



# **“Plan de Negocios - CHEAP”**

## **Parte II**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTAR AL GRADO DE  
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN**

**Alumno: Carlos Guillermo Gutiérrez Ruiz**  
**Profesor Guía: Claudio Dufeu**

**Santiago, Julio de 2022**

## Tabla de contenido

Resumen Ejecutivo .....	3
I. Oportunidad de Negocio .....	4
II. Análisis de la Industria, Competidores y Clientes.....	5
III. Descripción de la empresa y propuesta de valor .....	6
IV. Plan de Marketing .....	7
V. Plan de Operaciones.....	8
VI. Equipo del Proyecto .....	11
VII. Plan Financiero .....	14
VIII. Riesgos críticos y factores claves de éxito .....	21
IX. Propuesta Inversionista .....	23
X. Conclusiones .....	25
Bibliografía.....	26
Anexos .....	27

## Resumen Ejecutivo

La esencia de la plataforma digital CHEAP es vincular y unir a las personas con las pequeñas y medianas empresas de Chile como también del extranjero, con el fin que puedan realizar compras directamente con el fabricante y a un precio justo, por productos al detalle del segmento hogar.

Luego de realizar un análisis ambiental en el macro entorno y el micro entorno, la compañía tomo la decisión de trabajar y enfocarse con una estrategia corporativa en la industria del e-commerce. Donde el 63% de los chilenos compra por internet y según datos de la cámara de comercio de Santiago el tamaño de mercado de la industria ronda en los USD 11.500 millones. Sumado a lo anterior, si se segmenta por el segmento hogar la penetración de mercado es del 20% abarcando cerca de USD 2.400 millones.

En relación al análisis financiero para el inversionista ofrecemos un 30% de la propiedad de la compañía, considerando un total de inversión de \$221.000.000, donde el 75% del total proviene de los socios y el 28% se consideraría como aporte de capital del inversionista socio. Lo anterior sumado a un capital de trabajo por los primeros 6 meses de \$78.000.000 para poder iniciar las operaciones estratégicas de CHEAP. En paralelo se considera un VAN del proyecto de \$144.000.000 con una TIR del 59% y con resultados positivos de las métricas financieras como el ROI y Pay Back. Específicamente en relación al VAN del inversionista es de \$79.000.000 y la TIR es del 14%.

Todos los datos mencionados anteriormente dan una conclusión favorable para el inversionista, sumado a un plan de marketing enfocado a productos eco amigable y con el foco en el cuidado del medio ambiente. El proceso de operaciones de CHEAP es innovador para todas sus categorías de producto dada la búsqueda de proveedores en todas las regiones de Chile.

## I. Oportunidad de Negocio

Cheap busca ser un interlocutor válido entre los consumidores finales y las PYMES chilenas e internacionales, vinculándose en el segmento hogar en las categorías de muebles, decoración, textil, quincho y parrilla. Dichas categorías se categorizaron debido a la investigación de mercado que se realizó a potenciales clientes (161 encuestas) donde los datos relevantes que nos mencionaron fueron: las categorías de productos que les gusta comprar y también estarían dispuestos a esperar entre 3 y 4 semanas por productos directamente del fabricante, pero con el beneficio de tener precios más bajos.

Post pandemia las personas se vieron necesitadas por realizar ciertas compras por internet, lo cual abre una oportunidad de negocio para varias empresas en todo el mundo, específicamente en Chile las compras online crecieron fuertemente el 2021, considerando que las compras por Marketplace eran de un 19% el 2020 y actualmente son cerca del 50%. Dichas tendencias se van incrementando a medida que se va avanzando con el tiempo, pero tiene que ir de la mano con las necesidades del cliente, que tiene relación con la seguridad de la compra y las opciones de transparencia activa de la información.

Una de las ventajas competitivas de CHEAP lo cual también se considera dentro de los factores claves de éxito, tiene sintonía con la transparencia activa de la información para el cliente al momento de la compra. En la plataforma de CHEAP se contendrá la opción de Blog o Historial de los proveedores con los cuales se generen alianzas estratégicas en regiones y en todo el país. Donde en la cual se pueda visualizar el procesamiento productivo de los productos ofertados, con el foco en el medio ambiente y que tan sustentable son dichos productos.

En paralelo, por el lado del proveedor se tendrá la opción en la plataforma de autoimponerse las cantidades necesarias para dar flujo a su stock y el tiempo específico que considera adecuado para un objetivo de venta en la plataforma. Lo anterior sumado a la opción en la plataforma de dar seguimiento a los despachos que se realicen desde las bodegas de Colina de CHEAP. **El detalle se puede visualizar en la parte I.**

## II. Análisis de la Industria, Competidores y Clientes

El análisis del macro entorno con respecto al PESTEL, resulto ser esclarecedor para la industria de CHEAP, dado que actualmente se encuentra Chile en un proceso histórico pero que a la vez mucha incertidumbre económica, lo cual afecta al riesgo país y también a la economía local. Sumado a lo anterior también se realizo de la mano de PORTER el micro entorno resultado atractivo las 5 fuerzas dado su compartimiento en relación a los clientes actuales que investigamos, enfocados en el Marketplace de dichos competidores.

En paralelo a lo anterior, CHEAP se quiere enfocar particularmente en entre los ejes de la sustentabilidad y precios bajos. En base a eso y en esa estructura, los principales competidores que se deslumbran en el segmento son: Import Club y Aldea. Ambos están con campañas de marketing muy significativas actualmente por redes sociales, con un posicionamiento de marca eficiente y robusto.

Con respecto a los clientes, actualmente en Chile el 26 % de los chilenos les gusta comprar por internet, el 27% de los chilenos adquirió un producto y/o servicio por internet, sumado a que el 35% de los que mas compran están en el rango etario de los 25 a 34 años y el 33% de los que mas compran en los rangos etarios de los 35 a los 44 años. Por lo que a modo de conclusión, el 68% de los que mas compran son en los rangos etarios de 25 a 44 años, donde CHEAP se enfocara en las categorías ya mencionadas. Con respecto a foco en lo demográfico y geográfico, la compañía se centrará en hombre y mujeres de clase media – alta en las regiones de Valparaíso, metropolitana, O'Higgins y Maule. Donde el trabajo psicografico se encontrará en las personas interesadas en los productos sustentables y interesados en diseñar su hogar. El comportamiento de uso del cliente tiene estrecha relación con los productos de calidad y seguridad en el seguimiento de la compra. Por ultimo, con respecto al compartimiento de comprar, que ayudo bastante la investigación de mercado, muestra que los consumidores se centran bastante en la búsqueda de precios mas bajos, sumado a que compran habitualmente como mínimo una vez al mes por internet y que están muy influenciados en la fidelización de la marca si es que el producto es de calidad. **El detalle se puede visualizar en la parte I.**

### III. Descripción de la empresa y propuesta de valor

CHEAP es una plataforma de Marketplace que vincula a las personas con pymes nacionales e internacionales. La empresa contiene una plataforma digital tanto para el consumidor y el proveedor con el cual se realicen alianzas estratégicas. Lo anterior tiene relación con uno de los factores claves de éxito que contiene la compañía, donde la búsqueda de proveedores regionales es fundamental para la empresa, en materias de categorías de muebles, decoración, textil, quincho y parrilla. Los proveedores en la plataforma se autoimpondrán la cantidad de ventas que quieren ofertar y también se visualizara para todo el publico el porcentaje de avance del respectivo objetivo. Sumado a lo anterior, se mantendrá en el sistema un visualizador del despacho del producto y quien lo esta entregando con las características de despachador y en el tiempo al detalle de la entrega. La misión de CHEAP es poder lograr precios mas bajos y justo para las personas ofreciendo al mismo tiempo productos de calidad y amigables con el medio ambiente. La visión de la organización es ser la empresa mejor evaluada en la industria en relación a precios bajos y con la mayor variedad de productos del mercado, generando un ecosistema amigable tanto para los proveedores como también para el consumidor final.

En sintonía con la propuesta de valor, la organización se centra en contener una plataforma que trabaje y sistematice un sistema de vinculación con el medio, entre los clientes finales y las pequeñas y medianas empresas que hay en Chile, sumado a importar productos de la categoría de muebles desde el extranjero específicamente desde China. Todo lo anterior radica en ofrecer productos eco amigables y enfocados en el medio ambiente. Lo anterior se cumple dado los objetivos de responsabilidad social empresarial que quiere trabajar CHEAP en el corto y mediano plazo. Dichas estrategias tienen sintonía con establecer una prioridad dentro de los convenios de colaboración con los proveedores que dispongan de información veras para mostrar en la plataforma de como realizan el procesamiento de todos los productos que ofertan en el sistema, para poder dar información a los consumidores antes de realizar las compras respectivas. **El detalle se puede visualizar en la parte I.**

## IV. Plan de Marketing

Los objetivos trazados por la empresa, con relación a los objetivos general de marketing se busca penetrar el 0,2% del market share al 2025, sumado a los objetivos específicos de marketing, los cuales están relacionados con i) interactuar con 225.000 seguidores los primeros 6 meses ii) realizar ventas por 2.100 tanto de productos importados como nacionales y iii) tener un 1% de la tasa de conversión anual en relación a las ventas. Sumado a lo anterior, se contiene objetivos comerciales los cuales siguen la lógica general de comercialización de incrementar un 50% las ventas a julio de 2023 y los objetivos específicos es poder importar 2 container al segundo año y realizar por lo menos 25 convenios de colaboración con proveedores nacionales e internacionales.

Con respecto a las estrategias de comunicación y ventas la compañía se centrara en i) imagen corporativa de la empresa ii) generación de contenidos iii) canales de ventas por redes sociales iv) graficas y contenido audiovisual. Lo anterior sumado a una estrategia de entrada en relación a precios mayoristas a clientes B2C, la estrategia de distribución consta que CHEAP realizara los despachos externalizados y todo el envoltorio internamente en las bodegas de Colina.

El costo de adquisición del cliente se calculo en base a los costos que tiene realizar las ventas de las categorías antes mencionadas, por ende, recae en \$4.952. Dado esos cálculos CHEAP tiene dos opciones de ventas de productos i) Importando productos de la categoría muebles directamente desde China, la cual contiene un ticket promedio de \$545.000 en muebles de terraza, living y comedor. La segunda opción radica en productos nacionales que el ticket promedio es de \$62.500 pesos con una ponderación de muebles del 50%, decoración del 30%, textil del 10% y quincho y parrilla 10%. Las ventas mínimas para el calculo del CAC y los tickets promedios respectivos es de 35 ventas en ambas opciones.

Se tiene contemplado realizar un cronograma estratégico para el primer año para realizar los convenios estratégicos en todo el país para CHEAP. **El detalle se puede visualizar en la parte I.**

## V. Plan de Operaciones

Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones

El enfoque y estrategia de CHEAP con relación al modelo de operaciones está radicado en una plataforma digital amigable y personalizada con el cliente final. Dicho sistema sustenta la interacción entre los proveedores y consumidores, la cual realiza un seguimiento de los objetivos de oferta y ventas desde los proveedores con la plataforma, sumado a una pestaña que permite visualizar un perfil de cada aliado estratégico con sus mediciones de impacto medio ambiental y su preocupación en la relación con los objetivos de desarrollo sustentable, lo cual cumpla con los ejes estratégicos de la organización.

Lo anterior cumple con la propuesta de valor de CHEAP en ser un actor relevante en la unión entre las personas y pequeñas y medianas empresas, logrando precios justos para los consumidores, con el foco en ofrecer un sistema seguro y confiable al momento de realizar transacciones. Por otro lado, la base del modelo y su alcance establece que la operatividad entre proveedor, consumidores, perfil en relación con el RSE, conversen sistemáticamente con las estrategias de CHEAP, por esa razón una de las acciones claves es la mantención y flexibilidad de la plataforma. De manera tal que se cumpla dicha conexión y conversen de la manera planteada, se procede con la relación personalizada con los clientes y proveedores con un vínculo ofreciendo capacitaciones, seminarios, red de contactos para ayudar a crecer emprendedores que puedan ejercer convenios estratégicos con CHEAP.

Operativamente, la empresa arrendará una bodega en Colina para contener y guardar el inventario importado como también los productos para despachar de los proveedores. En dicha casa matriz se realizará las operaciones de despachos y seguimiento de los productos sistematizando los flujos que se realicen, lo cual se va a tercerizar a nivel nacional. Los operarios que realizan constantemente el trabajo del día a día serán 4



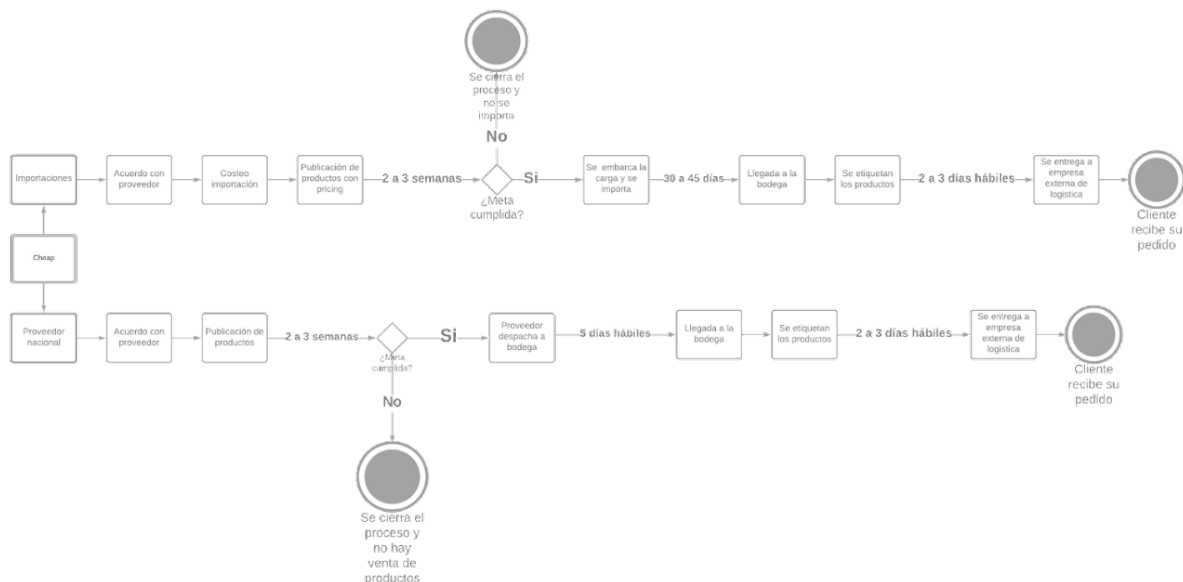
personas, lo cuales se desglosan en: Gerente General, jefe Comercial y Jefe de Bodega y Encargado de Bodega.

Las rutas críticas que se observan en el proceso de la cadena de valor de CHEAP, se encuentran las importaciones de productos por factores políticos, geopolíticos y tipo de cambio. Como también la mantención continua de la plataforma con todos los defectos y feedback que se iniciara en un principio, por esa razón es fundamental que el sistema recoge en gran medida las opiniones constructivas de los clientes con la experiencia que vayan teniendo, cuando realicen las respectivas compras. Por último, el manejo de los productos y despachos por parte de las empresas tercerizadas son fundamentales para CHEAP, dado que es común actualmente que productos lleguen a su objetivo defectuoso durante el trayecto.

### Flujo de operaciones

Este subcapítulo se refiere a cómo serán las operaciones en régimen, entendiendo procesos de cara al cliente y procesos internos a la organización.

Referirse a mecanismos de Control de inventario (rotación, tamaño, lead time, capacidad de bodegaje, pérdidas, obsolescencia)



Fuente: Elaboración Propia

## Plan de desarrollo e implementación

Las actividades y recursos que son necesarios para iniciar las operaciones de la empresa tienen relación con tener acuerdos establecidos con los proveedores de diferentes regiones, como también el arriendo cerrado en la bodega en COLINA y desarrollar la plataforma digital que sustentará la plataforma, realizando las pruebas necesarias para su implementación. Las actividades del cronograma de la organización a inicio de la operación se traducen en lo siguiente:

TAREA	PROGRESO	INICIO	FIN
<b>Análisis del negocio e industria</b>			
Calculo de costos	100%	01-01-2022	15-01-2022
Conocimiento de la competencia	100%	15-01-2022	30-01-2022
Investigación de mercados	100%	30-01-2022	01-03-2022
Viabilidad de nuevos negocios	100%	01-03-2022	16-03-2022
<b>Levantamiento de información de alianzas</b>			
Conocimiento de proveedores internacionales	100%	02-01-2022	01-02-2022
Relación de proveedores nacionales	100%	04-01-2022	24-01-2022
Levantamiento de mix de productos	100%	24-01-2022	25-03-2022
Alianza logística	100%	28-07-2022	07-08-2022
<b>Implementación de plataforma</b>			
Cotización y reunión con empresas de TI	100%	01-04-2022	26-04-2022
Planeamiento de plataforma	100%	27-04-2022	01-06-2022
Construcción de plataforma	85%	02-05-2022	30-08-2022
Marcha Blanca		31-08-2022	20-09-2022

Fuente: Elaboración Propia

Los productos que comercializa CHEAP son futuros dado el modelo de negocios que se implementa, dichos productos se enfocarán y desarrollarán en el sentido de las siguientes categorías; decoración, muebles (interior y exterior) textil, quincho y parrilla.

Para comercializar en el corto plazo dichos productos en sus respectivas categorías, se necesita avanzar en los puntos críticos de éxito, particularmente en la implementación en el desarrollo de la plataforma, dado que se sustenten en la operatividad de la organización. Logrando lo anterior, se podrá iniciar las actividades relacionadas con la comercialización y planificación estratégica.

## Dotación

Se considera en los planes financieros y de operaciones, iniciar con cuatros personas a tiempo completo por un periodo de implementación de las estrategias, lo cual se considera el primer año. Luego cuando se realicen alianzas estratégicas con diferentes regiones y una variedad de proveedores diversa en productos y categorías, se iniciará con la etapa de inserción de nuevos operadores de la planta en COLINA, duplicando para el segundo año acorde con el crecimiento esperado en las ventas y en la planificación estratégica. En paralelo con lo anterior, se focalizaron capacitaciones constantes con los operadores que entren, vinculando los objetivos estratégicos que se logra con los clientes, también con los empleados de CHEAP. Buscando una relación personalizada con cada uno de ellos y hacerles saber de buena forma la historia y esfuerzo de planificación que ha realizado la organización, así de esta manera se logra involucrar a los empleados con los valores de la empresa.

## VI. Equipo del Proyecto

### Equipo Gestor

En un inicio el Gerente General de CHEAP será Santiago Martinez, acompañado por Carlos Gutiérrez el cual su función será de jefe Comercial, ambos cargos estarán con funciones de operatividad del emprendimiento los primeros meses del primer año. Luego se contará con un encargado administrativo de CHEAP, sumado a un operario de bodega de la planta de Colina.

El Gerente General tendrá las siguientes funciones:

- Encargado de realizar las alianzas estratégicas con proveedores internacionales
- Evaluar los estados financieros de la empresa
- Aprobar las inversiones de la empresa con relación a la salud financiera de la organización
- Seguimiento de los planes comerciales y operativos internos de la empresa a nivel nacional

El Gerente Comercial tendrá las siguientes funciones:

- Encargado de realizar nuevos planes de negocios a nivel nacional y regional con proveedores en las categorías ya mencionadas anteriormente
- Identificar nuevos mercados de la industria
- Seguimiento comercial de las alianzas estratégicas con los clientes específicos
- Responsable de mantener la relación permanente con las asesorías externas de la plataforma de CHEAP.

#### Consultoría Externa de la plataforma

- Encargados de la mantención mensual de la plataforma
- Seguimiento de las alertas y feedback de la página por parte de los clientes y proveedores

#### Encargado Administrativo

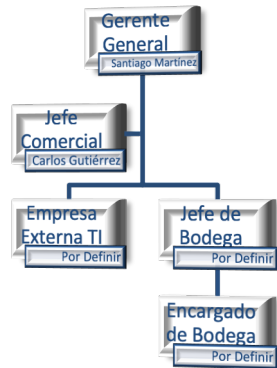
- Seguimiento contable y tributario de CHEAP
- Emisión de documentos tributarios
- Coordinación logística interna de la organización

#### Operario de Bodega

- Preparativos de envíos
- Administración de la bodega
- Inventario de productos nacionales e importados

## Estructura Organizacional

El organigrama y estructura matricial de CHEAP se representa de la siguiente forma para alcanzar una viabilidad confiable para el inversionista;



Fuente: Elaboración Propia

## Incentivos y compensaciones

A continuación, se detallan las remuneraciones en detalles del equipo gestor de CHEAP:

Cargo	Sueldo
Gerente General	\$ 1,500,000
Jefe Comercial	\$ 1,200,000
Jefe de Bodega	\$ 950.000
Encargado Administrativo	\$ 840,000
Encargado bodega	\$ 600,000
Mantenimiento Página	\$ 600,000

Fuente: Elaboración Propia

## VII. Plan Financiero

En este capítulo evaluaremos la factibilidad de realizar el negocio considerando las estrategias y objetivos planteados en el modelo de negocios, atendiendo los ejes y estructuras que se buscan implementar en la organización. Lo anterior relacionado a analizar la salud financiera en la cual se consideran los supuestos y estimaciones de ingresos y costos, plan de inversiones, balances, estados de resultados, flujo de caja y indicadores financieros de rentabilidad tales como TIR, VAN, PayBack y ROI, cual nos indicará que tan atractivo es para el inversionista de sumarse al proyecto, lo cual también está relacionado a una proyección de escenarios a 5 años plazo.

### Tabla Supuesto

- En relación con los ajustes de los ingresos y egresos de la organización se realizará por medio del IPC anual la cual está proyectado para el año 2022 en 8,2% anual.
- Desde la última reforma tributaria se considerará la tasa de impuesto a la renta de un 27% y optando a su vez por el formato de renta atribuida.
- Se estimará el valor de la UF en \$32.994 según el SII actualmente. Lo cual también se considera una proyección a diciembre de 2022 el precio de la UF a \$34.502.
- Se considerará escenarios a 5 años plazo evaluando las operaciones desde julio - agosto del año 2022.

### **Estimación de ingresos, costos y gastos**

- Se proyecta una tasa de crecimiento por ventas el primer año de 36%, de ingresos, lo cual equivale a 3.142 ventas en el primer año. Seguido el segundo año por un crecimiento del 66% relacionado con 8.730 de ventas, tercer año 66% equivalente 13.094 de ventas, cuarto año 66% equivalente a 19.642 ventas y por último el quinto año 66% lo cual equivale a 29.462 de ventas.
- Se busca implementar 18 alianzas estratégicas con proveedores anualmente, lo que sí considera al quinto año lograr 100 convenios con diferentes proveedores en categorías de decoración, muebles, textil, quincho y parrilla.

- Ingresos por Venta:

Ingreso	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Market Place					
Ingresos x Venta	\$ 182.133.980	\$ 509.975.143	\$ 764.962.714	\$ 1.147.444.071	\$ 1.721.166.107
Cantidad Venta	2914	8160	12239	18359	27539
Ingreso Real	\$ 27.320.097	\$ 76.496.271	\$ 114.744.407	\$ 172.116.611	\$ 258.174.916

Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Importación					
Ingresos x Venta	\$ 124.260.000	\$ 310.650.000	\$ 465.975.000	\$ 698.962.500	\$ 1.048.443.750
Cantidad de venta	228	570	855	1283	1924
Ingreso Real	\$ 37.278.000	\$ 93.195.000	\$ 139.792.500	\$ 209.688.750	\$ 314.533.125

Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos x Venta Totales	\$ 306.393.980	\$ 820.625.143	\$ 1.230.937.714	\$ 1.846.406.571	\$ 2.769.609.857
Cantidad de Ventas totales	3142	8730	13094	19642	29462
Ingresos Reales Totales	\$ 64.598.097	\$ 169.691.271	\$ 254.536.907	\$ 381.805.361	\$ 572.708.041

Fuente: Elaboración Propia

Ingresos por venta mensual en anexo 10.

### Plan de inversiones

- Las inversiones planificadas para la organización están relacionadas con instalación de las operaciones de CHEAP lo cual contempla arriendo por \$1.200.000 mensuales, sumado al desarrollo y mantenimiento de la plataforma web lo que equivale a \$600.000 mensuales. Por último, para la instalación de las oficinas operativas en COLINA se considera un monto de \$231.000 mensuales en internet, celular, patentes e insumos internos.

### Fuentes de Financiamiento

Con respecto a las fuentes de financiamiento, se considera un total de \$221.109.500 como monto total requerido, lo cual se desglosa de la siguiente manera:

Financiamiento Propio (15%)	\$33.500.000
Financiamiento requerido (85%)	\$ 187.609.500
<b>Total Requerido</b>	<b>\$ 221.109.500</b>

Fuente: Elaboración Propia

## Indicadores Financieros

Se considerarán los siguientes factores que inciden en los cálculos de operaciones financieras y de operaciones de la organización:

Indicadores Financieros	2022	2023	2024
Tipo de Cambio	830	830	830
Valor de la UF	\$32.994	\$34.502	\$34.502
Inflación Anual	8,4%	3,4%	3,0%

Fuente: Elaboración Propia

### Plan de inversión y requerimiento de capital

A continuación, se proyectará las inversiones iniciales para iniciar las operaciones totales con relación a la estructura de costos de la organización:

inversión Inicial	
Habilitación oficina	\$ 6.800.000
Camión	\$ 20.000.000
Notebooks	\$ 24.000.000
Impresoras	\$ 980.000
Plataforma web	\$ 45.000.000
Garantía de arriendo	\$ 2.400.000
Campaña lanzamiento	\$ 20.000.000
Constitución sociedad	\$ 520.000
Inscripción marca	\$ 350.000
<b>Total inversiones</b>	<b>\$ 120.050.000</b>
IVA Inversiones	\$ 22.809.500
<b>Total Inversiones IVA Incl</b>	<b>\$ 142.859.500</b>
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$ 78.250.000</b>
<b>Financiamiento requerido</b>	<b>\$ 221.109.500</b>
<b>(15%)</b>	<b>33.500.000,00</b>



<b>Aporte de Socios (85%)</b>	<b>187.609.500,00</b>

<b>Depreciación Anual (Según tabla vida útil SII)</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Precio total</b>	<b>Años Depreciación</b>	<b>Total Dep por año</b>
Habilitación oficina (Mobiliario)	6.800.000	7	971.429
Camión	20.000.000	7	2.857.143
Notebooks	24.000.000	6	4.000.000
Impresoras	980.000	6	163.333

Fuente: Elaboración Propia

#### **Financiamiento de la inversión inicial**

<b>Costos Fijos</b>	
Arriendo	\$ 1.200.000
GGCC	\$ 600.000
Gerente General	\$ 1.500.000
Jefe Comercial	\$ 1.200.000
Jefe de Bodega	\$ 950.000
Encargado de Bodega	\$ 600.000
Mantenimiento Plataforma (Externo)	\$ 600.000
Internet y celular	\$ 100.000
Patentes (Anual	\$ 11.667
Insumos Mensual	\$ 1.000.000
Seguro auto	\$ 80.000
<b>Total</b>	<b>\$ 7.841.667</b>

<b>Variables</b>	
Marketing y Campañas internet y RRSS	\$ 4.000.000
Viajes/ giras cierre de proveedores (1 cada 2 meses)	\$ 1.000.000

Petróleo	\$ 200.000
Cajas e insumos de embalaje	1,5 % de la venta
<b>Total</b>	<b>\$ 5.200.000</b>

	<b>Mensual costos</b>
Total, mensuales costos	\$ 13.041.667
<b>Capital de trabajo (6 meses de operación)</b>	<b>\$ 78.250.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tablas de amortización y pago mensual y anual en anexos 5 y 6. Información de intereses del crédito en anexo

- Proyecciones de Estados de resultados

<b>Estado de resultados</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos x MP	182.133.980	509.975.143	764.962.714	1.147.444.071	1.721.166.107
Ingresos x vts IMP	124.260.000	310.650.000	465.975.000	698.962.500	1.048.443.750
Costo de Venta MP	(154.813.883)	(433.478.871)	(650.218.307)	(975.327.461)	(1.462.991.191)
Costo de Venta IMP	(86.982.000)	(217.455.000)	(326.182.500)	(489.273.750)	(733.910.625)
Costo de venta	(114.115.092)	(132.059.253)	(148.827.919)	(170.040.041)	(197.602.078)
<b>Mergen Bruto</b>	<b>(49.516.995)</b>	<b>37.632.019</b>	<b>105.708.988</b>	<b>211.765.319</b>	<b>375.105.963</b>
Gasto de administración y venta	(22.560.000)	(24.364.800)	(26.313.984)	(28.419.103)	(30.692.631)
<b>Margen operacional/EBITDA</b>	<b>(72.076.995)</b>	<b>13.267.219</b>	<b>79.395.004</b>	<b>183.346.216</b>	<b>344.413.332</b>
Depreciación	(7.991.905)	(7.991.905)	(7.991.905)	(7.991.905)	(7.991.905)
Gastos financieros	(14.381.104)	(14.381.104)	(14.381.104)	0,00	0,00
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>(94.450.003)</b>	<b>(9.105.790)</b>	<b>57.021.996</b>	<b>175.354.312</b>	<b>336.421.427</b>
Impuesto a la renta	0,00	0,00	15.395.938,79	47.345.664,17	90.833.785,25
<b>Utilidad Neta</b>	<b>(94.450.003)</b>	<b>(9.105.790)</b>	<b>41.626.057</b>	<b>128.008.648</b>	<b>245.587.642</b>

Fuente: Elaboración Propia

Proyecciones EERR Mensual en anexo 7

- Proyecciones de Flujo de caja (posición de flujos de la empresa) y valor residual / valor de desecho.

Flujo de caja - Evaluación proyecto puro cierre de la empresa						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Utilidad (Perdida) despues de Impto	(94.450.003)	(9.105.790)	41.626.057	128.008.648	245.587.642	
Depreciacion	7.991.905	7.991.905	7.991.905	7.991.905	7.991.905	
Inversion	(142.859.500)					
Capital de trabajo	(78.250.000)					
Recuperacion Capital de trabajo						\$ 78.250.000
Valor de desecho						\$ 11.820.476
<b>FCL</b>	<b>(221.109.500)</b>	<b>(86.458.099)</b>	<b>(1.113.885)</b>	<b>49.617.961</b>	<b>136.000.552</b>	<b>343.650.023</b>
<b>FCAC</b>	<b>(221.109.500)</b>	<b>(307.567.599)</b>	<b>(308.681.484)</b>	<b>(259.063.522)</b>	<b>(123.062.970)</b>	<b>220.587.053</b>

Fuente: Elaboración Propia

Proyecciones FFCC Mensual en anexo 8

- Cálculo de tasa de descuento, evaluación financiera del proyecto (puro, sin deuda): VAN, TIR; payback, ROI, punto de equilibrio

BI	Beta sin deuda	1,1	Damodaran
Rf	Tasa libre de riesgo	6,44%	Bonos Banco central
Rm	Premio por riesgo de mercado	4,94%	Damodaran

<b>CAPM</b>	4,79%
<b>VAN</b>	238.269.713
<b>TIR</b>	52%
<b>Pay Back</b>	4, 1 años
<b>ROI Año 1</b>	-13,91%
<b>ROI Año 2</b>	4,81%
<b>ROI Año 3</b>	9,39%
<b>ROI Año 4</b>	12,95%
<b>ROI Año 5</b>	15,67%
<b>Valor Residual</b>	\$ 11.820.476
<b>Punto de Equilibrio Año 5</b>	226.620.266
<b>ROE Año 5</b>	78,65%
<b>Margen Año 5</b>	12,44%

Fuente: Elaboración Propia

- Balance proyectado

ACTIVOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Efectivo y equivalente	\$ 5.000.000	\$ 27.095.054	\$ 76.110.472	\$ 152.471.030	\$ 270.076.293
CxC	\$ 672.810	\$ 4.139.522	\$ 11.627.989	\$ 23.294.185	\$ 41.261.656
Inventario	\$ 6.213.000	\$ 15.532.500	\$ 23.298.750	\$ 34.948.125	\$ 52.422.188
<b>Activos corrientes totales</b>	<b>\$ 11.885.810</b>	<b>\$ 46.767.076</b>	<b>\$ 111.037.210</b>	<b>\$ 210.713.340</b>	<b>\$ 363.760.136</b>
Vehiculo	\$ 20.000.000	\$ 17.142.857	\$ 14.285.714	\$ 11.836.735	\$ 9.795.918
Mobiliario	\$ 31.780.000	\$ 26.645.238	\$ 20.539.048	\$ 20.539.048	\$ 20.539.048
Bienes Intangibles	\$ 45.000.000	\$ 45.000.000	\$ 45.000.000	\$ 45.000.000	\$ 45.000.000
<b>Activos no corrientes totales</b>	<b>\$ 96.780.000</b>	<b>\$ 88.788.095</b>	<b>\$ 79.824.762</b>	<b>\$ 77.375.782</b>	<b>\$ 75.334.966</b>
<b>ACTIVOS TOTALES</b>	<b>\$ 108.665.810</b>	<b>\$ 135.555.171</b>	<b>\$ 190.861.972</b>	<b>\$ 288.089.122</b>	<b>\$ 439.095.102</b>

PASIVOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CxP	\$ 18.720.000	\$ 8.112.000	\$ 6.240.000	\$ 12.480.000	\$ 14.352.000
Impuestos por pagar	\$ -	\$ -	\$ 15.395.939	\$ 47.345.664	\$ 90.833.785
<b>Pasivos corrientes totales</b>	<b>\$ 18.720.000</b>	<b>\$ 8.112.000</b>	<b>\$ 21.635.939</b>	<b>\$ 59.825.664</b>	<b>\$ 105.185.785</b>
<b>Pasivos no Corrientes</b>	<b>\$ 14.381.104</b>	<b>\$ 14.381.104</b>	<b>\$ 14.381.104</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>\$ 33.101.104</b>	<b>\$ 22.493.104</b>	<b>\$ 36.017.043</b>	<b>\$ 59.825.664</b>	<b>\$ 105.185.785</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital	\$ 141.784.709	\$ 109.934.857	\$ 103.808.873	\$ 81.434.811	\$ 66.678.676
Utilidad (Pérdida del ejercicio)}	\$ -94.450.003	\$ -9.105.790	\$ 41.626.057	\$ 128.008.648	\$ 245.587.642
<b>PATRIMONIO TOTAL</b>	<b>\$ 47.334.706</b>	<b>\$ 100.829.067</b>	<b>\$ 145.434.929</b>	<b>\$ 209.443.458</b>	<b>\$ 312.266.317</b>
<b>TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 80.435.810</b>	<b>\$ 123.322.171</b>	<b>\$ 181.451.972</b>	<b>\$ 269.269.122</b>	<b>\$ 417.452.102</b>

Fuente: Elaboración Propia

Proyecciones Balance Mensual en anexo 9

- Capital de trabajo

El capital de trabajo corresponde a los gastos mensuales de 6 meses para poder sustentar el funcionamiento de la empresa.

	Mensual costos
Total mensual costos	\$ 13.041.667
<b>Capital de trabajo (6 meses de operación)</b>	<b>\$ 78.250.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

- Escenarios de Sensibilidad

Ventas caen 20%		Ventas Suben 20%		Original		Costos suben 20%		Costos bajan 20%	
CAPM	4,79%	CAPM	4,79%	CAPM	4,79%	CAPM	4,79%	CAPM	4,79%
VAN	50.335.462	VAN	426.203.965	VAN	238.269.713	VAN	130.133.649	VAN	346.405.778
TIR	14,69%	TIR	94,54%	TIR	52,02%	TIR	27,21%	TIR	88,44%
Pay Back	5,5 años	Pay Back	3,1 Años	Pay Back	4,1 años	Pay Back	5,9 años	Pay Back	3 años
ROI Año 1	-20,30%	ROI Año 1	-9,05%	ROI Año 1	-13,91%	ROI Año 1	-19,10%	ROI Año 1	-8,01%
ROI Año 2	0,57%	ROI Año 2	7,84%	ROI Año 2	4,81%	ROI Año 2	1,39%	ROI Año 2	8,46%
ROI Año 3	5,89%	ROI Año 3	11,86%	ROI Año 3	9,39%	ROI Año 3	6,58%	ROI Año 3	12,37%
ROI Año 4	10,09%	ROI Año 4	14,95%	ROI Año 4	12,95%	ROI Año 4	10,65%	ROI Año 4	15,35%
ROI Año 5	13,33%	ROI Año 5	17,28%	ROI Año 5	15,67%	ROI Año 5	13,79%	ROI Año 5	17,61%
Valor Residual	11.820.476	Valor Residual	11.820.476	Valor Residual	11.820.476	Valor Residual	11.820.476	Valor Residual	11.820.476
Punto de Equilibrio Año 5	260.992.302	Punto de Equilibrio Año 5	208.329.300	Punto de Equilibrio Año 5	226.620.266	Punto de Equilibrio Año 5	253.308.326	Punto de Equilibrio Año 5	205.019.790
ROE Año 5	51,87%	ROE Año 5	105,42%	ROE Año 5	78,65%	ROE Año 5	69,41%	ROE Año 5	87,89%
Margen Año 5	10,37%	Margen Año 5	13,81%	Margen Año 5	12,44%	Margen Año 5	11,01%	Margen Año 5	13,86%

Fuente: Elaboración Propia

## VIII. Riesgos críticos y factores claves de éxito

### Factores claves de éxito

#### Elaboración adecuada de la plataforma

Uno de los factores más importantes para que se cumpla la planificación estratégica del negocio tiene relación con un adecuado desarrollo de la plataforma, la cual tenga sinergia con los clientes, lo que equivale a que sea amigable y eficiente con los que los consumidores. Lo anterior radica en tener canales innovadores para recibir e informar de forma personalizada sobre las mejoras y recomendaciones que se tienen que realizar por parte de CHEAP en la plataforma. Lo anterior se refiere a dar como opción e incentivar que dentro de la plataforma se puedan realizar comentarios y alegatos sobre el proceso de compra antes y después de la compra.

#### **Alianzas claves con proveedores**

El corazón de la operatividad de la organización radica en desarrollar e implementar alianzas estratégicas serias con proveedores regionales que sean confiables y que se pueda palmar una relación personalizada que perdure en el tiempo. Lo anterior tiene relación con dar a conocer de forma adecuada el sistema y plataforma con una base en confianza con los clientes lo cual radica en que se obtenga lo pedido con los consumidores.

#### **Expansión de nuevos negocios y categorías**

Se consideran para el primer año categorías y desarrollo de productos específicos de hogar, lo cual está en constante seguimiento para implementar categorías complementarias con decoraciones y hogar cotidianos que habitualmente utilizan los consumidores. En relación con la investigación de mercado que se realizó marcan atenuadamente los lineamientos que se podrían ir incorporando desde el segundo año de implementación, luego de tener una base sólida de alianzas estratégicas y una plataforma eficiente como también amigable con los consumidores.

Riesgos críticos

### **Financiamiento Inicial**

En un horizonte de tiempo a 12 meses CHEAP considerará una inversión inicial de \$221.109.500 con un 85% de capital del inversionista y un 15% créditos propios lo cual sería \$33.500.000 a una tasa 13,8% anual y el capital del inversionista sería de \$187.609.500. Lo anterior se analiza como un riesgo crítico debido a la contingencia actual económica en confianzas de inversionista para invertir en PYMES sumado al costo crediticio de los bancos, con inflaciones altas e incertidumbre de las reglas claras del país.

### **Operaciones**

Una de las preocupaciones constante que se tendrá en la logística de operaciones de la compañía, radica en elaborar un flujo de operaciones de acuerdo con los ejes estratégicos planteados por CHEAP. Lo anterior en base a entregas y despachos de productos a nivel nacional, sumado a productos importados, lo cual debe tener una logística interna en la bodega y despachos hacia los clientes.

### **Proveedores confiables**

Los ejes estratégicos de la compañía se basan en desarrollar relaciones más allá del mero negocio de la industria, sino que las alianzas estratégicas tengan un sentido de RSE mencionado anteriormente marcado por la relación personalizada con cada uno de los proveedores en regiones que se tengan. Las extensiones que se proyectan a los 5 años analizados marcan que los convenios que cierren o trabajen marcaran los resultados finales financieros de la organización. Lo anterior tiene sintonía con la calidad y el real involucramiento de los proveedores con el proceso de sostenibilidad de los productos, por eso mismo CHEAP corre riesgos de gran envergadura en equivocarse en elegir a un proveedor respectivamente mal evaluado por los clientes en dicha región.

### **Empresa externa que brinde seguridad**

Lo medular de la empresa externa que implementa y realiza el seguimiento continuo de la plataforma tiene que estar en sintonía con los objetivos planteados tanto a nivel organizacional como comercial y estructura de la empresa. Lo anterior es un pilar fundamental dado que la variedad y flexibilidad que se tiene que ir incorporando nuevas ideas en el sistema cada año va a ir expandiéndose. Este punto en particular contiene rasgos de riesgo crítico dado que la seguridad y alianza que se genere con la empresa externa se tiene que traducir en que el cliente tiene que sentir y darse cuenta de la calidad por la cual la organización se preocupa tanto al momento de externalizar la materia en cuestión.

## IX. Propuesta Inversionista

### Factibilidad Financiera

Los cálculos y factibilidades financieras que se realizaron anteriormente dan como resultado una posibilidad cierta y atractiva para el inversionista y el equipo gestor, dado lo siguiente:

- La inversión inicial es asequible tanto para el posible inversionista y el equipo gestor con un total de \$221.109.500.
- El valor actual neto (VAN) es de \$144.583.593, lo anterior confirma la viabilidad de la idea del negocio.
- Un Payback del proyecto de 4 años y 2 meses, lo cual quiere decir que la inversión inicial se recupera en 50 meses.
- La TIR (tasa interna de retorno) es de 59,70%, lo cual es atractivo para la inversión de posibles inversionistas en el negocio.
- El ROI es positivo y atractivo para el negocio como también los otros indicadores financieros
- Los riesgos tanto para el inversionista como para el equipo gestor, financieramente es bajo.
- La oferta con respecto al porcentaje de propiedad por parte del inversionista es de 70%.
- El VAN del inversionista es de \$165.444.513
- La TIR del inversionista es de 4%

Capacidad del equipo gestor

De acuerdo con lo mencionado anteriormente en los análisis financieros y simulaciones crediticias, el equipo gestor está con la capacidad de iniciar las operaciones del negocio, con los riesgos y oportunidades que eso conlleva.

#### Ventaja Competitiva

La principal ventaja competitiva en términos generales de CHEAP radica en la fortaleza en los convenios y alianzas estratégicas con proveedores regionales e internacionales que su foco se centra en un desarrollo sostenible amigable con el medio ambiente, lo cual por parte del cliente se considerará fundamental para compras y sentido social de la empresa. Actualmente lo anterior es un punto fundamental para toda organización de sociedad, dado los cambios de paradigmas que existen hoy en día.

#### Riesgos corporativos vs oportunidades

En términos generales, la propuesta de valor del negocio considerando los riesgos mencionados anteriormente con un análisis de oportunidades, se considera una idea atractiva para todos los posibles involucrados en el negocio.

Lo anterior se traduce en una invitación a los inversionistas a tomar cartas de acción con respecto a la idea de negocio, considerando una rentabilidad atractiva y riesgos económicos bajos para el total de la inversión propuesta en los análisis de sensibilidad.



## X. Conclusiones

Los cambios de paradigmas que están ocurriendo en nuestra sociedad van en línea directa con un desarrollo sostenible y amigable con el medio ambiente, con un sentido social imperante de parte de todos los actores de la sociedad involucrados. Las exigencias actuales de parte de los consumidores son mayores post pandemia y lo anterior conlleva abarcar todas las inquietudes y necesidades de los clientes, lo cual es un desafío importante para CHEAP.

Lo anterior radica en la idea principal de la organización la cual es conectar de manera cómoda y sencilla al proveedor con el cliente final por medio de una plataforma de marketplace con el valor agregado de contener productos con descuentos y con un proceso de elaboración acorde a los tiempos de tendencias medios ambientales. Con los análisis realizados en el plan de negocios tales como; Canvas, Porter, FODA, PESTEL, investigaciones de mercado, factibilidad operacional, logística y financiero, se puede representar lo siguiente;

- CHEAP contiene un análisis atractivo para el inversionista en materia económica con sus respectivas rentabilidades y escenarios posibles.
- Investigación de mercado evidencia un nicho importante en materia de marketplace en Chile post pandemia, lo cual lo corrobora las entrevistas y conversaciones con los posibles clientes y proveedores
- La organización realiza un trabajo minucioso en enfocarse en productos eco amigables como prioridad sumada a un análisis detallado de los proveedores y alianzas estratégicas que se realicen
- La industria es atractiva por su alta competitividad en materia de productos y desafíos de logísticas internas.
- Buen recibimiento por parte de los posibles clientes y proveedores por centrarse en la RSE dentro de la compañía.

Los indicadores financieros analizados por la organización dan cuenta de una relación positiva en los resultados del VAN, TIR, ROI y Payback. En resumen, CHEAP es una PYME con un excelente potencial a futuro en términos generales en financiamiento, planificación y resultados económicos.

## Bibliografía

<https://ce.entel.cl/pymes/articulos/asi-compran-los-chilenos-en-internet/>

<https://www.ccs.cl/wp-content/uploads/2021/04/Perspectivas-del-Comercio-Electronico-2021.pdf>

<https://expandeonline.cl/blog/ecommerce-chile/>

<http://www.pymesdechile.cl/comunidad.html>

<https://www.ccs.cl/2021/11/18/se-estabiliza-crecimiento-del-retail-global-chile-sigue-liderando-aunque-se-desacelera/>

<https://www.cnc.cl/estudios/>

<https://www.elcontainer.cl/>

<https://creadoenchile.cl/>

<https://www.importclub.cl/>

<https://puertopyme.cl/>

<https://portalbiblioteca.bcentral.cl/web/banco-central/inicio>

<https://homer.sii.cl/>

## Anexo 1

### Encuesta Clientes (Total de encuestas 161 personas)

161 respuestas



Se aceptan respuestas

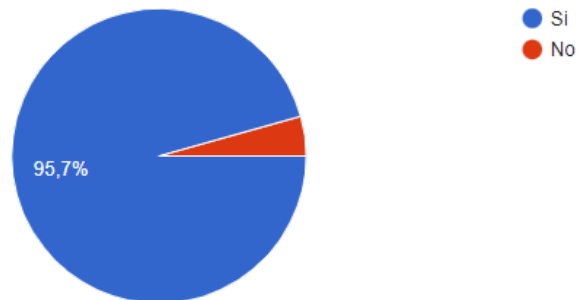
Resumen

Pregunta

Individual

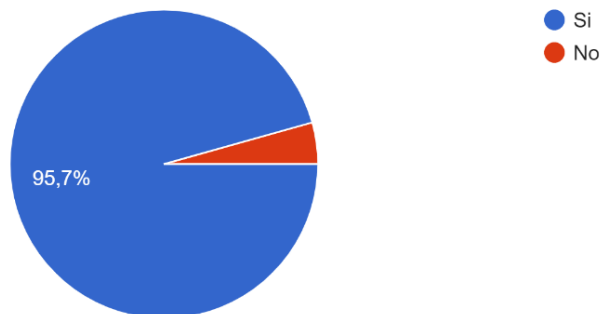
1. Actualmente ¿Realizas tus compras por algunos de estos medios tales como; E-commerce, Marketplace o plataformas web?

161 respuestas



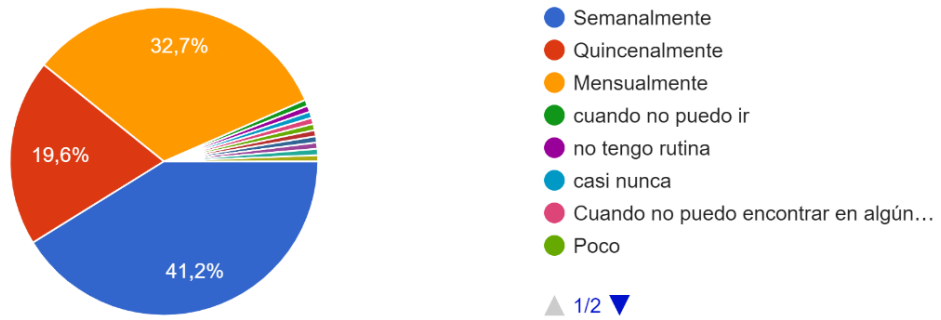
1. Actualmente ¿Realizas tus compras por algunos de estos medios tales como; E-commerce, Marketplace o plataformas web?

161 respuestas



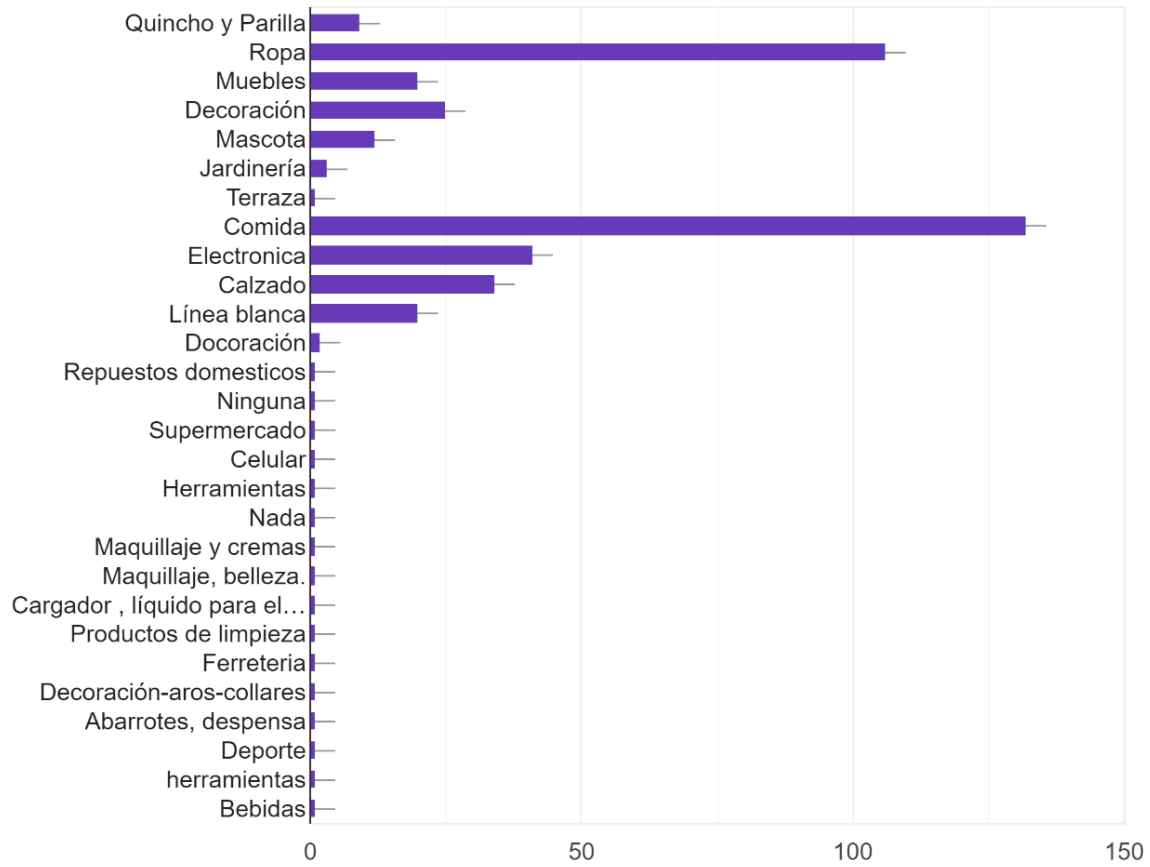
## 2. Si su respuesta anterior fue afirmativa; ¿Que tan recurrente realiza las compras?

153 respuestas



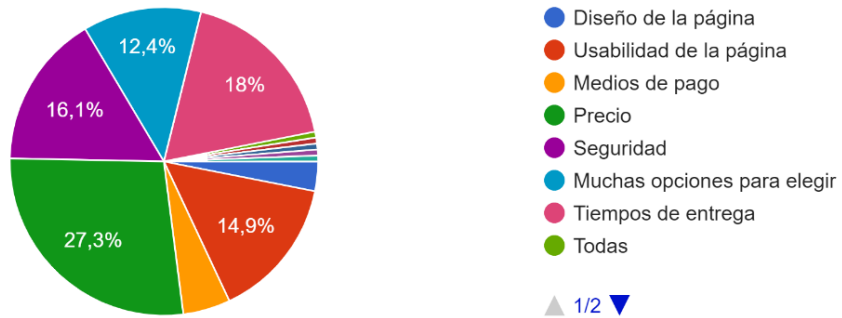
3. ¿Cuáles son las categorías o verticales en las cuales más sueles comprar a través de las plataformas mencionadas anteriormente? (Favor marcar más de una)

161 respuestas



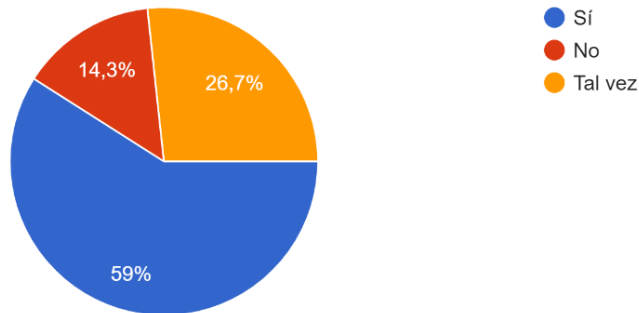
4. ¿Qué es lo más relevante al momento de realizar compras a través de internet?

161 respuestas



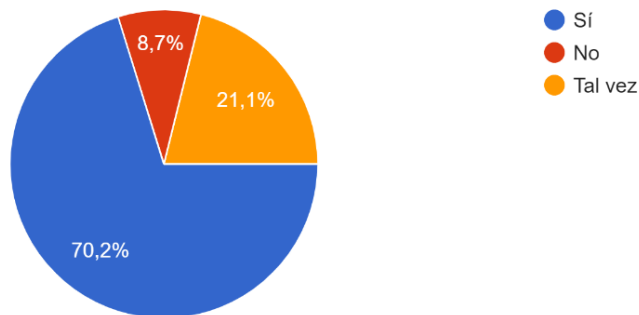
5. ¿Te interesaría comprar a precios más bajos (aproximadamente alrededor del 30%) pero con mayores tiempos de entrega? (Tres semanas aproximadamente)

161 respuestas



6. Si un producto te interesa por cualquier tipo de razón. ¿Lo reservarías pagando previamente y conociendo la fecha estimada de entrega?

161 respuestas



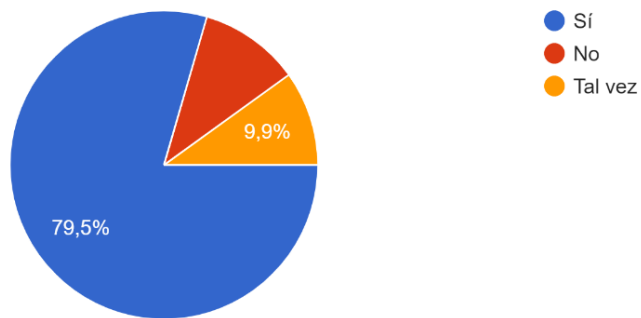
7. Si tu respuesta anterior fue afirmativa; ¿Cuál es el tiempo máximo que esperarías por el producto?

134 respuestas



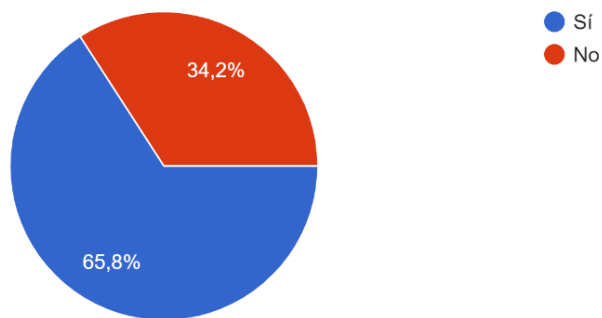
8. ¿Te interesaría poder importar productos directamente del fabricante?

161 respuestas





9. Por ultimo; ¿Te da seguridad la reserva pre compra?

161 respuestas



**Anexo 2**

**Encuesta Aliados Estratégicos (Total de encuestas 13 personas)**

13 respuestas  

Se aceptan respuestas

**Resumen**      Pregunta      Individual

---

\* Nombre de empresa, institución y/o organización:

9 respuestas

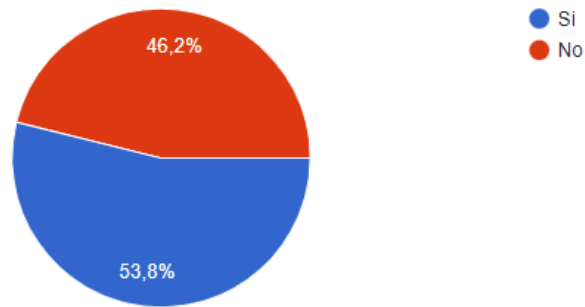
- Bea Arte
- Diseños Kolllella /Telaresygres
- Paty Guerra Cerámica
- Diseño Lientur Limitada
- Madera en Hierro muebles spa
- Espacio HK
- Raiquen chile
- Cipresestudio
- Granada Wood

---



1. ¿Su empresa contiene una página web propia?

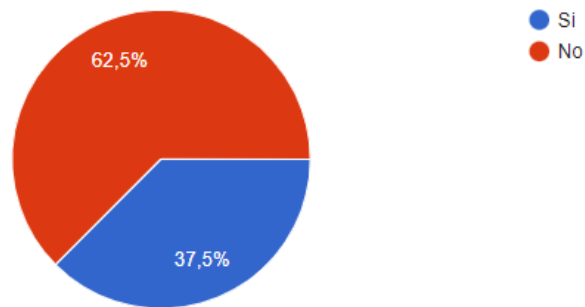
13 respuestas



---

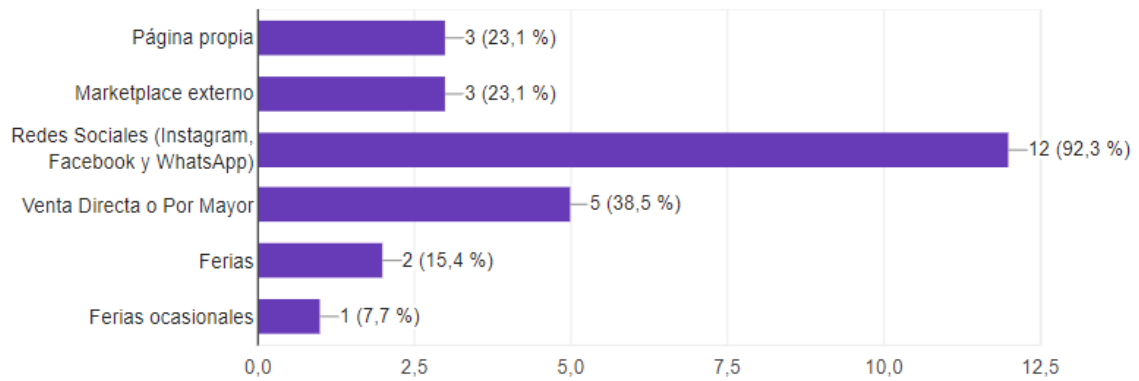
2. Si su respuesta anterior fue afirmativa; ¿Su página web contiene la herramienta compra online?

8 respuestas



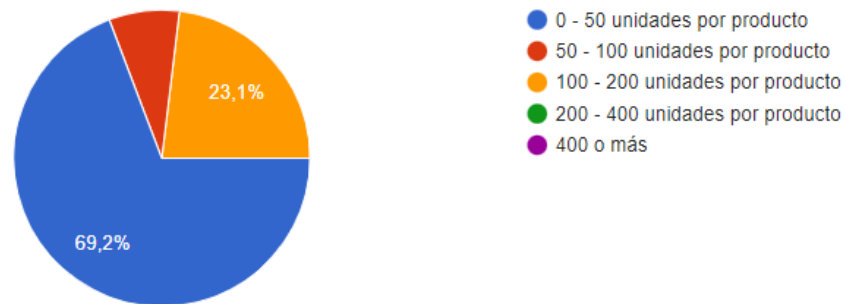
### 3. ¿Como vendes tus productos?

13 respuestas



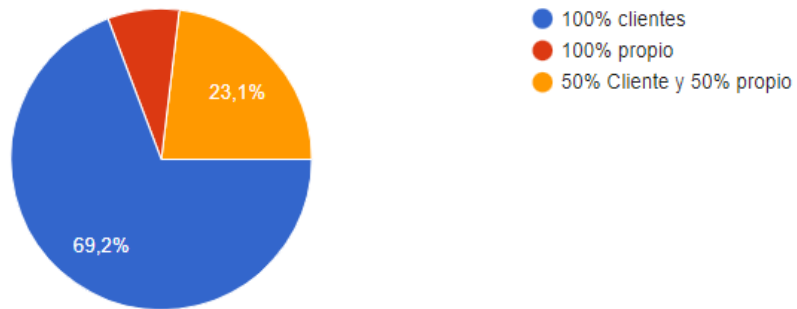
### 4. ¿Cuánto es tu stock promedio por producto?

13 respuestas



5. ¿Cómo distribuyes el costo de despacho al cliente?

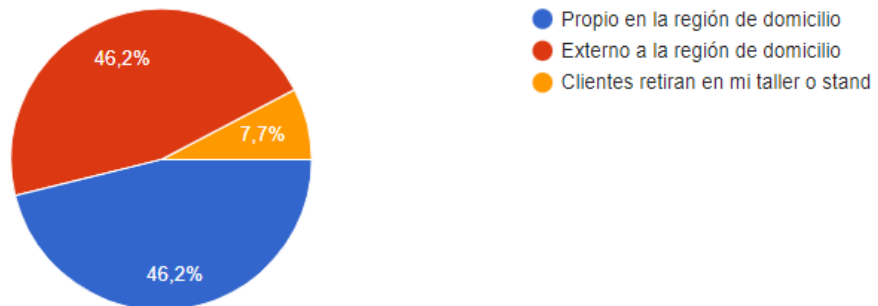
13 respuestas



---

6. ¿La logística de última milla se realiza por medios propios o externos?

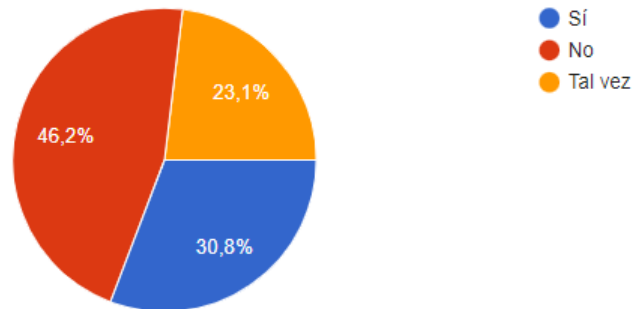
13 respuestas



7. ¿Estarías dispuesto a ofertar grandes cantidades del mismo producto?

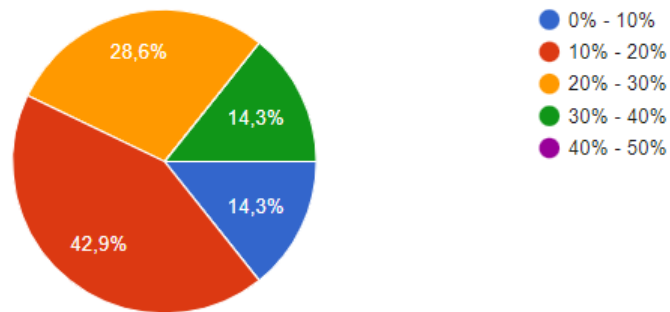


13 respuestas



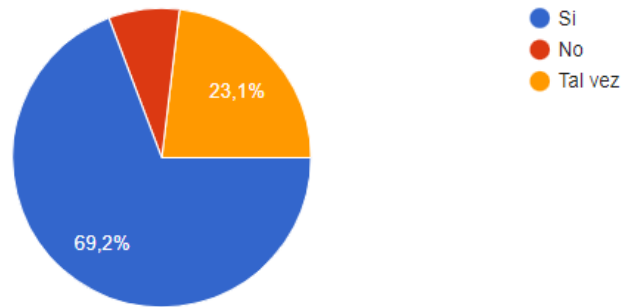
8. Si tu respuesta anterior fue afirmativa; ¿Qué porcentaje de descuento estarías dispuesto a ofertar?

7 respuestas



9. Por ultimo ¿Te interesaría generar una alianza estratégica con una nueva plataforma digital que conecte PYMES con clientes por venta directa haciéndose cargo de la logística de entrega en todo Chile?

13 respuestas



### Anexo 3 – Penetración de Ventas Online por sector

Penetración ventas online sobre el total				
	2019	I TRIM 2021	II TRIM 2021	III TRIM 2021
Artículos eléctricos	8%	31%	43,1%	22,0%
Línea Hogar / Muebles	9%	18,2%	51,0%	20,3%
Vestuario / Calzado	3%	23,1%	53%	14,2%
Grandes tiendas	10%	38,4%	55,3%	25,5%
<b>TOTAL</b>	<b>25%</b>	<b>29,1%</b>	<b>50,8%</b>	<b>20,8%</b>

Fuente: Departamento de Estudios CNC

### Anexo 4 – Tabla de créditos para Pymes Banco Estado

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

## Anexo 5 – Tabla de Amortización Anual

### Indicar valores

Importe del préstamo	\$33.500.000
Tasa de interés anual	13,80%
Periodo del préstamo en años	3
Número de pagos por año	1
Fecha de inicio de	13-07-2022

Pagos adicionales opcionales \$0,00

### Resumen del préstamo

Pago programado	\$14.381.103,89
Número de pagos programados	3
Número real de pagos	1
Importe total de pagos anticipados	\$0,00
Importe total de intereses	\$9.643.311,66

Nombre del prestamista Banco Estado

Número de pago	Inicio Saldo	Pago programado	Adicional Pago	Cuota	Capital	Interés	Amortizacion	Acumulado Interés
1	\$ 33.500.000	\$ 14.381.104	\$ -	\$ 14.381.104	\$ 9.758.104	\$ 4.623.000	\$ 23.741.896	\$ 4.623.000
2	\$ 23.741.896	\$ 14.381.104	\$ -	\$ 14.381.104	\$ 11.104.722	\$ 3.276.382	\$ 12.637.174	\$ 7.899.382
3	\$ 12.637.174	\$ 14.381.104	\$ -	\$ 12.637.174	\$ 10.893.244	\$ 1.743.930	\$ -	\$ 9.643.312

## Anexo 6 – Tabla de amortización Mensual

### Indicar valores

Importe del préstamo	\$33.500.000
Tasa de interés anual	13,80%
Periodo del préstamo en Meses	3
Número de pagos por año	12
Fecha de inicio de	13-07-2022

Pagos adicionales opcionales \$0,00

### Resumen del préstamo

Pago programado	\$1.141.699,16
Número de pagos programados	36
Número real de pagos	3
Importe total de pagos anticipados	\$0,00
Importe total de intereses	\$7.601.169,90

Nombre del prestamista Banco Estado

Número de pago	Inicio Saldo	Pago programado	Adicional Pago	Cuota	Capital	Interés	Amortizacion	Acumulado Interés
1	\$ 33.500.000	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 756.449	\$ 385.250	\$ 32.743.551	\$ 385.250
2	\$ 32.743.551	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 765.148	\$ 376.551	\$ 31.978.403	\$ 761.801
3	\$ 31.978.403	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 773.948	\$ 367.752	\$ 31.204.455	\$ 1.129.552
4	\$ 31.204.455	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 782.848	\$ 358.851	\$ 30.421.607	\$ 1.488.404
5	\$ 30.421.607	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 791.851	\$ 349.848	\$ 29.629.756	\$ 1.838.252
6	\$ 29.629.756	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 800.957	\$ 340.742	\$ 28.828.799	\$ 2.178.994
7	\$ 28.828.799	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 810.168	\$ 331.531	\$ 28.018.631	\$ 2.510.526
8	\$ 28.018.631	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 819.485	\$ 322.214	\$ 27.199.147	\$ 2.832.740
9	\$ 27.199.147	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 828.909	\$ 312.790	\$ 26.370.238	\$ 3.145.530
10	\$ 26.370.238	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 838.441	\$ 303.258	\$ 25.531.796	\$ 3.448.788
11	\$ 25.531.796	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 848.084	\$ 293.616	\$ 24.683.713	\$ 3.742.403
12	\$ 24.683.713	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 857.836	\$ 283.863	\$ 23.825.876	\$ 4.026.266
13	\$ 23.825.876	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 867.702	\$ 273.998	\$ 22.958.175	\$ 4.300.264
14	\$ 22.958.175	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 877.680	\$ 264.019	\$ 22.080.484	\$ 4.564.283
15	\$ 22.080.484	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 887.773	\$ 253.926	\$ 21.192.721	\$ 4.818.208
16	\$ 21.192.721	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 897.983	\$ 243.716	\$ 20.294.738	\$ 5.061.925
17	\$ 20.294.738	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 908.310	\$ 233.389	\$ 19.386.428	\$ 5.295.314
18	\$ 19.386.428	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 918.755	\$ 222.944	\$ 18.467.673	\$ 5.518.258
19	\$ 18.467.673	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 929.321	\$ 212.378	\$ 17.538.352	\$ 5.730.636
20	\$ 17.538.352	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 940.008	\$ 201.691	\$ 16.598.344	\$ 5.932.327
21	\$ 16.598.344	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 950.818	\$ 190.881	\$ 15.647.526	\$ 6.123.208
22	\$ 15.647.526	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 961.753	\$ 179.947	\$ 14.685.773	\$ 6.303.155
23	\$ 14.685.773	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 972.813	\$ 168.886	\$ 13.712.960	\$ 6.472.041
24	\$ 13.712.960	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 984.000	\$ 157.699	\$ 12.728.960	\$ 6.629.740
25	\$ 12.728.960	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 995.316	\$ 146.383	\$ 11.733.644	\$ 6.776.123
26	\$ 11.733.644	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 1.006.762	\$ 134.937	\$ 10.726.882	\$ 6.911.080
27	\$ 10.726.882	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 1.018.340	\$ 123.359	\$ 9.708.542	\$ 7.034.419
28	\$ 9.708.542	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 1.030.051	\$ 111.648	\$ 8.678.491	\$ 7.146.068
29	\$ 8.678.491	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 1.041.897	\$ 99.803	\$ 7.636.595	\$ 7.245.870
30	\$ 7.636.595	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 1.053.878	\$ 87.821	\$ 6.582.716	\$ 7.333.691
31	\$ 6.582.716	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 1.065.998	\$ 75.701	\$ 5.516.718	\$ 7.409.392
32	\$ 5.516.718	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 1.078.257	\$ 63.442	\$ 4.438.461	\$ 7.472.835
33	\$ 4.438.461	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 1.090.657	\$ 51.042	\$ 3.347.805	\$ 7.523.877
34	\$ 3.347.805	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 1.103.199	\$ 38.500	\$ 2.244.605	\$ 7.562.377
35	\$ 2.244.605	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.141.699	\$ 1.115.886	\$ 25.813	\$ 1.128.719	\$ 7.588.190
36	\$ 1.128.719	\$ 1.141.699	\$ -	\$ 1.128.719	\$ 1.115.739	\$ 12.980	\$ -	\$ 7.601.170

### Anexo 7 – EERR Mensual

Estado de resultados												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos x MP	0	1.875.000	2.812.500	4.218.750	6.328.125	9.492.188	12.339.844	16.041.797	20.854.336	27.110.637	35.243.828	45.816.976
Ingresos x vts IMP	0	0	0	0	0	0	10.355.000	13.080.000	15.805.000	20.710.000	27.250.000	37.060.000
Costo de Venta MP	0	(1.593.750)	(2.390.625)	(3.585.938)	(5.378.906)	(8.068.359)	(10.488.867)	(13.635.527)	(17.726.186)	(23.044.041)	(29.957.254)	(38.944.430)
Costo de Venta IMP	0	0	0	0	0	0	(7.248.500)	(9.156.000)	(11.063.500)	(14.497.000)	(19.075.000)	(25.942.000)
Costo de venta	(9.509.591)	(9.509.591)	(9.509.591)	(9.509.591)	(9.509.591)	(9.509.591)	(9.509.591)	(9.509.591)	(9.509.591)	(9.509.591)	(9.509.591)	(9.509.591)
<b>Margen Bruto</b>	<b>(9.509.591)</b>	<b>(9.228.341)</b>	<b>(9.007.716)</b>	<b>(8.876.778)</b>	<b>(8.560.372)</b>	<b>(8.085.763)</b>	<b>(4.552.114)</b>	<b>(3.179.321)</b>	<b>(1.639.941)</b>	<b>770.005</b>	<b>3.851.983</b>	<b>8.480.955</b>
Gasto de administración y venta	(1.880.000)	(1.880.000)	(1.880.000)	(1.880.000)	(1.880.000)	(1.880.000)	(1.880.000)	(1.880.000)	(1.880.000)	(1.880.000)	(1.880.000)	(1.880.000)
<b>Margen operacional/EBITDA</b>	<b>(11.389.591)</b>	<b>(11.108.341)</b>	<b>(10.967.716)</b>	<b>(10.756.778)</b>	<b>(10.440.372)</b>	<b>(9.965.763)</b>	<b>(6.432.114)</b>	<b>(5.059.321)</b>	<b>(3.519.941)</b>	<b>(1.109.995)</b>	<b>2.071.983</b>	<b>6.600.955</b>
Depreciación	(665.992)	(665.992)	(665.992)	(665.992)	(665.992)	(665.992)	(665.992)	(665.992)	(665.992)	(665.992)	(665.992)	(665.992)
Gastos financieros	(1.198.425)	(1.198.425)	(1.198.425)	(1.198.425)	(1.198.425)	(1.198.425)	(1.198.425)	(1.198.425)	(1.198.425)	(1.198.425)	(1.198.425)	(1.198.425)
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>(13.254.008)</b>	<b>(12.972.758)</b>	<b>(12.832.133)</b>	<b>(12.621.196)</b>	<b>(12.304.790)</b>	<b>(11.830.180)</b>	<b>(8.296.532)</b>	<b>(6.923.739)</b>	<b>(5.384.358)</b>	<b>(2.974.413)</b>	<b>207.566</b>	<b>4.736.538</b>
Impuesto a la renta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	(56.043)	(1.278.865)
<b>Utilidad Neta</b>	<b>(13.254.008)</b>	<b>(12.972.758)</b>	<b>(12.832.133)</b>	<b>(12.621.196)</b>	<b>(12.304.790)</b>	<b>(11.830.180)</b>	<b>(8.296.532)</b>	<b>(6.923.739)</b>	<b>(5.384.358)</b>	<b>(2.974.413)</b>	<b>151.523</b>	<b>3.457.673</b>

Fuente: Elaboración Propia

## Anexo 8 – FFCC Mensual

Flujo de caja - Evaluación proyecto puro cierre de la empresa												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Utilidad (Pérdida) despues de Impto	(13.254.008)	(12.972.758)	(12.832.133)	(12.621.196)	(12.304.790)	(11.830.180)	(8.296.532)	(6.923.739)	(5.384.358)	(2.974.413)	151.523	3.457.673
Depreciación	665.992	665.992	665.992	665.992	665.992	665.992	665.992	665.992	665.992	665.992	665.992	665.992
Inversion	(142.859.500)											
Capital de trabajo	(78.250.000)											
Recuperación Capital de trabajo												78250000
Valor de desecho												\$ 43.788.095
<b>FCL</b>	<b>(221.109.500)</b>	<b>(12.588.016)</b>	<b>(12.306.766)</b>	<b>(12.166.141)</b>	<b>(11.955.204)</b>	<b>(11.638.798)</b>	<b>(11.164.188)</b>	<b>(7.630.540)</b>	<b>(6.257.747)</b>	<b>(4.718.366)</b>	<b>817.515</b>	<b>126.161.760</b>
<b>FCAC</b>	<b>(221.109.500)</b>	<b>(233.697.516)</b>	<b>(246.004.283)</b>	<b>(258.170.424)</b>	<b>(270.125.628)</b>	<b>(281.764.425)</b>	<b>(292.928.613)</b>	<b>(300.559.153)</b>	<b>(306.816.900)</b>	<b>(311.535.266)</b>	<b>(313.843.687)</b>	<b>(318.864.411)</b>

Fuente: Elaboración Propia

## Anexo 9 – Balance Mensual

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
<b>ACTIVOS</b>												
Efectivo y equivalente	110.000	135.000	160.000	190.000	230.000	265.000	376.000	450.000	584.000	715.000	840.000	945.000
CxC	14.802	18.166	21.530	25.567	30.949	35.659	50.595	60.553	78.584	96.212	113.032	127.161
Inventario	0	0	0	0	0	0	517.750	654.000	790.250	1.055.500	1.362.500	1.853.000
<b>Activos corrientes totales</b>	<b>124.802</b>	<b>153.166</b>	<b>181.530</b>	<b>215.567</b>	<b>260.949</b>	<b>300.659</b>	<b>944.345</b>	<b>1.164.553</b>	<b>1.452.834</b>	<b>1.846.712</b>	<b>2.315.532</b>	<b>2.925.161</b>
Vehículo	1.666.667	1.666.667	1.666.667	1.666.667	1.666.667	1.666.667	1.666.667	1.666.667	1.666.667	1.666.667	1.666.667	1.666.667
Mobiliario	2.648.333	2.648.333	2.648.333	2.648.333	2.648.333	2.648.333	2.648.333	2.648.333	2.648.333	2.648.333	2.648.333	2.648.333
Bienes Intangibles	3.750.000	3.750.000	3.750.000	3.750.000	3.750.000	3.750.000	3.750.000	3.750.000	3.750.000	3.750.000	3.750.000	3.750.000
<b>Activos no corrientes totales</b>	<b>8.065.000</b>	<b>8.065.000</b>	<b>8.065.000</b>	<b>8.065.000</b>	<b>8.065.000</b>	<b>8.065.000</b>	<b>8.065.000</b>	<b>8.065.000</b>	<b>8.065.000</b>	<b>8.065.000</b>	<b>8.065.000</b>	<b>8.065.000</b>
<b>ACTIVOS TOTALES</b>	<b>8.189.802</b>	<b>8.218.166</b>	<b>8.246.530</b>	<b>8.280.567</b>	<b>8.325.949</b>	<b>8.365.659</b>	<b>9.009.345</b>	<b>9.229.553</b>	<b>9.517.834</b>	<b>9.911.712</b>	<b>10.380.532</b>	<b>10.990.161</b>
<b>PASIVOS</b>												
CxP	2.080.000	1.976.000	1.664.000	2.080.000	1.820.000	2.080.000	2.392.000	780.000	1.300.000	1.196.000	780.000	1.434.583
Impuestos por pagar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Pasivos corrientes totales</b>	<b>2.080.000</b>	<b>1.976.000</b>	<b>1.664.000</b>	<b>2.080.000</b>	<b>1.820.000</b>	<b>2.080.000</b>	<b>2.392.000</b>	<b>780.000</b>	<b>1.300.000</b>	<b>1.196.000</b>	<b>780.000</b>	<b>1.434.583</b>
<b>Pasivos no Corrientes</b>	<b>1.198.425</b>	<b>1.198.425</b>	<b>1.198.425</b>	<b>1.198.425</b>	<b>1.198.425</b>	<b>1.198.425</b>	<b>1.198.425</b>	<b>1.198.425</b>	<b>1.198.425</b>	<b>1.198.425</b>	<b>1.198.425</b>	<b>1.198.425</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>3.278.425</b>	<b>3.174.425</b>	<b>2.862.425</b>	<b>3.278.425</b>	<b>3.018.425</b>	<b>3.278.425</b>	<b>3.590.425</b>	<b>1.978.425</b>	<b>2.498.425</b>	<b>2.394.425</b>	<b>1.978.425</b>	<b>2.633.009</b>
<b>PATRIMONIO</b>												
Capital	15.028.719	15.036.666	15.706.905	14.486.671	14.867.720	13.780.747	10.108.285	12.998.616	10.443.350	8.688.116	7.074.334	4.899.480
Utilidad (Pérdida del ejercicio)	(13.254.008)	(12.972.758)	(12.832.133)	(12.621.196)	(12.304.790)	(11.830.180)	(8.296.532)	(6.923.739)	(5.384.358)	(2.974.413)	151.523	3.457.673
<b>PATRIMONIO TOTAL</b>	<b>1.774.710</b>	<b>2.063.907</b>	<b>2.874.771</b>	<b>1.865.475</b>	<b>2.562.941</b>	<b>1.950.567</b>	<b>1.811.753</b>	<b>6.074.878</b>	<b>5.058.992</b>	<b>5.713.703</b>	<b>7.225.857</b>	<b>8.357.152</b>
<b>TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>5.053.135</b>	<b>5.238.333</b>	<b>5.737.197</b>	<b>5.143.900</b>	<b>5.581.866</b>	<b>5.228.992</b>	<b>5.402.179</b>	<b>8.053.303</b>	<b>7.557.418</b>	<b>8.108.129</b>	<b>9.204.282</b>	<b>10.990.161</b>

Fuente: Elaboración Propia

## Anexo 10 – Ventas Mensuales



Ingresos												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Múltiplo Base												
Ingresos x Venta	\$ -	\$ 1.875.000	\$ 2.812.500	\$ 4.218.750	\$ 6.328.125	\$ 9.492.188	\$ 12.339.844	\$ 16.041.797	\$ 20.854.336	\$ 27.110.637	\$ 35.243.828	\$ 45.816.976
Cantidad Venta	0	30	45	68	101	152	197	257	334	434	564	733
Ingreso real	\$ -	\$ 281.250	\$ 421.875	\$ 632.813	\$ 949.219	\$ 1.423.828	\$ 1.850.977	\$ 2.406.270	\$ 3.128.150	\$ 4.066.596	\$ 5.286.574	\$ 6.872.546

Ingresos												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Importación												
Ingresos x Venta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10.355.000	\$ 13.080.000	\$ 15.805.000	\$ 20.710.000	\$ 27.250.000
Cantidad Venta	0	0	0	0	0	0	0	19	24	29	38	50
Ingreso real	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.106.500	\$ 3.924.000	\$ 4.741.500	\$ 6.213.000	\$ 8.175.000

Fuente: Elaboración Propia