sociedad de la Información (ISI) con una compra per cápita que llega a los*

USD\$181 anuales. Además, según estimaciones de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS), el ritmo de crecimiento del comercio electrónico en Chile está en torno al 30%”.

- **Efecto *Bola de Nieve*:** Una oportunidad que posee ZipZep es la capacidad de un crecimiento exponencial si es que realiza bien las primeras negociaciones, en donde una buena reputación, será fundamental hacernos conocidos, generando un aumento del uso de la página cada vez mayor.

3. **Debilidades:**

- **Fallas y dependencia de la página:** Una debilidad para nuestro negocio es la importancia del portal web, que es fundamental para la realización del negocio, por lo que dependemos fundamentalmente de que éste funcione a la perfección y en muchos casos estas plataformas contienen errores, sobretodo en el comienzo, por lo que es indispensable intentar realizar la plataforma de tal manera que no colapse, ni tenga errores en casi ningún sentido, ya que una buena reputación es fundamental para el negocio.
- **Necesidad de ver el producto físicamente en algunas industrias:** En muchos casos, los clientes requieren de probarse los productos o por lo menos de verlos físicamente, lo que es una debilidad para nuestras empresa, ya que esto se realiza de manera virtual. Esto sólo ocurriría en algunas industrias de ropa o productos por el estilo.
- **Poco conocimiento en temas computacionales y de programación de la gerencia:** Una importante debilidad es el poco conocimiento en los temas de programación que posee la gerencia

y fundadores del proyecto, por lo que ante cualquier eventualidad será necesario buscar ayuda de un tercero o de los mismo programadores del portal web para solucionarlo, por lo que los tiempos serán más lentos y los costos más altos. Se realizará una capacitación para poder minimizar esta debilidad en ZipZep Ltda.

4. Amenazas:

- **Negocio fácil de imitar:** Al ser un negocio innovador, ya que no existen portales de compra y venta en Chile con el modelo B2B, implicará que muchos emprendedores intentaran imitar el modelo de negocios de ZipZep y al ser una página web será muy difícil que no sea imitado en poco tiempo por la futura competencia.
- **Aparición de Hackers y Virus:** Muchos de los problemas que poseen las páginas web es que comienzan a tener problemas por la presencia de distintos virus (Troyano el más común) lo que genera que el uso de la página sea más dificultoso o que simplemente la deje sin funcionamiento, por lo que hay que tener precaución contratando buenos antivirus. Otra importante amenaza es la aparición de Hackers, ya que, a mediano plazo, nuestra base de datos puede ser muy valiosa lo que llamaría la atención de Hackers.
- **Mejora en la eficiencia en el manejo de inventario:** Una potencial amenaza es que las distintas empresas día a día comiencen a ser más efectivos en su manejo de inventario por lo que el stock sobrante disminuya generando un menor uso de la pagina, ya que venderán todos sus productos en sus mismas tiendas. Creemos que esta amenaza es a bastante largo plazo, ya que durante mucho tiempo se ha tratado el tema de la rotación de inventarios y es muy difícil o casi imposible actuar perfectamente en la logística de la rotación de éstos.

Análisis Porter

De manera de analizar el atractivo industrial de ZipZep, se analizarán 5 fuerzas que están relacionadas directamente con la empresa. La intensidad colectiva de estas fuerzas determina el potencial de beneficios final en la industria.



1. **Rivalidad Entre Compañías Existentes:** Actualmente no existen en Chile compañías del rubro y de similar funcionamiento que ZipZep, esto corresponde a una ventaja en términos de capacidad de mercado factible a abarcar. Sin embargo, al ser la primera empresa al instaurarse en el mercado en este tipo de actividades, se desconoce la reacción que pueda

tener los potenciales clientes ante un tipo de plataforma que desconoce y que puede no parecerle atractivo.

Por otro lado, existen compañías del estilo que operan con éxito en el extranjero, lo cual puede considerarse como competencia desde el punto de vista que los proveedores chilenos pueden subir los inventarios de sus productos a éstas páginas, pero los compradores de éstos serían, en su mayoría, internacionales, lo que dificultaría el proceso de transporte y haría no tan atractiva la posibilidad.

2. Potenciales Entrantes:

- **Economías de Escala:** Nuestro servicio ofrece la posibilidad de que los clientes suban grandes cantidades de productos a la página, por lo que requeriría un costo de tiempo y de dinero el hecho de subir los mismos productos en otro portal. Además de perder la red de contactos ya establecida.
- **Experiencia y Curvas de Aprendizaje:** Tomando en cuenta que ZipZep será la única empresa presente en el mercado, evidentemente una posible empresa entrante no gozará con experiencia abundante, lo cual podría significar una ventaja competitiva.
- **Diferenciación:** El servicio ofrecido, si bien es algo complejo, es perfectamente imitable, es por eso que ZipZep tratará de llevar a cabo un modelo de negocios representativo y que sea ligado a la empresa, para así evitar un posible surgimiento de una empresa que ofrezca el mismo servicio.
- **Requerimiento de Capital:** El capital inicial necesario para empezar este tipo de negocio es escaso, por lo que no se requeriría una capacidad monetaria excesiva para dar inicio a una posible competencia.
- **Acceso a Canales de Distribución:** Con nuestro modelo de negocios de intermediario, un posible competidor entrante no tendría mayores problemas con los canales de distribución, asumiendo que logra una red

de contactos lo suficientemente extensa como para que se generen los contactos pertinentes entre compradores y vendedores.

3. Productos Sustitutos:

- Tipos de Productos Sustitutos: Existen empresas que liquidan su inventario de forma distinta a la propuesta por nuestra plataforma; algunas empresas realizan *Outlet*, donde son liquidados aquellos productos que no se vendieron dentro de cierto periodo de tiempo. Otro tipo de producto sustituto son aquellas empresas que liquidan sus inventarios a través del uso de cupones, en plataformas y portales del estilo de *GroupOn* o *Cuponatic*.
- Costos de Cambio: Si el competidor fuese otro portal electrónico, no existen mayores costos de cambio más que el capital humano necesario para subir los inventarios, más el tiempo que lleva a cabo la tarea y la posible prima que se le cobre en este nuevo portal. En caso se tratase de un lugar físico de venta del stock sobrante de los inventarios, éste tendría un alto costo monetario, además de el costo de oportunidad de ofrecer productos que no generan mucho margen de utilidad.

4. Poder de Negociación de los Compradores: Se debe entender, primeramente, que el modelo de negocios de nuestra empresa considera a los compradores como aquellas empresas que adquieren algún tipo de plan para poder ofrecer sus productos en línea. Dado esto, el poder de negociación de los compradores no es alto, ya que se trata de una solución efectiva a los problemas de *stock* sobrante en las empresas, no teniendo otra alternativa de tal viabilidad económica, ni existe una empresa del mismo estilo en la web.

5. Poder de Negociación de los Proveedores: En nuestro modelo de negocios, los proveedores están compuestos por aquellas empresas que

ofrecen el servicio necesario para que nuestra plataforma tenga un correcto funcionamiento. Se trata de empresas programadoras de páginas web, rubro que goza de alta competencia debido a una gran cantidad de empresas presentes. Es por esto que poseen un bajo poder de negociación, ya que existen muchas empresas que pueden llevar a cabo el mismo servicio.

Análisis PESTEL

1. **Político:** Actualmente Chile se encuentra en un periodo de transición política, en el cual está pasando por diversas reformas, tales como la reforma tributaria y la reforma educacional, las cuales traerán grandes cambios en la sociedad chilena. A pesar de estos cambios Chile es un país estable políticamente, con un gobierno sólido, una constitución que se respeta, una moneda fuerte y un nivel de corrupción muy por debajo del resto de Latinoamérica.
2. **Económico:** Debido a las mencionadas reformas y a las expectativas de que los cambios traerán consecuencias negativas, la economía chilena se encuentra en un periodo de menor crecimiento que los años anteriores, no obstante esto no nos permite hablar de contracción o mucho menos de crisis económica. A pesar de este menor crecimiento Chile es un país estable económicamente y eso es reconocido internacionalmente, al ser el único país de Sudamérica que se desempeña como miembro activo de la OCDE (organización para la cooperación y el desarrollo económico)⁸
Para ZipZep al ser esta empresa un portal web que interactúa entre empresas, donde ambas ponen a disposición su stock para que la contraparte lo adquiera, es de fundamental importancia el ciclo económico en que se encuentre la sociedad. Actualmente podemos decir que si bien el banco central ha pronosticado un crecimiento menor al del 2013, para el

⁸ Página web de la OCDE, <http://www.oecd.org/centrodemexico/paisesmiembros.htm>

mes de septiembre el IMACEC presentó un crecimiento con respecto al mes del año anterior⁹.

3. **Social:** La sociedad chilena está constantemente a la vanguardia de la tecnología, donde desde el 2012 existen más celulares que personas y el uso del internet ha alcanzado niveles comparables con los de países desarrollados¹⁰, es por esto que ZipZep se ve tremendamente beneficiado por el entorno actual de la sociedad chilena, dado que cada vez más consumidores recurren a compras y ventas de productos vía internet, se ha ido eliminando la creencia de que las transacciones web no son seguras y la gente opta frecuentemente por utilizar este medio por sobre el presencial, esto se puede apreciar en la cantidad de supermercados, restaurantes, tiendas por departamento y negocios en general que ofrecen productos y servicios vía web. Cabe mencionar que actualmente el 69% de los chilenos se conecta al menos una vez al día a internet, lo cual claramente beneficia a nuestra empresa¹¹.

4. **Tecnológico:** En este aspecto la empresa debe tener un especial cuidado debido a que debe estar constantemente fijándose e investigando acerca de nuevas aplicaciones o portales web que pueden amenazar con dejar afuera del negocio o bien dificultar el correcto funcionamiento de ZipZep, además la empresa no debe descuidar nunca su propia página web, dado que es su cara visible y su principal herramienta de negocio, es por esto que debe poner especial énfasis en actualizar la página con lo último de la

⁹ Informe del Banco Central (5 noviembre del 2014)
<http://www.bcentral.cl/eng/press/releases/pdf/05112014.pdf>

¹⁰ Artículo diario virtual Emol
<http://www.emol.com/noticias/tecnologia/2014/02/13/644734/chile-esta-entre-las-naciones-emergentes-con-mayor-uso-de-internet-y-telefonía-movil.html>

¹¹ Diario Pyme (23 de mayo del 2013) http://www.diariopyme.cl/subtel-chile-tiene-24-1-millones-de-celulares-activos/prontus_diariopyme/2013-03-19/144258.html

tecnología y con todo lo que necesitan las empresas para poder operar de manera normal.

Un hecho que se debe tener en cuenta es el tema de la seguridad de la página web, esto debido a la amenaza de los Hackers y de los virus, dado que en el caso de que la página de la empresa se vea *hackeada* se pondrá en peligro la reputación de la empresa y la confiabilidad de la información de los clientes, dado que la empresa manejaría datos de las cuentas bancarias asociadas a las diferentes empresas que realicen transacciones o deseen pagar por servicios *premium*, es por esto que se debe garantizar de manera vital la seguridad de la página para los clientes (tanto vendedores como compradores).

5. **Ecológico:** Actualmente en Chile la sociedad se esta preocupando cada vez más del medioambiente, por lo que comienza a valorar más a las empresas que practican la RSE (responsabilidad social empresarial) y empresas que mitiguen su huella de carbono. Si bien la empresa no está particularmente ligada a los temas ecológicos que más preocupan a la sociedad, tales como la contaminación del aire, mares, tierra, fauna o flora. ZipZep al ser una plataforma web, donde actúa de intermediario entre empresas, no contamina prácticamente nada, es más todo lo realiza mediante procesos web, donde incluso el uso de papel será bastante bajo, es por esto mismo que la empresa debe aprovechar de explotar esta cualidad de manera de ser reconocida por el cliente, consumidor y persona en general como una empresa que cubre su huella de carbono.

6. **Legal:** Para la industria en la cual pretendemos lanzar nuestra marca, el tema legal es de una importancia absoluta, identificamos varios puntos en los cuales debemos tener especial dedicación, el primero es la redacción de los contratos con los clientes, dado que debe quedar ahí estipulado todo lo relativo a los pagos, a sus atribuciones, a sus beneficios y a sus responsabilidades con la empresa además de con sus potenciales

compradores. Por otro lado tenemos que ZipZep debe dejar en claro que actúa como un intermediario o nexo entre dos empresas diferentes, esto quiere decir que la empresa se abstiene de cualquier responsabilidad ya sea: con la entrega de los productos, con el pago de los clientes, con los plazos de entrega, con la calidad de los productos o con cualquier otro problema que derive del producto, no obstante en el caso de que un proveedor tenga críticas negativas recurrentes se procederá a expulsarlo de la página y prohibirle la publicación de sus artículos en las dependencias de la empresa. Finalmente, aunque en rigor debe de ser lo primero que se debe efectuar, debemos preocuparnos de todos los temas legales para la puesta en marcha de cualquier empresa web, los cuales son: quede que el dominio de la página web esté pagado, inscribir la empresa en el SII, se debe pagar una vez al año una patente comercial que permitirá a la empresa operar normalmente, tendremos que negociar los contratos con los programadores y los diseñadores web de manera que sean los óptimos para este tipo de trabajo. Además, un factor clave es la inscripción de la marca, hecho que se debe efectuar solo una vez y esta inscripción se extiende por un plazo de 10 años.

MODELO DE NEGOCIOS

ZipZep está diseñado como un agente intermediario para la compra y venta del stock sobrante de empresas proveedoras, siendo éstas de cualquier rubro y tamaño. El modelo destaca por ser de interacción entre empresas (B2B), motivo mediante el cual se pretende dar cierta privacidad y confiabilidad al proceso, evitando que exista una filtración de precios más bajos al público general y realizando un filtro a lo que creemos que llevará a concretar un porcentaje más efectivo de ventas llevadas a cabo.

Actores

1. Proveedores: Son aquellas empresas que posean un exceso de inventario del cual quieran deshacerse o que decidan vender. Tal como se explicó anteriormente, la valoración de los espacios físicos de venta para las empresas es de extrema valoración, por lo que muchas veces existe un conflicto con respecto a los pasos a seguir con la mercadería sobrante al fin de una temporada o periodo de tiempo; conflicto que ZipZep espera solucionar.
2. Compradores: Se trata de aquellas empresas que se encuentren interesados en adquirir los productos ofrecidos por los proveedores, de manera de venderlas o re-utilizarlas para el desarrollo de su propio negocio.

Proceso de Reclutamiento

1. Inscripción: Cuando alguno de los agentes involucrados realiza ingreso en nuestro portal virtual, se encontrará con una plataforma llamativa, interactiva y a la vez informativa; incitando a través de beneficios y bondades del modelo de negocios a que los visitantes de la página lleven a cabo la inscripción de su mail para obtener mayor información y posiblemente enrolarse a la página web. Mediante esto, y en caso de estar interesado en pasar a formar parte de la red de usuarios de ZipZep, deberá

proceder a llenar un formulario pequeño para métodos de contacto, en el que se le ofrecerá contactarlo vía mail o vía telefónica.

- Vía e-Mail: En caso el individuo elija que se le contacte por vía e-Mail, una vez que envíe el formulario se le responderá de forma automática un mail informativo más detallado acerca del funcionamiento de ZipZep. Además, se le adjuntará un formulario tipo que debe ser devuelto con los correspondientes campos rellenos. El objetivo de este formulario es acreditar que el postulante a usuario de la web sea efectivamente una empresa. Para ellos, se le requerirá, entre otros, los siguientes campos:

- i. Nombre Empresa
- ii. Rut Empresa
- iii. Razón Social
- iv. Código Postal/Dirección
- v. Número Telefónico
- vi. Cantidad de Trabajadores

- Vía Telefónica (Recomendada): En caso el individuo desee ser contactado vía telefónica, se le solicitará el número de contacto que más le acomode, junto con un rango horario mediante el cual se lleve a cabo el contacto. Durante el contacto telefónico por parte de nuestra secretaría, se le solicitará la información necesaria para verificar que el usuario se trata de una empresa. Esta opción se visualizará como “Recomendada”, para incentivar a los posibles usuarios a tomar esta opción, remarcada como una alternativa más personal y de mayor efectividad, teniendo la secretaria la labor de, además de recalar información, informar y comunicar acerca del propósito.

2. Proceso de confirmación: Una vez que se verifica a través de los datos entregados que el postulante a nuestras redes se trata de una empresa, se le envía vía e-Mail con un link para finalizar su proceso de registración.

3. Creación de usuario: Cuando ya ingresa al sitio nuevamente a través del link otorgado, deberá establecer su usuario y contraseña:
 - Usuario: Este corresponderá al mail de contacto que el cliente nos otorgó como medio de contacto, existiendo la posibilidad de cambiar el usuario por algún mail de mayor comodidad o mayor frecuencia de uso para el cliente.
 - Contraseña: La contraseña será de elección del usuario, pudiendo ocupar un número entre 6 a 18 caracteres.
4. Elección de Plan: Dado que nosotros no ofrecemos un producto físico, el cual necesite almacenaje, producción, elaboración, transporte entre otros, sino que somos una plataforma web donde mientras mayor sea la base de datos y los participantes de la misma, mejor será la calidad del servicio ofrecido, se nos hace dificultoso realizar una segmentación de mercado, es por esto que hemos decidido segmentar de acuerdo a los tipos de perfiles de planes que ofreceremos.

Previo a presentar los planes, detallaremos las características e atributos existentes a los que se puede aspirar al contratar los distintos planes:

- Contactos por e-Mail: Los compradores de los productos recibirán e mail de contacto para poder afinar detalles de la transacción.
- Teléfono de Contacto: Los compradores de los productos, además del mail, obtendrán el teléfono de contacto del proveedor, destacándose por ser un medio de comunicación más personal y más efectivo, llevando a una mayor tasa de transacciones completadas.
- Dirección de Web Visible: La opción de que dentro de la descripción de los productos se encuentre la página web de la empresa proveedora, siendo esta una ventaja para concretar futuras compras y obtener mayor información acerca de los productos y razón de la empresa.
- Resultado de Búsqueda Patrocinado: Esta opción corresponde a que los productos queden “Recomendados” por ZipZep, a través de

un sello virtual que le otorgará mayor credibilidad y confiabilidad acerca de la calidad del producto.

- **Contacto de Compra:** Corresponde al número de contactos obtenidos para llevar a cabo la transacción. Una vez ZipZep otorgue el número de contactos estipulados para cada Pack, el resto de los productos se darán de baja hasta iniciarse el nuevo mes.
- **Producto en Promoción:** Esta opción trata de que los productos en promoción tengan un espacio de mayor visibilidad en los motores de búsqueda de la página, así como un color distintivo que lo haga sobresalir y logre llamar la atención de los potenciales compradores.
- **Limitación de Publicar Productos:** Es el límite de productos por parte del proveedor que pueden estar en la interfaz de ZipZep.

Como plataforma web pretendemos ofrecer 3 tipos de suscripción orientado cada uno a un tipo de empresa diferente, donde finalmente en cada plan pretendemos agrupar empresas con características similares, estos planes de suscripción o membresía se diferencian entre sí en base a los servicios o características que poseen, en síntesis las distintas membresías se explican en el siguiente cuadro:

Servicio	Gratis	Bronce	Plata	Oro
Contactos por e-mail	SI	SI	SI	SI
Telefono de contacto	NO	NO	SI	SI
Direccion web visible	NO	NO	NO	SI
Resultado de busqueda patrocinado	NO	NO	1 PRODUCTO	3 PRODUCTOS
Contactos de compra	2	15	25	ILIMITADOS
Capacidad de colocar productos en promocion	NO	NO	2 PRODUCTOS	5 PRODUCTOS
Limitación de publicar productos	50	200	500	ILIMITADOS
Valor Pack	Gratis	\$ 49.990	\$ 59.990	\$ 99.990

A continuación se explica con mayor claridad los distintos packs que se expresan en la tabla anterior

- **Pack Gratuito:** Diseñado para llamar la atención de los clientes más incrédulos y de empresas emprendedoras, este Pack cuenta con contactos vía e-mail por parte de los compradores, con 2 contactos de compra al mes, donde una vez que estos se cumplan sus productos se bajaran de la plataforma web, para subirlos posteriormente una vez que comience el próximo mes. Este pack tendrá una limitación para publicar productos de 50, es decir, la empresa solo podrá tener esta cantidad de productos publicados en nuestras dependencias.
- **Pack Bronce:** Este pack es básicamente “un señuelo”. Se trata de una opción extremadamente inferior en las características al Plan Plata, pero con un precio bastante similar. Esto incentivaría a las personas a irse hacia el Pack Plata, debido a considerarla una opción más conveniente e incluso más económica que si no existiese el Pack Bronce.
- **Pack Plata:** Este Pack cuenta con una gran cantidad de servicios adicionales al pack gratuito, cuenta con contactos por e-mail, teléfono de contacto en el mail de respuesta a los potenciales clientes, cuenta además con la posibilidad de darle a un producto un patrocinio de búsqueda para que resalte por sobre los de la competencia, también este pack permite a las empresas colocar 1 producto al mes en promoción, finalmente este pack cuenta con 25 contactos de compra y con una capacidad de publicar productos de 500.
- **Pack Oro:** el mejor plan con el que cuenta ZipZep, está hecho para empresas que quieran aumentar su nivel de ventas y eliminar una gran cantidad de inventario sobrante, en el mail de contacto se incluye el número de teléfono, además de dejar visible el dominio web de la empresa. Por otro lado cuenta con una opción de publicar hasta 5 productos en promoción y 3 unidades para productos con

búsqueda patrocinada. Puede publicar ilimitados productos y recibir ilimitados contactos de compra.

5. Subir Inventario: Una vez que el usuario ya se encuentre correctamente registrado y con un plan elegido, podrá subir la cantidad de productos acorde a los límites postulados por el respectivo plan elegido. Para esto tendrá las siguientes dos opciones para poner en línea los productos que quiera poner en venta.
 - Proceso Manual: Consiste básicamente en subir manualmente cada uno de los productos ofertados a través de llenar la ficha estipulada.
 - Proceso Mediante Planilla (Recomendada): Esta alternativa, si bien es de mayor complejidad, goza de una mayor eficacia y rapidez para una subida óptima del inventario a vender, ya que agrupa todos los productos en una planilla estándar, a la cual se le debe llenar los campos requeridos y será automáticamente subida a la web.

Proceso de Compra-Venta

1. Detalle de los productos: De manera que los productos se suban de modo más homogéneo posible, se les entregará a las empresas una “ficha tipo” para cada uno de los productos, con el fin de identificarlos detalladamente, facilitando el proceso informativo y de comparación al momento de llevar a cabo la compra; para esto, se presentan a continuación los campos solicitados para cada uno de los productos, con los respectivos mensajes destinados a los proveedores para facilitar el correcto entendimiento de éste:
 - a. ID Producto: Identificador único de tus productos en ZipZep, no se puede modificar. Cualquier cambio que hagas en productos con ID existente, modificará el producto original en la web.

- b. Nombre del Producto: El nombre de tu producto es lo que define qué es. Otra información de uso, precio u ofertas puedes ponerla en los campos para ello.
- c. Categoría: Encuentra la categoría que más se ajusta a tu producto con nuestro selector. Elegir bien es clave que los compradores encuentren tus productos. Recuerda que sin la categoría a la que pertenece, el producto no podrá ser publicado en la web.
- d. Descripción: Describe las especificaciones y atractivos de tu producto. Incluye todo lo que es relevante para la decisión de compra. Recuerda que no puedes anunciar otros productos ni incluir datos de contacto (teléfono, página web...) y que el texto debe ser único para cada producto.
- e. Precio: Indica el precio con IVA en valores numéricos. Solo si no activas la venta online puedes elegir "A convenir".
- f. Unidad de medida: Elige del desplegable qué unidad de medida aplica a tu pedido (unidades, kilos, litros...).
- g. Stock disponible: Indica, en valores numéricos, cuánta cantidad del producto tienes disponible.
- h. Pedido mínimo: Indica la cantidad mínima necesaria de este producto para poder iniciar un pedido.
- i. Incrementos a partir del pedido mínimo: Especifica en valores numéricos en qué cantidad se puede incrementar el producto tras el pedido mínimo. Es muy importante indicarlo si envías por bloques o lotes
- j. Gastos de envío: Elige del desplegable el grupo de gastos de envío que quieres aplicar al producto.
- k. Tiempo de entrega: Indica en un valor numérico cuánto tiempo tardas en entregar la mercancía. El tiempo de entrega debe ser un número entero y de dos cifras como máximo, detallando además si se trata de horas, días o semanas.

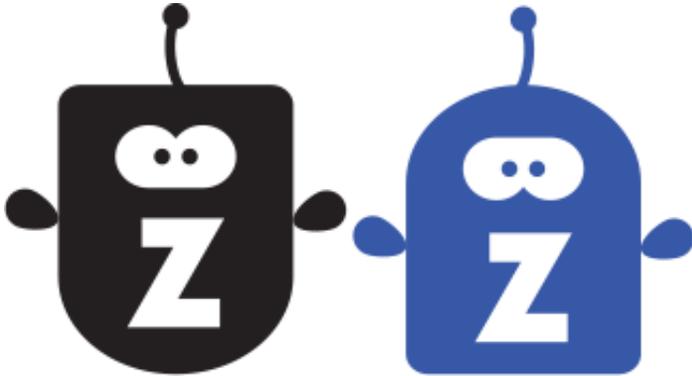
MARKETING Y ESTRATEGIAS

Imagen corporativa

El logo de nuestra empresa fue creado con el fin de representar los valores de la misma, es por esto que elegimos como colores el negro y un celeste oscuro, colores que son amigables a la vista y transmiten seriedad para nuestros potenciales clientes. En el logo también se incluyen dos personajes animados, de carácter robótico alienígena, uno negro y otro azul que pretenden transmitir sentimientos de confianza entre los usuarios. Además estos personajes acompañaran los distintos pasos del modelo de negocios, donde se les ve intercambiando cajas, llenando formularios, entre otros, estas animaciones se ven a continuación.



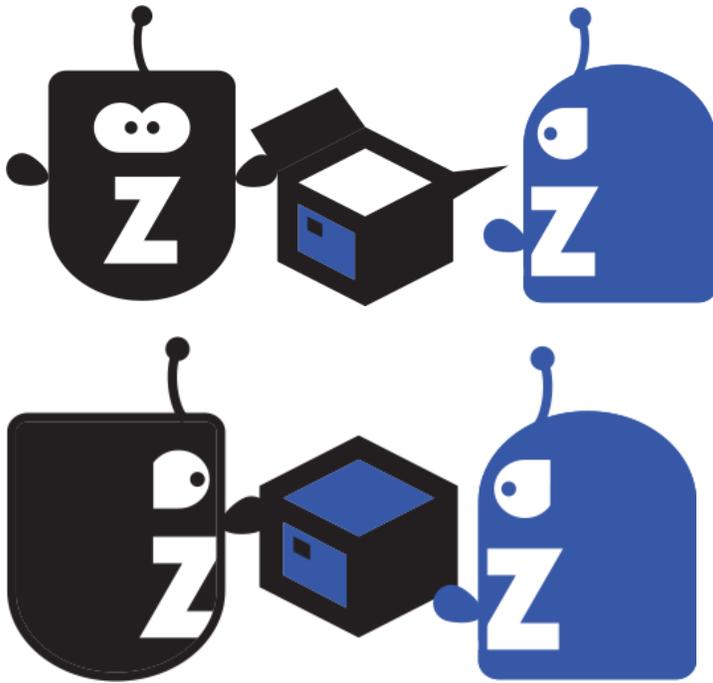
A continuación se muestran los personajes animados que acompañan el nombre de la empresa en el logo recién mostrado.



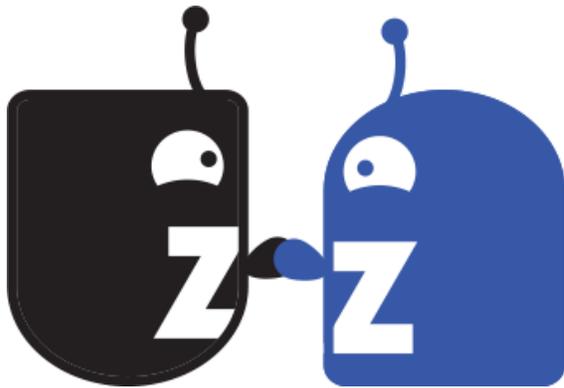
El primero de estos personajes, de color negro se llama ZIP, mientras que su compañero de color celeste oscuro se llama ZEP, ambos guiarán a nuestros potenciales clientes en todo el proceso de inscripción y compra-venta de productos. Estas acciones se detallan en las imágenes siguientes:



En esta imagen se puede apreciar el primer paso de nuestro modelo de negocios, el cual consiste en el llenado de formularios para poder ser parte de nuestra red de proveedores, se puede ver a Zip sosteniendo un cuadernillo y a Zep preparándose para rellenar la solicitud.



En estas imágenes se puede ver el paso donde los clientes suben sus productos a la plataforma web y los envían a sus respectivos clientes.



Finalmente en el último paso las animaciones nos muestran el sentimiento de amabilidad y cercanía que genera la plataforma web entre las empresas, en este paso es donde la empresa compradora podrá evaluar a la vendedora.

Mix Comercial

ZipZep es una empresa que entrega un servicio en donde facilita y crea contactos entre distintas empresas, por lo que identificar de manera correcta el producto, precio, plaza y promoción es un punto importante a profundizar en el desarrollo del plan de negocios.

- **Producto:** ZipZep entrega un servicio en el cual intenta optimizar tanto las relaciones entre distintas empresas y el uso eficiente del inventario de éstas. Por lo tanto el servicio es intangible y de corta duración. El servicio a ofrecer comenzará primero con una industria pero a mediano la intención es abarcar a todas las empresas que quieran ofrecer sus productos, independiente del rubro al que pertenezcan.
- **Plaza:** Nuestra ubicación será digital, nuestras ventas se realizarán a través de una página web, la que también está configurada para Smartphone, y los despachos se podrán realizar por ZipZep a domicilio, pero con un costo adicional, ya que la idea es simplemente crear el contacto entre ambas empresas y no enfocarnos en la distribución de los productos que fueron transados, pero pensamos que para optimizar el servicio se va a ofrecer la opción de realizar el despacho pero a un costo bastante más elevado.
- **Precio:** El precio está fijado acorde a los atributos y características de los distintos planes propuestos¹².
- **Promoción:** Este es un punto muy importante para ZipZep, ya que hacernos conocidos y con una imagen de ser una empresa

¹² Véase Análisis Financiero.

responsable, y eficiente en sus procesos debe ser algo fundamental para poder aumentar los ingresos. Las herramientas de promoción a utilizar serán desarrolladas en el Promocional.

Mix promocional

Se utilizarán importantes herramientas de promoción para poder hacernos conocidos por distintas empresas. Entre las cuales están la Publicidad, las Ventas Personales, Relaciones Públicas, el Marketing Directo y Ventas Promocionales.

- **Publicidad:** Una de las herramientas de promoción que utilizaremos para hacer conocida la marca ZipZep y para mostrar a nuestros clientes que somos una empresa seria y que entrega un servicio de calidad, va hacer la publicidad mediante la realización de videos explicativos de como poder ser parte de la red de ZipZep mostrando los Packs a ofrecer y los pasos que hay que seguir para poder publicar los productos o para comprarlos si ese es el caso. Estos videos se encontrarán en YouTube y en la misma página de ZipZep.

Otro medio que se utilizará para la promoción de nuestra empresa serán diarios y revistas más dirigidos al tema económico como el diario Financiero y la revista Capital de esta manera podremos mostrar nuestra empresa a individuos que están constantemente leyendo y analizando la economía del país y que ante una oportunidad como ZipZep no dudarán en mostrarlas en sus empresas a sus jefes.

Un último medio para promocionar a ZipZep serán las distintas ferias que se realizan en nuestro país, en donde se muestran diversos proyectos de innovación y la visitan empresarios que buscan nuevas oportunidades en donde invertir, pero también en donde pueden lograr un beneficio mayor, por lo que creemos que estas ferias son un medio muy bueno para dar a conocer a ZipZep y que estas personas vean nuestro proyecto como uno

que los va a beneficiar en el tema de hacer más eficiente su manejo de inventario, disminuyendo sus pérdidas por sobre stock.

- **Ventas Personales:** Una segunda herramienta promocional que utilizaremos son las Ventas Personales, la cual creemos que es el medio más eficiente para dar a conocer nuestro negocio, en donde mostraremos una presentación del proyecto, una explicación de éste, para finalmente intentar crear nuevos clientes para nuestra página.

Hoy en día, ya hemos tenido reuniones con tres grandes empresas, entre las cuales están 3M, Ripley y Sodimac, y en las tres han visto nuestro proyecto como una oportunidad de negocio, en la cual podrán hacer que sus manejos de inventarios sean bastante más eficientes.

El caso más relevante es el de Sodimac, en donde nos enviaron, para partir, los 5 productos que tienen mayor sobre stock en la tienda, además nos invitaron a conocer algunos locales de la empresa para ver como es el uso del espacio en éstas y para ir de esa manera familiarizándonos con el rubro de la construcción.

Las tres empresas tuvieron una gran recepción del proyecto y al ir avanzando en éste, nos volveremos a reunir con ellas para que publiquen sus productos en nuestra página y hacerlos clientes de ZipZep.

- **Marketing Directo:** Mediante la herramienta del Marketing Directo nos enfocaremos principalmente en el Marketing WOMM que esta relacionado con las redes sociales y el correcto uso de éstas con el fin de utilizarlas a favor de ZipZep. Las redes sociales que utilizaremos serán Facebook, Twitter, Vimeo y YouTube, ya que un correcto uso de éstas pueden ayudar hacer una buena publicidad a nuestro negocio, en primer lugar con Facebook mostraremos las mayores cualidades que posee nuestra página, además de mostrar la website de ZipZep, sabemos que Facebook es utilizado sobre todo para personas más jóvenes, pero el utilizarlo de manera correcta podremos llegar indirectamente a nuestros clientes,

además la creación de una página en Facebook es gratuita, por lo que sólo nos debemos ocupar de que esté constantemente se este actualizando, dando a conocer las novedades de nuestro proyecto.



También utilizaremos Twitter, red social en donde daremos a conocer las distintas noticias que han ocurrido tanto en nuestro negocio como en la industria relacionada, tales como datos de crecimiento de ventas vía internet o como a aumentado la seguridad de la venta por nuestra website, entre otras cosas por el estilo, de tal manera de darle datos duros a nuestros futuros clientes, que no confían en la compra/venta mediante esta vía. Junto con esto daremos a conocer los avances más relevantes en nuestra página y los clientes que ya están confiando en nuestro proyecto. También utilizaremos Vimeo y YouTube, están redes sociales sirven para mostrar videos, en nuestro caso serán videos de tipo informativo en donde daremos a conocer en primer lugar que es ZipZep y cual es la finalidad de nuestro proyecto y en segundo lugar como funciona hacerse cliente de ZipZep y publicar o comprar distintos productos mediante nuestra página. De esta forma facilitaremos el uso del sitio web y que es un punto fundamental para nosotros, ya que consideramos que un uso simple y eficiente es imprescindible para diferenciarnos de los demás sitios de compra/venta de productos.

Por último y complementando con el uso de las redes sociales antes mencionadas, se utilizará Google Adwords, ya que es una herramienta que

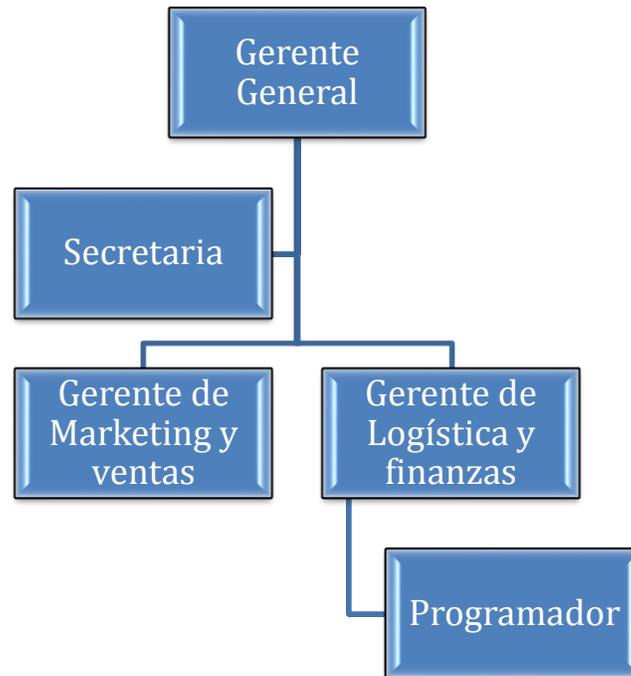
ayuda a que más empresas lleguen a buscar nuestra página y hacernos más conocidos. Consideramos que es una herramienta bastante útil para comenzar un negocio y posee un costo no muy elevado, además de que la empresa programadora de la web incluye el uso de Google Adwords y la administración de éste.

Todas estas redes sociales son gratuitas, menos Google Adwords, pero a pesar de que no tengan ningún costo debemos tener claro que deben estar constantemente actualizando, con el fin de que se usen a nuestro favor y no sea una publicidad en contra de ZipZep por falta de cuidado de éstas.

- **Venta Promocionales:** Al ser una empresa nueva debemos intentar llamar la atención de nuestros futuros clientes para que nos empiecen a conocer como una empresa confiable y que vean una oportunidad de negocio en nuestro proyecto, de esta manera que al comenzar nuestro proyecto realizaremos una serie de promociones, entre las cuales están “el primer mes gratuito” si es que utilizan el pack plata u oro y de esa manera comenzar a ampliar nuestra base de clientes. También se ofrecerán promociones con un descuento “extra” por compras al por mayor y de esa manera ahorrar gastos para los futuros compradores. Por último, se entregará un premio mensual a la empresa que más venda en nuestra página y a la que más compre y de esa manera se sentirán más identificados con ZipZep y mostraremos ser una empresa seria, respetable y confiable.

Plan de Implantación

Organigrama y Descripción de cargos



Nuestra empresa, en un comienzo, va a estar conformada por cinco cargos, entre los cuales están el Gerente General, el Gerente de Marketing y Ventas, el Gerente de Logística y Finanzas, y un programador.

- **Gerente General:** Será Cristóbal Ruiz, ya que creemos importante que la empresa sea dirigida por uno de nosotros, para poder tener el control de esta y direccionarla de la manera en que queramos que se enfoque. Será el encargado de coordinar las operaciones entre los demás gerentes, encargarse de las transacciones más importantes y será la cara de la empresa, además debe fiscalizar el trabajo de los gerentes, establecer metas y evaluar su cumplimiento.

- **Secretaria:** Se contratará a alguien que se encargue de atender los llamados y e-mails, entregando la información que se le solicite o transferirlos a alguno de los gerentes según corresponda. Se hará cargo de la realización de contratos, entregar los pagos y trámites menores. Lo más importante es que ella será quien se encargue del Fan page de Facebook, Twitter, YouTube y Vimeo, censurando comentarios inapropiados y revisando que todo funcione como corresponda, de tal manera que estas redes sociales se estén actualizando constantemente y que sean un aporte para la empresa.
- **Gerente de Marketing y Ventas:** Será Javier Awad Manzano, y se encargará de todas las herramientas de promoción de la empresa, de tal manera de manejar el presupuesto para publicidad de la mejor manera posible. También tendrá una participación importante en la tarea de traer distintos clientes hacia la empresa con el fin de aumentar las ventas de ésta, por lo que una de sus misiones en las distintas reuniones será tener la capacidad de convencer a los potenciales clientes de que ZipZep es una oportunidad única y que deben aprovecharla.
- **Gerente de Logística y Finanzas:** Será Pablo Rioja Zenteno, y se encargará de coordinar las todo el manejo logístico de ZipZep, de tal manera de mantener a los clientes contentos con el servicio que entrega nuestra empresa. Además tendrá a cargo al programador de la página web, por lo que su misión es que éste último mantenga la página con un funcionamiento perfecto, ya que si la página tiene problemas, la empresa no vende y perdemos clientes. Por último también esta a cargo de las finanzas de la empresa, con el fin de mantener un orden con el gasto en cada uno de los departamentos de ésta y manejar el dinero que entra y sale de ZipZep, a mediano plazo se contratará a un contador para ayudar al gerente de Finanzas en estas tareas.

- **Programador:** Será una persona contratada por los socios de la empresa y tendrá como tarea principal la pagina web, en donde ésta debe funcionar de manera perfecta, con mínimas fallas, ya que para ZipZep la web es el “rostro” de la empresa por lo que es fundamental que se mantenga con un uso perfecto, constantemente actualizándose, con un formato simple, pero creativo a la vez, que los clientes promocionar sus productos mediante un uso claro de la página. Junto con esto el programador tendrá que estar disponible ante cualquier problema tecnológico que se deba solucionar en ZipZep.

Debemos dejar en claro que al ser una empresa con pocos empleados la toma de decisiones será centralizada y, a pesar de que todos tengan tareas específicas, a la vez todos tienen la responsabilidad de ayudar a los demás empleados con el fin de hacer más eficiente el funcionamiento de ZipZep Ltda.

Carta Gantt

Para el desarrollo de la carta Gantt del proyecto hemos considerado todos los puntos clave del desarrollo, inicio y crecimiento de ZipZep, esto vale decir que consideramos desde los desarrollos de la idea hasta cuando ya esté operativo y en correcto funcionamiento.

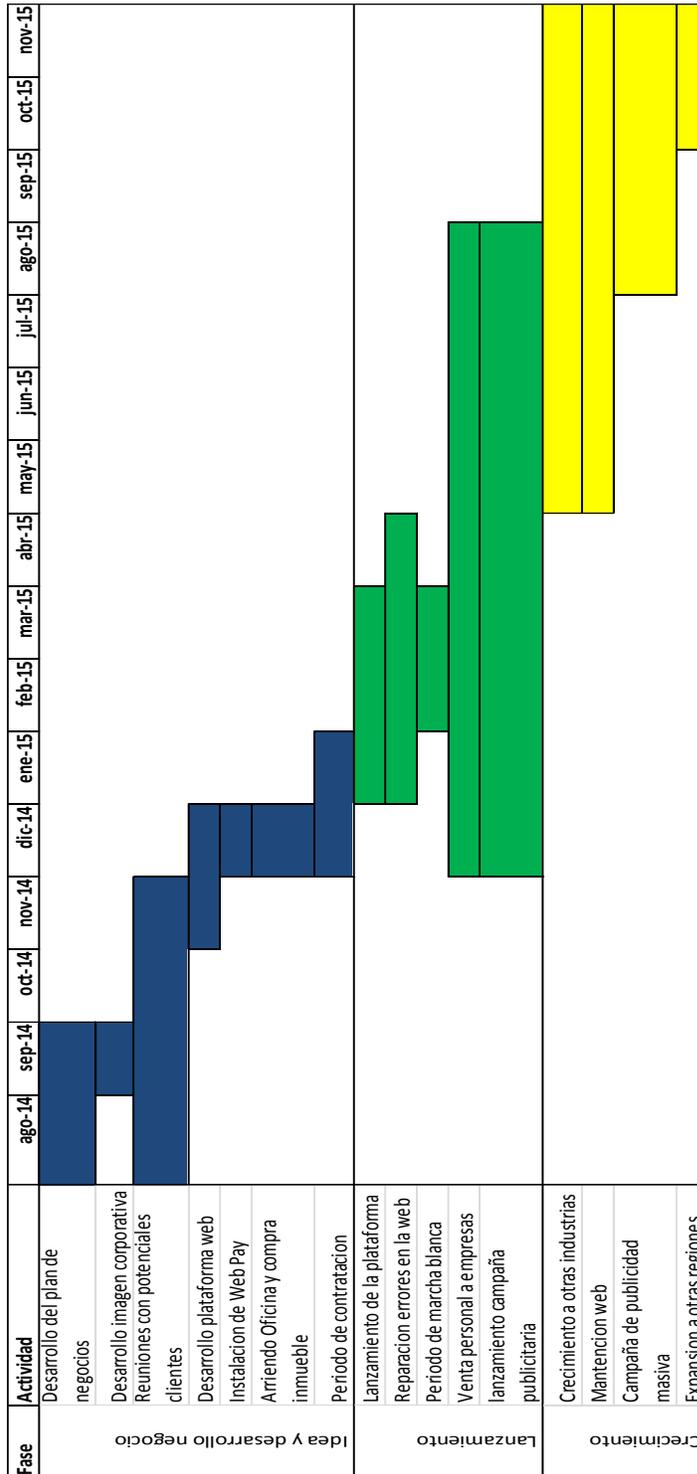
Decidimos dividir el proyecto en cuatro fases diferentes, siendo la primera fase el desarrollo de la idea, creemos que la primera actividad que se debe realizar es la definición clara y concisa del modelo de negocios que llevaremos a cabo, luego destacan actividades primordiales como el desarrollo de la imagen corporativa de ZipZep, la elaboración de la plataforma web que permitirá la interacción entre empresas, además cabe mencionar las reuniones con empresarios de grandes, medianas y pequeñas empresas a modo de obtener su perspectiva del negocio, su *feedback* y por supuesto es una manera excelente de comenzar a hacernos conocidos como empresa, otras actividades que se incluirán en esta fase son el arriendo de la oficina, las contrataciones del personal, compra del inmueble, instalación del Web Pay entre otros.

La segunda fase de nuestro proyecto la definimos como el lanzamiento, donde lanzaremos la plataforma que comenzara a funcionar en un periodo donde a las primeras empresas que comiencen a trabajar con nosotros no se les cobrara membresía durante los primeros 2 meses, en este periodo pretendemos corregir cualquier error que posea la página web. Además en esta fase se comenzara con el marketing vía redes sociales y *Word of Mouth*, donde recorreremos las diferentes empresas con las cuales nosotros como equipo emprendedor tenemos contactos.

En la tercera fase llamada “Crecimiento” pretendemos ya estar operando sin ningún error en la plataforma, lo que nos permitirá iniciar el crecimiento de la empresa a todas las industrias del país, es aquí donde también se hace crucial el rol del marketing para atraer clientes y consumidores de estas mismas empresas.

Finalmente esta fase tiene como misión el desarrollo sustentable de ZipZep en el mediano largo plazo y la expansión hacia otras regiones de Latinoamérica.

A continuación se muestra el diagrama Gantt, donde se especifican los plazos que tendrán cada fase y cada actividad de esta.



Análisis Financiero

Costos y gastos

Para el desarrollo de nuestra empresa incurriremos en bastantes y diversos tipos de costos, algunos de ellos serán una inversión inicial donde solo tendrán que ser gastados una vez. A continuación se detallan todos los gastos que necesitaremos para el normal funcionamiento de ZipZep.

- 1) Gastos de arriendo: para funcionar como empresa necesitamos tener una ubicación física, la cual será dentro de la región metropolitana, más específicamente en la comuna de Las Condes, dado que somos un equipo pequeño de personas en un comienzo la oficina será de 22 metros cuadrados y en base a información obtenida en portales inmobiliarios el costo será de 270.000 pesos chilenos¹³. La oficina que pretendemos arrendar se muestra en anexos.
- 2) Remuneraciones: para el normal funcionamiento nuestra empresa contaremos con un personal de 5 personas, una secretaria, un ingeniero en informática y 3 ingenieros comerciales, las acciones que desempeñaran cada uno se especifican en el punto descripción de cargos de este trabajo. A continuación se muestra una tabla con los sueldos de cada uno de los integrantes de la empresa.¹⁴¹⁵¹⁶

Cargo	Título profesional	Sueldo	Sueldo neto	Años de Experiencia
Gerente general	Ingeniero comercial	\$ 787.649	\$ 932.340	Sin experiencia
Gerente marketing y ventas	Ingeniero comercial	\$ 787.649	\$ 932.340	Sin experiencia
Gerente logística y finanzas	Ingeniero comercial	\$ 787.649	\$ 932.340	Sin experiencia
Programador	Ingeniero informatico	\$ 713.922	\$ 845.069	Entre 3 y 4 años
Secretaria	No posee	\$ 365.112	\$ 432.183	Entre 1 y 2 años
	Total	\$ 3.441.981	\$ 4.074.273	

¹³Portal Inmobiliario, <http://www.portalinmobiliario.com/?gclid=CL-fiGQ-MECFSMA7Aod2GAANg>

¹⁴ Datos obtenidos del último estudio de trabajando.com, <http://economia.terra.cl/conozca-los-sueldos-de-las-carreras-mas-demandadas-por-las-empresas,24d85daeb06b2410VgnCLD200000bbccce0aRCRD.html>

¹⁵ Plataforma web universitarios.cl, <http://www.universitarios.cl/blog/carreras/cuanto-ganan-los-recien-egresados-110045/>

¹⁶ Los sueldos netos incluyen el 7% que se otorga a salud, además de la cotización obligatoria de AFP.

3) Gasto publicidad: los gastos de publicidad se detallan en la siguiente tabla.

Medio	Costo
Fan Page Facebook	\$ -
Dípticos y Presentaciones	\$ 343.482
Total	\$ 343.482

¹⁷

4) Gastos generales: para el normal desempeño de la empresa incurriremos en diversos costos, tales como luz, agua, entre otros. En la tabla a continuación se detallan esos costos.

Gasto	Valor
Luz	\$ 15.000
Agua	\$ 10.000
Teléfono, Internet y Televisión	\$ 41.990
Total	\$ 66.990

¹⁸

Inversión inicial

- 1) Gasto en imagen corporativa: para el desarrollo de nuestra imagen corporativa se contrató a un diseñador que se encargó de la creación de la totalidad de la imagen corporativa, incluyendo las animaciones, logo y Fan Page de Facebook. Por todo esto se pagó un total de 25.000 pesos.
- 2) Gasto en creación de página web: tenemos que en este punto incluimos dos costos diferentes que atañen a la creación de la plataforma de ZipZep, el primero es la programación y diseño de la web, mientras que el segundo va asociado a la contratación de Web Pay para habilitar el pago de nuestros clientes vía tarjeta de créditos o de débitos.
 - Para determinar el costo de programación de nuestra plataforma web recurrimos a 3 diferentes empresas que se especializan en creación de páginas web. Finalmente nos decidimos por realizarlo con la empresa Potencial Digital, lo que nos arroja un costo de

¹⁷ La cotización realizada a Dimacofi se encuentra adjuntada en anexos.

¹⁸ De acuerdo a cotizaciones realizadas en VTR y a estimaciones de Chilectra con Agua andina.

459.990¹⁹, los detalles del servicio a contratar se pueden apreciar en anexos.

- El segundo costo asociado a la creación de la página web será la contratación del servicio Web Pay, el cual tiene un costo de 287.000 pesos²⁰.

3) Gasto en activo fijo: para la puesta en marcha de la empresa se debe contemplar la compra de inmuebles tales como mesas, sillas, computadores, lámparas etc. A continuación se detalla el costo de cada uno de estos activos.

Activo Fijo	Valor
Mesa	\$ 29.000
Sillas	\$ 20.000
Lampara	\$ 5.000
Computador Dell	\$ 314.755
Articulos de Oficina	\$ 35.000
Total Gasto Activo Fijo	\$ 403.755

2122

4) Gastos legales:

Gastos Legales		Monto
Gastos Notariales		\$160.000,00
	Inscripción registro Comercio del Conservador bienes raíces	\$60.000,00
	Costo Notarial (Escritura pública y protocolización)	\$20.000,00
	Redacción escritura (Abogado Manuel Guerrero Comandari)	\$80.000,00
Inscripción en INAPI		\$158.353

¹⁹ Plataforma web de la empresa potencial digital, http://www.potencialdigital.cl/admin/ecommerce/Presupuesto_Ecommerce_2014_PotencialDigital_Chile.pdf

²⁰ Plataforma web Transbank, <http://www.oml.cl/integracion-webpay-transbank.php>

²¹ Página web Dell , http://configure.us.dell.com/dellstore/config.aspx?c=us&cs=04&fb=1&l=en&model_id=optiplex-3020m-desktop&oc=cao3020mffw7p0083&s=bsd&vw=classic

²² Página todo oficina, <http://www.todooficina.com/checkout/cart/>

Primer Pago (Presentación Solicitud)	Clase 42	\$41.801
Segundo Pago (Después de 60 días)	Clase 42	\$83.602
Pago Publicación Diario Oficial	Tamaño Estándar etiqueta	\$17.450
	Publicación Extracto promedio	\$15.000
	Formulario	\$500
Gastos del SII (facturas, boletas, etc.)		\$40.000
	Timbraje de Documentos (Elaboración documentos imprenta) Nota: no hay un gasto específico del timbraje de documentos, si a la elaboración de documentos por imprenta.	\$40.000
	Boleta electrónica	\$0
Pagos permisos (patentes comerciales).		\$250.000
	Pagos permisos patente comercial municipalidad de Santiago	\$250.000
<u>TOTAL</u>		<u>\$608.353</u>

Evaluación Financiera

Ya conocidos los planes que ofrecerá ZipZep, con las respectivas características de cada uno de ellos, procederemos a enfocarnos en el aspecto monetario. Para esto, realizaremos la evaluación financiera del proyecto, a través de aproximaciones de los precios tentativos para cada uno de los planes, y de estimaciones de la cantidad de clientes suscritos a éstos. Para fines de esta evaluación, nos propondremos un horizonte temporal a evaluar de 5 años y tomaremos en cuenta una inflación anual del 3%.

- Precios planes: A continuación se presentan los precios de los distintos planes, en orden ascendente con respecto a la calidad y cantidad de atributos presentes en cada uno de éstos.

Precio Planes	Gratuito	Gratis
	Bronce	\$59.990
	Plata	\$79.990
	Oro	\$119.990

Cabe destacar que los precios son tentativos y que pueden ir aumentando o disminuyendo en los distintos periodos (previo aviso a los clientes) acorde a la reacción del público objetivo.

- Estimaciones Planes adquiridos: Basados en estimaciones personales, y con el fin de poder cuantificar de mejor manera el efecto económico y la viabilidad monetaria del proyecto, proyectamos las cantidades de planes adquiridos para cada uno de los semestres dentro de los 5 años de horizonte temporal.

- Año 1: Observamos que el primer año consta primordialmente de adquirir nuevos clientes y darles a conocer los beneficios del proyecto. Este año estará marcado por una fuerte entrada de clientes con planes Gratuitos, y pequeñas cantidades de clientes que van subiendo de categoría.

Estimación Planes Adquiridos por Semestre				Total Semestre
Año 1	Semestre 1	Gratuito	30	45
		Bronce	0	
		Plata	10	
		Oro	5	
	Semestre 2	Gratuito	65	100
		Bronce	5	
		Plata	20	
		Oro	10	

- Año 2 y Año 3: Durante estos años se pretende que, aún cuando aumenta la cantidad de clientes con planes Gratuitos, también aumente el número de clientes totales, llevando a que un mayor porcentaje de clientes suba de categoría, encontrando un alza importante en los planes Plata y Oro.

Estimación Planes Adquiridos por Semestre				Total Semestre
Año 2	Semestre 3	Gratuito	105	184
		Bronce	14	
		Plata	40	
		Oro	25	
	Semestre 4	Gratuito	90	192
		Bronce	12	
		Plata	60	
		Oro	30	

Estimación Planes Adquiridos por Semestre				Total Semestre
Año 3	Semestre 5	Gratuito	90	220
		Bronce	10	
		Plata	85	
		Oro	35	
	Semestre 6	Gratuito	85	245
		Bronce	10	
		Plata	110	
		Oro	40	

- Año 4 y Año 5: Estos años representan el mayor apogeo y estabilidad de ZipZep, luego del exponencial crecimiento vivido en el periodo anterior, este periodo cuenta con una fuga de los clientes hacia planes superiores y de mayor calidad, motivado por las bondades y beneficios de un sistema que ya es familiar con la mayoría de los clientes.

Estimación Planes Adquiridos por Semestre				Total Semestre
Año 4	Semestre 7	Gratuito	85	253
		Bronce	10	
		Plata	115	
		Oro	43	
	Semestre 8	Gratuito	90	262
		Bronce	12	
		Plata	115	
		Oro	45	

Estimación Planes Adquiridos por Semestre				Total Semestre
Año 5	Semestre 9	Gratuito	90	267
		Bronce	12	
		Plata	120	
		Oro	45	
	Semestre 10	Gratuito	92	271
		Bronce	13	
		Plata	120	
		Oro	46	

- Ingresos Totales Estimados: La siguiente tabla resume los ingresos percibidos para cada uno de los semestres acorde a la estimación de planes adquiridos por semestre y a los precios propuestos anteriormente.

Ingresos	Año 1	Semestre 1	\$8.399.100	\$26.997.000
		Semestre 2	\$18.597.900	
	Año 2	Semestre 3	\$42.235.260	\$96.949.140
		Semestre 4	\$54.713.880	
	Año 3	Semestre 5	\$69.592.200	\$154.782.600
		Semestre 6	\$85.190.400	
	Año 4	Semestre 7	\$89.749.920	\$181.659.600
		Semestre 8	\$91.909.680	
	Año 5	Semestre 9	\$94.309.380	\$189.698.640
		Semestre 10	\$95.389.260	
Total			\$650.086.980	

- **Gastos**

- Gastos en Remuneraciones: Acorde a la inflación supuesta, la siguiente tabla muestra el gasto en remuneraciones para los 5 años de evaluación financiera, este flujo incluye los gastos de Salud, AFP y seguros generales de los trabajadores.

	Año1	Año 2	Año 3	Año4	Año 5
General General	\$ 787.649	\$ 811.278	\$ 835.617	\$ 860.685	\$ 886.506
Gerente de Marketing y Ventas	\$ 787.649	\$ 811.278	\$ 835.617	\$ 860.685	\$ 886.506
Gerente de Logística y Finanzas	\$ 787.649	\$ 811.278	\$ 835.617	\$ 860.685	\$ 886.506
Secretaria	\$ 365.112	\$ 376.065	\$ 387.347	\$ 398.968	\$ 410.937
Programador	\$ 713.922	\$ 735.340	\$ 757.400	\$ 780.122	\$ 803.526
Total sueldos líquidos	\$ 3.441.981	\$ 3.545.240	\$ 3.651.598	\$ 3.761.146	\$ 3.873.980
Salud (7%)	\$ 240.939	\$ 248.167	\$ 255.612	\$ 263.280	\$ 271.179
AFP y seguros (10%+0,77%+0,6%)	\$ 391.353	\$ 403.094	\$ 415.187	\$ 427.642	\$ 440.472
Total sueldos brutos mensual	\$ 4.074.273	\$ 4.196.501	\$ 4.322.396	\$ 4.452.068	\$ 4.585.630
Total sueldos anuales	\$ 48.891.275	\$ 50.358.013	\$ 51.868.754	\$ 53.424.816	\$ 55.027.561

- Gastos Arriendos: Acorde a lo explicitado anteriormente, los gastos en arriendo están detallados en la siguiente tabla²³:

Gasto Arriendo Mensual \$ 270.000

Gasto Arriendo Anual Real	Año 1	\$ 3.240.000
	Año 2	\$ 3.337.200
	Año 3	\$ 3.437.316
	Año 4	\$ 3.540.435
	Año 5	\$ 3.646.649

- Gastos Publicidad: Acorde a lo explicitado anteriormente, los gastos en arriendo están detallados en la siguiente tabla²⁴:

Gasto Publicidad Mensual \$ 350.000

Gasto Publicidad Anual Real	Año 1	\$ 4.200.000
	Año 2	\$ 4.326.000
	Año 3	\$ 4.455.780
	Año 4	\$ 4.589.453
	Año 5	\$ 4.727.137

²³ Los valores reales han sido adaptados acorde a la inflación predicha (3%)

²⁴ Los valores reales han sido adaptados acorde a la inflación predicha (3%)

- Gastos Comisión WebPay: Aquellos gastos relacionados a la comisión por venta de internet por el servicio WebPay²⁵:

Gastos Comisión Webpay	Año 1	\$ 1.349.850
	Año 2	\$ 4.847.457
	Año 3	\$ 7.739.130
	Año 4	\$ 9.082.980
	Año 5	\$ 9.484.932

- Gastos Totales Por Semestre: La siguiente tabla nos indica suma de los gastos no iniciales que deben ser cancelados en todos los periodos:

Gastos Totales Por Semestre	Semestre 1	\$ 28.840.562
	Semestre 2	\$ 28.840.562
	Semestre 3	\$ 31.434.335
	Semestre 4	\$ 31.434.335
	Semestre 5	\$ 33.750.490
	Semestre 6	\$ 33.750.490
	Semestre 7	\$ 35.318.843
	Semestre 8	\$ 35.318.843
	Semestre 9	\$ 36.443.139
	Semestre 10	\$ 36.443.139

²⁵ La comisión equivale al 5% de las ventas pronosticadas.

- Gastos Legales: Acorde a lo detallado anteriormente, los montos de los gastos legales, contemplados como inversión inicial, consisten en:

Gastos Legales	
Gastos Notariales	\$ 160.000
Inscripción INAPI	\$ 158.353
Gastos del SII	\$ 40.000
Pagos Permisos	\$ 250.000
Total	\$ 608.353

- Inversión Inicial: A continuación se detalla la tabla con los montos respectivos a cada uno de los ítem que componen la inversión inicial necesaria para llevar a cabo el negocio:

Inversion Inicial	
Logo	\$ 25.000
Página	\$ 459.990
WebPay	\$ 287.000
Gastos Legales	\$ 608.353
Gasto Activo Fijo	\$ 403.755
Total	\$ 1.784.098

- **Beneficios**

- Beneficios Netos: Tomando en consideración los montos de los gastos descritos previamente, además de los ingresos pertinentes para cada uno de los semestres, se logró calcular los beneficios esperados previo a los impuestos de primera categoría.

Beneficios Totales Por Semestre	Semestre 1	\$-20.441.462
	Semestre 2	\$-10.242.662
	Semestre 3	\$10.800.925
	Semestre 4	\$23.279.545
	Semestre 5	\$35.841.710
	Semestre 6	\$51.439.910
	Semestre 7	\$54.431.077
	Semestre 8	\$56.590.837
	Semestre 9	\$57.866.241
	Semestre 10	\$58.946.121

- Beneficios Brutos: Dados los montos netos anteriores, se le aplicará el impuesto pertinente de primera categoría a las utilidades obtenidas²⁶.

Beneficios Post-Impuestos de Primera Categoría	Semestre 1	\$-20.441.462
	Semestre 2	\$-10.242.662
	Semestre 3	\$8.640.740
	Semestre 4	\$18.623.636
	Semestre 5	\$28.673.368
	Semestre 6	\$41.151.928
	Semestre 7	\$43.544.862
	Semestre 8	\$45.272.670
	Semestre 9	\$46.292.993
	Semestre 10	\$47.156.897

- Van y Proyecciones: Para la evaluación financiera, las siguientes tablas muestran los datos respectivos de los flujos esperados para los 5 años de horizonte temporal. Cabe destacar que consideramos para el Van una tasa del 9,8% anual.

Periodo Retorno Inversión	5 Semestres
Horizonte Temporal	5 Años
Tasa de Descuento Anual	9,8%
Tasa de Descuento Semestral	4,7855%
TIR	111,13%

²⁶ Impuesto de primera categoría de 20% sobre los beneficios totales.

Los resultados parecen bastante auspiciosos, pese a tener 4 semestres de pérdidas, la TIR goza de un alto valor y el VAN total del horizonte temporal es de una gran cuantía.

VAN TOTAL	\$	285.106.425	AÑO	VAN
			1	-\$ 30.620.482
			2	-\$ 7.662.796
			3	\$ 46.121.745
			4	\$ 108.662.204
			5	\$ 168.605.754

Marco Legal

El análisis legal busca detallar en seis pasos todos los aspectos necesarios para la creación y/o constitución de la sociedad. Una vez realizado este análisis, se podrá identificar responsabilidades y funciones de la partes, alcance legal de la constitución de la sociedad y la inscripción de la sociedad ante distintas entidades para legalizar su funcionamiento. El modelo busca ser extensible a cualquier empresa y las partes a realizar son las siguientes: el establecimiento de la constitución legal de la sociedad, la legalización de la constitución frente a un notario, inscripción de la sociedad en el registro de Comercio, publicación en el Diario Oficial, Inscripción de la sociedad en el servicio de Impuestos Internos, obtención de la patente municipal y otros aspectos legales.

Tipo De Sociedad

CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD RESPONSABILIDAD LIMITADA

En Santiago de Chile, a 05 de noviembre del año dos mil catorce ante mí, comparecen:

Don Javier Awad Manzano, Soltero, Estudiante, 17.407.943-9, Avenida El Parque 3198, Don Pablo Rioja Zenteno, Soltero, Estudiante, 17.753.922-3, 26 de Diciembre #36, San Esteban, Los Andes, Don Cristóbal Ruiz Saldivia, Soltero, Estudiante, 17.920.633-1, Juan Francisco González 777, los comparecientes mayores de edad, quienes acreditan su identidad con las cédulas respectivas, y exponen: que vienen en constituir una sociedad de responsabilidad limitada, en adelante la "Sociedad", que se regirá por las disposiciones de la ley número tres mil novecientos dieciocho y sus modificaciones y demás leyes pertinentes, y en especial, por las disposiciones de los siguientes estatutos:

CLÁUSULA UNO) TÍTULO PRIMERO: DEL NOMBRE, OBJETO, DOMICILIO Y DURACIÓN. ARTÍCULO PRIMERO: El nombre o razón social de la Sociedad es "Responsabilidad Limitada". ARTÍCULO SEGUNDO: EL OBJETO SOCIAL; La Sociedad tendrá por objeto desarrollar, directamente o por intermedio de terceros, individualmente o en conjunto con otros, las siguientes actividades: a) la compra,

venta directa o cualquier modo de venta, permuta, consignación, acopio, importación, exportación, leasing, producción y distribución de todo tipo de bienes y/o servicios, nacionales o extranjeros, al por mayor o al por menor, aplicables a cualquier tipo de industria, y demás actividades complementarias y/o relacionadas incluyendo, sin limitación, la explotación en el país y/o en el exterior de patentes de invención, modelos de utilidad, software, programas de computación, marcas de fabrica, diseños y modelos industriales; b) efectuar y desarrollar toda clase de inversiones y/o negocios por cuenta propia o ajena, relativos a todo tipo de bienes, muebles o inmuebles, corporales o incorporales, su explotación, comercialización y/o administración; c) el ejercicio de todo tipo de representaciones, mandatos, comisiones y consignaciones de empresas, sociedades y/o particulares sean estos nacionales o extranjeros; d) la realización de todas aquellas actividades comerciales o industriales que fueren complementarias o anexas al giro principal, y e) cualquier otra actividad que acuerden los socios. ARTÍCULO TERCERO: El domicilio de la Sociedad es la comuna y ciudad de Lo Barnechea, Santiago, Región Metropolitana sin perjuicio de que pueda establecer agencias, sucursales o establecimientos en el resto del país o en el extranjero. ARTÍCULO CUARTO: La duración de la Sociedad será de diez años a contar de la fecha de la presente escritura. Este plazo se prorrogará tácita y automáticamente por períodos iguales y sucesivos de diez años, salvo que alguno de los socios manifieste su voluntad de poner término a la Sociedad, mediante escritura pública de la que deberá tomarse nota en el Registro de Comercio al margen de la inscripción de la Sociedad, con seis meses de anticipación, a lo menos, al vencimiento del período original o al de la prórroga que estuviese vigente. TÍTULO SEGUNDO: DEL CAPITAL SOCIAL Y DE LA RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS. ARTÍCULO QUINTO: El capital de la Sociedad es la cantidad de \$39.000.000 de pesos, que los socios se obligan a aportar y pagar en las proporciones y de la forma siguiente: A) Javier Awad Manzano se obliga a enterar el equivalente al 33,3 por ciento del capital social, mediante el aporte de (\$13.000.000), que enterará y pagará a la caja social en dinero en efectivo, a más tardar dentro del plazo de tres años contado desde la fecha de esta escritura y en la medida que lo requieran las

necesidades sociales, y B) Pablo Rioja Zenteno se obliga a enterar el equivalente al 33,3 por ciento del capital social, mediante el aporte de (\$13.000.000), que enterará y pagará a la caja social en dinero en efectivo, a más tardar dentro del plazo de tres años contado desde la fecha de esta escritura y en la medida que lo requieran las necesidades sociales, C) Cristóbal Ruiz Saldivia se obliga a enterar el equivalente al 33,3 por ciento del capital social, mediante el aporte de (\$13.000.000), que enterará y pagará a la caja social en dinero en efectivo, a más tardar dentro del plazo de tres años contado desde la fecha de esta escritura y en la medida que lo requieran las necesidades sociales. ARTÍCULO SEXTO: La responsabilidad de los socios queda limitada al monto de sus respectivos aportes. TÍTULO TERCERO: DE LA ADMINISTRACIÓN. ARTÍCULO SÉPTIMO: La administración de la Sociedad y el uso de su razón social corresponderán a Javier Awad Manzano, quien la ejercerá por sí o por intermedio de apoderados o delegados designados especialmente al efecto por medio de escritura pública que se anotará al margen de la inscripción social. El socio administrador, actuando en forma individual y separada, ya sea por sí o por medio de los apoderados que designen al efecto de conformidad con la presente cláusula, tendrá las más amplias facultades de administración y disposición, pudiendo ejercer la representación judicial y extrajudicial de la Sociedad, en todos los asuntos, negocios, operaciones, gestiones, actuaciones, juicios, actos, contratos, etcétera que digan relación con su objeto social o sean necesarios o conducentes a sus fines. Al efecto y sin que la enunciación que sigue importe limitación alguna de facultades, podrá: Uno) representar judicialmente a la Sociedad con todas y cada una de las facultades ordinarias y extraordinarias del mandato judicial contempladas en ambos incisos del artículo siete del Código de Procedimiento Civil, las que incluyen la facultad de desistirse en primera instancia de la acción deducida, aceptar la demanda contraria, absolver posiciones, renunciar a los recursos y los términos legales, transigir, con declaración expresa que la facultad de transigir comprende también la transacción extrajudicial, comprometer, otorgar a los árbitros facultades de arbitradores, aprobar convenios judiciales o extrajudiciales, percibir, otorgar quitas o esperas; Dos) representar

extrajudicialmente a la Sociedad. Concurrir ante toda clase de autoridades políticas, administrativas, municipales, organismos o instituciones de derecho público, fiscales o semifiscales, autoridades de orden tributario, previsional o laboral, o personas de derecho privado, sean ellas naturales o jurídicas, con toda clase de solicitudes, memoriales y demás documentos que sean menester y desistirse de sus peticiones, y especialmente, solicitar el otorgamiento de Rol Único Tributario y efectuar la iniciación de actividades de la Sociedad, y solicitar el timbraje de sus boletas, facturas y libros de contabilidad. Se deja expresa constancia que el poder para representar a la Sociedad ante el Servicio de Impuestos Internos sólo podrá ser revocado mediante comunicación escrita al referido Servicio; Tres) retirar de las oficinas de correos, aduanas, empresas de transporte terrestre, marítimo, aéreo, toda clase de correspondencia, incluso certificada, giros, reembolsos, cargas, encomiendas, mercaderías, piezas postales, etcétera, consignadas o dirigidas a la Sociedad; firmar la correspondencia de la Sociedad; Cuatro) por cuenta propia o ajena, inscribir propiedad intelectual, industrial, nombres marcas comerciales, modelos industriales, deducir oposiciones o solicitar nulidades, y en general, efectuar todas las tramitaciones y actuaciones que sean procedentes en relación con esta materia; Cinco) establecer agencias, sucursales o establecimientos en cualquier punto del país o en el extranjero, designando a las personas que deban atenderlas; Seis) celebrar contratos de promesa, otorgar los contratos prometidos y exigir judicial o extrajudicialmente su cumplimiento, relativos a bienes muebles o inmuebles, corporales o incorporales; Siete) comprar, vender y permutar, y en general, adquirir y enajenar a cualquier título toda clase de bienes muebles o inmuebles, corporales o incorporales, incluso valores mobiliarios, acciones, bonos, debentures, efectos públicos o de comercio, y derechos de cualquier naturaleza; Ocho) gravar los bienes sociales con derechos de uso, usufructo, habitación, etcétera; o constituir servidumbres activas o pasivas; Nueve) dar y recibir en prenda bienes muebles, valores, derechos y demás cosas corporales o incorporales, sean en prenda civil, mercantil, bancaria, agraria, industrial, sin desplazamiento, warrants, de cosa mueble vendida a plazo u otras especiales,

para garantía de obligaciones sociales, cancelarlas y alzar dichas garantías; Diez) dar y recibir bienes en hipoteca, posponer hipotecas, constituir las con cláusulas de garantía general, para garantía de obligaciones sociales y alzarlas; Once) dar y tomar en arrendamiento, administración o concesión toda clase de bienes, corporales e incorporales, raíces o muebles, celebrar contratos de trabajo, colectivos o individuales, contratar y despedir trabajadores, contratar servicios profesionales o técnicos y ponerles término; celebrar contratos de confección de obra material, de arrendamiento de servicios, de arrendamiento con opción de compra, de transportes, de comisión y de corredurías; Doce) concurrir a la constitución de sociedades de cualquier clase, naturaleza u objeto, de comunidades, de asociaciones o cuentas en participación, de corporaciones, de cooperativas, ingresar a las ya constituidas, representar a la Sociedad, con voz y voto, en todas ellas; concurrir a la modificación, disolución y liquidación de aquéllas de que forme parte y ejercer o renunciar las acciones que competan a la Sociedad en tales sociedades o comunidades sin limitación alguna; Trece) celebrar contratos de seguro, pudiendo acordar primas, fijar riesgos, estipular plazos y demás condiciones, cobrar pólizas, endosarlas y cancelarlas, aprobar e impugnar liquidaciones de siniestros, etcétera; Catorce) ceder y aceptar cesiones de crédito, sean nominativos, a la orden o al portador y, en general, efectuar toda clase de operaciones con documentos mercantiles, valores mobiliarios, efectos públicos y de comercio; Quince) girar, suscribir, aceptar, re aceptar, renovar, prorrogar, revalidar, descontar, avalar, sustituir letras de cambio, pagarés, y demás documentos mercantiles, sean nominativos, a la orden o al portador, en moneda nacional o extranjera; Dieciséis) girar, endosar en dominio, cobro o garantía, depositar, protestar, cancelar y cobrar, transferir, extender y disponer en cualquier forma de cheques, letras de cambio, pagarés, vales y demás documentos mercantiles, de embarque o bancarios, sean nominativos, a la orden o al portador, en moneda nacional o extranjera y ejercer todas las acciones que correspondan a la Sociedad en relación con tales documentos; Diecisiete) aceptar y constituir fianzas, simples o solidarias, avales, solidaridad, y en general, toda clase de cauciones y garantías en favor de la Sociedad, para caucionar toda clase

de obligaciones, civiles, naturales, mercantiles o de cualquier naturaleza; Dieciocho) alzar o cancelar toda clase de cauciones y garantías en beneficio de la Sociedad; Diecinueve) cobrar y percibir judicial y extrajudicialmente todo cuanto se adeude a la Sociedad o pueda adeudársele en el futuro, a cualquier título que sea, por cualquiera causa o personas, sea ella natural o jurídica, de derecho privado o de derecho público, incluso el Fisco, sea en dinero, en otra clase de bienes corporales o incorporales, raíces, muebles, valores mobiliarios, efectos de comercio, etcétera; Veinte) firmar recibos, finiquitos y cancelaciones y, en general, suscribir, otorgar, firmar, extender, modificar y refrendar toda clase de documentos públicos o privados, pudiendo formular en ellos todas las declaraciones que estimen necesarias o convenientes; Veintiuno) contratar préstamos en cualquier forma con toda clase de organismos o instituciones de crédito o de fomento, o financieras, sociedades civiles y comerciales, corporaciones de derecho público o con particulares, nacionales o extranjeros, sean en forma de créditos simples, documentarios, avances contra aceptación o en cualquier otra forma. Para tal objeto, representarán a la Sociedad con las más amplias facultades que los bancos y financieras exijan; Veintidós) dar o tomar cosas fungibles en mutuo, estipulando o no intereses, plazos, garantías y las demás condiciones y modalidades de tales contratos en calidad de mutuante o mutuario; Veintitrés) representar a la Sociedad en los bancos e instituciones financieras nacionales o extranjeras, estatales o particulares, con las más amplias facultades que se precisen; darles instrucciones y cometerles comisiones de confianza; celebrar contratos de cuenta corriente bancaria de depósito o de crédito, pudiendo depositar, girar y sobregirar en ellas siempre con previa autorización del sobregiro por el banco, sea mediante cheques, órdenes de pago o transferencias electrónicas, imponerse de su movimiento, modificarlos y ponerles término o solicitar su terminación; aprobar y objetar saldos; requerir y retirar talonarios de cheques o cheques sueltos; contratar préstamos, sea como créditos en cuenta corriente, créditos simples, créditos documentarios, avances contra aceptación, sobregiros, créditos en cuentas especiales, contratando líneas de crédito en cualquier otra forma; arrendar cajas de seguridad, abrirlas y poner término a su

arrendamiento; abrir cuentas de ahorro, a la vista, a plazo o condicional, hacer depósitos en ellas, retirar fondos total o parcialmente, cerrar las cuentas; colocar y retirar dineros, sea en moneda nacional o extranjera, y valores en depósito, custodia o garantía o cancelar los certificados respectivos; tomar y cancelar vales vista, boletas bancarias o boletas de garantía y, en general, efectuar toda clase de operaciones bancarias en moneda nacional o extranjera; Veinticuatro) contratar y efectuar toda clase de operaciones de comercio exterior y de cambios internacionales, estando facultados para representar a la Sociedad en todas las operaciones, diligencias, trámites o actuaciones relacionadas con importaciones y exportaciones ante los bancos comerciales, Banco Central de Chile y cualquier otra entidad o autoridad competente pudiendo al efecto representar y firmar registros de importación y exportación, abrir acreditivos divisibles o indivisibles, revocables o irrevocables, presentar solicitudes anexas, cartas explicativas, declaraciones juradas y toda otra documentación pertinente que fuere exigida por los bancos o por el Banco Central de Chile y solicitar la modificación de las condiciones bajo las cuales ha autorizado una determinada operación; autorizar cargos en las cuentas corrientes de la Sociedad a causa de operaciones de comercio exterior, otorgar, retirar, endosar, enajenar y negociar en cualquier forma documentos de embarque, facturas y conocimientos y carta de porte y documentos consulares y, en general, ejecutar todos los actos y realizar todas las operaciones que fueren conducentes al adecuado cumplimiento del encargo que se les confiere; Veinticinco) pagar en efectivo, por dación en pago de bienes muebles, por consignación, subrogación, cesión de bienes, etcétera, todo lo que la Sociedad adeudare por cualquier título y, en general, extinguir obligaciones ya sea por novación, remisión, compensación, etcétera; Veintiséis) dar y tomar bienes en comodato y ejercitar las acciones que competan a la Sociedad; Veintisiete) dar y recibir especies en depósito voluntario o necesario o en secuestro; Veintiocho) celebrar contratos de comisión o correduría; Veintinueve) celebrar toda clase de contratos de futuros, swaps, opciones y en general con instrumentos derivados; Treinta) realizar toda clase de operaciones con sociedades secularizadoras; Treinta y Uno) celebrar cualquier otro contrato,

nominado o no; Treinta y Dos) conferir mandatos y poderes generales y especiales, revocarlos, delegar y reasumir, en todo o en parte, sus poderes cuantas veces lo estimen necesario. El socio administrador y el o los apoderados que éste designe para los efectos de esta cláusula podrán actuar en representación de la Sociedad en todos los asuntos, negocios, operaciones, actos o contratos comprendidos en el giro ordinario o necesario o conducentes a sus fines, pudiendo al efecto estipular precios, rentas, remuneraciones, honorarios, fijar formas de pago, de entrega, cabidas, deslindes, plazos, etcétera, convenir toda clase de pactos o estipulaciones, sean ellos de la esencia, de la naturaleza o meramente accidentales; recibir y entregar, exigir rendiciones de cuentas; ejercitar y renunciar todos los derechos y acciones por tales asuntos, actos o contratos que competen a la Sociedad, y firmar todas las escrituras y documentos públicos o privados que sean necesarios. TÍTULO CUARTO: DEL BALANCE Y DE LAS UTILIDADES Y PÉRDIDAS. ARTÍCULO OCTAVO: Al treinta y uno de diciembre de cada año la Sociedad practicará un balance general y un estado de ganancias y pérdidas del respectivo ejercicio comercial. Las utilidades y pérdidas de la Sociedad se repartirán entre los socios en proporción a sus respectivos aportes, con la expresa limitación de responsabilidad estipulada en el artículo Sexto. TÍTULO QUINTO: DE LA DISOLUCIÓN, DE LA LIQUIDACIÓN Y DEL ARBITRAJE. ARTÍCULO NOVENO: La Sociedad se disolverá anticipadamente por acuerdo unánime de los socios o por cualquier otra causa legal. ARTÍCULO DÉCIMO: La liquidación de la Sociedad será practicada de común acuerdo por los socios, quienes como liquidadores tendrán todos los derechos, facultades y obligaciones que para estos cargos prescriben las leyes. ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO: Todas las dificultades y diferencias que se produzcan entre los socios o entre éstos y la Sociedad con motivo de la interpretación, ejecución, cumplimiento, resolución, terminación, validez, nulidad, o cualquier otra materia que se derive directa o indirectamente de estos estatutos, sea durante la vigencia de la Sociedad, con motivo de su disolución o liquidación, será resuelta en única instancia, por un árbitro mixto designado de común acuerdo por las partes, quien actuará como árbitro arbitrador en cuanto al procedimiento y de derecho en cuanto

al fallo, sin forma de juicio, ateniéndose las partes al procedimiento que éste determine, renunciando desde ya los accionistas a la interposición de cualquiera recurso que pudiera interponerse en contra de sus resoluciones, incluido el de casación o queja. Si no existiere acuerdo en el nombre del árbitro, las partes confieren poder especial irrevocable a la Cámara de Comercio de Santiago A.G., para que, a solicitud escrita de cualquiera de ellas, designe a un árbitro de derecho de entre los abogados integrantes del cuerpo arbitral del Centro de Arbitraje y Mediación de Santiago. En este caso, el arbitraje se realizará conforme al Reglamento Procesal de Arbitraje vigente del Centro de Arbitraje y Mediación de Santiago. El árbitro queda especialmente facultado para resolver todo asunto relacionado con su competencia y/o jurisdicción. TÍTULO SEXTO: DE LAS DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS. ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO: La Sociedad podrá contratar con cualquiera de sus socios. ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO: Las partes estipulan desde luego que no regirá respecto de los socios de esta Sociedad la prohibición que establece el artículo cuatrocientos cuatro número cuatro del Código de Comercio y, en consecuencia, los socios podrán libremente realizar a nombre propio o por cuenta de terceros operaciones particulares de cualquier especie. No obstante lo anterior, cualquiera de los socios podrá oponerse a que los restantes realicen operaciones no consumadas, cuando ellas irroguen un perjuicio, manifiesto y cierto para la Sociedad. En caso de desacuerdo decidirá el árbitro que se designa en estos estatutos, y la sola oposición suspenderá la realización de las operaciones proyectadas hasta su fallo. La infracción a esto último hará incurrir al infractor en la sanción prevista en el inciso segundo del artículo cuatrocientos cuatro número cuatro del Código de Comercio. ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO: La Sociedad no se disolverá como consecuencia del fallecimiento de alguno de los socios, continuando con los socios sobrevivientes y los sucesores del socio fallecido. La Sociedad tampoco se disolverá como consecuencia de la quiebra, insolvencia, incapacidad, convenio judicial o prejudicial de alguno de los socios, continuando con los socios sobrevivientes y con los acreedores del socio fallido, insolvente, incapaz o respecto del cual se ha aprobado un convenio judicial o prejudicial. Dentro de los

noventa días siguientes de ocurrida alguna de las circunstancias mencionadas, los sucesores a cualquier título y/o los administradores del socio, según corresponda, deberán designar un apoderado común que los represente en la Sociedad. Dicho apoderado no tendrá facultades administrativas ni podrá usar la razón social, pero podrá fiscalizar la marcha de los negocios con las facultades y atribuciones que confiere el Código de Comercio. La designación sólo le será oponible a la Sociedad, cuando sea hecha por escritura pública y le sea notificada mediante Notario Público. En los casos indicados, todas las facultades de administración y representación social del socio fallecido, fallido, incapaz, o insolvente, o respecto del cual se ha aprobado un convenio judicial o prejudicial, o de quien represente sus derechos en la Sociedad, se radicarán en forma automática en los otros socios.

CLÁUSULA DOS) ARTÍCULO PRIMERO TRANSITORIO. Se faculta al portador de copia autorizada de la presente escritura o de un extracto de ella para requerir y firmar las inscripciones, subinscripciones y anotaciones que procedan en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces correspondiente y para efectuar las publicaciones y demás gestiones relativas a la legalización de la Sociedad que se constituye. Asimismo, se faculta especialmente al mandatario para actuando individual y separadamente solicite el Rol Único Tributario y realice los trámites de iniciación de actividades de la Sociedad. Minuta redactada por el abogado Manuel Francisco Guerrero Comandari. En comprobante y previa lectura, firman los comparecientes. Se da copia. Esta hoja corresponde a la constitución de sociedad de CAFÉ GUILLO Limitada.

Javier Awad Manzano

C.N.I. __17.407943-9_____

Pablo Rioja Zenteno

C.N.I. _17.753.922-8_____

Cristóbal Ruiz Saldivia

C.N.I. 17.920.633-1_____

Marco Regulatorio

1. Escritura:

- **Socios:**

- Javier Andrés Awad Manzano
- Pablo Andrés Rioja Zenteno
- Cristóbal Esteban Ruiz Saldivia

- **Razón Social:**

Empresa de Sociedad de Responsabilidad Limitada.

- **Domicilio:**

Avenida El Parque 3985, Lo Barnechea, Región Metropolitana.

- **Objetivo Social:**

Empresa dedicada a creación de valor en las empresas mediante un mejor uso de sus inventarios sobrantes, de tal manera de hacer más eficiente el uso de éstos, junto con ello es la creación de nuevas y mejores relaciones entre distintas empresas que por falta de conocimiento de la existencia de ellas o de lo que ofrecen no han podido negociar entre las partes. Por lo que nuestra empresa intenta dar un valor agregado al correcto uso de los inventarios de tal manera que empresas más pequeñas tengan más oportunidades de obtener más variedad de proveedores y a un menor costo y así disminuir el poder de negociación que poseen algunas empresas ante organizaciones más pequeñas haciendo el rubro más competitivo. Nuestra empresa irá siempre de frente, con la intención de ser una empresa confiable a vista de otras organizaciones, consideramos que una buena comunicación puede ayudar a obtener mejores relaciones entre las partes lo que a la larga lleva a una mejora en la sociedad tanto en el tema económico como en la tranquilidad del diario vivir.

- **Capital:**

El capital inicial estará constituido de 39 millones de pesos en total, lo cual será distribuido en partes iguales por todos los socios de la empresa. Lo que representa que cada socio aportará un 33,3% de este, es decir 13 millones pesos respectivamente. El principal fin de este capital será comprar todos los materiales requeridos para la elaboración de la oficina, el arriendo de ésta, el pago a los programadores y a los creadores del logo de la empresa. Además se destinará parte de este para elaboración de publicidad de nuestra empresa, ya que es fundamental hacernos conocidos mediante una correcta promoción. Finalmente se destinara para el proceso de conformación de la sociedad previamente descrita.

- **Formas de Administración:**

La sociedad será representada ante tercero por el Señor Cristóbal Ruiz Saldivia, cuya duración en el cargo será aproximadamente de un año. Esta al terminar el periodo de tiempo estipulado, será evaluada por el resto de los socios para determinar si se extiende el periodo del Señor Cristóbal Ruiz Saldivia en el cargo, por un periodo máximo de seis meses o si otro socio de la sociedad se hace cargo de la administración de la sociedad. Los socios, Señor Javier Andrés Awad Manzano quien estará encargado de llevar adelante las tareas de Marketing de la sociedad. El Señor Pablo Rioja Zenteno será encargado de administrar financieramente el capital de la sociedad, rindiendo informes al representante de la sociedad Señor Cristóbal Ruiz Saldivia.

- **Representante legal:**

Señor Cristóbal Ruiz Saldivia.

- **Forma de liquidación de sociedad:**

La empresa velara en primer lugar por pagar sueldos adeudados a los empleados de la empresa, procediendo luego al pago de los distintos acreedores y bonitas que esta pueda poseer, principalmente tendrá prioridad el pago de cualquier monto adeudado a cualquier entidad

bancaria. Finalmente al ser constituida como Responsabilidad de Sociedad limitada los socios están dispuestos a pagar hasta el capital invertido que posea la empresa, el cual corresponderá al monto estipulado que posea la empresa al momento de cerrar.

- **Duración de la Sociedad:**

El plazo de tiempo estipulado para la creación de la sociedad será de un año. Este plazo estará sujeto a revisión por parte de los socios cada seis meses para evaluar informes de la empresa y posibilidad de liquidación y/o venta dependiendo del balance que amerite la empresa.

- **Mecanismo de Resolución de Conflictos:**

Ante situaciones de conflictos externos por parte de posibles clientes o situaciones de no cumplimiento por parte de los proveedores, la empresa autoriza al abogado Señor Manuel Francisco Guerrero Comandari a representar a la sociedad para una mediación del conflicto. Se solicita la intervención por parte del Señor Manuel Francisco Guerrero Comandari para representar judicialmente y ante la ley litigios que pueda sostener esta sociedad.

Ante conflictos internos, los cuales están representados por discordancias entre socios y/o empleados, la sociedad autoriza una junta de los socios de la sociedad con las partes involucradas para acordar posibles vías de acción, sanción, etc. En caso de que este sea un socio, dependiendo de la gravedad de la falta este será llamado a una junta de revisión de antecedentes para proceder a las sanciones las que pueden llegar a la restricción de actividades y al acuerdo del pago del capital aportado para proceder a la expulsión del socio de la sociedad.

- **Forma de Venta de la Empresa:**

Al recibir la empresa la solicitud de compra por parte de un externo, a fin de mes se evaluará la propuesta, en la cual todos los miembros de los socios tienen que lograr unanimidad para la venta a este tercero. El pago,

independiente del monto señalado por la sociedad externa, debe ser pagado a los socios de la sociedad en partes iguales al porcentaje de aporte de capital.

- **Pactos:**

- En caso de abandono, apartamiento o defunción de uno de los miembros de la sociedad, su porcentaje de posesión de la empresa se dividirá en partes iguales por los restantes socios de la empresa.
- En caso de imposibilidad momentánea por parte de alguno de los socios (embarazos, lesiones graves, enfermedades), el individuo mantendrá su parte de la empresa, pero en su ausencia el poder de las decisiones correspondientes se dividirá entre los otros socios activos restantes.
- Los socios deben acatar las decisiones pactadas democráticamente entre los socios.
- En caso de conflictos internos, si alguien no está de acuerdo con el rumbo que está llevando la empresa, o posee disyuntivas importantes con la cultura de ésta, está en la libertad de abandonar la empresa, atribuyéndose a éste las pérdidas o utilidades correspondientes a su porcentaje de la empresa.
- El socio de la empresa mediante el cual recaerán los asuntos legales, será José Anibal Respaldiza Fernandez; ante él recaerá la responsabilidad de asumir todos los aspectos en que la empresa sea protagonista. En caso de abandono de José Anibal Respaldiza Fernandez, los demás socios restantes deberán elegir democráticamente entre aquellos socios que postulen a ostentar este cargo.
- Con respecto al derecho de información, los socios tienen la obligación de guardar la confidencialidad correspondiente a los procesos y acuerdos pactados en la Sociedad. Cualquier falta a este aspecto será sancionado debidamente acorde a la gravedad.
- Para proteger los posibles procesos innovativos y de confidencialidad, si un socio decide abandonar la Sociedad, no

podrá iniciar una empresa que pertenezca al mismo rubro, o que pueda ser considerada como competencia de la que integra actualmente.

2. Inscripción de la Sociedad en el Servicio de Impuestos Internos (SII)

Iniciación de actividades SII (Vía Internet)

1. Dirigirse al sitio web www.sii.cl e ingresar al menú Registro de Contribuyentes, opción Rut e Inicio de Actividades Jurídicas.
2. Identificarse con Clave Secreta o Certificado Digital.
3. Complete la información solicitada de:
 - Tipo de entidad: Sociedad Responsabilidad Limitada.
 - Información de la Sociedad (estos datos deben coincidir con los del Diario Oficial)
 - Domicilio: Avenida El Parque 3985, Lo Barnechea, Santiago.
 - Actividades económicas:
 - a) la compra, venta directa o cualquier modo de venta, permuta, consignación, acopio, importación, exportación, leasing, producción y distribución de todo tipo de bienes y/o servicios, nacionales o extranjeros, al por mayor o al por menor, aplicables a cualquier tipo de industria, y demás actividades complementarias y/o relacionadas incluyendo, sin limitación, la explotación en el país y/o en el exterior de patentes de invención, modelos de utilidad, software, programas de computación, marcas de fabrica, diseños y modelos industriales;
 - b) efectuar y desarrollar toda clase de inversiones y/o negocios por cuenta propia o ajena, relativos a todo tipo de bienes, muebles o inmuebles, corporales o incorporales, su explotación, comercialización y/o administración;
 - c) el ejercicio de todo tipo de representaciones, mandatos, comisiones y consignaciones de empresas, sociedades y/o particulares sean estos nacionales o extranjeros;
 - d) la realización de todas aquellas actividades comerciales o industriales que

fueren complementarias o anexas al giro principal, y e) cualquier otra actividad que acuerden los socios.

- Socios o accionistas: Javier Awad Manzano, Pablo Rioja Zenteno, Cristobal Ruiz Saldivia.

- Capital y datos de envío de Cédula:

El capital de la Sociedad es la cantidad de \$39.000.000 de pesos, que los socios se obligan a aportar y pagar en las proporciones y de la forma siguiente: A) Javier Awad Manzano se obliga a enterar el equivalente al 33,3 por ciento del capital social, mediante el aporte de (\$13.000.000), que enterará y pagará a la caja social en dinero en efectivo, a más tardar dentro del plazo de tres años contado desde la fecha de esta escritura y en la medida que lo requieran las necesidades sociales, y B) Pablo Rioja Zenteno se obliga a enterar el equivalente al 33,3 por ciento del capital social, mediante el aporte de (\$13.000.000),, que enterará y pagará a la caja social en dinero en efectivo, a más tardar dentro del plazo de tres años contado desde la fecha de esta escritura y en la medida que lo requieran las necesidades sociales. C) Cristobal Ruiz Saldivia se obliga a enterar el equivalente al 33,3 por ciento del capital social, mediante el aporte de (\$13.000.000),, que enterará y pagará a la caja social en dinero en efectivo, a más tardar dentro del plazo de tres años contado desde la fecha de esta escritura y en la medida que lo requieran las necesidades sociales. (No es necesariamente el aporte sea un 33,3% o solamente dinero, pueden ser otros bienes)

- Nombre del Representante Legal o Administrador.

4. Seleccionar "Aceptar" y luego "Validar", para revisar y verificar los datos ingresados previamente. Luego "Envíe" la información y seleccione "Certificado". Ahí también tendrá la opción de ver e imprimir la cédula RUT provisoria, que tendrá una duración de 60 días, hasta que la definitiva le llegue por correo.

El domicilio se debe acreditar, conforme las modalidades que se distinguen en la Circular N° 31 de 2007.

Nota: El plazo para ejecutar electrónicamente el formulario es, dentro de los dos meses siguientes a aquél en que comiencen sus actividades.

5. Las personas que emprendan actividades en la primera categoría, es decir, en las actividades de negocios-capital, y que solicitan timbraje de documentos que dan derecho a crédito fiscal, se les recuerda que requieren ser verificados en su actividad y domicilio, para posteriormente ser autorizado a la emisión electrónica o al timbraje de documentos, según corresponda; espere a ser visitado en su domicilio de ser procedente ello.
6. Verificación del Domicilio y la Actividad por el funcionario del SII, plazo: 10 días hábiles en los casos que corresponda.
7. Verificación Positiva, puede solicitar emisión electrónica de documentos tributarios o solicitar Timbrar Documentos.

Inscripción ante Mutual de Empleados²⁷

Para afiliarse a cualquiera de las mutualidades se requieren los siguientes documentos:

- Formulario de Solicitud de afiliación (que será proporcionado por la mutualidad) debidamente firmado por el empleador.
- Fotocopia de Rut de la Empresa
- Fotocopia de la Escritura donde conste la representación legal de la empresa de la persona que firmará la Solicitud de Afiliación.
- Copia de la Carta de Renuncia presentada a su actual Mutualidad

3. Obtención patente municipal:

²⁷ Sitio web: www.asociaciondemutuales.cl

Es muy importante que antes de arrendar o comprar un local, o un terreno, que se destinará a uso comercial, consultar el Plano regulador de cada Municipio, para evitar clausuras. Esta etapa de Creación de una Empresa contempla aspectos tan importantes como el lugar físico donde se va a operar y el cumplimiento de las condiciones estructurales, sanitarias y ambientales necesarias para ejercer el giro. Estos requisitos se encuentran regulados por ley y son necesarios para obtener la Patente Comercial, los cuales dependerán del Giro de la empresa.

Nueva Reforma

Es importante destacar que ZipZep está al tanto de la nueva reforma tributaria que regirá en el país y que se va a ir instalando en el país, de manera paulatina, hasta llegar al año 2017. En donde al ser una empresa Pyme se verá beneficiado con la posibilidad de pagar el IVA en un plazo extendido a 60 días.

En la misma reforma hay cambios asociados al pago del impuesto de primera categoría en donde la empresa ZipZep, seguirá todas las normas, de tal forma de cumplir a cabalidad con la reforma tributaria y no tener problemas al respecto.

Por todo lo mencionado anteriormente la empresa se regirá por el “Artículo 14 TER” (Ver Anexos) en el cual se explican todos los pasos a seguir para cumplir con la nueva reforma tributaria.

Conclusión

Después de realizar una extensa investigación exploratoria y un levantamiento de costos exhaustivo, podemos concluir que nuestra plataforma web será única en el mercado nacional, en donde intentará solucionar el problema del exceso de inventario de las compañías nacionales, con las ansias de un rotundo éxito y posible internacionalización. Nuestra plataforma será un vínculo en el cual las empresas tanto compradoras como vendedoras establecerán una relación más íntima, modelo mediante el cual estas empresas, creemos fervientemente, se verán beneficiadas.

Mediante los diferentes análisis realizados, tanto internos como externos podemos concluir que ZipZep tiene un gran potencial de crecimiento sustentado por un modelo de negocios inexistente actualmente, este modelo de negocios tiene como base la facilidad de entendimiento por parte de las empresas y un bajo costo mensual para aquellas que decidan contratar alguno de los planes ofrecidos.

En cuanto al proyecto en sí podemos apreciar que la inversión inicial no será un gran impedimento para la realización del emprendimiento, por otro lado podemos ver que a pesar de que los 5 primeros semestres nuestras utilidades serán negativas, la empresa gozará en los semestres venideros de grandes utilidades, lo que permite que el proyecto a 10 semestres tenga un alto VAN y una tasa interna de retorno (TIR) superior al 100%.

En base a todo lo expresado anteriormente, podemos derivar que este es un proyecto extremadamente rentable, que goza de altas expectativas futuras y, que dado el reciente crecimiento exponencial del ámbito tecnológico, en conjunto con el increíble crecimiento que ha ostentado el comercio electrónico, nos permite señalar que en el corto-mediano plazo ZipZep se podrá ubicar como líder en el manejo de existencias de empresas, llegando a tener alcances inconmensurables en lo que respecta a liquidación de inventario sobrante.

Anexos

Anexo 1

Modelo de Contrato de Trabajo de Trabajador Administrativo

En, a de de 20..... entre (nombre o razón social)....., R.U.T....., representado(a) legalmente por don(a)....., cédula de identidad....., ambos con domicilio en comuna de, en adelante el "Empleador" y don de nacionalidad, nacido elde.....de....., domiciliado en, comuna de....., RUT, proveniente de....., en adelante "Trabajador". Se ha convenido el siguiente Contrato Individual de Trabajo:

PRIMERO : El trabajador se compromete y obliga a prestar servicios como u otro trabajo o función similar, que tenga directa relación con el cargo ya indicado, en el Departamento (Sección), ubicado en , comuna de, pudiendo ser trasladado a otro Departamento o Sección de la Oficina Principal o de cualquiera de las Agencias del Empleador, a condición que se trate de labores similares, en la misma ciudad, y sin que ello importe menoscabo para el trabajador, todo ello sujeto a las necesidades operativas de la Empresa.

SEGUNDO : JORNADA DE TRABAJO

El trabajador cumplirá una jornada semanal ordinaria de horas, de acuerdo a la siguiente distribución diaria: lunes a, de a horas. La jornada de trabajo será interrumpida con un descanso de minutos, entre las y las horas, destinados a la colación, tiempo que será de cargo del

TERCERO: Cuando por necesidades de funcionamiento de la Empresa, sea necesario pactar trabajo en tiempo extraordinario, el Empleado que lo acuerde desde luego se obligará a cumplir el horario que al efecto determine la Empleadora, dentro de los límites legales. Dicho acuerdo constará por escrito y se firmará por ambas partes, previamente a la realización del trabajo.

A falta de acuerdo, queda prohibido expresamente al Empleado trabajar sobretiempo o simplemente permanecer en el recinto de la Empresa, después de la hora diaria de salida, salvo en los casos a que se refiere el inciso precedente.

El tiempo extraordinario trabajado de acuerdo a las estipulaciones precedentes, se remunerará con el recargo legal correspondiente y se liquidará y pagará conjuntamente con la remuneración del respectivo período.

CUARTO: El empleado percibirá un sueldo de \$ (.....) mensuales, pagaderos por meses vencidos.

Las deducciones que la Empleadora podrá según los casos - practicar a las remuneraciones, son todas aquéllas que dispone el artículo 58 del Código del Trabajo.

QUINTO : El trabajador, asimismo, acepta y autoriza al Empleador para que haga las deducciones que establecen las leyes vigentes y, para que le descuenta el tiempo no trabajado debido a atrasos, inasistencias o permisos y, además, la rebaja del monto de las multas establecidas en el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad, en caso que procedieren.

SEXTO: La Empresa se obliga a pagar al empleado una gratificación anual equivalente al 25% (veinticinco por ciento) del total de las remuneraciones mensuales que éste hubiere percibido en el año, con tope de 4,75 Ingresos Mínimos Mensuales.

Esta gratificación se calculará, liquidará y anticipará mensualmente en forma coetánea con la remuneración del mes respectivo, siendo cada abono equivalente a la doceava parte de la gratificación anual.

La gratificación así convenida es incompatible y sustituye a la que resulte de la aplicación de los artículos 47 y siguientes del Código del Trabajo.

Para los efectos de cotejar la gratificación convenida en esta cláusula con la que, según la ley, eventualmente podría corresponder al Empleado, los valores anticipados mensualmente se reajustarán en conformidad con lo dispuesto en el artículo 63 del Código del Trabajo, y se entenderá que fueron abonados con carácter de anticipos de dichas gratificaciones legales.

Con todo, si las sumas anticipadas a título de gratificación convencional resultaren mayores que las que legalmente correspondieren al Empleador, el exceso se consolidará en su beneficio.

SÉPTIMO: El empleador se compromete a otorgar o suministrar al trabajador los siguientes beneficios: a) b).....c).....

El trabajador se obliga y compromete expresamente a cumplir las instrucciones que le sean impartidas por su jefe inmediato o por la Gerencia de la empresa y, acatar en todas sus partes las disposiciones establecidas en el Reglamento de Orden, Higiene y Seguridad las que declara conocer y que, para estos efectos se consideran parte integrante del presente contrato, reglamento del cual el trabajador recibe un ejemplar en este acto.

OCTAVO : Las partes acuerdan en este acto que los atrasos reiterados, sin causa justificada, de parte del trabajador, se considerarán incumplimiento grave de las obligaciones que impone el presente contrato y darán lugar a la aplicación de la caducidad del contrato, contemplada en el art. .160 N°7 del Código del Trabajo

Se entenderá por atraso reiterado el llegar después de la hora de ingreso durante días seguidos o no, en cada mes calendario. Bastará para acreditar esta situación la constancia en el respectivo Control de Asistencia.

NOVENO: El presente contrato regirá pero cualquiera de las partes, o ambas, según el caso, podrán ponerle término en cualquier momento con arreglo a la ley.

DECIMO: Para todas las cuestiones a que eventualmente pueda dar origen este contrato, las partes fijan domicilio en la ciudad de Santiago.

DECIMO PRIMERO : Se deja constancia que el Empleado ingresó al servicio de la Empresa con fechadede 20.....

El presente contrato se firma en dos ejemplares, quedando en este mismo acto uno en poder de cada contratante.

.....

FIRMA EMPLEADOR

RUT

.....

FIRMA TRABAJADOR

RUT

Modelo de Contrato de Plazo Fijo

En, a de de 20....., entre la Empresa (razón social) representada por don en su calidad de, con domicilio en....., comuna de, en adelante "el empleador" y don (a), de nacionalidad nacido (a) eldede....., cédula de identidad N°, domiciliado en, comuna de....., de profesión (u oficio)de estado civil, procedente de, en adelante "el trabajador", se ha convenido el siguiente contrato de trabajo.

El trabajador se compromete y obliga a ejecutar el trabajo de que se le encomienda.

Los servicios se prestarán en (las oficinas del empleador u otros sitios. Nombrarlos) sin perjuicio de la facultad del empleador de alterar, por causa justificada, la naturaleza de los servicios, o el sitio o recinto en que ellos han de prestarse, con la sola limitación de que se trate de labores similares y que el nuevo sitio o recinto quede dentro de la misma localidad o ciudad, conforme a lo señalado en el artículo 12º del Código del Trabajo.

* La jornada de trabajo será de horas semanales distribuidas de (día de inicio)..... a (Día de término)....., de a horas y de a El tiempo de media hora para colación será de cargo del trabajador .

El empleador se compromete a remunerar los servicios del trabajador con un sueldo mensual de \$ (la misma cantidad en letras) que será liquidado y pagado, por períodos vencidos y en forma proporcional a los días trabajados.

El empleador se compromete a otorgar a suministrar al trabajador los siguientes beneficios a).....b).....c).....

El trabajador se compromete y obliga expresamente a cumplir las instrucciones que le sean impartidas por su jefe inmediato o por la gerencia de la empresa, en relación a su trabajo, y acatar en todas sus partes las normas del Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad (cuando exista en la empresa), las que declara conocer y que forman parte integrante del presente contrato, reglamento del cual se le entrega un ejemplar.

El presente contrato durará hasta el de de 20 y sólo podrá ponerse término en conformidad a la legislación vigente.

Se deja constancia que el trabajador ingresó al servicio del empleador el dede 20.....

Para todos los efectos derivados del presente contrato las partes fijan domicilio en la ciudad de, y se someten a la Jurisdicción de sus Tribunales.

El presente contrato se firman en ejemplares, declarando el trabajador haber recibido en este acto un ejemplar de dicho instrumento, que es el fiel reflejo de la relación laboral convenida.

.....

FIRMA TRABAJADOR

RUT

.....

FIRMA EMPLEADOR

RUT

NOTA:

- Este tipo de contrato se rige por las normas contempladas en el art. 159 N° 4 del Código del Trabajo, debiendo tenerse presente lo siguiente:
- La duración del contrato de plazo, fijo, no podrá exceder de un año, salvo que se tratare de gerentes o personas que tengan un título profesional o técnico, otorgado por instituciones de educación superior del Estado o reconocido por éste, caso en el cual la duración no podrá exceder de dos años.
- La prestación de servicios una vez expirado el plazo lo transforma en contrato de duración indefinida.
- Estos contratos sólo admiten una renovación. La segunda renovación lo transforma en contrato de duración indefinida.
- La prestación de servicios discontinuos durante 12 meses o más en un período de quince meses hace presumir que hay contrato indefinido.
- En los contratos que tengan una duración de 30 días o menos, se entiende incluida en la remuneración convenida el pago por feriado y demás derechos que se devengan en proporción al tiempo servido. Regirá la misma disposición si el contrato inicial ha tenido prórrogas, que en total incluido el primer período no excedan de 60 días.
- La terminación anticipada del contrato a plazo fijo, sin que exista causal justificada obliga al empleador a pagar la totalidad de los emolumentos convenidos hasta la fecha de término consignada en el contrato.

CONTRATO DE TRABAJO

DE GERENTE DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

En.....(lugar), a.... de.....del año 2000, entre
..... (nombre o razón social del empleador)
, R.U.T. N°....., dedicado a (ocupación
o giro), con domicilio en calle.....N°.....,
Comuna de, Región....., representada
por....., de profesión u ocupación
....., del mismo domicilio, R.U.T N°
.....(en caso de tratarse de sociedad u otra persona
jurídica), en adelante “el empleador”, por una parte, y don(ña)
..... R.U.T. N°,
de profesión u ocupación....., con domicilio en calle
.....N°, Comuna de.....,
Región....., de nacionalidad....., nacido(a) el
.....de del año....., en adelante “el trabajador”, por otra
parte, se conviene un contrato de trabajo cuyas cláusulas son las
siguientes:

PRIMERO.- De la naturaleza de los servicios. El trabajador se obliga a desempeñar las funciones de Gerente de Administración y Finanzas, de acuerdo a las instrucciones que al efecto sean impartidas por el empleador. En especial deberá ocuparse de elaborar el presupuesto general de la empresa, controlar los flujos financieros, determinar la asignación de los recursos, decidir las adquisiciones, todo ello, en concordancia con las políticas generales de la empresa. El trabajador queda obligado a cumplir leal y correctamente con todos los deberes que le imponga este instrumento o aquéllos que se deriven de las funciones y cargo, debiendo ejecutar las instrucciones que le confieran sus superiores. Del mismo modo el trabajador se obliga a desempeñar en forma eficaz, las funciones y el cargo para el cual ha sido contratado, empleando para ello la mayor diligencia y dedicación.

SEGUNDO.- Del lugar o ciudad en que han de prestarse los servicios. Los servicios serán prestados en las oficinas del empleador ubicadas en..... Sin perjuicio de lo anterior, el empleador podrá, en uso de sus atribuciones legales, disponer el

traslado a otras oficinas ubicadas en la misma ciudad, de acuerdo al artículo 12 del Código del Trabajo.

TERCERO.- Del monto, forma y período de pago de las remuneraciones. El trabajador tendrá derecho a percibir las siguientes prestaciones a título de remuneración: a) Sueldo ascendente a \$.....-; b) Otras:(ejemplo, bono de producción, gratificación, participación, incentivos, vehículos para uso personal, etc.). Las remuneraciones se pagarán por períodos mensuales vencidos, el último día hábil de cada mes. De las sumas anteriores se deducirán los impuestos que las graven, las cotizaciones de seguridad social y otras, en conformidad a lo establecido en el artículo 58 del Código del Trabajo.

CUARTO.- De otras prestaciones. El empleador se compromete a entregar al trabajador las siguientes prestaciones no constitutivas de remuneración: (ejemplo; asignaciones de movilización, colación, viáticos y en general, las devoluciones de gastos en que se incurra por causa del trabajo.). Cualquiera otra prestación o beneficio, que no sean periódicos, ni ordenados por la ley, ni señalados en este contrato, se entenderán conferidos a título de mera liberalidad, por lo que en ningún caso constituirán un derecho para el trabajador.

QUINTO.- De la duración y distribución de la jornada de trabajo. Las partes dejan constancia que, atendida la naturaleza de las funciones que deberá desempeñar el trabajador, éste se encuentra exceptuado de la limitación de jornada, en conformidad a lo dispuesto en el artículo 22, inciso segundo, del Código del Trabajo.

SEXTO.- Del plazo del contrato. El presente contrato tendrá una duración indefinida. (O bien, tendrá una duración de... meses, no más de un año o dos si posee estudios superiores. El hecho de continuar el trabajador prestando servicios con conocimiento del empleador, después de expirado el plazo, transforma el contrato en uno de duración indefinida).

SÉPTIMO.- De la terminación del contrato. Este contrato terminará en los casos señalados en los artículos 159, 160 y 161 del Código del Trabajo. Para los efectos del N°1° del referido artículo 160, constituyen falta de probidad los

siguientes hechos: a) destinar para el uso personal o autorizar el uso por parte de terceros de bienes de la empresa sin autorización del empleador; b) adquirir bienes a terceros relacionados (parientes, socios), infringiendo las reglas establecidas por la empresa para estos efectos; c) aceptar comisiones, prebendas u obsequios de terceros que se relacionen comercialmente con la empresa, tales como acreedores, proveedores. Y para los efectos del N°7° del mismo artículo 160, constituyen incumplimiento grave de las obligaciones que impone el contrato los siguientes hechos: a) negligencia grave en el desempeño de sus tareas, y; b) contravención de lo establecido en la Cláusula Octava.

OCTAVO.- De la confidencialidad. El trabajador no podrá divulgar información confidencial a la cual tenga acceso con motivo de sus funciones, sin autorización del empleador, excepto en aquellos casos en que lo exijan las leyes tributarias o de seguridad social. En especial no podrá revelar a terceros lo siguiente: a) los términos de este contrato, salvo para darlos a conocer a su abogado; b) Información, de cualquiera naturaleza, relacionada con el empleador o con cualquiera de sus filiales o coligadas y sus respectivos clientes, incluyendo, sin limitación alguna, las políticas de la empresa, las operaciones sociales, técnicas, cuentas y personal del empleador; c) información o datos usados por el empleador para la conducción de sus negocios; d) información y datos obtenidos por el trabajador, que sea de propiedad del empleador o de un tercero y que el empleador este obligado a tratar como confidencial. La obligación de reserva del trabajador será permanente salvo que el empleador haga pública dicha información.

NOVENO.- De la competencia. El trabajador se obliga a no desarrollar actividades comprendidas en el giro del empleador. En especial, no podrá producir ni comercializar los mismos productos que el empleador, ni crear empresas o participar como socio o miembro del directorio de sociedades dedicadas que tengan un giro similar al del empleador. La contravención de esta prohibición producirá el término del contrato sin derecho a indemnización alguna, según lo establecido en el artículo 160 N° 2 del Código del Trabajo.

DECIMO.- Del Reglamento de Orden, Higiene y Seguridad. El trabajador declara conocer y acepta como parte de las estipulaciones de este contrato el Reglamento de Orden, Higiene y Seguridad.

UNDÉCIMO.- Del feriado legal. El trabajador hará uso del feriado anual que le corresponda en conformidad a la ley, en la época que señale el empleador, preferentemente en primavera o verano, considerándose las necesidades del servicio.

DUODÉCIMO.- De la fecha de ingreso del trabajador. El trabajador ingresa al servicio con fecha ... del mes de del año

DECIMOTERCERO.- De la suscripción del contrato. El presente contrato se firma en tres ejemplares, quedando uno en poder del trabajador y los restantes en poder del empleador.

Modelo de Contrato de Trabajo de Trabajador Administrativo

En, a de de 20..... entre (nombre o razón social)....., R.U.T....., representado(a) legalmente por don(a)....., cédula de identidad....., ambos con domicilio en comuna de, en adelante el "Empleador" y don de nacionalidad, nacido elde.....de....., domiciliado en, comuna de....., RUT, proveniente de....., en adelante "Trabajador". Se ha convenido el siguiente Contrato Individual de Trabajo:

PRIMERO : El trabajador se compromete y obliga a prestar servicios como u otro trabajo o función similar, que tenga directa relación con el cargo ya indicado, en el Departamento (Sección), ubicado en , comuna de, pudiendo ser trasladado a otro Departamento o Sección de la Oficina Principal o de cualquiera de las Agencias del Empleador, a condición que se trate de labores similares, en la misma ciudad, y sin

que ello importe menoscabo para el trabajador, todo ello sujeto a las necesidades operativas de la Empresa.

SEGUNDO : JORNADA DE TRABAJO

El trabajador cumplirá una jornada semanal ordinaria de horas, de acuerdo a la siguiente distribución diaria: lunes a, de a horas. La jornada de trabajo será interrumpida con un descanso de minutos, entre las y las horas, destinados a la colación, tiempo que será de cargo del

TERCERO: Cuando por necesidades de funcionamiento de la Empresa, sea necesario pactar trabajo en tiempo extraordinario, el Empleado que lo acuerde desde luego se obligará a cumplir el horario que al efecto determine la Empleadora, dentro de los límites legales. Dicho acuerdo constará por escrito y se firmará por ambas partes, previamente a la realización del trabajo.

A falta de acuerdo, queda prohibido expresamente al Empleado trabajar sobretiempo o simplemente permanecer en el recinto de la Empresa, después de la hora diaria de salida, salvo en los casos a que se refiere el inciso precedente.

El tiempo extraordinario trabajado de acuerdo a las estipulaciones precedentes, se remunerará con el recargo legal correspondiente y se liquidará y pagará conjuntamente con la remuneración del respectivo período.

CUARTO: El empleado percibirá un sueldo de \$ (.....) mensuales, pagaderos por meses vencidos.

Las deducciones que la Empleadora podrá según los casos - practicar a las remuneraciones, son todas aquéllas que dispone el artículo 58 del Código del Trabajo.

QUINTO : El trabajador, asimismo, acepta y autoriza al Empleador para que haga las deducciones que establecen las leyes vigentes y, para que le descunte el tiempo no trabajado debido a atrasos, inasistencias o permisos y, además, la rebaja del monto de las multas establecidas en el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad, en caso que procedieren.

SEXTO: La Empresa se obliga a pagar al empleado una gratificación anual equivalente al 25% (veinticinco por ciento) del total de las remuneraciones mensuales que éste hubiere percibido en el año, con tope de 4,75 Ingresos Mínimos Mensuales.

Esta gratificación se calculará, liquidará y anticipará mensualmente en forma coetánea con la remuneración del mes respectivo, siendo cada abono equivalente a la doceava parte de la gratificación anual.

La gratificación así convenida es incompatible y sustituye a la que resulte de la aplicación de los artículos 47 y siguientes del Código del Trabajo.

Para los efectos de cotejar la gratificación convenida en esta cláusula con la que, según la ley, eventualmente podría corresponder al Empleado, los valores anticipados mensualmente se reajustarán en conformidad con lo dispuesto en el artículo 63 del Código del Trabajo, y se entenderá que fueron abonados con carácter de anticipos de dichas gratificaciones legales.

Con todo, si las sumas anticipadas a título de gratificación convencional resultaren mayores que las que legalmente correspondieren al Empleador, el exceso se consolidará en su beneficio.

SÉPTIMO: El empleador se compromete a otorgar o suministrar al trabajador los siguientes beneficios: a)
.....b).....c).....

El trabajador se obliga y compromete expresamente a cumplir las instrucciones que le sean impartidas por su jefe inmediato o por la Gerencia de la empresa y, acatar en todas sus partes las disposiciones establecidas en el Reglamento de Orden, Higiene y Seguridad las que declara conocer y que, para estos efectos se consideran parte integrante del presente contrato, reglamento del cual el trabajador recibe un ejemplar en este acto.

OCTAVO : Las partes acuerdan en este acto que los atrasos reiterados, sin causa justificada, de parte del trabajador, se considerarán incumplimiento grave de las obligaciones que impone el presente contrato y darán lugar a la aplicación de la caducidad del contrato, contemplada en el art. 160 N°7 del Código del Trabajo

Se entenderá por atraso reiterado el llegar después de la hora de ingreso durante días seguidos o no, en cada mes calendario. Bastará para acreditar esta situación la constancia en el respectivo Control de Asistencia.

NOVENO: El presente contrato regirá pero cualquiera de las partes, o ambas, según el caso, podrán ponerle término en cualquier momento con arreglo a la ley.

DECIMO: Para todas las cuestiones a que eventualmente pueda dar origen este contrato, las partes fijan domicilio en la ciudad de Santiago.

DECIMO PRIMERO: Se deja constancia que el Empleado ingresó al servicio de la Empresa con fechadede 20.....

El presente contrato se firma en dos ejemplares, quedando en este mismo acto uno en poder de cada contratante.

.....

FIRMA EMPLEADOR

RUT

.....

FIRMA TRABAJADOR

RUT

Anexo 2

Imagen oficina

portalinmobiliario.com Entrar Publica tu propiedad

Arrendar Oficina Las Condes, Santiago, Metropolitana Sólo proyectos Buscar

Arriendo > Oficina > Metropolitana > Las Condes
Los Militares - Metro Manquehue \$ 270.000 UF 11,06

6 Fotos

Los Militares - Metro Manquehue
\$ 270.000
UF 11,06

Código: 1999074
Publicada: 13-10-2014

Arrenda
Contacto: Inversiones Santa Anastasia Ltda

Dirección: Los Militares - Metro Manquehue, Las Condes
Programa: 1 Privado, 1 Baño
Superficie: 22 m² útil, 22 m² total

Oficina ubicada en el corazón de Nueva Las Condes a 4 cuadras del metro manquehue.
Disponibles 2 oficinas:

Pedir más información

Agregar a favoritos

Enviar a un amigo

Informar problema

Imprimir ficha

Recomendar Compartir

Anexo 3

Presupuesto entregado por la empresa Potencial digital.

El plan <E-COMMERCE PREMIUM> contiene:

- 50 cuentas de e-mail@miempresa.
- Hasta 7 secciones e ilimitadas desde el administrador.
- Links a redes sociales: Facebook, Twitter y otros.
- Hosting página web en la nube.
- Alta en buscador de Google.
- Formulario de contacto.
- Banner principal animado (slider).
- Galería de imágenes.
- HTML5 (Adaptación a celulares).
- Retoques de Photoshop en banner.
- Administrador de contenidos.
- Catálogo de productos.
- Carrito de compras.
- Analytics - monitor de visitas.

\$459.990 FINAL

Ofrecemos una poderosa plataforma autoadministrable, fácil de usar e intuitiva, para cargar sus productos, descripciones, fotos, stocks, ofertas, destacados y promociones especiales.

VER PANEL
<http://potencialdigital.com.ar/admin/e-commerce>

Una vez finalizado el desarrollo, nuestros expertos de marketing analizarán su negocio para ofrecerles una campaña de marketing integral para posicionar y promocionar su empresa, tanto en Google Adwords, redes sociales y a través de e-mail marketing masivo.

Medios de Pago
 Efectivo, Transferencia, Rapipago, Pago Fácil y hasta 12 cuotas sin interés con tarjetas de crédito. Pago con tarjetas de crédito: Visa, Mastercard, Amex, Argentcard, Tarjeta Naranja, Provincia, Bankeo y Link.

Anexo 4

Cotización realizada a la empresa Dimacofi.

Dimacofi Negocios Avanzados		Número Cotización	
Dir: Diseño e Impresión de Documentos RUT: 76.576.356-6		9326209	
Casa Matriz: Garmen 3085 - 83, Independencia Fono: 600 600 5503 - Fax: 633 349 7990 Santiago de Chile - www.dimacofi.cl		Fecha	
Cliente: Consultora Perimontum LTDA.		00 Mayo 2014	
DATOS DEL CLIENTE			
Razón Social:			
Nombre contacto: Pablo Andres Rijoja Zenteno			
RUT: 17.713.922-8		Fono: +56903414190	
Dirección contacto:			
Comuna:		Ciudad:	
Región:		Cliente nuevo: SI NO	
COTIZACIÓN			
Cantidad	Descripción	Valor Neto	
100	DEPTICOS Tamaño extendido 42 x 29,7 cm, impresión cuatricromía tiruvestro (papel couché 200 gr, dobladas y giradas). Valor Polilaminado opaco para 100 unidades	\$ 117.100 \$ 25.000	
200	DEPTICOS - IDEM Valor Polilaminado opaco para 200 unidades	\$ 158.173 \$ 42.200	
Todos los archivos deben venir en formato PDF, con líneas de corte y excedentes de 3 mm.		Valor neto \$	
		I.V.A. \$	
		TOTAL \$	
Forma de pago		Válidez cotización:	
<input type="checkbox"/> Contado	Cédulas (20 días desde facturación)	15 días	
Ejecutivo: ISABEL ESCUDERO Teléfono contacto: 269 28 95 o 98225745 Correo electrónico: isabel_escudero@dimacofi.cl Sucursal: Villa del Mar Ciudad: Villa del Mar			
<small> Alameda 1400, Santiago 9100, Chile / Avda. Apoquindo 3443, Las Condes / Alameda 2807, Vitacura P.O. Box 10000, Santiago 2200, Chile / Avda. Apoquindo 3443, Las Condes / Alameda 2807, Vitacura Independencia 3085, Garmen 3085, Independencia / Avda. Apoquindo 3443, Las Condes / Alameda 2807, Vitacura Concepción 11, Playa Sur / Concepción 11, Playa Sur / Concepción 11, Playa Sur / Concepción 11, Playa Sur </small>			

Anexo 5

Aspectos de importancia para las Pymes incluidos en Protocolo de Acuerdo de la Reforma Tributaria "Artículo 14 TER (PYME)".

- Aquellos contribuyentes de este régimen que sean socios de sociedades de personas, o por acciones, ambas formadas exclusivamente por personas

naturales y empresarios individuales, a partir del año comercial 2017, tendrán la opción de eximirse del pago del impuesto de primera categoría.

- Se modificará la denominación de este artículo que en adelante se llamará “Artículo 14 TER (PYME)”.

- Se ampliará este régimen simplificado desde empresas con 25.000 UF de ventas anuales hasta empresas con promedio anual de ingresos de su giro de hasta 50.000 UF.

- De forma consistente, se aumentará el límite de capital inicial para entrar al régimen del artículo 14 TER (PYME), hasta un máximo de 60.000 UF.

- Se modificará la norma que prohíbe a estas empresas invertir en fondos mutuos y otros valores mobiliarios dentro de ciertos límites por definir, permitiendo esa clase de inversiones.

- Igualmente, se modificarán las normas que provocan la exclusión de este régimen para evitar que pequeñas fluctuaciones en los ingresos anuales (hasta 20%) impliquen la salida del mismo.

- Se considerarán los ingresos percibidos y gastos pagados de las empresas para la determinación de su renta líquida imponible, incorporando los debidos resguardos para evitar abusos.

- Asimismo, consistentemente con lo anterior, para el cálculo de los pagos provisionales mensuales (PPM), sólo se considerarán los ingresos percibidos de las empresas.

- Se aumentará, hasta por dos meses para estas empresas el pago de IVA en relación a la fecha actual.

- Se permitirá que aquellas empresas que a la entrada en vigencia de la ley tributen bajo los regímenes de los artículos 14 bis y quáter puedan continuar en ellos hasta el 31 de diciembre de 2016.

- Finalmente, se establecerá la exención de tasa de impuesto adicional por servicios de publicidad y uso y suscripción de plataformas de servicios tecnológicos de Internet a empresas acogidas al artículo 14 TER (PYME).

Bibliografía

- 1) Diario La Tercera (9 de mayo del 2014),
<http://www.latercera.com/noticia/negocios/2014/05/655-577349-9-ccs-ventas-del-comercio-electronico-alcanzarian-los-us2000-millones-este-ano.shtml>
- 2) Estudio realizado por la revista América Economía,
www.ccechile.org/detalle_novedades.php?not=9
- 3) Datos de la Cámara de comercio de Santiago (CCS),
<http://ce.entel.cl/posts/las-tendencias-del-comercio-electronico-en-chile>
- 4) Estudio de comercio electrónico en América Latina Mayo 2012,
http://www.iabperu.com/descargas/Desc_201271011546.pdf
- 5) Diario Latin link (20 de febrero del 2013),
<http://latinlink.usmediaconsulting.com/2013/02/el-estado-del-e-comercio-en-latam-en-2013/?lang=es>
- 6) Diario el telégrafo (15 de octubre del 2013),
<http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/el-comercio-electronico-generaria-69-994-millones-en-america-latina.html>
- 7) Página web de la OCDE,
<http://www.oecd.org/centrodemexico/paisesmiembros.htm>
1 Informe del Banco Central (5 noviembre del 2014)
<http://www.bcentral.cl/eng/press/releases/pdf/05112014.pdf>
- 8) Diario Pyme (23 de mayo del 2013), http://www.diariopyme.cl/subtel-chile-tiene-24-1-millones-de-celulares-activos/prontus_diariopyme/2013-03-19/144258.html
- 9) Portal Inmobiliario, <http://www.portalinmobiliario.com/?gclid=CL-filGQ-MECFSMA7Aod2GAANg>

10) Datos obtenidos del último estudio de trabajando.com,
<http://economia.terra.cl/conozca-los-sueldos-de-las-carreras-mas-demandadas-por-las-empresas,24d85daeb06b2410VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>

11) Plataforma web universitarios.cl,
<http://www.universitarios.cl/blog/carreras/cuanto-ganan-los-recien-egresados-110045/>

12) Regulación de las AFP, <http://www.spensiones.cl/portal/regulacion/582/w3-propertyvalue-6287>

13) Página web Dimacofi, <http://www.dimacofi.cl/>

14) Pagina web VTR, <http://vtr.com/>

15) Plataforma web de la empresa potencial digital,
http://www.potencialdigital.cl/admin/ecommerce/Presupuesto_Ecommerce_2014_PotencialDigital_Chile.pdf

16) Plataforma web Transbank, <http://www.oml.cl/integracion-webpay-transbank.php>

17) Plataforma web Solostocks, <http://www.solostocks.com>

18) Plataforma web Falabella, <http://www.falabella.com/falabella-cl>

19) Plataforma web Easy, <http://www.easy.cl/easy/>

20) Plataforma web Magnet, <http://magnet.cl/>

21) Plataforma web Homecenter, <http://www.sodimac.cl/sodimac-cl/>

22) Plataforma Softproyect, www.softproyect.cl

23) Clases Leslier Valenzuela, Universidad de Chile, Facultad de economía y negocios, Marketing III, semestre otoño 2014.

24) Clases Gustavo Amtmann, Universidad de Chile, Facultad de economía y negocios, Marketing III, semestre otoño 2014.