

UNIVERSIDAD GABRIELA MISTRAL

Proyecto de Emprendimiento



SmartPark

Profesor: Pierluigi Valdatta
Alumnos: Nicolás Agurto
Ignacio Bravo
Rodrigo Márquez
Jorge Palma R.

RESUMEN EJECUTIVO

En base a estudios hechos por la Secretaria de planificación de transporte (SECTRA) y el por el Instituto nacional de estadísticas (INE), la Región Metropolitana se lleva más de la mitad de la concentración de vehículos a nivel nacional, donde casi un 30% corresponden a movilización vida transporte privado o particular. Por otro lado, el parque automotriz ha aumentado a una tasa superior a la infraestructura vial (20% en últimos 4 años), favorecido en el gran Santiago, por las falencias que ha mostrado el servicio de transporte público, Transantiago.

A lo largo de todo Chile se generan diariamente más de 9 millones de viajes en transporte privado, y la disponibilidad de estacionamientos asociados a sistema de concesión municipal o privados en lugares de alta concentración de vehículos, como Santiago y Providencia (25.258 espacios) no es suficiente en tramos de horario de alta demanda. esta escasez de estacionamiento ha hecho subir los precios de este servicio.

La región Metropolitana es la zona con mayor densidad poblacional a nivel país, comunas como Santiago, Providencia y Las Condes presentan valores sobre 100 viviendas/km². Estas mismas comunas reciben una mayor proporción vehículos particulares que otras dentro de la región (14,5% de los destinos). A nivel nacional también existen comunas que poseen una dinámica similar. Al analizar el perfil de las personas que se movilizan de forma privada a nivel nacional un 67,7% corresponde a los segmentos ABC1 y C2/C3. Tomando como base esta información existe un mercado potencial de 6,4 millones de usuarios diarios dispuestos a pagar por servicios de estacionamiento, lo que valorizado correspondería, asumiendo un tiempo promedio de 30 min, a un mercado de \$ 3.885.729.349 diarios. Sin embargo, no se ha aprovechado la capacidad instalada de estacionamientos particulares en ciudades de alta densidad.

Basado en la oportunidad detectada, la siguiente propuesta de valor busca mejorar la relación entre usuario y prestador de servicio, utilizando una plataforma digital que permita reservar y prepagar online por espacios de estacionamiento. Bajo esta condición es factible el ingreso de particulares que residen en las zonas de alta demanda como oferentes, incrementando la oferta más allá de las empresas que hoy participan. A partir de este modelo de negocio esperamos obtener una tasa de retorno de 18% y un VAN de UF 4.068 para una tasa de descuento de mercado IPSA de 9% en 10 años.

Objetivo según el horizonte de tiempo:

Para la sociedad: Ser líderes en el rubro de las aplicaciones de estacionamiento a nivel nacional.

Para inversionistas: Generar al inversionista una rentabilidad acorde a sus expectativas en cada uno de los escenarios posibles.

Para el cliente: Para los usuarios entregar una variedad de estacionamientos en diferentes regiones del país. Mientras que, para los propietarios, lograr la fidelización y confianza total a través de incentivos y pagos a tiempo.

Para los trabajadores: Lograr un compromiso y fidelización con la Empresa, a través de incentivos económicos y estabilidad laboral.

Factores críticos del éxito:

Dar a conocer la aplicación: que funcione. El estacionamiento tiene la particularidad de ser un producto que no necesita mayor publicidad, puesto que son los mismos usuarios quienes lo buscan. El punto clave radica en encontrar ubicaciones con alta demanda y buen acceso.

La mejor manera de introducirse en este mercado es a través de un precio competitivo, lo cual puede llevarse a cabo mediante el uso de la aplicación a través de Smartphone. Por lo que resulta imprescindible incluir nuestro servicio en las distintas aplicaciones de Navegación por GPS (Waze, Google Maps, Google Earth).

Conclusiones de Variables Circundantes Generales:

Socio – Culturales: Tendencia a servicios “Mobile”, alta penetración de servicios digitales, colaborativos, economías circulares emergentes, donde los usuarios de las aplicaciones son clientes, y proveedores.

Tecnológicas: Tecnología disponible abundante y económica, proveedores de servicios de hosting y cloud computing enfocados a la venta de servicios de renta de tecnología, se eliminó la necesidad de infraestructura física.

Económicas: Alta volatilidad internacional de los mercados, nuevos paradigmas para el enfoque de negocios, nuevas formas de captación de capitales disponibles, alto volumen de inversión de riesgo.

Político – Legales: La conformación de sociedades en Chile es relativamente barata y expedita. Actualmente existe incertidumbre tributaria y de marco legal con respecto a empresas de servicios digitales de intermediación. La modificación a la ley de estacionamiento implementada desde el año 2016, implica básicamente dos puntos importantes para la empresa.

Ambientales: Restricción vehicular afecta circulación de parque automotriz, y reduce espacios disponibles de estacionamiento.

Conclusiones de Variables Circundantes específicas (Porter):

- Competidores Actuales: En el mercado de estacionamientos tradicionales la mayor competencia se da por ubicación, y dentro de las cercanas, precio, ofreciendo valor agregado en seguridad, servicios alternativos (limpieza y reparaciones menores de carrocería y mecánica menor.
- Competidores Potenciales: Bajas barreras de entrada para nuevos competidores, bajos costos operativos, mercado amplio, y poco explorado en alternativas no tradicionales de estacionamiento. Existen economías de escala atractivas, se requiere poca especialización y experiencia.
- Competidores Sustitutos: Estacionamientos tradicionales, alta propensión del usuario a sustituir si el estacionamiento tradicional ofrece precios competitivos, y menos burocracia y/o más facilidad de acceso, cercanía al destino. existen suficientes proveedores.

Poder de Negociación de los Clientes: Desafíos en captación y fidelización, sin embargo, el poder de negociación es relativamente bajo por el valor agregado del servicio, y por determinación de precio por factores de competencia por sobre factores de demanda. clientes no concentrados

Poder de Negociación de los Proveedores: Factor crítico, de no poseer buena cantidad y calidad de colaboradores, (prestadores de espacio físico), el negocio tambalea, los precios son determinados por competencia tradicional, pero el poder negociador de colaboradores puede mermar los márgenes al reducir comisión, se debe mantener stock de calidad de estacionamientos disponibles, por lo que se deben ofrecer condiciones ideales para los colaboradores.

Definición Estrategia Competitiva Genérica:

Estrategia de diferenciación enfocada: servicio innovador sin competencia directa actual, busca diferenciación de sustitutos tradicionales mediante innovación y creación de un modelo Mobile colaborativo para la oferta de estacionamientos privados por horas.

Estimación de la demanda:

Precio a cobrar:

Inicialmente el precio ofertado para estacionar será de \$15 pesos el minuto, lo cual es menor al valor promedio que presentan los estacionamientos privados/concesionados cercanos a la zona de necesidad que es de \$18 el minuto. Para hacer atractiva la oferta, descuentos serán aplicados en función del tipo de prestador.

Inversión inicial:

Se refiere a un costeo inicial (desde el año cero) de la inversión que se requiere para comenzar el desarrollo del proyecto de negocio. Se realizará una inversión en activo fijo por un total de 278,78 (UF).

El proyecto pretende obtener los siguientes resultados con las tasas de descuento de distinta índole bajo escenario normal.

TASA DE DESCUENTO ANUAL	6%	9%	20%
VAN	6.358	4.068	- 419
TIR	18%	18%	18%

Contenido

Contenido	5
1. Introducción.....	8
1.1. Modelo Canvas	8
1.2. Razones personales del proyecto	9
2. Planificación de la empresa	9
2.1. Propósito	9
2.2. Misión	9
2.3. Objetivo, según el horizonte de tiempo	9
2.4. Objetivos de LP (más de 5 y antes de 10 años):	9
2.5. Objetivos de MP (más de 1 y antes de 5 años):	10
2.6. Objetivos de CP (menos de 12 meses):	10
2.7. Factores críticos del éxito	10
3. ANÁLISIS DEL SECTOR INDUSTRIAL.....	10
3.1. Variables circundantes Generales	10
3.2. Variables circundantes Específicas (Porter)	11
3.3. Análisis FODA	12
3.4. Definición Estrategia Competitiva Genérica	13
4 ESTUDIO DE MERCADO.....	13
4.1. Investigación de Mercado	13
4.2. Estimación de la Demanda.....	14
4.3. Estimación demanda año 1 escenarios normal, optimista y pesimista	15
4.4. Estimación demanda para los 10 años escenarios normal, optimista y pesimista .	16
4.5. Estrategia Comercial.....	17
4.6. Mercado objetivo	17
4.7. Mezcla Comercial	18
4.8. Producto	18
4.9. Precio	18
4.10. Plaza	18
4.11. Promoción	19
5 ESTUDIO TÉCNICO.....	20
5.1. Capacidad de Producción o de prestación del servicio (oferta de la empresa)	20

5.2.	Factores determinantes de la capacidad.....	20
5.3.	Capacidad tres escenarios y 10 años.....	21
5.4.	Proceso de Producción o de prestación del servicio.....	22
5.5.	Estudio de Localización de la empresa.....	24
6	ORGANIZACIÓN INTERNA.....	24
6.1.	Organigrama.....	24
6.2.	Análisis de cargo.....	24
6.3.	Selección y contratación del personal.....	26
6.4.	Reclutamiento.....	26
6.5.	Preselección y selección del personal.....	26
6.6.	Política de Remuneraciones.....	27
6.7.	Estructura de remuneraciones.....	28
6.8.	Política aumento remuneraciones.....	30
7	ANÁLISIS FINANCIERO.....	31
7.1.	Inversión Inicial.....	31
7.2.	Inversión Activo Fijo.....	31
7.3.	Impuestos y derechos municipales.....	31
7.4.	Honorarios abogados, desarrolladores informáticos.....	31
7.5.	Gastos asociados a la legalización de la empresa.....	32
7.6.	Publicidad y promoción.....	32
7.7.	Gastos de Puesta en Marcha.....	32
7.8.	Capital de Trabajo.....	33
7.9.	Financiamiento.....	35
7.10.	Ingresos por venta.....	35
7.11.	Costos de venta.....	35
7.12.	Costos Mano de Obra.....	35
7.13.	Costos Materia Prima.....	35
7.14.	Costos operacionales.....	35
7.15.	Remuneraciones indirectas.....	36
7.16.	Promoción o publicidad.....	36
7.17.	Gastos Generales.....	36
7.18.	Gastos Seguridad.....	37
7.19.	Seguros.....	37
7.20.	Gastos Mantención.....	37

7.21.	Arriendo	37
7.22.	Capacitación	37
7.23.	Gastos Distribución (Plaza).....	37
7.24.	Depreciación.....	37
7.25.	Amortización Gastos Puesta en Marcha.....	37
7.26.	Gastos Financieros y Amortización Crédito	38
7.27.	Impuesto a la Renta	38
7.28.	Variación del Capital de Trabajo	38
7.29.	Tasa de Descuento.....	38
7.30.	Valor de Venta de la Empresa.....	38
8	FLUJO DE CAJA.....	39
8.1.	Supuestos de variación ingresos y egresos entre Escenarios o factores de sensibilización	39
8.2.	flujo de caja Escenario Normal.....	39
8.3.	Flujo de caja Escenario Optimista	40
8.4.	Flujo de caja Escenario Pesimista.....	40
9	MEGATENDENCIAS	40
10	CONCLUSIONES.....	41
11	BIBLIOGRAFÍA	42
12	ANEXOS	43
12.1.	Anexo 1, flujo de caja para escenario pesimista	43
12.2.	Anexo 1, flujo de caja para escenario neutro	46
12.3.	Anexo 1, flujo de caja para escenario optimista.....	49

1. Introducción

Existe una necesidad insatisfecha en los usuarios de estacionamientos urbanos, pues muchas veces el proceso de búsqueda de un espacio resulta innecesariamente largo y en condiciones sub óptimas por cercanía o precio. los usuarios se enfrentan a condiciones iniciales dadas, y la cotización es limitada o derechamente nula, pues muchas veces el espacio está monopolizado o no se encuentran alternativas viables.

Se propone un modelo de negocio colaborativo, en el que propietarios de estacionamientos disponibles para arrendar por períodos de tiempo, ofrezcan el espacio físico. la plataforma ofrece intermediación y herramientas de comunicación, pago y gestión de los espacios físicos, y les entrega a los demandantes, alternativas de cotización reserva, y pago de los espacios disponibles, haciendo el proceso de búsqueda y pago mucho más expedito.

1.1. Modelo Canvas

SOCIOS Tiendas de aplicaciones, proveedores de estacionamientos, prestadores de servicios informáticos.	CLAVES DE Lograr la confianza y una relación cercana con los usuarios, con el propósito de poseer el liderazgo dentro de las aplicaciones del mismo rubro.	PROPUESTA DE VALOR: Aplicación “tipo Uber” que optimiza el tiempo que uno invierte buscando estacionamiento.	RELACIONES CON CLIENTES: De tipo virtual, con PAC para cobro automático.	SEGMENTO DE CLIENTES: Todo el “parque automotriz de Santiago” estacionamiento propietarios
	RECURSOS CLAVES Una plataforma, estable, segura, y confiable en cuanto a pagos;		CANALES: Redes sociales, publicidad en otras apps afines.	
ESTRUCTURAS DE COSTOS Desarrolladores de plataforma, mantención, inversión inicial, mantenimiento de la plataforma, administración, contingentes, ...		FUENTES DE INGRESO Las fuentes de ingreso se obtendrán de un cobro en el porcentaje del alquiler a los dueños del estacionamiento y otro a cobro a los usuarios de la aplicación.		

1.2. Razones personales del proyecto

Interés en innovación tecnológica

Rodrigo Márquez: Desarrollar una aplicación para Smartphone que contribuya al desarrollo de economías colaborativas y así generar un impacto positivo tanto en la calidad de vida de las personas, como en el medio ambiente.

Nicolás Agurto: Lograr ser una aplicación líder en el servicio de estacionamiento de automóviles, creando estándares de confianza y atención a nuestros clientes. Además, generar un impacto positivo en el desarrollo urbano de la ciudad de Santiago, ayudando a mejorar la calidad de vida y estrés de sus usuarios.

Jorge Palma: Evaluar técnicamente el desarrollo de una aplicación móvil que permita conectar al oferente de un servicio con el consumidor de este dando una solución práctica a la demanda por estacionamiento al mismo tiempo que permite generar una utilidad para los dueños de la plataforma.

Ignacio Bravo: generar experiencia en la evaluación de un negocio real y con potencialidades de realización, con el objetivo de generar un análisis lo más completo posible obteniendo feedback del profesor guía. frente a adversidades económicas poder contar con un proyecto viable de realizar o comercializar.

2. Planificación de la empresa

2.1. Propósito

El propósito de la Empresa consiste en mejorar la calidad de vida de los ciudadanos al optimizar el proceso de búsqueda de estacionamiento

2.2. Misión

La misión de la Empresa consiste en proporcionar a los usuarios una aplicación que les permita optimizar su tiempo en la búsqueda de estacionamientos, ayudando a mejorar la calidad de vida y el estrés de los usuarios en la Comuna de Providencia.

A través de nuestros trabajadores buscamos contribuir al desarrollo de fortalezas y potencialidades para el enfrentamiento de sus problemas y dificultades para facilitar la adaptación y desarrollo de sus habilidades, con el fin de a largo plazo mejorar la eficacia de la empresa mediante intervenciones constructivas en los procesos y la estructura de la organización.

2.3. Objetivo, según el horizonte de tiempo

2.4. Objetivos de LP (más de 5 y antes de 10 años):

- Para la sociedad: Ser líderes en el rubro de las aplicaciones de estacionamiento a nivel nacional.

- Para inversionistas: Generar al inversionista la rentabilidad esperada.
- Para el cliente: Para los usuarios entregar una variedad de estacionamientos en diferentes regiones del país. Mientras que, para los propietarios, lograr la fidelización y confianza total a través de incentivos y pagos a tiempo.
- Para los trabajadores: Lograr un compromiso y fidelización con la Empresa, a través de incentivos económicos y estabilidad laboral.
-

2.5. Objetivos de MP (más de 1 y antes de 5 años):

- Para la sociedad: Lograr un bienestar social y mejor calidad de vida de la sociedad.
- Para inversionistas: Generar al inversionista la rentabilidad esperada.
- Para el cliente: Para los usuarios, crear una confianza. Mientras que, para los propietarios, maximizar el beneficio mutuo del uso de su estacionamiento con nuestra aplicación.
- Para los trabajadores: Crear oportunidades de crecimiento personal a los trabajadores, entregándoles confianza y estabilidad laboral.

2.6. Objetivos de CP (menos de 12 meses):

- Para la sociedad: Lograr mejorar la calidad de vida y el estrés de la sociedad.
- Para inversionistas: Generar al inversionista la rentabilidad esperada.
- Para el cliente: Para los usuarios, tener una buena llegada de la aplicación. Mientras que, para los propietarios, lograr acceder a estacionamientos que no están siendo ocupados.
- Para los trabajadores: Generar un equipo con alto compromiso y excelente rendimiento laboral.

2.7. Factores críticos del éxito

Dar a conocer la aplicación: que funcione. El estacionamiento tiene la particularidad de ser un producto que no necesita mayor publicidad, puesto que son los mismos usuarios quienes lo buscan. El punto clave radica en encontrar ubicaciones con alta demanda y buen acceso.

La mejor manera de introducirse en este mercado es a través de un precio competitivo, lo cual puede llevarse a cabo mediante el uso de la aplicación a través de Smartphone. Por lo que resulta imprescindible incluir nuestro servicio en las distintas aplicaciones de Navegación por GPS (Waze, Google Maps, Google Earth).

3. ANÁLISIS DEL SECTOR INDUSTRIAL

3.1. Variables circundantes Generales

❖ Socio – Culturales

Tendencia a servicios “Mobile”, alta penetración de servicios digitales, colaborativos, economías circulares emergentes, donde los usuarios de las aplicaciones son

clientes, y proveedores, las plataformas de intermediación tienen cada vez más cabida, ejemplos de Uber empresa de transportes más grande del mundo, que no posee vehículos; Airbnb, empresa de alojamientos más grande del mundo, no posee instalaciones físicas; Alibaba, comercio electrónico más grande del mundo, no posee inventarios.

❖ Tecnológicas

Tecnología disponible abundante y económica, proveedores de servicios de hosting y cloud computing enfocados a la venta de servicios de renta de tecnología, se eliminó la necesidad de infraestructura física.

❖ Económicas

Alta volatilidad internacional de los mercados, nuevos paradigmas para el enfoque de negocios, nuevas formas de captación de capitales disponibles, alto volumen de inversión de riesgo.

❖ Político – Legales

La conformación de sociedades en Chile es relativamente barata y expedita. Actualmente existe incertidumbre tributaria y de marco legal con respecto a empresas de servicios digitales de intermediación.

La modificación a la ley de estacionamiento implementada desde el año 2016, implica básicamente dos puntos importantes para la empresa.

El primero es la forma en que se realizará el cobro, el cual puede ser por minuto cumplido o por tramos de tiempo.

El segundo es que la empresa que ofrece el servicio debe hacerse responsable en caso de daños y hurtos a causa de malas condiciones de seguridad.

❖ Ambientales

Restricción vehicular afecta circulación de parque automotriz, y reduce espacios disponibles de estacionamiento.

3.2. Variables circundantes Específicas (Porter)

❖ Competidores Actuales

En el mercado de estacionamientos tradicionales la mayor competencia se da por ubicación, y dentro de las cercanas, precio, ofreciendo valor agregado en seguridad, servicios alternativos (limpieza y reparaciones menores de carrocería y mecánica menor.

Dentro del nuevo servicio colaborativo de estacionamientos, existen aplicaciones similares, existen alternativas en convenio con estacionamientos comerciales, pero posee limitaciones en flexibilidad de precios y ubicaciones, el mercado establecido, no ofrece

mucha competencia, pues muchas veces no existen alternativas de estacionamiento en lugares determinados o se debe hacer trade off entre una o más variables, cercanía, precio, riesgo de infracciones y multas, seguridad, por lo que el mercado opera como pequeños monopolios u oligopolios geográficos. en el caso de aplicaciones, la competencia se dará por captación de colaboradores y usuarios.

Por tanto, el grado de rivalidad es alto, al estar compitiendo exactamente por el mismo mercado, en donde la diferencia radica en el valor agregado que pueda otorgar cada alternativa.

En el caso de los estacionamientos tradicionales, las barreras de salida son la liquidación de infraestructura y equipamiento. Por otro lado, las barreras de salida de la aplicación son bajas, ya que la infraestructura utilizada es propiedad de los colaboradores.

❖ Competidores Potenciales

Bajas barreras de entrada para nuevos competidores, bajos costos operativos, mercado amplio, y poco explorado en alternativas no tradicionales de estacionamiento. Existen economías de escala atractivas, se requiere poca especialización y experiencia. Necesidad de innovación permanente, para mantención de posiciones disponibles y clientes. diferenciación necesaria, capital necesario relativamente bajo, canales de distribución de fácil acceso y económicos.

❖ Competidores Sustitutos

Estacionamientos tradicionales, alta propensión del usuario a sustituir si el estacionamiento tradicional ofrece precios competitivos, y menos burocracia y/o más facilidad de acceso, cercanía al destino. existen suficientes proveedores.

❖ Poder de Negociación de los Clientes

Desafíos en captación y fidelización, sin embargo, el poder de negociación es relativamente bajo por el valor agregado del servicio, y por determinación de precio por factores de competencia por sobre factores de demanda. clientes no concentrados

❖ Poder de Negociación de los Proveedores

Factor crítico, de no poseer buena cantidad y calidad de colaboradores, (prestadores de espacio físico), el negocio tambalea, los precios son determinados por competencia tradicional, pero el poder negociador de colaboradores puede mermar los márgenes al reducir comisión, se debe mantener stock de calidad de estacionamientos disponibles, por lo que se deben ofrecer condiciones ideales para los colaboradores.

3.3. Análisis FODA

Fortalezas:

Oportunidades:

- Crecimiento global.
- Servicio personalizado.
- Seguridad y operadores
- Posibilidad de pago en línea.
- Necesidad de estacionamiento debido al crecimiento automotriz
- Posibilidades de expansión regional
- Amplio y en permanente crecimiento.

Debilidades:

- Éxito de la plataforma condicionado a la cantidad de descargas de la aplicación
- Modelo de fácil imitación.
- Necesidad de información sensible de usuarios como N° de tarjetas de crédito.

Amenazas:

- Desconfianza en las aplicaciones en línea para entregar información personal, y vulnerabilidades.
- Barreras legales.
- Disponibilidad en horarios punta.

3.4. Definición Estrategia Competitiva Genérica

Estrategia de diferenciación enfocada:

servicio innovador sin competencia directa actual, busca diferenciación de sustitutos tradicionales mediante innovación y creación de un modelo Mobile colaborativo para la oferta de estacionamientos privados por horas.

4 ESTUDIO DE MERCADO

4.1. Investigación de Mercado

4.1.1. Características del Mercado

Tipología de estacionamientos La velocidad del crecimiento del parque automotriz en Santiago no fue acompañado por la adecuada planificación arquitectónica, situación que hace 40 años ha producido desfases varios. Ejemplo de ello se presentan en el centro de Santiago, donde grandes edificaciones no están provistas de estacionamientos. Esta situación colabora en el colapso cada vez más extendido en algunas avenidas y cruces de Santiago. A instancias de esta situación es que, en el pasado inmediato, en diversas zonas de la ciudad se fueron construyendo y/o adaptando predios y calles, para generar espacios para estacionamientos de uso público caracterizados por baja inversión en infraestructura y tecnología. La modalidad de cobro se realizaba por medio de una tarificación anual, mensual, diaria y o por horas y medias horas. Actualmente los estacionamientos cuentan con mayor infraestructura e inversión y además deben ser administrados.

Santiago tiene unos 61.000 estacionamientos tarifados, cuyo 80% se concentra en cuatro comunas: Providencia, La Florida, Santiago y Las Condes. Un negocio atractivo, si se considera que hay 1,6 millones de vehículos circulando por la ciudad.

Según la consultora inmobiliaria Colliers, Providencia tiene 0,07 estacionamientos públicos tarifados por habitante (EPT/hab) y La Florida, 0,03. El promedio en el Gran Santiago es de 0,02 EPT/hab.

Si bien no hay datos exactos sobre el tamaño de la industria de estacionamientos, operadores nacionales y extranjeros han puesto sus fichas en el negocio. El principal actor es Saba Chile, filial del grupo español Abertis, y que opera cerca de 9.000 aparcamientos en Concepción, Valparaíso y Santiago. Cifras de la compañía a 2013 señalan, por ejemplo, que la operación chilena generó ventas por 14 millones de euros (unos US\$ 19,3 millones) y aportó al ebitda de la matriz con unos ocho millones de euros anuales (US\$ 11 millones).

Juan Eduardo Saavedra, coordinador de proyectos de IDC Administradora de concesiones, explica que la industria nacional de estacionamientos opera con una rentabilidad de entre 10% y 15%, dependiendo de la demanda y la zona donde esté ubicado el parqueadero. “Un proyecto de estacionamientos bien localizado puede alcanzar altas tasas, pero es variable. Depende de dónde se concentra el flujo, dónde están las oficinas, centros de salud, hospitales e incluso universidades, y los cercanos al Metro, coincide Arrau.

Existen dos modelos de operación vía concesión. Uno, que consiste en que una empresa administra estacionamientos subterráneos como único negocio, como es el caso de los de las municipalidades, en que regularmente el operador construye y explota el servicio.

En cuanto a la responsabilidad de los Estacionamientos, cualesquiera que sean estos, tarifados o no tarifados en recintos privados o concesionados, se rigen bajo la Ley del Consumidor, en cuanto a daños al vehículo, robos de vehículos y robos o hurtos de especies dentro del vehículo. De todas formas, estos casos terminan en tribunales por ley de protección al consumidor y en definitiva se ordena el pago de indemnizaciones. La administración de los estacionamientos responde a los daños contra “sentencia firme y ejecutoriada” que lo ordene, o sea, exigen al usuario de los estacionamientos a denunciar el hecho en tribunales.

Para la etapa inicial del proyecto, tomaremos el estudio de mercado realizado por Bustamante y Vásquez en junio del 2017 y en la cual se realizó una encuesta para determinar la demanda por estacionamientos en la comuna de Providencia, corresponde al 52% de los vehículos que transitan por la comuna.

4.2. Estimación de la Demanda

La Región Metropolitana posee un parque automotriz de 2.041.854 vehículos livianos de uso particular, 1.553.891 en el gran Santiago.

Según estudio de SECTRA 2012 en Santiago se realizaban 18.461.134 viajes diarios, de los cuales 5.859.965 se realizan en transporte privado, de estos un 20% corresponden a trabajo, un 32% corresponden a estudio, y el 48% a otros motivos. los porcentajes mencionados son consistentes a nivel nacional.

Según estudio de Bustamante y Vásquez (2017), 51,7% de los encuestados de una muestra, no tienen donde estacionar en su lugar de destino, sin embargo estos representan individuos que se desplazan en vehículo particular por trabajo, los que solo representan un 20 % del total regional, aun así consideramos que los datos reflejan la tendencia en el destino por estudios pero subestima considerablemente al viajero por otros fines, quien no siempre tiene seguridad de la oferta de estacionamientos en su destino, aun así manteniendo la proporción reflejada en la investigación de

Bustamante y Vásquez, la cual consideramos castigada para efectos de cálculos conservadores, arroja que los clientes potenciales podrían alcanzar los 3.029.601. consideramos que acceder al 1% de este mercado, representa una meta conservadora pero alcanzable, según Diego Pinto, desarrollador con amplia experiencia en mercado de apps, entrevistado por método Delphi, una meta de descargas y uso de app de 30.000 usuarios es un número accesible dependiendo de factores propios de la gestión, interés, marketing y otros, pero no representa cota para la aplicación.

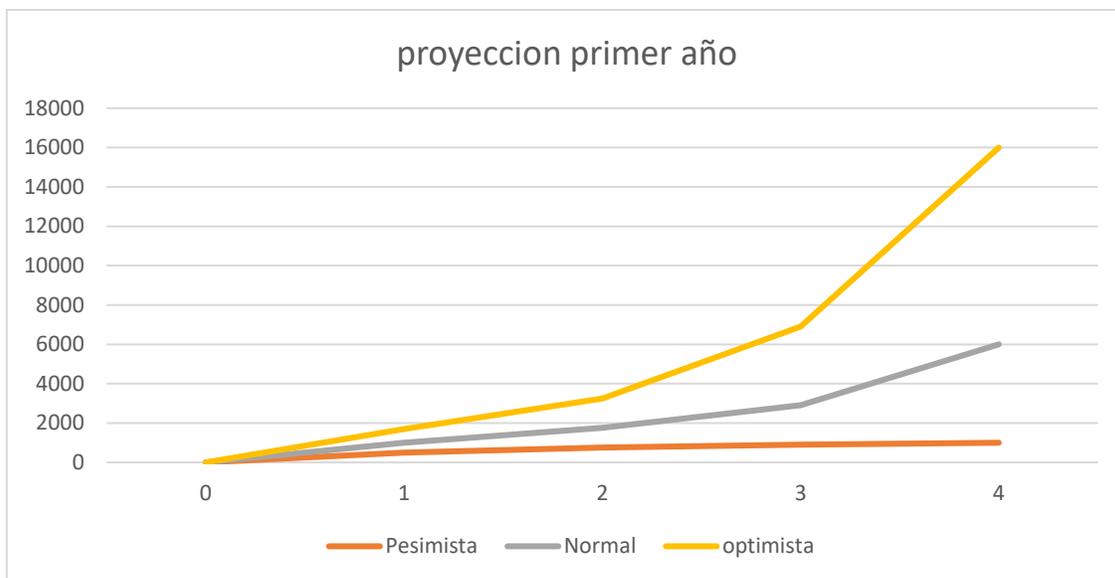
si consideramos que la mitad de los viajes en Santiago no tienen estacionamiento designado, este número corresponde a 2.929.983 viajes. si por otro lado consideramos que el trabajador estaciona 8 horas en promedio, el estudiante estaciona 5 horas en promedio y los viajes para otros fines 3 horas en promedio, el promedio ponderado de horas estacionamiento corresponde a 4,64 horas al día.

Nosotros pretendemos alcanzar el 1% de los viajes como potenciales clientes de estacionamientos al cabo de 10 años

4.3. Estimación demanda año 1 escenarios normal, optimista y pesimista

Por estimación de crecimiento de apps, resultados históricos de descargas de la app market y entrevistas, el comportamiento enfrenta una curva con rendimientos crecientes en un comienzo, para luego crecer a ratios estables, para finalmente llegar a un pick de descargas donde estas disminuyen drásticamente, los escenarios influirán en la amplitud de los puntos de inflexión así como el volumen total de descargas, sin embargo se considera que el primer año los escenarios normal y optimista, se encuentran en el tramo ascendente del ciclo de vida, mientras que el escenario pesimista presenta una maduración y agotamiento prematuro.

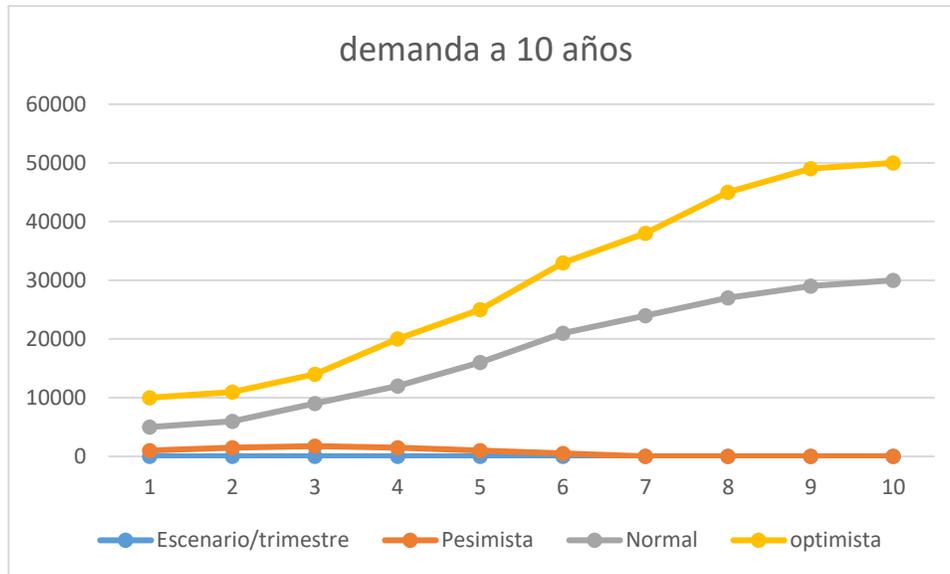
Escenario/trimestre	Pesimista	Normal	optimista
0	0	0	0
1	500	500	700
2	750	1.000	1.500
3	900	2.000	4.000
4	1.000	5.000	10.000



4.4. Estimación demanda para los 10 años escenarios normal, optimista y pesimista

Escenario/año	Pesimista	Normal	optimista
1	1.000	5.000	10.000
2	1.500	6.000	11.000
3	1.750	9.000	14.000
4	1.500	12.000	20.000
5	1.000	16.000	25.000
6	500	21.000	33.000
7	0	24.000	38.000
8	0	27.000	45.000
9	0	29.000	49.000
10	0	30.000	50.000

Se consideran crecimientos para escenarios normal y optimista de carácter sigmoideo con puntos de inflexión en tasas de crecimiento a partir del 5° año, para escenario pesimista se considera que no se alcanza volumen crítico de usuarios en año 5 y la demanda cae hasta cero.



si consideramos 20% de usuarios activos, que usaran el servicio periódicamente estacionando el promedio que se calculó en estimación de demanda (4.64 horas al día), los crecimientos en las descargas de la aplicación se consideran replicables en la demanda y utilización del servicio.

4.5. Estrategia Comercial

4.6. Mercado objetivo

Personas que utilicen la aplicación para cubrir su necesidad de estacionamiento.

Segmentación geográfica:

La aplicación se implementará en la Comuna de Providencia, comuna aledaña al centro de Santiago. Concentra un gran número de oficinas, colegios, comercio, bancos, entidades públicas, restaurantes e instituciones de educación superior, manteniendo un alto nivel de tráfico vehicular durante el día.

Segmentación demográfica:

Personas mayores de edad que conduzcan un automóvil y estén en posesión de una licencia de conducir vigente. Asimismo, deben ser usuarios de tarjeta y línea de crédito bancaria, la cual se utilizará para el cobro del servicio.

Posicionamiento:

El posicionamiento de la empresa será mediante el uso de smartphones, producto de uso masivo en la actualidad. Las ventajas para el usuario serán el ahorro de tiempo, dinero y seguridad para su vehículo. La aplicación tendrá una interfaz simple y amigable. Los precios serán competitivos y la modalidad de pago será mediante tarjeta de crédito registrada al momento de registrarse el usuario.

El slogan de la empresa es: “Relájate, nosotros lo cuidamos”

4.7. Mezcla Comercial

4.8. Producto

la aplicación es una plataforma tecnológica que permite proveer de información precisa y en tiempo real para reservar sitios para aparcamiento en zonas urbanas altamente congestionadas y transitadas del país. Este servicio viene a cubrir una falencia actual del mercado donde Chile a pesar de ser unos de los países más interconectados no cuenta con servicios de arrendamiento en línea de estacionamiento.

La estrategia de producto/servicio se basa en establecer y entregar a cada cliente información de alternativas de estacionamiento para ofertar o rentar, estableciendo un market place donde para cada necesidad existe una opción. Después de la personalización de la plataforma por cliente, el siguiente atributo en importancia es el pago online por tiempo efectivo de uso o extensiones requeridas, con esto estamos logrando evitar el manejo de dinero en efectivo al momento de cancelar, aumentando la sensación de seguridad tanto del usuario como del arrendatario.

4.9. Precio

Inicialmente el precio ofertado para estacionar será de \$12 pesos el minuto, lo cual es menor al valor promedio que presentan los estacionamientos privados/concesionados cercanos a la zona de necesidad que es de \$18 el minuto. Para hacer atractiva la oferta, descuentos serán aplicados en función del tipo de prestador.

	Valor Hora	Valor día (8 horas)	Valor anual (250 horas)
Nuestra aplicación	\$ 720	\$ 5.760	\$ 1.440.000
Competencia	\$ 1.080	\$ 8.640	\$ 2.160.000

En conclusión y en un escenario 100% optimista, anualmente se obtendrían ganancias de 49,47 UF por estacionamiento. (Considerando un valor de la UF de \$ 29.106). Lo que llevándolo a la realidad y pensando que se va a usar en un 40% (3,2 horas) del día, se obtendrán ganancias de 19,78 UF (\$576.000).

4.10. Plaza

La introducción mediante el sitio web para pruebas de concepto y finalmente aplicación móvil multiplataforma disponible en Google Play y App Store, tienda virtual de Apple. Esta estrategia de distribución se enlaza con el uso intensivo de herramientas de marketing digital para acelerar adopción (posición en búsquedas (SEO), palabras claves (SEM), email marketing, blogs y foros, entre otras).

4.11. Promoción

En línea con los objetivos de marketing declarados por cada tipo de usuario/prestador para el desarrollo de la estrategia de comunicación y ventas se implementarán cuatro tácticas de marketing:

a) Atraer nuevos clientes

La ruta crítica en este tipo de negocios es la rápida adopción de la aplicación, luego todo lo que se realizará para incorporar y mantener clientes estará dado por este fin. Para esto se ha planteado desarrollar una aplicación móvil multiplataforma, implementar displays integrados en páginas webs afines al público objetivo y relacionadas al servicio ofertado, utilizar las redes sociales con más usuarios; tales como Facebook, Twitter e Instagram, para comunicarles respecto al servicio de rentas de estacionamientos. Así como foros, blogs o email marketing y finalmente fortalecer las relaciones públicas para posicionar la marca vía actividades presenciales, medios escritos especializados y/o televisión.

b) Convertir (Experiencia de usuario)

A través de la aplicación móvil se desarrollarán herramientas que permitan atraer clientes que no conozcan o tengan dudas sobre las funcionalidades que entrega la aplicación, entre estas podemos mencionar desarrollo de Mobile Advertising (anuncios gráficos y enlaces patrocinados), generación de cupones promocionales y envío de contenidos mediante SMS y MMS a los usuarios de interés y publicaciones donde se resalte la experiencia de compra de los usuarios.

c) Retención

Con el propósito de fidelizar a nuestros clientes y minimizar fugas se ha planteado acciones tales como desarrollo de campañas publicitarias personalizadas con información de interés, descuentos y/o promociones, disposición de call center de asistencia personal con alto nivel de servicio orientado a mejorar su experiencia de uso de la aplicación y valoración de satisfacción y premios por fidelidad.

d) Iniciativas estratégicas del plan de marketing por tipo de cliente

En función de lograr un rápido posicionamiento de la aplicación se han definido una serie de iniciativas personalizadas en función del tipo de usuario/prestador. El foco principal es implementar acciones tácticas que permitan captar, convertir y fidelizar a usuarios, así como captar y fidelizar a prestadores particulares, privados y concesiones.

5 ESTUDIO TÉCNICO

5.1. Capacidad de Producción o de prestación del servicio (oferta de la empresa)

5.2. Factores determinantes de la capacidad

❖ espacio físico:

El espacio físico no es determinante para la capacidad de producción, por lo que se requiere para estos fines una planta libre u oficinas en Santiago, con espacio suficiente para albergar 6 estaciones de trabajo para una etapa inicial del proyecto.

El espacio físico no es actor variable relevante para determinación de capacidad de producción, el espacio físico inicial, contempla operación normal del proyecto, y se considera suficiente para cumplimiento de objetivos de corto y mediano plazo.

❖ Infraestructura tecnológica:

Se requieren para operación, 6 estaciones de trabajo equipadas con terminales computacionales con acceso a internet, un servidor de datos para respaldos y testing, en cuanto a la infraestructura de internet, al contar con hosting de web services en servidores internacionales de Amazon, estos permiten escalabilidad inmediata, y tarificación acorde al uso de recursos.

❖ Proveedores colaboradores:

Este punto es clave para el éxito, e impacta directamente en el proceso productivo, los proveedores de espacios físicos para estacionamiento deben ser suficientes para estimular el uso de la aplicación en los usuarios, esto quiere decir que se debe contar con un pool de proveedores que asegure disponibilidad de estacionamientos en una distancia razonable al destino, y en los horarios demandados. estos representan totalmente un costo variable. debe ser objetivo de la operación del proyecto captar y mantener un pool de proveedores que satisfaga demanda en cantidad, distribución y calidad. Sin embargo, los proveedores colaboradores al ser especulativos y desarrollados a través de la operación del proyecto, no representan costos en la etapa de desarrollo y puesta en marcha del proyecto.

❖ Mano de obra:

El mayor uso intensivo de horas hombre se dará en la etapa de desarrollo y puesta en marcha. durante la operación del servicio las horas hombre serán destinadas a mantención, soporte, y actividades administrativas, para esto se requiere 2 técnicos en apps en horario administrativo y 2 técnicos en horario por turnos para cubrir horarios de operación valle, que prestan soporte y mantención, 2 ejecutivos de atención al cliente, arbitraje, relaciones públicas y marketing, un jefe de servicio y mantención de servidores y web service, un jefe de operaciones para labores contables, administrativas, y de recursos humanos.

❖ Horas máquina:

Las horas máquina serán correspondientes a las horas hombre a excepción del servidor, que debe funcionar 24/7.

❖ Recursos financieros:

Los recursos financieros de puesta en marcha deben cubrir los costos de puesta en marcha y el capital de trabajo para operación normal durante un año, a partir del cual el capital de trabajo debe ser cubierto por la operación normal del servicio.

5.3. Capacidad tres escenarios y 10 años

La capacidad de oferta no se impacta considerablemente por las capacidades técnicas de la operación, pues esta es de escalabilidad inmediata y económica para tramos amplios de demanda, el tamaño de planta impacta en la calidad de atenciones particulares y puede impactar en la velocidad de respuesta ante contingencias, sin embargo la contratación de recursos es ágil por las características de las posiciones y si se actúa con anticipación se puede ajustar el tamaño de planta sin impactar negativamente la prestación del servicio. La capacidad productiva efectiva viene dada por el volumen de proveedores colaboradores según censo 2017, en la región metropolitana existen 2.317.478 viviendas tipificadas como casa o departamento, existen 421.756 estacionamientos en Santiago las viviendas corresponden al 81% del uso de predios, considerando el mismo porcentaje para el uso de estacionamientos como privados, estos corresponden a 341.710 estacionamientos privados.

Se considera conservadora una cifra de disponibilidad de estacionamientos correspondiente al 10% del total, en un inicio del proyecto tras una fuerte campaña de marketing se espera alcanzar una masa crítica de estacionamientos para comenzar, según los escenarios. Los crecimientos están dados por estadísticas globales de crecimiento de descargas de apps.

Cada colaborador se calcula que tiene un estacionamiento disponible 10 horas al día 20 días al mes, por lo que tiene 200 horas de estacionamiento disponibles al mes. Sin embargo, la oferta se debe medir en stock de estacionamientos disponibles, pues es lo que interesa al demandante.

capacidad productiva medida en cantidad de colaboradores			
año	pesimista (g=5%)	normal (g=20%)	optimista (g=50%)
1	1.000	3.000	5.000
2	1.050	3.600	7.500
3	1.103	4.320	11.250
4	1.158	5.184	16.875
5	1.216	6.221	25.313
6	1.276	7.465	37.969
7	1.340	8.958	56.953
8	1.407	10.750	85.430
9	1.477	12.899	128.145
10	1.551	15.479	192.217

Considerando que un recurso se calcula es capaz de atender unos 300 tickets mensuales conservadoramente

5.4. Proceso de Producción o de prestación del servicio.

Proceso de Producción o de prestación del servicio

El proceso productivo comienza con el desarrollo hasta el levantamiento y disponibilidad de la aplicación. Una vez disponible, se contará con 2 aplicaciones o plataformas, las de colaborador y la de usuario.

❖ App colaborador:

La app “colaborador” permite ingresar datos del colaborador, y publicar oferta de estacionamiento, el colaborador de antemano acepta condiciones de operación dentro de las que se incluye el proceso de inscripción del estacionamiento, uso de este, precios de renta, y comisiones por uso de aplicación.

El colaborador debe ingresar datos de identificación, datos para el pago de servicio, geolocalización y horario de disponibilidad de estacionamiento, de ser necesario, documentos que acrediten usufructo de estacionamiento y/o autorización y/o identificación de terceros relevantes (representante de comunidad donde se ubica el estacionamiento, cuidadores, conserjes, y autorizados a administrar estacionamiento).

El colaborador, pública la oferta en la aplicación, el estacionamiento se muestra como disponible para los usuarios, la tarificación se determina por la administración de la aplicación en base a demanda, ubicación y horarios, el colaborador es precio aceptante.

En caso de ser su estacionamiento solicitado por un usuario, al colaborador le llega una notificación por los medios pertinentes que le indican identificación del vehículo que usará el espacio y horario estimado de llegada, para que este preste las gestiones necesarias para el correcto y ágil uso del estacionamiento.

Una vez el estacionamiento se ocupa se le pide confirmación al colaborador para comenzar a contabilizar el uso del espacio. Una vez terminado el servicio y retiro del vehículo, se solicita a través de la aplicación confirmación de fin del proceso y satisfacción de las partes, así como calificación del usuario y comentarios sobre usuario.

Luego de fin de servicio satisfactorio por las partes se procede a contabilizar el pago y se cierra el ticket de servicio, de ser necesario se vuelve a disponer del estacionamiento.

❖ App usuario:

El usuario al descargar la aplicación e ingresar los datos de su vehículo y medios de pago, acepta las condiciones de operación del servicio.

En usuario busca estacionamiento ingresando destino y horario de llegada. se presenta un mapa que georreferencia estacionamientos cercanos a su destino y horarios de operación, se muestra el precio actualizado.

Al seleccionar un estacionamiento disponible, se le envía una notificación al colaborador para que preste las condiciones para agilizar el proceso.

El usuario al llegar al estacionamiento, deben estar prestadas las condiciones y el estacionamiento debe cumplir con las características especificadas.

El usuario deja su vehículo y confirma inicio del servicio. al finalizar el servicio el usuario confirma retiro de vehículo y califica al proveedor por calidad de instalaciones tiene la opción de dejar comentarios., se informa la tarifa final basado en precio pactado y multas por atraso u otros.

❖ administración:

El proceso es automatizado para selección de estacionamientos, notificaciones a las partes, cierre del servicio, cálculo de tarifas y multas por atraso calificación.

En caso de baja calificación de una de las partes, comentarios negativos, y/o arbitraje, se interviene el caso con operador humano que analiza el caso, y determina multas, sanciones o veto del servicio.

5.5. Estudio de Localización de la empresa

La localización de la empresa no es factor relevante para el proyecto, sin embargo, se debe buscar en cercanía a la prestación del servicio, en este caso, en el gran Santiago de preferencia en el interior del radio de américo Vespucio.

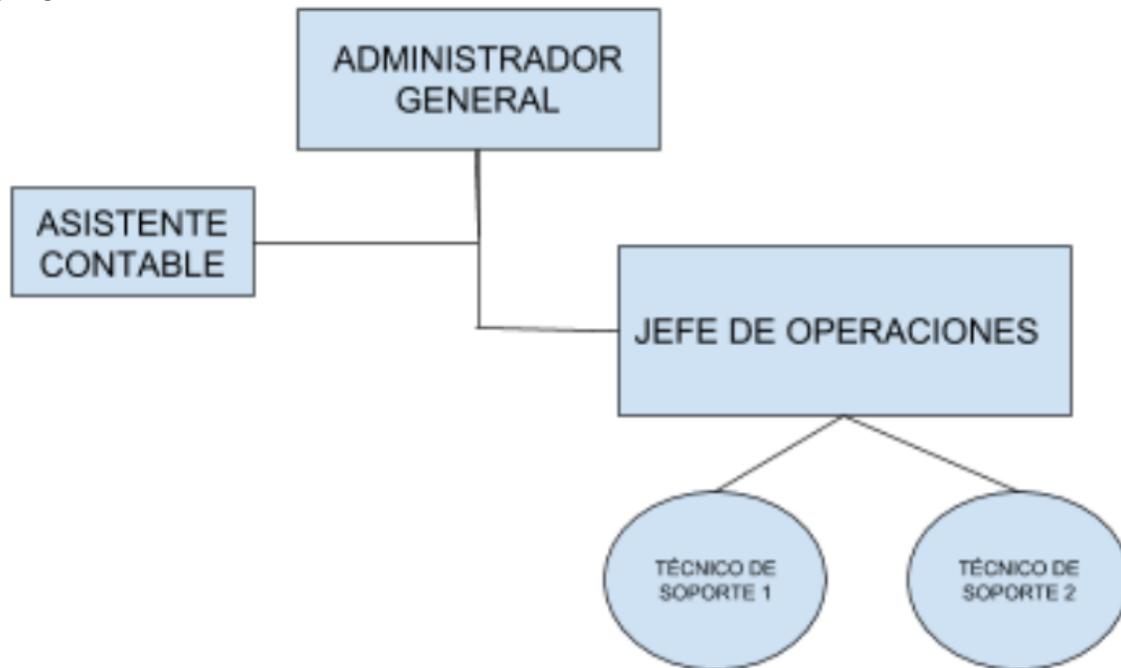
6 ORGANIZACIÓN INTERNA

6.1. Organigrama

Los cargos con los que contará la empresa serán los siguientes:

- Administrador General
- Asistente contable
- Jefe de operaciones
- Técnicos de soporte

Organigrama N°1



6.2. Análisis de cargo

El análisis de cargos es una fuente de información básica para toda la planeación de recursos humanos. Es necesaria para la selección, la carga de trabajo, los incentivos y la administración de remuneraciones de nuestra empresa y/o aplicación. En resumen, la descripción de cargos está orientada hacia el contenido de los cargos, es decir, hacia los aspectos intrínsecos de los cargos.

A continuación, se realizará el análisis de los cargos que forman las estructuras de la aplicación.

❖ Administrador general:

- Identificador del cargo: Administrador General.
 - Número de vacantes: 01
 - Estará encargado de las finanzas, contabilidad y marketing.
- Descripción del cargo: Un administrador es una persona con visión, que debe ser capaz de aplicar y desarrollar todos los conocimientos acerca de la planeación, organización, dirección y control empresarial, donde sus objetivos están en la misma dirección de las metas y propósitos de la empresa.
- Especificaciones del cargo: Ingeniero comercial o carrera relacionada, 2 años de experiencia laboral, además de poseer un amplio conocimiento en de las RRSS y aplicaciones de celulares.

❖ Asistente contable:

- Identificador del cargo: Asistente contable
 - Número de vacantes: 01
 - Estará a cargo de la contabilidad y también de los RR.HH. de la empresa.
- Descripción del cargo: Efectuar asientos de las diferentes cuentas, revisando, clasificando y registrando documentos, a fin de mantener actualizados los movimientos contables que se realizan en la Institución. Recibe, examina, clasifica, codifica y efectúa el registro contable de todos los documentos de la empresa.
- Especificaciones del cargo: Contador auditor o ingeniería en recursos humanos, con 01 año de experiencia laboral.

❖ Jefe de operaciones:

- Identificador del cargo: Jefe de operaciones.
 - Número de vacantes: 01
 - Estará a cargo de la elaboración de presupuestos, control de costos y el mantenimiento de organización en un buen camino financiero.
- Descripción del cargo: El gerente de operaciones cumple un rol fundamental en la empresa, necesita una amplia gama de habilidades de negocios e interpersonales para tener éxito en la aplicación. Deberá supervisar en todo momento a los técnicos de soporte. En general, el gerente de operaciones planifica, supervisa y suaviza la comunicación.
- Especificaciones del cargo: Experiencia mínima al menos 3 años Conocimientos en computación Nivel Avanzado Requisitos mínimos de Ingeniería Civil Eléctrica, Ingeniería Civil Mecánica, Ingeniería Civil o carrera a fin.

❖ Técnico del soporte:

- Identificador del cargo: Técnicos de soporte
 - Número de vacantes: 02

- Estarán a cargo de crear, monitorear y mejorar las novedades que presente la aplicación en todo momento.
- Descripción del cargo: es un rango de servicios por medio del cual se proporciona asistencia a los usuarios al tener algún problema al utilizar un producto o servicio, ya sea este el hardware o software de una computadora de un servidor de Internet, artículos electrónicos, maquinaria, o cualquier otro sistema informático.
- Especificaciones del cargo: Debe poseer experiencia en publicación sitios web, manejo con plataforma Microsoft, servidores Windows, base de datos, SQL Server, y manejo de conexión remota, buen trato y atención de clientes. Office nivel Avanzado - técnico informático o carrera a fin.

Al partir del tercer año y en función de los resultados de rentabilidad se realizará la contratación de más personal capacitado, con el propósito de ampliar la empresa a nuevos rubros.

6.3. Selección y contratación del personal

La Selección de Personal surge en primer lugar por la necesidad de la empresa de contar con un personal idóneo y acorde para realizar las funciones necesarias para llevar a cabo satisfactoriamente su objeto social o el cumplimiento de sus objetivos económicos y metas económicas.

La Selección de Personal bajo esa premisa se convierte en el proceso más importante dentro de la organización puesto que dependiendo de una buena gestión de selección de personal la empresa cumple su proyección de crecimiento. De los trabajadores dependerá el éxito de nuestra aplicación en el mercado.

6.4. Reclutamiento

El reclutamiento será en base a las necesidades de la empresa y se realizará mediante diferentes medios y plataformas en donde publicaremos las vacantes para obtener CV de los aspirantes y que mediante diferentes filtros se acerque al perfil del cargo, la principal página web ocupada será linkedIn.com, la cual actualmente está muy de moda en nuestro país. Al ser una empresa y/o aplicación nueva, no se realizará un reclutamiento interno.

6.5. Preselección y selección del personal

Luego de haber analizado las necesidades de la empresa y el reclutamiento del personal, se procederá a realizar:

- Entrevista Inicial: En este primer acercamiento con el aspirante a manera de conocerlo un poco y tener una primera impresión. Es importante hacer esta entrevista en un ambiente tranquilo y dedicar toda atención en sus respuestas, las preguntas deben tenerse anticipadamente, así como se debe conocer muchos factores como competencias, habilidades, experiencias requeridas para el cargo.
- Pruebas Psicológicas: De acuerdo al cargo contamos con múltiples de posibilidades de pruebas a realizar según el perfil y responsabilidades del cargo, y se da un tiempo estimado

para su realización, explicando previamente al aspirante como debe llenarla y el tiempo estimado para terminar.

- Investigación de antecedentes y verificación de referencias: Es importante comprobar la autenticidad de los documentos entregados por el aspirante, así como verificar en los entes de control que no exista ningún antecedente judicial o disciplinario que impida la contratación.
- Entrevista con área administrativa: en este caso será el administrador general será el encargado de definir el personal idóneo para el cargo.

En el caso nuestro primero se procederá a seleccionar al Administrador General, el cual tendrá la función de la selección de la asistente contable, y en función de resultados de la aplicación a partir del tercer año la realizará la selección de más personal.

6.6. Política de Remuneraciones

La política de remuneraciones es el conjunto de orientaciones que tienen como finalidad distribuir equitativamente las cantidades asignadas para retribuir al personal, haciendo hincapié en la habilidad, responsabilidad, méritos, eficacia y educación requerida para el desarrollo eficiente de las tareas que exige un puesto de trabajo en la organización.

Es decir, que es la estructura organizacional que determina el pago y los beneficios que recibirá cada empleado de acuerdo a la función que desempeñen dentro de tu empresa.

En nuestro país la jornada ordinaria de trabajo se encuentra sujeta a los siguientes límites:

1. No puede exceder de 45 horas semanales.
2. El máximo legal, esto es, las 45 horas, debe ser distribuido en la semana en no menos de cinco ni en más de seis días.
3. No puede exceder de 10 horas diarias.

Por lo que el horario de trabajo será full time:

- Turno AM: 08:00 a 18:00
- Colación: 13:00-14:00 (01 hora)
- 02 domingos libres al mes
- 01 día libre a la semana.

Los pagos se realizarán mensualmente el último día hábil del mes, lo cual todo quedará estipulado en un contrato y ajustado a las políticas del país, con los pagos de las cotizaciones legalmente estipuladas.

Cabe recalcar que el seguro de cesantía será del 3% del sueldo base, mientras que el bono alimentación y bono transporte serán de \$1.700 y \$1.000 respectivamente por día considerando que se trabajan 20 días al mes.

6.7. Estructura de remuneraciones

Mano de obra directa

	Asistente Contable	Jefe de Operaciones	Técnicos de soporte
Sueldo base	\$ 700.000,00	\$1.200.000,00	\$600.000,00
Bono alimentación	\$ 34.000,00	\$ 34.000,00	\$ 34.000,00
Bono transporte	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Pago seguro cesantía	\$ 21.000,00	\$36.000,00	\$18.000,00
Total	\$775.000,00	\$1.290.000,00	\$672.000,00
Número trabajadores	1	1	2
Total MOD (CLP)	\$775.000,00	\$1.290.000,00	1.344.000,00
Total MOD (UF)	28,29 UF	47,09 UF	49,06 UF

*VALOR UF: 27.393,34

Mano de obra indirecta

	Administrador General
Sueldo base	1.500.000,00
Bono transporte	\$ 34.000,00
Bono alimentación	\$ 20.000,00
pago seguro cesantía	\$ 45.000,00
Total	\$1.599.000,00
Número trabajadores	1
Total MOD (CLP)	\$1.599.000,00
Total MOD (UF)	58,3 UF

*VALOR UF: 27.393,34

Las cotizaciones realizadas serán:

- Impuesto único de segunda categoría

El Impuesto Único de Segunda Categoría a los Sueldos, Salarios y Pensiones es un tributo progresivo que se paga mensualmente por todas aquellas personas que perciben rentas del desarrollo de una actividad laboral ejercida en forma dependiente y cuyo monto excede mensualmente las 13,5 UTM.

En la siguiente tabla se presentan los porcentajes de impuesto efectivos, a aplicar dependiendo del tramo en el que se encuentre el contribuyente de acuerdo a su renta y el monto que resulta al aplicar estos porcentajes sobre los tramos de renta presentados.

Monto de Cálculo del Impuesto Único de Segunda Categoría					
Períodos	Monto de la renta líquida imponible		Factor	Cantidad a rebajar	Tasa de Impuesto Efectiva, máxima por cada tramo de Renta
	Desde	Hasta			
MENSUAL	-.-	\$ 648.216,00	Exento	-.-	Exento
	\$ 648.216,01	\$ 1.440.480,00	0,04	\$ 25.928,64	2,20%

	\$ 1.440.480,01	\$ 2.400.800,00	0,08	\$ 83.547,84	4,52%
	\$ 2.400.800,01	\$ 3.361.120,00	0,135	\$ 215.591,84	7,09%
	\$ 3.361.120,01	\$ 4.321.440,00	0,23	\$ 534.898,24	10,62%
	\$ 4.321.440,01	\$ 5.761.920,00	0,304	\$ 854.684,80	15,57%
	\$ 5.761.920,01	Y MÁS	0,35	\$ 1.119.733,12	MÁS DE 15,57%

- La cotización Previsional (AFP o INP) hace referencia al valor obtenido del cálculo del porcentaje de AFP por el Total de Remuneración Imponible.
- La cotización de Salud es el 7% del total del sueldo imponible.
- La Cotización Voluntaria y Cuenta de Ahorro AFP varía de acuerdo a la capacidad de ahorro de cada empleado, pero en ningún caso debe superar el 30% del salario percibido.

6.8. Política aumento remuneraciones

	Administrador General	Asistente contable	Jefe de Operaciones	Técnicos de soporte
Sueldo base	\$ 1.500.000	\$ 700.000	\$1.200.000	\$600.000
Escenario Normal	\$ 300.000	\$ 140.000	\$240.000	\$120.000
Escenario Optimista	\$ 750.000	\$ 350.000	\$600.000	\$300.000
Escenario pesimista	\$ 75.000	\$ 35.000	\$60.000	\$30.000

Se entregará un bono 01 vez al año en el Mes de Julio, y dependerá de la rentabilidad que esté generando la empresa. En un escenario optimista el bono será del 50% del sueldo,

en escenario Normal del 25% y en escenario pesimista no existirá bono para los trabajadores.

7 ANÁLISIS FINANCIERO

7.1. Inversión Inicial

7.2. Inversión Activo Fijo

Estas necesidades de inversión son principalmente, equipamientos de mobiliario y equipos informáticos necesarios para comenzar a operar la aplicación móvil.

Ítem	Valor (UF)	Unidades	Costo total (UF)
Computadores	17,24	5	86,2
Escritorios completos	3,44	5	17,24
Impresoras	3,10	2	6,20
Estantes	2,06	2	4,12
Remodelación Oficina	165,0	1	165,0

Se realizará una inversión en activo fijo por un **total de 278,78 (UF)**.

7.3. Impuestos y derechos municipales

según legislación vigente por servicios profesionales se paga una patente municipal en la comuna de residencia correspondiente al 0,25% del capital pagado, en el caso del proyecto este ítem corresponde a 150 UF

7.4. Honorarios abogados, desarrolladores informáticos.

Para el correcto funcionamiento legal, estructural y legible de la aplicación es necesario contratar un abogado y un desarrollador web, que contribuyan en la empresa y entreguen las herramientas para no cometer errores.

Ítem	Valor (UF)
Abogado	17,24
Desarrollador plataforma web	219,03

Se realizará una inversión en honorarios por abogados y desarrollador de plataforma web por un **total de 236,27 (UF)**.

7.5. Gastos asociados a la legalización de la empresa

Para la legalización de la empresa se contrató el asesor legal, con el propósito de realizar correctamente la publicación de la empresa en el diario oficial, inscripción en el registro de comercio (conservador de bienes raíces), redactar escrituras, protocolización de la sociedad e inicio de actividades y la obtención del Rut.

Ítem	Monto (UF)
Inicio de actividades	5,69
Registro de la marca	4,95

Se realizará un gasto asociados a la legalización de la empresa por un **total de 10,55 (UF)**.

7.6. Publicidad y promoción

En este punto la captura de clientes ya sea prestadores o usuarios será articulada en base a una promoción agresiva por diferentes canales, así como un precio atractivo, una ubicación acorde con las necesidades de los usuarios y un producto con la capacidad de personalizarse y comodidad definida en base a los requerimientos de cada usuario.

Ítem	Monto Mensual (UF)	Monto Anual (UF)
Instagram	6,8	81,6
Facebook	6,8	81,6
Google	5,1	61,2

Se realizará un gasto mensual en publicidad y promoción por un total de 18,7 (UF), lo que llevado a 12 meses serán 224,4 (UF).

7.7. Gastos de Puesta en Marcha

En estos gastos estarán incurrido los de la capacitación y remuneraciones, junto con el seguro de desempleo, las mermas de las primeras producciones, arriendo y gastos de reclutamiento.

Ítem	Monto (UF)
Administrador General	54,93
Jefe de operaciones	44,32
Técnicos de soporte (02)	46,17
Asistente contable	26,62
Agua	0,9
Luz	2,3
internet y servicios telefonía	3,1
Capacitaciones y gastos de reclutamiento	8,6
Otros gastos (incluye merma*)	5,9
Total	192,74

Se realizará un gasto por un total de 192,74(UF) durante el mes de puesta en marcha de la empresa.

*Calculado en base al porcentaje de pérdidas del rubro de estacionamiento.

7.8. Capital de Trabajo

Utilizaremos el método acumulado máximo, el cálculo de la inversión en capital de trabajo por este por este método supone calcular para cada mes, durante todo el periodo de recuperación del proyecto, los flujos de ingresos y egresos proyectados y determinar su cuantía como el equivalente al déficit acumulado máximo.

Escenario Optimista (UF)

MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ing	28,38	168,51	402,05	729,01	1.149,39	1.663,18	2.270,39	2.971,02	3.765,06	4.652,53	5.633,40	6.707,70
Egr	276,25	276,28	276,31	276,34	276,37	276,40	276,43	276,46	276,49	276,52	276,55	276,58
Saldo	-247,86 84646	-107,77 2149	125,74 10576	452,67 11548	873,01 81422	1386,7 8202	1993,9 62787	2694,5 60443	3488,5 74989	4376,0 06423	5356,8 54745	6431,1 19956
Saldo Acum	-355,64 0614	-229,89 9556	222,77 15988	1095,7 89741	2482,5 71761	4476,5 34548	7171,0 94991	10659, 66998	15035, 6764	20392, 53115	26823, 6511	-355,64 0614

*Todos los valores son presentados en UF.

Escenario Normal (UF)

ME S	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ing	26,962 08984	36,340 20805	104,33 1565	230,93 61608	416,15 39954	659,98 50688	962,42 93809	1323,4 86932	1743,1 57722	2221,4 4175	2758,3 39017	3353,8 49524
Egr	276,25 28571	276,28 20238	276,31 12877	276,34 06491	276,37 01084	276,39 96659	276,42 9322	276,45 90769	276,48 89309	276,51 88845	276,54 89379	276,57 90915
Sal do	- 249,29 07673	- 239,94 18158	- 171,97 97227	- 45,404 4883	139,78 3887	383,58 54028	686,00 0059	1047,0 27855	1466,6 68791	1944,9 22866	2481,7 9008	3077,2 70432
Sal do Ac um	- 249,29 07673	- 489,23 25831	- 661,21 23057	- 706,61 6794	- 566,83 2907	- 183,24 75042	502,75 25548	1549,7 8041	3016,4 49201	4961,3 72066	7443,1 62146	10520, 43258

*Todos los valores son presentados en UF.

Escenario Pesimista (UF)

ME S	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ing	13,481 04492	18,170 10403	52,165 78252	115,46 80804	208,07 69977	329,99 25344	481,21 46905	661,74 34659	871,57 88608	1110,7 20875	1379,1 69509	1676,9 24762
Egr	276,25 28571	276,28 20238	276,31 12877	276,34 06491	276,37 01084	276,39 96659	276,42 9322	276,45 90769	276,48 89309	276,51 88845	276,54 89379	276,57 90915
Sal do	- 262,77 18122	- 258,11 19198	- 224,14 55052	- 160,87 25687	- 68,293 11073	53,592 86845	204,78 53685	385,28 43891	595,08 99299	834,20 19906	1102,6 20571	1400,3 4567
Sal do Ac um	- 262,77 18122	- 520,88 3732	- 745,02 92372	- 905,90 18059	- 974,19 49166	- 920,60 20482	- 715,81 66797	- 330,53 22906	- 264,55 76393	1098,7 5963	2201,3 80201	3601,7 25871

*Todos los valores son presentados en UF.

7.9. Financiamiento

En base al siguiente detalle:

Item	Monto (UF)
Equipos Básicos Oficina	113,71
Impuestos y derechos municipales	27,58
Legalización de la empresa	10,55
Publicidad y promoción	18,7
Gastos Puesta en Marcha	192,74

El monto total para realización del proyecto es por un total de 469,28 UF.

7.10. Ingresos por venta

Los ingresos por venta se calcularán con base a la estimación de la demanda y el precio, para la cual se establecerán 3 escenarios: normal, optimista y pesimista.

Para los tres escenarios se proyectan crecimientos sigmoideos en el crecimiento de las descargas y usos de la aplicación, se consideran un 20% de usuarios activos y un promedio de uso de 4.64 horas por usuario por lo que se estima un ingreso por venta de $4,64 \times \$900 = \4.176 diarios por usuario activo por lo que corresponde a 0,1524 UF. El número de usuarios se pondera por 0.2 para determinar ingreso por venta diario, luego se extrapola a meses y año.

*VALOR UF: 27.393,34

7.11. Costos de venta

Los costos de venta están asociados al pago al usuario colaborador por el arriendo del espacio físico, lo que corresponde al 75% de la recaudación o ingreso por venta.

7.12. Costos Mano de Obra

Se prescindirá de mano de obra para las ventas, puesto que la interacción será directamente entre los usuarios.

7.13. Costos Materia Prima

Al ser un servicio, el cual opera a través de una aplicación para smartphone, no existe un costo asociado a materia prima que pueda considerarse en la práctica.

7.14. Costos operacionales

Corresponden al arriendo de capacidad de cómputo en servidores y hosting de plataformas digitales, estas plataformas son auto escalables y se cobra según uso, pero un promedio

razonable en base a un servidor de tipo, ronda los 500 USD, estos escalan a razón aproximada de 70% del crecimiento de usuarios de la plataforma.

además, se consideran incentivos variables al uso como subvenciones a los usuarios (demanda), como a los colaboradores (oferta)

7.15. Remuneraciones indirectas

Se considerarán 2 aguinaldos anuales para el asistente contable y los técnicos de soporte. Uno en fiestas patrias y otro en navidad.

	Fiestas Patrias	Navidad
Asistente Contable	50.000	70.000
Técnico de soporte	50.000	70.000

7.16. Promoción o publicidad

Es muy importante mantener publicidad constantemente en las redes sociales, debido a que esta es la principal herramienta de captación de clientes que posee la empresa, además de ser la más eficiente.

Para este cometido se utilizarán las principales redes sociales, mismas mediante las cuales se dará a conocer el servicio en un comienzo.

Item	Monto Mensual (UF)	Monto Anual (UF)
Instagram	6,8	81,6
Facebook	6,8	81,6
Google	5,1	61,2

7.17. Gastos Generales

Los gastos generales de la empresa estarán compuestos por los servicios básicos.

Item	Monto (UF)
Agua	0,9
Luz	2,3
Internet y servicios telefonía	3,1

7.18. Gastos Seguridad

La empresa no considera gastos en seguridad, ya que los activos que posee son el equipo informático y los muebles, lo cual estará asegurado. Además, se contempla que el arriendo de la oficina debe contar con servicio de conserjería y cámaras en los pasillos.

7.19. Seguros

Se contratará un seguro multiprotección para pymes, el cual incluye cobertura ante robos, incendios y terremotos entre otros.

El valor comercial de este tipo de seguros, con las características necesarias para nuestra empresa es de 3.2 U.F.

7.20. Gastos Mantenimiento

La mantención de los equipos estará proporcionada por los técnicos de soporte, quienes se encargarán de darle mantenimiento a los servidores, por lo que el gasto de mantención está incluido en la remuneración de estos.

7.21. Arriendo

Se arrendará una oficina en Santiago Centro, debido a su buena conectividad y precios competitivos.

El valor del arriendo será de 8,7 U.F. mensuales.

7.22. Capacitación

La capacitación del personal será impartida en un inicio, por lo que está considerada dentro de los gastos de puesta en marcha de la empresa. Esta será principalmente dirigida a los técnicos y al asistente contable.

7.23. Gastos Distribución (Plaza)

No existen gastos asociados a la distribución, ya que el servicio de estacionamiento contempla que los usuarios deben llegar de manera particular al lugar donde harán uso del servicio.

7.24. Depreciación

Se utilizará el método de depreciación lineal a partir del primer año, y de esta manera se buscará minimizar el costo de puesta en marcha de la empresa. Este método es el más conveniente para empresas relacionadas a uso de tecnologías digitales, debido a la corta vida útil de las mismas.

7.25. Amortización Gastos Puesta en Marcha

Los gastos de puesta en marcha se amortizarán según lo comprendido por la ley hasta en un máximo de 6 periodos desde el primer ejercicio.

7.26. Gastos Financieros y Amortización Crédito

No se considera financiamiento de terceros ni gastos financieros para la evaluación y dependerá de los accionistas evaluar líneas de financiamiento para definir la estructura de capital del emprendimiento.

7.27. Impuesto a la Renta

La empresa se acogerá a un sistema semi integrado, pues este es conveniente para empresas que tienen proyectado invertir sus utilidades en proyectos de largo plazo, porque el menor pago de impuestos aumenta la disponibilidad de recursos para invertir y reduce el costo de financiamiento asociado a fuentes externas. a partir de 2018 el impuesto de primera categoría para empresas bajo régimen semi integrado alcanza un 27% de las utilidades.

7.28. Variación del Capital de Trabajo

En base a un 30% de estimación de crecimiento de demanda pues instalaciones, gastos de administración y técnicos de mantención de plataforma permanecen relativamente estables, y se incrementa el operador de atención al cliente y ejecutivos de cuentas.

7.29. Tasa de Descuento

Para establecer las tasas de descuento aplicables, consideraremos en primer lugar la tasa de interés de las colocaciones comerciales según datos del banco central, la cual en el mes de octubre de 2018 se colocó en 6,0%.

Por otro lado, se usará una tasa de descuento representativa del costo de oportunidad del capital invertido en empresas representativas de la economía nacional, por lo que se utilizará tasa descuento IPSA histórico, la cual se sitúa en 9% según información recopilada.

En tercer lugar, se considerará el rendimiento de empresas del sector tecnológico en mercados internacionales, por lo que resulta útil utilizar el rendimiento del índice NASDAQ 100, que representa rentabilidades y riesgos representativos del giro del emprendimiento. este índice mostró rendimientos volátiles por lo que consideraremos el rendimiento anualizado de los últimos 5 años de 19.61.

Para los betas se consideran los datos por el profesor Aswath Damodarán en tecnologías (software y aplicaciones) de 0,98, servicios de información de 0,79 y servicios computacionales de 0,89, estos se corrigen por riesgo país el cual se situó en octubre de 2018 en 46,34 puntos diferenciales, por lo que estos betas se ponderan por un 1.4634 estableciéndose para el mercado chileno en 0,995; 1,156 y 1.3024 respectivamente.

7.30. Valor de Venta de la Empresa

Para cálculo de venta de la empresa se considerará el van al momento de la oferta, a la tasa de descuento que más se acercó al escenario efectivo, corregida por expectativas de crecimiento.

8 FLUJO DE CAJA

8.1. Supuestos de variación ingresos y egresos entre Escenarios o factores de sensibilización

Los ingresos variaran según nuestras expectativas principalmente impulsados por el uso de la aplicación, la que está determinada fuertemente por el número de descargas, porcentaje de usuarios activos, amplitud de la oferta de estacionamientos, asociado a los colaboradores, y el Brand equity, y presencia mediática, así como el top of mind y el impacto social.

Los egresos variaran particularmente frente a los subsidios e incentivos al uso, para usuarios.

El modelo es fuertemente sensible al ritmo de crecimiento de descargas y a atraer colaboradores, de no contar con oferta suficiente y bien distribuida, la demanda caerá por si sola.

8.2. flujo de caja Escenario Normal

	INGRESO	EGRESOS	MARGEN BRUTO	TOTAL COSTOS OPERACIONALES	FLUJO OPERACIONAL	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	UTILIDAD NETA	FLUJO DE CAJA NETO
AÑO 1	13837,41341	13007,16861	830,2448048	3497,760836	-2667,516031	-2705,996031	-2705,996031	-2551,736031
AÑO 2	40246,19428	37831,42263	2414,771657	3809,964808	-1395,193151	-1433,673151	-1433,673151	-1279,413151
AÑO 3	48295,43314	45397,70715	2897,725988	4352,214688	-1454,4887	-1492,9687	-1492,9687	-1454,4887
AÑO 4	72443,14971	68096,56073	4346,588983	4690,761085	-344,1721025	-382,6521025	-382,6521025	-344,1721025
AÑO 5	96590,86628	90795,4143	5795,451977	5752,51544	42,93653636	4,456536365	5,659801183	44,13980118
AÑO 6	128787,8217	121060,5524	7727,269302	6187,730565	1539,538737	1501,058737	1906,344596	1944,824596
AÑO 7	169034,016	158891,975	10142,04096	7284,650455	2857,390504	2857,390504	3628,88594	3667,36594
AÑO 8	193181,7326	181590,8286	11590,90395	7736,225401	3854,678553	3854,678553	4895,441762	4895,441762
AÑO 9	217329,4491	204289,6822	13039,76695	9501,487296	3538,279652	3538,279652	4493,615158	4493,615158
AÑO 10	233427,9268	219422,2512	14005,67561	9999,425802	4006,249809	4006,249809	5087,937257	5087,937257
TASA DE DESCUENTO ANUAL				6%	9%	20%		
VAN				6.358	4.068	-	419	
TIR				18%	18%	18%		

8.3. Flujo de caja Escenario Optimista

	INGRESO	EGRESOS	MARGEN BRUTO	TOTAL COSTOS OPERACIONALES	FLUJO OPERACIONAL	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	UTILIDAD NETA	FLUJO DE CAJA NETO
AÑO 1	30140,63194	28633,60034	1507,031597	3520,760836	-2013,729239	-2052,209239	-2052,209239	-1897,949239
AÑO 2	80492,38857	76467,76914	4024,619428	3853,065952	171,5534759	133,0734759	169,0033144	323,2633144
AÑO 3	88541,62742	84114,54605	4427,081371	4377,230454	49,85091735	11,37091735	14,44106504	52,92106504
AÑO 4	112689,344	107054,8768	5634,4672	4661,520715	972,9464848	934,4664848	1186,772436	1225,252436
AÑO 5	160984,7771	152935,5383	8049,238857	5749,135757	2300,1031	2261,6231	2872,261337	2910,741337
AÑO 6	201230,9714	191169,4228	10061,54857	6138,714974	3922,833596	3884,353596	4933,129067	4971,609067
AÑO 7	265624,8823	252343,6382	13281,24411	7225,324794	6055,91932	6055,91932	7691,017536	7729,497536
AÑO 8	305871,0766	290577,5227	15293,55383	7676,054819	7617,499009	7617,499009	9674,223741	9674,223741
AÑO 9	362215,7485	344104,9611	18110,78743	9493,883008	8616,90442	8616,90442	10943,46861	10943,46861
AÑO 10	394412,704	374692,0688	19720,6352	10009,06197	9711,573228	9711,573228	12333,698	12333,698
TASA DE DESCUENTO ANUAL				6%	9%	20%		
VAN				28.750	22.611	9.896		
TIR				53%	53%	53%		

8.4. Flujo de caja Escenario Pesimista

	INGRESO	EGRESOS	MARGEN BRUTO	TOTAL COSTOS OPERACIONALES	FLUJO OPERACIONAL	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	UTILIDAD NETA	FLUJO DE CAJA NETO
AÑO 1	6918,706707	4358,785225	2559,921482	3497,760836	-937,8393543	-976,3193543	-976,3193543	-822,0593543
AÑO 2	20123,09714	12677,5512	7445,545942	3809,964808	3635,581134	3597,101134	4568,31844	4722,57844
AÑO 3	12073,85828	7606,53072	4467,327565	4217,84173	249,4858356	211,0058356	267,9774112	306,4574112
AÑO 4	14086,168	8874,285839	5211,88216	4444,410662	767,4714982	728,9914982	925,8192027	964,2992027
AÑO 5	12073,85828	7606,53072	4467,327565	5349,396565	-882,069	-920,549	-920,549	-882,069
AÑO 6	8049,238857	5071,02048	2978,218377	5560,65676	-2582,438383	-2620,918383	-2620,918383	-2582,438383
AÑO 7	4024,619428	2535,51024	1489,109188	6388,830733	-4899,721545	-4899,721545	-4899,721545	-4861,241545
AÑO 8	0	0	0	6661,241734	-6661,241734	-6661,241734	-6661,241734	-6661,241734
AÑO 9	0	0	0	8292,130671	-8292,130671	-8292,130671	-8292,130671	-8292,130671
AÑO 10	0	0	0	8700,487205	-8700,487205	-8700,487205	-8700,487205	-8700,487205
TASA DE DESCUENTO ANUAL				6%	9%	20%		
VAN				- 16.227	- 12.485	- 5.080		
TIR				No calculada	No calculada	No calculada		

9 MEGATENDENCIAS

según diversas fuentes, los mercados digitales se verán influidos fuertemente por ciertas mega tendencias que determinarán el futuro de los negocios las cuales deben ser consideradas en las estrategias para afrontar los cambios en las condiciones de mercado, entre las más relevantes para el proyecto, se encuentran:

experiencias: los consumidores se volcarán cada vez más a la experiencia de compra en lugar del bien en cuestión, la plaza se vuelve cada vez más relevante, así como los canales de venta e información, las experiencias deben personalizarse cada vez más, y las

expectativas de los consumidores en torno a estas experiencias serán cada vez más exigentes

estilo de vida ético: los consumidores están cada vez más interesados en el origen de los productos y servicios, así como el proceso productivo, las buenas prácticas empresariales son cada vez más relevantes, el sentimiento del consumidor de elegir marcas que den algo más y que hagan las cosas bien puede ser determinante en la supervivencia de los negocios en el futuro cercano, en nuestro caso, el sentimiento de ayudar económicamente a un privado con el que se siente empatía, genera una fortaleza para nuestro modelo de negocios.

premiumización: la variada oferta de alternativas de calidad y precios en los productos y servicios, origina que el consumidor prioriza de manera diferente su canasta de compras y estructura mejor su gasto a necesidades particulares, un bien ya no es universal, ni se puede considerar el nivel de precios como estático, se debe ofrecer productos premium a precios convenientes. Por lo que la calidad del servicio y las plazas de estacionamiento debe ser cada vez mejor en infraestructura, seguridad, ubicación, conveniencia, etc.

conectividad de los consumidores: la información hoy en día viaja muy rápido, y la mala prensa, aun más, en cliente satisfecho no se hace notar demasiado, pero el cliente disconforme, lo hace saber con mucha rapidez, y en múltiples canales, la multitud de canales de comunicación digitales, presenta nuevos desafíos para alcanzar a clientes, mediante multicanalidad, y esta misma multicanalidad le entrega al cliente herramientas para comunicarse con otros potenciales clientes, por lo que es clave tener un control comunicativo y de relaciones públicas y atención al cliente de excelencia.

10 CONCLUSIONES

El mercado de estacionamientos en Chile muestra una clara oferta sub óptima a precios cada vez más restrictivos, la evaluación de este proyecto comprendió un estudio acabado del comportamiento del mercado, la obtención de proxies para estimar demanda, oferta, crecimiento, tasas relevantes, y comportamiento de consumidores, al analizar las mega tendencias y las nuevas oportunidades que abren los mercados digitales y de apps se presentan nuevos paradigmas de negocios donde los activos pierden relevancia en favor de la experiencia de compra.

Se evaluaron tres escenarios presentando retornos favorables para tasas de mercado y rendimientos esperados en los escenarios neutral y favorable, solo obteniéndose insolvencia del proyecto al establecer tasas de descuento del nivel de Nasdaq 100 histórico en escenario normal y en todos los casos de tasas aplicadas en escenario negativo, por lo que existe mucha amplitud para generar beneficios considerando que en muchos de los supuestos se castigó el proxy con metas conservadoras.

11 BIBLIOGRAFÍA

<http://legalprom.com/legalprom.rowsis.com/cuadro-comparativo>

<http://reportescomunales.bcn.cl/2015/index.php/Providencia>

<https://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/cobro-por-uso-de-estacionamientos>

<http://www.dt.gob.cl/portal/1628/w3-article-60058.html>

http://www.sii.cl/valores_y_fechas/impuesto_2da_categoria/impuesto2018.htm

<http://www.observatoriourbano.cl/estadisticas-habitacionales/>

https://www.indexmundi.com/es/chile/distribucion_por_edad.html

<https://www.appannie.com/en/>

http://www.sectra.gob.cl/encuestas_movilidad/encuestas_movilidad.htm#

<https://www.latercera.com/pulso/noticia/chile-sale-airoso-las-turbulencias-riesgo-pais-anota-la-mayor-caida-las-economias-emergentes/345842/>

Bustamante Ariel, Vásquez Marco, CarPark, 2017

Reyes Miguel, City Parking, 2017

12 ANEXOS

12.1. Anexo 1, flujo de caja para escenario pesimista

ESCENARIO PESIMISTA	ITEM	COMENTARIO	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL MENSUAL T0	T0	TOTAL MES 1	TOTAL MES 2	TOTAL MES 3	TOTAL MES 4	TOTAL MES 5	TOTAL MES 6
1	INGRESOS												
1.1	Ingreso por Ventas.	Conforme a cálculo explicado por comisión de usos generados en la aplicación	-	mes	82,32	-	-	13,48	18,17	52,17	115,47	208,08	329,90
2	EGRESOS												
2.1.1	Pago arrendatarios de estacionamientos	Se considera el egreso del 9% de las ventas, correspondiente al pago a los propietarios de los estacionamiento	300,00	mes	0,03	8,28	-	8,49	11,45	32,86	72,74	131,09	207,90
3	MARGEN BRUTO												
								418,31	470,31	237,30	237,30	237,30	237,30
4	HONORARIOS												
4.1	Honorarios Abogado	Considera el pago inicial de honorarios por gestión de la personalidad jurídica en T0 para luego considerar una asesoría mensual	1,00	Gib.	17,24	17,24	17,24	1,79	1,79	1,79	1,79	1,79	1,79
4.2	Honorario desarrollador de aplicación.	Considera el pago inicial de honorarios por gestión y desarrollo de la aplicación en T0 luego tiene un costo de mantenimiento mensual de plataforma.	1,00	Gib.	219,03	219,03	219,03	2,86	2,86	2,86	2,86	2,86	2,86
4.3	Honorario Administrador General		1,00	MES	54,93	54,93	54,93	54,93	54,93	54,93	54,93	54,93	54,93
4.4	Honorario Asistente Contable		1,00	MES	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62
4.5	Honorario Jefe de Operaciones		1,00	MES	44,32	44,32	44,32	44,32	44,32	44,32	44,32	44,32	44,32
4.6	Honorario Técnico de Soporte		1,00	MES	46,17	46,17	46,17	46,17	46,17	46,17	46,17	46,17	46,17
4.7	Impuesto de 2a categoría		1,00	MES	10,00	10,00	10,00	8,62	8,62	8,62	8,62	8,62	8,62
4.8	Cotizaciones Previsionales		1,00	MES	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00
5	Publicidad en redes sociales	Inversión de lanzamiento, luego un costo mensual hasta lograr el nivel de conocimiento de la aplicación para autovalencia.	1,00	MES	18,70	18,70	18,70	18,70	18,70	18,70	18,70	18,70	18,70
6	GASTOS GENERALES												
6.1	Servicios	Considera el servicio de Energía, Luz, Agua potable y alcantarillado	1,00	mes	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30
6.2	Equipamiento												
6.2.1	Computadores		5,00	Unid.	17,24	86,20	86,20	-	-	-	-	-	-
6.2.2	Escritorios completos		5,00	Unid.	3,44	17,20	17,20	-	-	-	-	-	-
6.2.3	Impresoras		2,00	Unid.	3,10	6,20	6,20	-	-	-	-	-	-
6.2.4	Estantes		3,00	Unid.	2,06	6,18	6,18	-	-	-	-	-	-
6.2.5	Remodelación de oficina nueva en arriendo	Se subcontratará como un global Remodelaciones (en caso de arriendo y compra de activo construido)	1,00	Gib.	165,00	165,00	165,00	-	-	-	-	-	-
6.3	GASTOS DE PUESTA EN MARCHA												
6.3.1	Compra de terreno o de activo construido	No aplica Oficinas serán arrendadas	-	mes	-	-	230,88	-	-	-	-	-	-
6.3.2	Construcción Activo Fijo (cuando es el caso)	No aplica Oficinas serán arrendadas	-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.3.3	IMPUESTOS Y DERECHOS MUNICIPALES	Pago de patente anual	-	mes	-	-	10,00	10,00	-	-	-	-	-
6.3.4	GASTOS DE LEGALIZACION		-	mes	-	-	10,64	10,64	-	-	-	-	-
6.3.4.1	Inicio de actividades		1,00	Gib.	5,69	5,69	5,69	-	-	-	-	-	-
6.3.4.2	Registro de marca	Se paga anualmente	1,00	Gib.	4,95	4,95	4,95	-	-	-	-	-	-
6.3.5	Capacitación y remuneraciones (seguro desempleo)	Se estima que los nuevos trabajadores estarán capacitados en un mes como máximo.	1,00	Gib.	192,74	192,74	192,74	-	-	-	-	-	-
6.3.6	Mermas en primeras producciones	Gasto en subención a estacionamientos en 1er trimestre de operación	1,00	MES	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.3.7	Arriendo	Considera reajuste mensual según IPC	2,00	MES	8,75	17,50	17,50	-	-	-	-	-	-
7	Gastos reclutamiento												
7.1	Gastos de Seguridad	Suscripción mensual servicio de alarmas.	1,00	mes	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
8	Seguros	Seguro contra robo, incendio y sismos	1,00	mes	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20
9	Gastos de mantención	Considera mantención de TI, web servicios y hosting a proveedores	1,00	mes	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
10	Gasto por arriendo	Se arrendará una oficina en Santiago Centro, debido a su buena conectividad y precios competitivos.	1,00	mes	8,70	8,70	-	8,75	8,78	8,81	8,84	8,87	8,90
11	Gasto por capacitación	Se debe capacitar al personal de la empresa en la operatividad de la plataforma.	1,00	mes	5,00	5,00	5,00	-	-	-	-	-	-
12	Gasto por distribución	No se consideran gastos por este ítem ya que no hay distribución	-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
13	Gasto por Depreciación	Los ítems que se deprecian son los computadores, impresoras y mobiliario. Se deprecia acelerado en 2 años	-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
14	TOTAL COSTOS OPERACIONALES							742,99	786,29	276,25	276,28	276,31	276,34
15	FLUJO OPERACIONAL							- 751,27	- 786,29	- 271,26	- 269,56	- 257,01	- 233,62
16	AMORTIZACION GASTOS DE PUESTA EN MARCHA							-	- 230,88	-	-	-	-
17	Gastos Financieros							-	-	-	-	-	-
18	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO							- 751,27	- 1.017,17	- 271,26	- 269,56	- 257,01	- 233,62
19	Impuesto a la Renta	ES un 27% de las utilidades	0,19	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20	VALOR DE VENTA DE LA EMPRESA							-	-	-	-	-	-
21	UTILIDAD NETA							- 751,27	- 1.017,17	- 271,26	- 269,56	- 257,01	- 233,62
22	Ingreso por Depreciación	Los ítems que se deprecian son los computadores e impresoras de la oficina. Se deprecia lineal en 1 año	-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
23	Amortización Gasto puesta en Marcha	Los ítems que se deprecian son los computadores e impresoras de la oficina. Se deprecia lineal en 1 año	-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
24	Amortización de Crédito	No aplica, no hay crédito con Bancos	-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
25	Variación Capital de Trabajo		-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
26	Inversión Inicial		-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
27	Crédito		-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
28	Impuesto de Timbre y Estampilla		-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
29	Reinversión	SE reparte el 100% de las utilidades del período	-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
30	FLUJO DE CAJA NETO							- 751,27	- 1.017,17	- 271,26	- 269,56	- 257,01	- 233,62
	TASA DE DESCUENTO ANUAL	6%			9%	19,61%							
	VAN	-\$ 16.226,90			-\$ 12.485,21	-\$ 5.080,00							
	TIR	#1NUM!			#1NUM!	#1NUM!		- 1.017,17	822,06	4.722,58	306,46	964,30	852,07
													2.582,44

12.2. Anexo 2, flujo de caja para escenario neutro

ESCUENARIO NORMAL	ITEM	COMENTARIO	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL MENSUAL T0	T0	TOTAL MES 1	TOTAL MES 2	TOTAL MES 3	TOTAL MES 4	TOTAL MES 5	TOTAL MES 6
1 .	INGRESOS												
1 . 1 .	Ingreso por Ventas.	Conforme a cálculo explicado por comisión de usos generados en la aplicación	-	mes	82,32	-		26,96	36,34	104,33	230,94	416,15	659,99
2 .	EGRESOS												
2 . 1 . 1 .	Pago arrendatarios de estacionamientos	Se considera el egreso del 9% de las ventas, correspondiente al pago a los propietarios de los estacionamiento	300,00	mes	0,03	8,28		25,34	34,16	98,07	217,08	391,18	620,39
3 .	MARGEN BRUTO							1,62	2,18	6,26	13,86	24,97	39,60
4 .	HONORARIOS							418,31	470,31	237,30	237,30	237,30	237,30
4 . 1 .	Honorarios Abogado	Considera el pago inicial de honorarios por gestoría de la personalidad jurídica en t0 para luego considerar una asesoría mensual	1,00	Gib.	17,24	17,24	17,24	1,79	1,79	1,79	1,79	1,79	1,79
4 . 2 .	Honorario desarrollador de aplicación.	Considera el pago inicial de honorarios por gestoría y desarrollo de la aplicación en t0 luego tiene un costo de mantención mensual de plataforma.	1,00	Gib.	219,03	219,03	219,03	2,86	2,86	2,86	2,86	2,86	2,86
4 . 3 .	Honorario Administrador General		1,00	MES	54,93	54,93	54,93	54,93	54,93	54,93	54,93	54,93	54,93
4 . 4 .	Honorario Asistente Contable		1,00	MES	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62
4 . 5 .	Honorario Jefe de Operaciones		1,00	MES	44,32	44,32	44,32	44,32	44,32	44,32	44,32	44,32	44,32
4 . 6 .	Honorario Técnico de Soporte		1,00	MES	46,17	46,17	46,17	46,17	46,17	46,17	46,17	46,17	46,17
4 . 7 .	Impuesto de 2a categoría		1,00	MES	10,00	10,00	10,00	8,62	8,62	8,62	8,62	8,62	8,62
4 . 8 .	Cotizaciones Previsionales		1,00	MES	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00
5 .	Publicidad en redes sociales	Inversión de lanzamiento, luego un costo mensual hasta lograr el nivel de conocimiento de la aplicación para autovalencia.	1,00	MES	18,70	18,70	18,70	18,70	18,70	18,70	18,70	18,70	18,70
6 .	GASTOS GENERALES							287,08	287,08	6,30	6,30	6,30	6,30
6 . 1 .	Servicios	Considera el servicio de Energía, Luz, Agua potable y alcantarillado	1,00	mes	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30
6 . 2 .	Equipamiento							115,78	115,78	-	-	-	-
6 . 2 . 1 .	Computadores		5,00	Unid.	17,24	86,20	86,20	-	-	-	-	-	-
6 . 2 . 2 .	Escriflorios completos		5,00	Unid.	3,44	17,20	17,20	-	-	-	-	-	-
6 . 2 . 3 .	Impresoras		2,00	Unid.	3,10	6,20	6,20	-	-	-	-	-	-
6 . 2 . 4 .	Estantes		3,00	Unid.	2,06	6,18	6,18	-	-	-	-	-	-
6 . 2 . 5 .	Remodelación de oficina nueva en arriendo	Se subcontratará como un global Remodelaciones (en caso de arriendo y compra de activo construido)	1,00	Gib.	165,00	165,00	165,00	-	-	-	-	-	-
6 . 3 . .	GASTOS DE PUESTA EN MARCHA							-	-	-	-	-	-
6 . 3 . 1 .	Compra de terreno o de activo construido	No aplica Oficinas serán arrendadas	-	mes	-	-	230,88	-	-	-	-	-	-
6 . 3 . 2 .	Construcción Activo Fijo (cuando es el caso)	No aplica Oficinas serán arrendadas	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-
6 . 3 . 3 .	IMPUESTOS Y DERECHOS MUNICIPALES	Pago de patente anual	-		-	10,00	10,00	-	-	-	-	-	-
6 . 3 . 4 .	GASTOS DE LEGALIZACION							10,64	10,64	-	-	-	-
6 . 3 . 4 . 1 .	Inicio de actividades		1,00	Gib.	5,69	5,69	5,69	-	-	-	-	-	-
6 . 3 . 4 . 2 .	Registro de marca	Se paga anualmente	1,00	Gib.	4,95	4,95	4,95	-	-	-	-	-	-
6 . 3 . 5 .	Capacitación y remuneraciones (seguro desempleo)	Se estima que los nuevos trabajadores estarán capacitados en un mes como máximo.	1,00	Gib.	192,74	192,74	192,74	-	-	-	-	-	-
6 . 3 . 6 .	Mermas en primeras producciones	Gasto en subención a estacionamientos en 1er trimestre de operación	1,00	MES	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6 . 3 . 7 .	Arriendo	Considera reajuste mensual según IPC	2,00	MES	8,75	17,50	17,50	-	-	-	-	-	-
7 .	Gastos de Seguridad	Suscripción mensual servicio de alarmas.	1,00	mes	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
8 .	Seguros	Seguro contra robo, incendio y sismos	1,00	mes	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20
9 .	Gastos de mantención	Considera mantención de TI, web services y hosting a proveedores	1,00	mes	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
10 .	Gasto por arriendo	Se arrendará una oficina en Santiago Centro, debido a su buena conectividad y precios competitivos.	1,00	mes	8,70	8,70	-	8,75	8,78	8,81	8,84	8,87	8,90
11 .	Gasto por capacitación	Se debe capacitar al personal de la empresa en la operatividad de la plataforma.	1,00	mes	5,00	5,00	5,00	-	-	-	-	-	-
12 .	Gasto por distribución	No se consideran gastos por este ítem ya que no hay distribución	-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
13 .	Gasto por Depreciación	Los ítems que se deprecian son los computadores, impresoras y mobiliario. Se deprecia acelerado en 2 años	-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
14 .	TOTAL COSTOS OPERACIONALES							742,99	786,29	276,25	276,28	276,31	276,34
15 .	FLUJO OPERACIONAL							- 751,27	- 786,29	- 274,64	- 274,10	- 270,05	- 262,48
16 .	AMORTIZACION GASTOS DE PUESTA EN MARCHA							-	-	-	-	-	-
17 .	Gastos Financieros		-	mes	-	-	230,88	-	-	-	-	-	-
18 .	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO							- 751,27	- 1.017,17	- 274,64	- 274,10	- 270,05	- 262,48
19 .	Impuesto a la Renta	ES un 27% de las utilidades	0,19	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20 .	VALOR DE VENTA DE LA EMPRESA							-	-	-	-	-	-
21 .	UTILIDAD NETA							- 751,27	- 1.017,17	- 274,64	- 274,10	- 270,05	- 262,48
22 .	Ingreso por Depreciación	Los ítems que se deprecian son los computadores e impresoras de la oficina. Se deprecia lineal en 1 año	-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
23 .	Amortización Gasto puesta en Marcha	Los ítems que se deprecian son los computadores e impresoras de la oficina. Se deprecia lineal en 1 año	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-
24 .	Amortización de Crédito	No aplica, no hay crédito ocn Bancos	-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
25 .	Variación Capital de Trabajo		-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
26 .	Inversión Inicial		-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
27 .	Crédito		-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
28 .	Impuesto de Timbre y Estampilla		-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
29 .	Reinversión	SE reparte el 100% de las utilidades del período	-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-
30 .	FLUJO DE CAJA NETO							- 751,27	- 1.017,17	- 274,64	- 274,10	- 270,05	- 262,48
	TASA DE DESCUENTO ANUAL	6%			9%	19,61%							
	VAN	\$ 6.358,34			\$ 4.067,52	-\$ 419,42							
	TIR	18%			18%	18%							

TOTAL MES 7	TOTAL MES 8	TOTAL MES 9	TOTAL MES 10	TOTAL MES 11	TOTAL MES 12	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5	TOTAL AÑO 6	TOTAL AÑO 7	TOTAL AÑO 8	TOTAL AÑO 9	TOTAL AÑO 10
962,43	1.323,49	1.743,16	2.221,44	2.758,34	3.353,85	13.837,41	40.246,19	48.295,43	72.443,15	96.590,87	128.787,82	169.034,02	193.181,73	217.329,45	233.427,93
904,68	1.244,08	1.638,57	2.088,16	2.592,84	3.152,62	13.007,17	37.831,42	45.397,71	68.096,58	90.795,41	121.060,55	158.891,98	181.590,83	204.289,68	219.422,25
57,75	79,41	104,59	133,29	165,50	201,23	830,24	2.414,77	2.897,73	4.346,59	5.795,45	7.727,27	10.142,04	11.590,90	13.039,77	14.005,68
237,30	237,30	237,30	237,30	237,30	237,30	2.847,63	2.990,02	3.579,24	3.758,21	4.500,17	4.725,18	5.659,55	5.942,53	7.412,48	7.783,11
1,79	1,79	1,79	1,79	1,79	1,79	21,43	22,50	23,63	24,81	26,05	27,35	28,72	30,15	31,66	33,24
2,86	2,86	2,86	2,86	2,86	2,86	34,29	36,00	37,80	39,69	41,67	43,76	45,95	48,24	50,66	53,19
54,93	54,93	54,93	54,93	54,93	54,93	659,16	692,12	830,54	872,07	1.046,48	1.098,81	1.318,57	1.384,50	1.730,62	1.817,15
26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	319,44	335,41	402,49	422,62	507,14	532,50	639,00	670,95	838,69	890,62
44,32	44,32	44,32	44,32	44,32	44,32	531,84	558,43	670,12	703,62	844,35	886,57	1.063,88	1.117,07	1.396,34	1.466,16
46,17	46,17	46,17	46,17	46,17	46,17	554,04	581,74	698,09	732,99	879,59	923,57	1.108,29	1.163,70	1.454,63	1.527,36
8,62	8,62	8,62	8,62	8,62	8,62	103,44	108,61	130,33	136,85	164,22	172,43	206,92	217,26	271,58	285,16
52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	624,00	655,20	786,24	825,55	990,66	1.040,20	1.248,23	1.310,65	1.638,31	1.720,22
18,70	18,70	18,70	18,70	18,70	18,70	224,40	235,62	247,40	259,77	337,70	354,59	372,32	390,93	410,48	431,00
6,30	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30	75,60	79,38	83,35	87,52	91,89	96,49	101,31	106,38	111,70	117,28
6,30	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30	75,60	79,38	83,35	87,52	91,89	96,49	101,31	106,38	111,70	117,28
-	-	-	-	-	-	-	-	-	160,00	-	-	-	200,00	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	20,00	-	-	-	35,00	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	8,00	-	-	-	15,00	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	12,00	12,60	13,23	13,89	14,59	15,32	16,08	16,89	17,73	18,62
3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	38,40	40,32	42,34	44,45	46,68	49,01	51,46	54,03	56,73	59,57
1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	77,00	223,95	268,75	403,12	537,49	716,66	940,61	1.074,98	1.209,36	1.298,94
8,93	8,96	8,99	9,02	9,05	9,08	106,95	112,29	117,91	123,80	129,99	136,49	143,32	150,48	158,01	165,91
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	115,78	115,78	-	-	94,00	94,00	-	-	125,00	125,00
276,43	276,46	276,49	276,52	276,55	276,58	3.497,76	3.809,96	4.352,21	4.690,76	5.752,52	6.187,73	7.284,65	7.736,23	9.501,49	9.999,43
- 218,68	- 197,05	- 171,90	- 143,23	- 111,05	- 75,35	- 2.667,52	- 1.395,19	- 1.454,49	- 344,17	- 42,94	- 1.539,54	- 2.857,39	- 3.854,68	- 3.538,28	- 4.006,25
-	-	-	-	-	38,48	38,48	38,48	38,48	38,48	38,48	38,48	-	-	-	-
- 218,68	- 197,05	- 171,90	- 143,23	- 111,05	- 113,83	- 2.706,00	- 1.433,67	- 1.492,97	- 382,65	- 4,46	- 1.501,06	- 2.857,39	- 3.854,68	- 3.538,28	- 4.006,25
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,20	405,29	771,50	1.040,76	955,34	1.081,69
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- 218,68	- 197,05	- 171,90	- 143,23	- 111,05	- 113,83	- 2.706,00	- 1.433,67	- 1.492,97	- 382,65	- 5,66	- 1.906,34	- 3.628,89	- 4.895,44	- 4.493,62	- 5.087,94
-	-	-	-	-	-	115,78	115,78	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	38,48	38,48	38,48	38,48	38,48	38,48	38,48	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- 218,68	- 197,05	- 171,90	- 143,23	- 111,05	- 113,83	- 2.591,74	- 1.279,41	- 1.454,49	- 344,17	- 44,14	- 1.944,82	- 3.667,37	- 4.895,44	- 4.493,62	- 5.087,94

12.3. Anexo 3, flujo de caja para escenario optimista

ESCENARIO OPTIMISTA	ITEM	COMENTARIO	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL MENSUAL T0	T0	TOTAL MES 1	TOTAL MES 2	TOTAL MES 3	TOTAL MES 4	TOTAL MES 5	TOTAL MES 6	TOTAL MES 7
1	INGRESOS													
1.1	Ingreso por Ventas.	Conforme a cálculo explicado por comisión de usos generados en la aplicación	-	mes	82,32	-		28,38	168,51	402,05	729,01	1.149,39	1.663,18	2.270,39
2	EGRESOS													
2.1.1	Pago arrendatarios de estacionamientos	Se considera el egreso del 9% de las ventas, correspondiente al pago a los propietarios de los estacionamiento	300,00	mes	0,03	8,28		26,97	160,08	381,95	692,56	1.091,92	1.580,02	2.156,87
3	MARGEN BRUTO							1,42	8,43	20,10	36,45	57,47	83,16	113,52
4	HONORARIOS							418,31	470,31	237,30	237,30	237,30	237,30	237,30
4.1	Honorarios Abogado	Considera el pago inicial de honorarios por gestión de la personalidad jurídica en 10 para luego considerar una asesoría mensual	1,00	Gib.	17,24	17,24	17,24	1,79	1,79	1,79	1,79	1,79	1,79	1,79
4.2	Honorario desarrollador de aplicación.	Considera el pago inicial de honorarios por gestión y desarrollo de la aplicación en 10 luego tiene un costo de mantenimiento mensual de plataforma.	1,00	Gib.	219,03	219,03	219,03	2,86	2,86	2,86	2,86	2,86	2,86	2,86
4.3	Honorario Administrador General		1,00	MES	54,93	54,93	54,93	54,93	54,93	54,93	54,93	54,93	54,93	54,93
4.4	Honorario Asistente Contable		1,00	MES	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62	26,62
4.5	Honorario Jefe de Operaciones		1,00	MES	44,32	44,32	44,32	44,32	44,32	44,32	44,32	44,32	44,32	44,32
4.6	Honorario Técnico de Soporte		1,00	MES	46,17	46,17	46,17	46,17	46,17	46,17	46,17	46,17	46,17	46,17
4.7	Impuesto de 2a categoría		1,00	MES	10,00	10,00	10,00	8,62	8,62	8,62	8,62	8,62	8,62	8,62
4.8	Cotizaciones Previsionales		1,00	MES	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00	52,00
5	Publicidad en redes sociales	Inversión de lanzamiento, luego un costo mensual hasta lograr el nivel de conocimiento de la aplicación para autovalencia.	1,00	MES	18,70	18,70	18,70	18,70	18,70	18,70	18,70	18,70	18,70	18,70
6	GASTOS GENERALES							287,08	287,08	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30
6.1	Servicios	Considera el servicio de Energía, Luz, Agua potable y alcantarillado	1,00	mes	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30	6,30
6.2	Equipamiento							115,78	115,78	-	-	-	-	-
6.2.1	Computadores		5,00	Unid.	17,24	86,20	86,20	-	-	-	-	-	-	-
6.2.2	Escritorios completos		5,00	Unid.	3,44	17,20	17,20	-	-	-	-	-	-	-
6.2.3	Impresoras		2,00	Unid.	3,10	6,20	6,20	-	-	-	-	-	-	-
6.2.4	Estantes		3,00	Unid.	2,06	6,18	6,18	-	-	-	-	-	-	-
6.2.5	Remodelación de oficina nueva en arriendo	Se subcontratará como un global Remodelaciones (en caso de arriendo y compra de activo construido)	1,00	Gib.	165,00	165,00	165,00	-	-	-	-	-	-	-
6.3	GASTOS DE PUESTA EN MARCHA							-	-	-	-	-	-	-
6.3.1	Compra de terreno o de activo construido	No aplica Oficinas serán arrendadas	-	mes	-	-	230,88	-	-	-	-	-	-	-
6.3.2	Construcción Activo Fijo (cuando es el caso)	No aplica Oficinas serán arrendadas	-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.3.3	IMPUESTOS Y DERECHOS	Pago de patente anual	-	mes	-	-	10,00	-	-	-	-	-	-	-
6.3.4	GASTOS DE LEGALIZACION		-	mes	-	-	10,64	-	-	-	-	-	-	-
6.3.4.1	Inicio de actividades		1,00	Gib.	5,69	5,69	5,69	-	-	-	-	-	-	-
6.3.4.2	Registro de marca	Se paga anualmente	1,00	Gib.	4,95	4,95	4,95	-	-	-	-	-	-	-
6.3.5	Capacitación y remuneraciones (seguro desempleo)	Se estima que los nuevos trabajadores estarán capacitados en un mes como máximo.	1,00	Gib.	192,74	192,74	192,74	-	-	-	-	-	-	-
6.3.6	Mermas en primeras producciones	Gasto en subención a estacionamientos en 1er trimestre de operación	1,00	MES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.3.7	Arriendo	Considera reajuste mensual según IPC	2,00	MES	8,75	17,50	17,50	-	-	-	-	-	-	-
6.3.8	Gastos reclutamiento		-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7	Gastos de Seguridad	Suscripción mensual servicio de alarmas.	1,00	mes	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
8	Seguros	Seguro contra robo, incendio y sismos	1,00	mes	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20	3,20
9	Gastos de mantenimiento	Considera mantenimiento de TI, web services y hosting a proveedores	1,00	mes	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
10	Gasto por arriendo	Se arrendará una oficina en Santiago Centro, debido a su buena conectividad y precios competitivos.	1,00	mes	8,70	8,70	-	8,75	8,78	8,81	8,84	8,87	8,90	8,93
11	Gasto por capacitación	Se debe capacitar al personal de la empresa en la operatividad de la plataforma.	1,00	mes	5,00	5,00	5,00	-	-	-	-	-	-	-
12	Gasto por distribución	No se consideran gastos por este ítem ya que no hay distribución	-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
13	Gasto por Depreciación	Los ítems que se deprecian son los computadores, impresoras y mobiliario. Se deprecia acelerado en 2 años	-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
14	TOTAL COSTOS OPERACIONALES							742,99	786,29	276,25	276,28	276,31	276,34	276,37
15	FLUJO OPERACIONAL							-751,27	-786,29	-274,83	-267,86	-256,21	-239,89	-218,90
16	AMORTIZACION GASTOS DE PUESTA EN MARCHA							-	-	-	-	-	-	-
17	Gastos Financieros		-	mes	-	-	230,88	-	-	-	-	-	-	-
18	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO							-751,27	-1.017,17	-274,83	-267,86	-256,21	-239,89	-218,90
19	Impuesto a la Renta	ES un 27% de las utilidades	0,19	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20	VALOR DE VENTA DE LA EMPRESA							-	-	-	-	-	-	-
21	UTILIDAD NETA							-751,27	-1.017,17	-274,83	-267,86	-256,21	-239,89	-218,90
22	Ingreso por Depreciación	Los ítems que se deprecian son los computadores e impresoras de la oficina. Se deprecia lineal en 1 año	-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
23	Amortización Gasto puesta en Marcha	Los ítems que se deprecian son los computadores e impresoras de la oficina. Se deprecia lineal en 1 año	-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
24	Amortización de Crédito	No aplica, no hay crédito ocn Bancos	-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
25	Variación Capital de Trabajo		-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
26	Inversión Inicial		-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
27	Crédito		-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
28	Impuesto de Timbre y Estampilla		-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
29	Reinversión	SE reparte el 100% de las utilidades del período	-	mes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
30	FLUJO DE CAJA NETO							-751,27	-1.017,17	-274,83	-267,86	-256,21	-239,89	-218,90
	TASA DE DESCUENTO ANUAL	6%	9%	19,61%										
	VAN	\$ 28.749,61	\$ 22.610,76	\$ 9.896,34										
	TIR	53%	53%	53%										
								-1.017,17	1.897,95	323,26	52,92	1.225,25	2.910,74	4.971,61

