

UNIVERSIDAD GABRIELA MISTRAL  
FACULTAD DE INGENIERIA Y NEGOCIO  
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO  
"LAVASECO DELIVERY"

ALUMNOS

JUAN PABLO ALARCON

ALEXIS VERGARA

FRANCISCA VILLENAS

PROFESORA

CAROLINA VITA

JULIO - 2018

SANTIAGO – CHILE

## RESUMEN EJECUTIVO

### **Propósito**

“El propósito de Lavaseco delivery es satisfacer la demanda de lavado, secado y planchado de ropa, con un servicio que entregue rapidez y confianza”.

### **Misión**

“La misión de la empresa consiste en ofrecer a las familias de clase media alta de la región metropolitana, donde los jefes de hogar trabajan jornada completa, un servicio de retiro de ropa a domicilio para lavar, secar y/o planchar y finalmente efectuar la entrega del servicio en la dirección que el cliente indique. De esta manera, pueden despreocuparse de esta tarea y atender a sus asuntos prioritarios.”

### **Objetivos**

Objetivos de largo plazo: más de 5 años y menos de 10 años:

- Proveedores: Establecer alianzas estratégicas con al menos un proveedor de detergentes, con el fin de masificar la difusión.
- Inversionistas: Abrir al menos dos sucursales fuera de la región metropolitana.
- Trabajadores: Implementar un programa de incentivo económico (un bono anual) conforme a los objetivos logrados durante el año, centrándose en la atención al cliente, la cual será medida a través de encuestas realizadas a través de la aplicación telefónica.
- Sociedad: Utilizar al menos un detergente y un suavizante de ropa que no dañen el medio ambiente.
- Clientes: Ser reconocida, en los premios existentes, como una empresa de excelencia en la satisfacción de clientes, al menos una vez en los primeros años.

Objetivos de mediano plazo: más de 1 año y menos de 5 años.

- Proveedores: Obtener precios más convenientes al realizar abastecimientos al por mayor en detergentes y suavizantes de ropa, con al menos un proveedor.
- Inversionistas: Recuperar el 100% del capital invertido inicialmente.

- Trabajadores: Contratar al menos seis trabajadores con el fin de que los dueños sólo se ocupen de la administración de la empresa.
- Sociedad: Gestión de reciclaje para el 100% de los envases plásticos de detergentes y suavizantes.
- Clientes: Establecer un programa de fidelización en base a puntos canjeables.

Objetivos de corto plazo: antes de 12 meses.

- Proveedores: Obtener respaldo publicitario de al menos un proveedor validando el servicio entregado por la empresa.
- Inversionistas: Conseguir utilidades en un año y reinvertir el 50% de ellas.
- Trabajadores: Promover un clima organizacional basado en el respeto, empatía y comunicación efectiva entre clientes y trabajadores.
- Sociedad: Desarrollar un programa para optimizar el uso eléctrico en la empresa.
- Clientes: Obtener al menos 4 clientes nuevos cada mes.

### **Variables Circundantes Generales**

- Socioculturales: El aumento de la participación laboral de las mujeres ha restringido el tiempo disponible para los labores del hogar. Adicionalmente, existen personas que prefieren no contratar un servicio de asesoría del hogar, debiendo destinar parte de su tiempo libre a realizar estas tareas.
- Tecnológicas: LavaSeco Delivery pretende ofrecer un servicio confiable y oportuno, donde los clientes podrán revisar mediante una aplicación de celular, la etapa en la cual se encuentra su orden.
- Económicas: Actualmente, en la región metropolitana existen 138 lavasecos, sin embargo, la mayoría no cuenta con servicio delivery, por lo que la empresa ofrece un servicio diferenciado respecto al mercado.
- Politico legales: Para la elaboración del proyeco se debe cumplir con una serie de pasos y leyes que van desde la escritura de constitución de sociedad hasta solicitud de permisos municipales.
- Ambientales: El compromiso del servicio es utilizar productos de lavado que sigan la línea del apoyo al medio ambiente, siendo referente para clientes que buscan empresas conscientes y respetuosas con el ecosistema.

### Variables Circundantes Específicas

- Competidores potenciales: LavaSeco Delivery compite en una industria donde existe una alta probabilidad de que emprendedores se incorporen al mercado, debido a que la inversión inicial no es alta y la necesidad de tener ropa limpia y seca es permanente, por lo que las barreras de entrada en el rubro son mayoritariamente bajas.
- Competidores actuales: Tanto el grado de rivalidad como las barreras de salida en este rubro son bajas, debido a la existencia de altas posibilidades de adquirir mercado nuevo y porque no existen mayores inconvenientes en salir de la industria.
- Competidores sustitutos: El grado de rivalidad es media debido a que si bien existen diferencias, estas son mínimas.
- Proveedores: El poder de negociación es bajo ya que existe una gran cantidad de oferta de detergentes en el mercado, los cuales tienen precios similares dependiendo de su calidad comparable.
- Clientes: El poder de negociación de los clientes es bajo ya que no afectan mayormente a la rentabilidad y costos de producción de la empresa.

### Estrategia Genérica

- Diferenciación enfocada.

### Estimación de la Demanda

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Optimista (20%)	11.856,0 cargas	12.093,1 cargas	12.335,0 cargas	12.581,7 Cargas	12.833,3 cargas	13.090,0 cargas	13.351,8 cargas	13.618,8 cargas	13.891,2 cargas	14.169,0 cargas
Normal (10%)	7.488,0 cargas	7.562,9 cargas	7.638,5 cargas	7.714,9 Cargas	7.792,0 cargas	7.870,0 cargas	7.948,7 cargas	8.028,1 cargas	8.108,4 cargas	8.189,5 cargas
Pesimista	5.616,0 cargas									

### Precio a Cobrar

En todos los escenarios se cobrarán UF 0,48 por carga de 5 kilos, considerando un valor UF de \$27.101,88.

### Monto de la Inversión Inicial

La inversión inicial del proyecto en los tres escenarios es de UF496,28, considerando un valor UF de \$27.101,88.

## Tasas de Descuento

Las tasas CAPM utilizadas son las siguientes:

- 8,58%
- 12,07%
- 65,53%

## VAN y TIR

Escenario optimista			
TASA	8,58%	12,07%	65,53%
VAN UF	24.097,13	19.861,07	3.853,11
TIR %	10,76		

Escenario Normal			
TASA	8,58%	12,07%	65,53%
VAN UF	9.398,31	7.733,27	1.406,59
TIR %	4,37		

Escenario Pesimista			
TASA	8,58%	12,07%	65,53%
VAN UF	3.768,54	3.143,17	585,45
TIR %	2,30		

Escenario Normal sin deuda			
TASA	8,58%	12,07%	65,53%
VAN UF	9.396,35	7.677,71	1.049,35
TIR %	1,52		

## INDICE

I. INTRODUCCIÓN.....	1
MODELO CANVAS.....	2
II. LA EMPRESA .....	3
1 Propósito .....	3
2 Misión .....	3
3 Objetivos según horizonte de tiempo .....	3
3.1 Largo Plazo .....	3
3.2 Mediano Plazo .....	4
3.3 Corto Plazo .....	4
4 Factores críticos del éxito .....	5
III. VARIABLES CIRCUNDANTES GENERALES .....	6
1. Socioculturales .....	6
2. Tecnológicas .....	6
3. Económicas .....	6
4. Político legales .....	7
5. Ambientales .....	11
IV. VARIABLES CIRCUNDANTES ESPECIFICAS .....	12
1. Competidores potenciales .....	12
2. Competidores actuales .....	12
3. Competidores sustitutos .....	13
4. Proveedores .....	14
5. Clientes .....	14
V. ANÁLISIS FODA .....	16
VI. ESTRATÉGIA GENÉRICA .....	17
VII. EL ESTUDIO DE MERCADO .....	18
1. La investigación de Mercado .....	18
2. Estimación de la Demanda .....	20
3. Defición Estrategia Comercial .....	21
VIII. ESTUDIO TÉCNICO .....	23

	1. Capacidad de Producción .....	23
	2. Calcular la cantidad ofrecida .....	23
IX.	PROCESOS DE PRODUCCIÓN .....	27
	1. Procesos de producción .....	27
	2. Diagrama de flujo .....	28
	3. Localización de la Empresa .....	28
X.	ORGANIZACIÓN INTERNA .....	29
	1. Organigrama .....	29
	2. Análisis de cargos .....	29
	3. Política de selección de personal.....	32
	4. Políticas de remuneraciones .....	32
XI.	ANÁLISIS FINANCIERO.....	34
	1. Ingresos por venta.....	34
	2. Costos de venta.....	34
	3. Remuneraciones indirectas.....	35
	4. Promoción o publicidad.....	35
	5. Gastos generales.....	35
	6. Gastos de seguridad.....	36
	7. Seguros.....	36
	8. Mantención.....	36
	9. Arriendo.....	37
	10. Gastos de distribución.....	37
	11. Depreciación.....	37
	12. Amortización gastos puesta en marcha.....	38
	13. Gastos financieros.....	38
	14. Impuesto a la renta.....	38
	15. Amortización crédito.....	38
	16. Variación capital de trabajo.....	39
	17. Inversión inicial.....	39
	18. Financiamiento.....	39
	19. Impuesto timbre y estampilla.....	39

20. Tasas de CAPM.....	41
XII. FLUJO DE EFECTIVO.....	42
1. Flujo de efectivo escenario optimista – en UF – con deuda – sin IVA.....	42
2. Flujo de efectivo escenario normal – en UF – con deuda – sin IVA.....	43
3. Flujo de efectivo escenario pesimista – en UF – con deuda – sin IVA.....	44
4. Flujo de efectivo escenario normal – en UF – sin deuda – sin IVA.....	45
XIII. FACTORES DE SENSIBILIZACIÓN.....	46
XIV. MEGATENDENCIAS.....	47
XV. CONCLUSIONES.....	48
XVI. BIBLIOGRAFÍA .....	49
ANEXO .....	50

## INTRODUCCIÓN

Razón de ser de la empresa: “Lavaseco Delivery existe con el objetivo de entregarle tiempo a las personas para que puedan dedicarse a lo que realmente les importa sin tener que dedicarle tiempo al lavado, secado y planchado de ropa”.

Razones personales: Estamos haciendo este proyecto debido a que todos trabajamos, estudiamos y no tenemos suficiente tiempo ni contamos con ayuda en este tipo de labores, por lo que encontramos esta necesidad latente que puede ser cubierta por un servicio de lavado, secado y planchado delivery.

## MODELO CANVAS

SOCIOS	ACTIVIDAD	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN	CLIENTES
-Proveedores de detergentes y suavizantes.	-Monitoreo de los productos recibidos para que coincidan con el pedido entregado. -Establecer rutas estratégicas para recepción y despacho del servicio.	-Lavaseco en tu casa.	-Establecer una relación fluida centrada en la empatía, respeto y comunicación efectiva con los clientes.	-Familias de clase media alta donde el jefe de hogar trabaja jornada completa, por lo que requieren de tiempo para realizar labors del hogar.
	RECURSOS		CANALES	
	-Maquinaria industrial de lavado, secado y planchado. -Vehículo para el retiro y entrega de la ropa. -Detergentes, suavizantes y ablandadores de manchas. -Recurso humano especializado. - Recursos tecnológicos como la aplicación de celular y páina web de la empresa		-Se contactarán a los clientes a través campañas de redes sociales y flyers dados en las comunas donde se entregará el servicio.	
COSTOS		INGRESOS		
-En los costos fijos se contemplan los sueldos del personal, agua, electricidad y arriendo de local. Por otra parte, en los costos variables se encuentran las cantidades de detergente, suavizante, gasolina y mantención de maquinaria.		-Los ingresos se generarán a partir del servicio entregado, los cuales serán a través de efectivo y transbank.		

## I. LA EMPRESA

### 1. Propósito

“El propósito de Lavaseco delivery es satisfacer la demanda de lavado, secado y planchado de ropa, con un servicio que entregue rapidez y confianza”.

### 2. Misión

“La misión de la empresa consiste en ofrecer a las familias de clase media alta de la región metropolitana, donde los jefes de hogar trabajan jornada completa, un servicio de retiro de ropa a domicilio para lavar, secar y/o planchar y finalmente efectuar la entrega del servicio en la dirección que el cliente indique o bien, esperar su retiro, momento en el que se hace el cobro del servicio. De esta manera, pueden despreocuparse de esta tarea y atender a sus asuntos prioritarios.”

### 3. Objetivos según horizonte de tiempo

#### 3.1. Largo plazo: más de 5 años y menos de 10 años.

- Proveedores:
  - Establecer alianzas estratégicas con al menos un proveedor de detergentes, con el fin de masificar la difusión.
- Inversionistas:
  - Abrir al menos dos sucursales fuera de la región metropolitana.
- Trabajadores:
  - Implementar un programa de incentivo económico (un bono anual) conforme a los objetivos logrados durante el año, centrándose en la atención al cliente, la cual será medida a través de encuestas realizadas a través de la aplicación telefónica.
- Sociedad:
  - Utilizar al menos un detergente y un suavizante de ropa que no dañen el medio ambiente.

- Clientes:
  - Ser reconocida, en los premios existentes, como una empresa de excelencia en la satisfacción de clientes, al menos una vez en los primeros años.

### 3.2. Mediano plazo: más de 1 año y menos de 5 años.

- Proveedores:
  - Obtener precios más convenientes al realizar abastecimientos al por mayor en detergentes y suavizantes de ropa, con al menos un proveedor.
- Inversionistas:
  - Recuperar el 100% del capital invertido inicialmente.
- Trabajadores:
  - Contratar al menos seis trabajadores con el fin de que los dueños sólo se ocupen de la administración de la empresa.
- Sociedad:
  - Gestión de reciclaje para el 100% de los envases plásticos de detergentes y suavizantes.
- Clientes:
  - Establecer un programa de fidelización en base a puntos canjeables.

### 3.3 Corto plazo: antes de 12 meses.

- Proveedores:
  - Obtener respaldo publicitario de al menos un proveedor validando el servicio entregado por la empresa.
- Inversionistas:
  - Conseguir utilidades en un año y reinvertir el 50% de ellas.
- Trabajadores:
  - Promover un clima organizacional basado en el respeto, empatía y comunicación efectiva entre clientes y trabajadores.
  - Obtener menos de 3 reclamos internos o externos por mes.

- Sociedad:
  - Desarrollar un programa para optimizar el uso eléctrico en la empresa.
- Clientes:
  - Obtener al menos 4 clientes nuevos cada mes.

#### 4. Factores críticos del éxito

El tiempo es un recurso cada vez más valorado por las personas, por lo que el servicio de lavaseco delivery está orientado a personas que prefieren destinar parte de su tiempo libre a otras actividades que no sean estas tareas domiciliarias.

Adicionalmente, la demanda por estudios vespertinos o compatibilización de dos trabajos es cada vez más común, por lo que los trabajadores necesitan ropa limpia a diario y no tienen tiempo para lavar, secar y planchar, durante la semana.

## II. VARIABLES CIRCUNDANTES GENERALES

1. Socioculturales: El aumento de la participación laboral de las mujeres ha restringido el tiempo disponible para los labores del hogar.

Adicionalmente, existen personas que prefieren no contratar un servicio de asesoría del hogar ya sea por ahorro o por confianza, por lo que deben destinar parte de su tiempo libre a realizar estas tareas.

Sumado a lo anterior, el rol de la vestimenta en el área laboral es cada vez más importancia, debiendo mantener sus prendas limpias y presentables para rotarlas continuamente.

2. Tecnológicas: LavaSeco Delivery pretende ofrecer un servicio confiable y oportuno, donde los clientes podrán revisar mediante una aplicación de celular, la etapa en la cual se encuentra su orden.

Por otra parte, el nivel de tecnología existente en la empresa es alto debido a las maquinarias que se utilizan para llevar a cabo el servicio, por lo que el recurso humano debe ser especializado en conocer y manejar el funcionamiento de las lavadoras, secadoras y planchas, además de su uso con las diferentes telas de ropa.

Adicionalmente, la entrega del servicio se efectuará en un auto, por lo que es necesario que el trabajador encargado de llevar la ropa a domicilio tenga licencia clase B al día.

3. Económicas: Con el gobierno actual se espera que el crecimiento de Chile supere las expectativas iniciales, llegando a un 4% a finales del año 2018, lo que puede ser un factor que motive a las personas a delegar a empresas privadas la realización de tareas domésticas.

Actualmente, en la región metropolitana existen 138 lavasecos, sin embargo, la mayoría no cuenta con servicio delivery, por lo que la empresa ofrece un servicio diferenciado respecto al mercado.

4. Político legales: Para crear la empresa se deberán realizar los siguientes pasos:

- a. Escritura de constitución de sociedad, en el caso de LavaSeco Delivery, una Sociedad por Acciones (SPA), por lo que la participación en el capital es representada por acciones.
- b. Inscripción en registro de comercio, la cual se debe efectuar en el Conservador de Bienes Raíces, presentando dos extractos originales autorizadas por el mismo notario, la escritura de constitución de sociedad y Formulario n°2 “Cobro de Derechos”.
- c. Realizar la publicación en el Diario Oficial en un plazo no mayor a 60 días contados a partir de la fecha registrada en la Escritura de la Sociedad.
- d. Iniciación de Actividades y obtención del RUT (Rol Único Tributario) para que Servicio de Impuestos Internos esté al tanto de la existencia de la empresa.
- e. Documentos Tributarios para cumplir con sus obligaciones tributarias, entre las que se encuentran las boletas de venta, libros contables y facturas.
- f. Solicitud de Permisos Municipales, entre ellos: Patente Comercial para llevar a cabo la actividad de la empresa, Disposición Final de Residuos Industriales Líquidos para monitorear las emisiones a sistemas de alcantarillado, incluyendo cantidad, frecuencia y composición físico-químico de los residuos; Declaración Eléctrica Interior para acreditar las instalaciones eléctricas realizadas al interior de la empresa.

A continuación se describe el marco legal en el cual deberá ser desarrollado el proyecto:

- Ley n°20.190 artículo 424 del Código de Comercio.
- Ley n°20.659 Constitución, modificación y disolución de las sociedades comerciales.
- Ley n°20.170 Determinación del impuesto a la renta de los pequeños contribuyentes.
- Decreto Ley n°825 Impuesto a las ventas y servicios.
- Decreto Ley n°824 Impuesto a la renta.
- Ley n°20.494 Inicio de actividades de nuevas empresas.
- Decreto supremo n°594 Reglamento sobre condiciones sanitarias y ambientales básicas en los lugares de trabajo.
- Ley n°19.300 artículo 64 Bases generales del medio ambiente.
- Ley n°16.744 Aspectos básicos de la higiene industrial.
- Decreto supremo n°40 Prevención de riesgos profesionales.

5. Ambientales: Durante el año 2013, el Ministerio del Medio Ambiente de Chile desarrollo un programa de disminución de huella de carbono denominado “Huella Chile”, buscando facilitar un involucramiento permanente de las organizaciones para enfrentar el cambio climático.

Dado lo anterior, la empresa plantea realizar lo necesario para cooperar con esta iniciativa, por ejemplo el vehículo que utilizará la empresa para recolectar y entregar la ropa será de bajo consumo de combustible, se mantendrá un eficiente uso de la electricidad con luces de apagado automático y a largo plazo se proyecta el uso de detergentes y suavizantes de ropa que contaminen lo menos posible el medio ambiente.

### III. VARIABLES CIRCUNDANTES ESPECÍFICAS

1. Competidores potenciales: Lavanderías actuales en caso de incluir delivery en su servicio.

- Economía de escala: barrera de entrada baja, debido a que el diseño de una ruta estratégica con el uso de gps en el vehículo para mantener el control de consumo de combustible, es fácil de implementar.
- Diferenciación del Producto: barrera de entrada media, debido a que la única limitación al incluir en el servicio la recolección y entrega de la ropa a domicilio, es el costo.
- Identificación de la marca: barrera de entrada media, debido a que el nombre de la marca no es asociada rápidamente al servicio que ofrece.
- Costo de cambio: barrera de entrada baja, debido a que la decisión de cambio considera pocos factores como satisfacción, atención y precio del servicio.
- Acceso a canales de distribución: barrera de entrada baja, debido a que los canales de distribución son propios.
- Experiencia requerida: barrera de entrada media, debido a la inexperiencia, sin embargo, se puede mitigar a través de capacitaciones.
- Facilidad de acceso de la tecnología: barrera de entrada es baja, debido a que la tecnología requerida es de fácil acceso.
- Medidas proteccionistas del gobierno: barreras de entrada bajas, debido a que el gobierno Chileno no tiene regulaciones proteccionistas dentro del rubro.

LavaSeco Delivery compite en una industria donde existe una alta probabilidad de que emprendedores se incorporen al mercado, debido a que la inversión inicial no es alta y la necesidad de tener ropa limpia y seca es permanente. Así mismo, las barreras de entrada en el rubro son mayoritariamente bajas.

2. Competidores actuales: lavanderías ubicadas en la región metropolitana que ofrecen el mismo servicio que LavaSeco Delivery, como por ejemplo:

“Mr. Wash” y “Easy laundry”, las cuales poseen aplicación para celulares y una amplia cobertura, mayor a 5 comunas cada una.

## 2.1. Grado de rivalidad

- Concentración y equilibrio: ambas empresas señaladas, comparten ciertas comunas en la cobertura por lo que la concentración sería media ya que son solo dos compañías.
- Crecimiento de la industria: debido a que la necesidad de optar por un servicio de lavado de ropa con delivery ha surgido solo en los últimos años, la posibilidad de optar a clientes nuevos es aún elevada.
- Costo de almacenamiento: no corresponde a este rubro ya que el servicio implica la devolución de la ropa y no a su almacenamiento.
- Diferenciación del producto: la diferenciación del servicio se centra en el cuidado del medio ambiente y la atención al cliente.
- Costos de cambio: a los clientes se les hará fácil cambiarse de empresa a medida que valoren la diferenciación en beneficio del medio ambiente, concepto que actualmente se conoce como ecofriendly.

## 2.2. Barreras de salida

- Especialización de los activos: barrera de salida alta debido a que las maquinarias son especializadas en cada función, ya sea en lavado, secado o planchado.
- Barreras emocionales: barreras de salida bajas, debido a que los lazos emocionales con la empresa no poseen la suficiente fuerza para dejar el rubro en caso de fracaso o de existir una mejor opción en otro rubro.
- Restricciones gubernamentales o sociales: barreras de salida bajas, ya que el gobierno chileno no obliga al funcionamiento de las empresas de este rubro.

Dado lo anterior, tanto el grado de rivalidad como las barreras de salida en este rubro son bajas, debido a la existencia de altas posibilidades de adquirir mercado nuevo y porque no existen mayores inconvenientes en salir de la industria.

3. Competidores sustitutos: asesoras del hogar y lavanderías que no ofrecen servicio delivery.

- ¿Existen o no? Sí, se mencionaron anteriormente.
- ¿Son perfectos o imperfectos? Son imperfectos debido a que existe diferencia en

cuanto al retiro y entrega de la ropa y cuidado del medio ambiente para los casos en que el cliente este preocupado de este ámbito.

- Relación de precio: media, debido a que el servicio a domicilio tiene un costo adicional, sin embargo, existen costos indirectos como lo es el agua y la luz en el caso de una asesora de hogar o de bencina en caso de una lavandería sin servicio delivery.

Por lo anterior, el grado de rivalidad con los competidores sustitutos es media debido a que si bien existen diferencias, estas son mínimas.

#### 4. Proveedores:

##### 4.1. Poder de negociación

- Número de proveedores: alto cantidad de proveedores.
- Amenaza de los proveedores de integración hacia delante: medias, ya que el costo es el principal factor que determinará si un proveedor se introduce en el mercado.
- Nivel de importancia del insumo para la empresa en términos de calidad requerida: alta, debido a que los detergentes son requisito esencial para el desarrollo del servicio.
- Nivel de importancia del insumo en cuanto al desembolso implicado (costo): bajos, ya que existe una oferta que permite un alto grado en negociación.
- Facilidad de cambio de proveedor: alta, debido a la gran cantidad de alternativas de detergentes en el mercado.

Dado lo anterior, el poder de negociación de los proveedores es bajo ya que existe una gran cantidad de oferta de detergentes en el mercado, los cuales tienen precios similares dependiendo de su calidad comparable.

#### 5. Clientes:

##### 5.1. Poder de negociación

- Número de compradores importantes: bajo ya que existen potenciales compradores importantes, estos son escasos.
- Costo de cambio del comprador: bajo ya que cada cliente representa un bajo porcentaje del costo de producción.
- Amenaza de los compradores de integración hacia atrás: bajo, debido a que la

empresa es productora y distribuidora.

- Rentabilidad de los compradores: bajo, ya que el servicio es de fácil adquisición.

Nivel de compras de los clientes en relación a las ventas de la empresa: bajo, ya que un cliente en particular representa un bajo porcentaje de las ventas de la empresa.

Nivel de importancia del producto de la empresa para los compradores: bajo, ya que existen otras opciones para satisfacer su necesidad de lavar, secar y planchar ropa en caso de inconveniente.

Dado lo anterior, el poder de negociación de los clientes es bajo ya que no afectan mayormente a la rentabilidad y costos de producción de la empresa.

#### IV. ANÁLISIS FODA

<p><b>MATRIZ FODA</b></p>	<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistema de seguimiento del servicio.</li> <li>• Implementación de tecnología para mejorar la experiencia.</li> <li>• Personal técnico capacitado.</li> <li>• Implementación de sistema ecofriendly.</li> </ul>	<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de promoción y publicidad.</li> <li>• Desconocimiento del Mercado.</li> </ul>
<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicho de Mercado poco explotado.</li> <li>• Alto poder adquisitivo del segment meta.</li> </ul>	<p><b>(FO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovar para captar más clientes.</li> <li>• Con los bajos costos de implementación se puede optar a mejores tecnologías.</li> </ul>	<p><b>(DO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se generará información de Mercado para su desarrollo y obtención de posibles beneficios.</li> </ul>
<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesoras del hogar.</li> <li>• Lavasecos consolidados en el Mercado.</li> </ul>	<p><b>(FA)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persona capacitado en el tratamiento de las prendas.</li> <li>• Pocas lavanderías que cuentan con un sistema de seguimiento.</li> </ul>	<p><b>(DA)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se deberá aumentar la promoción para ser una empresa consolidada en el Mercado.</li> </ul>

## V. ESTRATEGIA GENERICA

1. Diferenciación Enfocada: La empresa está dirigida a familias de clase media alta donde los jefes de hogar trabajan jornada completa, para entregarles un servicio conforme a sus necesidades, enriqueciendo la experiencia adquirida en cada pedido solicitado.

Este servicio incluye el retiro de ropa, lavado, secado, planchado y entrega en la dirección que indique el cliente.

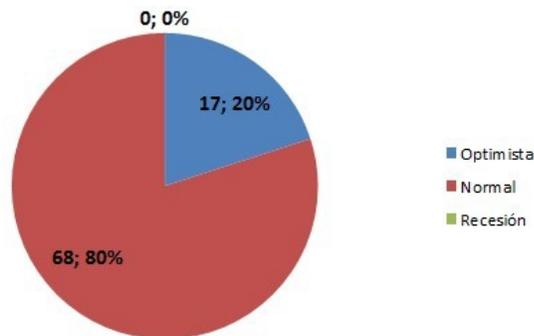
## VI. EL ESTUDIO DE MERCADO

### 1. La investigación de Mercado:

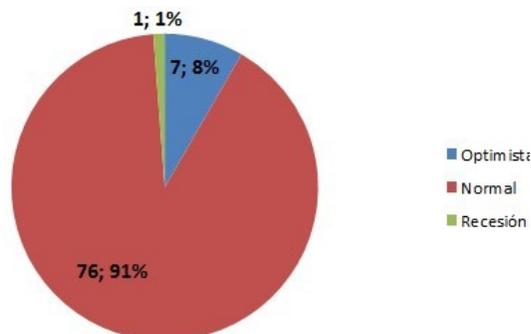
Para concluir la demanda Real, Precios y Proyectar la futura Demanda, se entrevistaron a dos trabajadores de dos lavanderías distintas, “ProntoMatic” y “Lavaseco Lyon”, ambas ubicadas en la comuna de Providencia.

Además, se realizó una encuesta en la misma comuna mencionada anteriormente (Anexo n°1), a la que respondieron 84 personas, de esta encuesta se pudieron establecer los siguientes resultados:

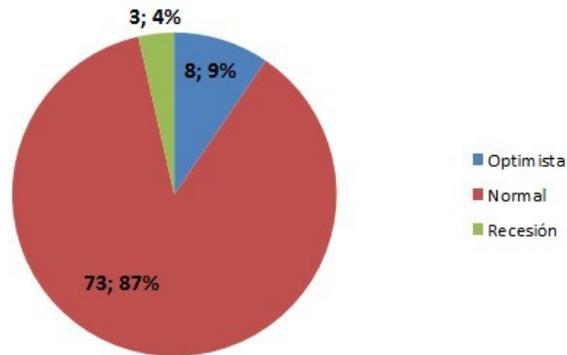
- Para la pregunta ¿Cuántas veces utilizaría el Servicio?, el 80% de los encuestados indicó que lo utilizaría 3 veces al mes, que viene a representar el escenario Normal del servicio, mientras que un potencial de clientes utilizaría el 1 o más veces a la semana, que viene a representar un 20% en el mejor escenario.



- Para la pregunta ¿Cuánto estarías dispuesto pagar por este servicio?, el 91% de los encuestados seleccionó la opción entre \$ 10.000 y \$ 13.000, el 8% escogió la opción de un precio de \$ 13.001 y \$ 15.000, y tan solo 1% seleccionó la opción entre \$15.001 y \$17.000:



- Para la pregunta ¿Cuántos kilos lavarías?, el 87% de los encuestados seleccionó la opción lavar entre 3 y 6 Kilos, el 9% escogió la opción de más de 11 Kilos y tan solo el 3% opto por la opción hasta 3 Kilos.



#### Conclusión:

Como conclusión, la encuesta permitió establecer que las personas consideran un precio adecuado del servicio de \$13.000 y que 5 kilos de ropa sería la carga más habitual por cada vez que se utilice el servicio de lavado, planchado y despacho, además de saber el uso que le darían al Servicio, lo que facilitó establecer la demanda real mensual y anual. A su vez, la encuesta en conjunto con las entrevistas proyectaron un aumento de la demanda en un esenario optimistas de 20% en un plazo de 10 años, de 10% en un esenario normal y 0% en esenario pesimista.

2) Estimación de la Demanda:

La Demanda real estimada que enfrentará la empresa, está calculada en un horario de atención que será de lunes a sábado, la cual será la siguiente:

	Cantidad de Kilos por días	Precio por 5 kilos de ropa	Total Pesos día	Kilos por Mes	Total \$ al mes
Optimista	190k (38 cargas de 5 kilos cada una)	\$13.000	\$494.000	4.940	\$12.844.000
Normal	120k (24 cargas de 5 kilos cada una)	\$13.000	\$312.000	3.120	\$8.112.000
Pesimista	90k (18 cargas de 5 kilos cada una)	\$13.000	\$234.000	2.340	\$6.084.000

Como se menciona anteriormente, en el escenario optimista la demanda aumentará en un 20% por lo que las cargas de ropa incrementarán un 20%, mientras que en el escenario normal el aumento de la demanda es de un 10% y en el escenario pesimista la demanda no enfrentará cambios, manteniendo los resultados.

En el siguiente cuadro se indica la cantidad de cargas por año en forma progresiva, es importante tener en cuenta que cada carga es de 5 kilos.

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Optimista (20%)	11.856,0 cargas	12.093,1 cargas	12.335,0 cargas	12.581,7 cargas	12.833,3 cargas	13.090,0 cargas	13.351,8 cargas	13.618,8 cargas	13.891,2 cargas	14.169,0 cargas
Normal (10%)	7.488,0 cargas	7.562,9 cargas	7.638,5 cargas	7.714,9 cargas	7.792,0 cargas	7.870,0 cargas	7.948,7 cargas	8.028,1 cargas	8.108,4 cargas	8.189,5 cargas
Pesimista	5.616,0 cargas									

3) Definición Estrategia Comercial:

a) Definición mercado objetivo: El mercado objetivo de la empresa son las familias que viven en la comuna de Providencia, donde el(la) jefe(a) del hogar trabaja tiempo completo.

b) Posicionamiento: La empresa será reconocida por ser la más confiable, rápida y preocupada por la vestimenta de los clientes.

Las variables que caracterizan al Mercado objetivo son las siguientes:

- Geográfica: El área territorial en la cual se distribuirá el servicio será la comuna de Providencia, en la ciudad de Santiago, Chile.
- Demográfica: Hombres o mujeres mayores de 21 años que trabajen tiempo completo.
- Personalidad: Personas que necesiten utilizar su tiempo en temas personales o dedicarlos a la familia, y que requieren del servicio de lavado, secado y planchado de manera rápida y cómoda.

c) Definición Estrategia Comercial (4P).

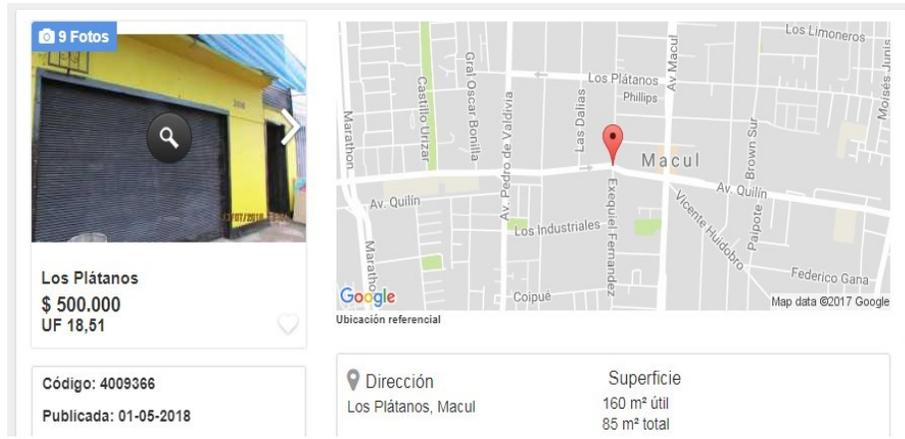
- Producto: El servicio consta del retiro de la ropa desde los domicilios que indiquen los clientes y devolverla lavada, secada y planchada en la dirección especificada por ellos.
- Precio: El precio ha sido definido mediante información generada por encuestas, precio que en un periodo de 10 años no será modificado en ninguno de los tres escenarios:

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Optimista	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000
Normal	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000
Malo	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000	\$13.000

- Plaza: El servicio se entregará mediante un vehículo utilitario que efectuará el retiro y la entrega a domicilio de la ropa lavada y planchada, servicio que estará disponible para la comuna de Providencia.

Esta manera de entregar el servicio es la más rápida para atender a los clientes. Adicionalmente se podrán definir rutas para optimizar tanto la entrega como el retiro de la ropa.

La empresa se ubicará en la comuna de Macul, ya que tanto el acceso como el costo de arriendo cumplen con la mejor relación precio y cercanía a la comuna de Providencia:



- Promoción: En un comienzo el servicio se dará a conocer en las recepciones de los edificios ubicados en la comuna de Providencia.

A su vez, a través de una agencia de comunicación especializada se realizará publicidad en redes sociales de forma permanente.

## VII. ESTUDIO TÉCNICO

### 1. Capacidad De Producción

Los factores que se definen como restricción de capacidad están dados por horas hombre y horas máquina. Estos factores son esenciales para la entrega del servicio ofrecido.

- El factor de horas hombre está definido por 2 operarios con una capacidad de producción de 45 horas semanales cada uno, las cuales son distribuidas en 6 días a la semana, de lunes a sábado.
- El factor de horas máquina, está definido por 3 máquinas de lavado industrial con una capacidad de 8 kilos, las cuales realizan una carga en 30 minutos. Modelo (Guiabrau HS-6008).

Además de 4 máquinas de secado industrial con una capacidad de 10 kilos cada 45 minutos. Modelo (MDG30PD).

### 2. Calcular la cantidad ofrecida

- Como factor trabajo se consideran 2 operarios que en conjunto trabajan 90 horas semanales.
- En el factor maquinaria se considera que cada máquina está en funcionamiento 12 horas al día.

La unidad de medida que se ocupará es 1 unidad equivalente a 5 kilos de ropa lavada, secada y planchada.

En la siguiente tabla se muestra el total de capacidad ofrecida en kilos y en cargas por cada maquinaria, además del factor trabajo.

	Día	semana	mes	Año
Operarios	16 horas	96 horas	384 horas	4.608 horas
Lavadora (kilos)	270 kilos	1.620 kilos	6.480 kilos	77.760 kilos
Secadora (kilos)	240 kilos	1.440 kilos	5.760 kilos	69.120 kilos
	día	semana	mes	Año
Operarios	16 horas	96 horas	384 horas	4.608 horas
Lavadora (cargas)	54 cargas	324 cargas	1.296 cargas	15.552 cargas
Secadora (cargas)	48 cargas	288 cargas	1.152 cargas	13.824 cargas

Escenario pesimista:

	Demanda	Capacidad	Cantidad a Vender
año 1	5.616,0 cargas	13.824 cargas	5.616,0 cargas
año 2	5.616,0 cargas	13.824 cargas	5.616,0 cargas
año 3	5.616,0 cargas	13.824 cargas	5.616,0 cargas
año 4	5.616,0 cargas	13.824 cargas	5.616,0 cargas
año 5	5.616,0 cargas	13.824 cargas	5.616,0 cargas
año 6	5.616,0 cargas	13.824 cargas	5.616,0 cargas
año 7	5.616,0 cargas	13.824 cargas	5.616,0 cargas
año 8	5.616,0 cargas	13.824 cargas	5.616,0 cargas
año 9	5.616,0 cargas	13.824 cargas	5.616,0 cargas
año 10	5.616,0 cargas	13.824 cargas	5.616,0 cargas

Escenario normal:

	Demanda	Capacidad	Cantidad a Vender
año 1	7.488,0 cargas	13.824 cargas	7.488,0 cargas
año 2	7.562,9 cargas	13.824 cargas	7.562,9 cargas
año 3	7.638,5 cargas	13.824 cargas	7.638,5 cargas
año 4	7.714,9 cargas	13.824 cargas	7.714,9 cargas
año 5	7.792,0 cargas	13.824 cargas	7.792,0 cargas
año 6	7.870,0 cargas	13.824 cargas	7.870,0 cargas
año 7	7.948,7 cargas	13.824 cargas	7.948,7 cargas
año 8	8.028,1 cargas	13.824 cargas	8.028,1 cargas
año 9	8.108,4 cargas	13.824 cargas	8.108,4 cargas
año 10	8.189,5 cargas	13.824 cargas	8.189,5 cargas

### Escenario optimista

	Demanda	Capacidad	Cantidad a Vender
año 1	11.856,0 cargas	13.824 cargas	11.856,0 cargas
año 2	12.093,1 cargas	13.824 cargas	12.093,1 cargas
año 3	12.335,0 cargas	13.824 cargas	12.335,0 cargas
año 4	12.581,7 cargas	13.824 cargas	12.581,7 cargas
año 5	12.833,3 cargas	13.824 cargas	12.833,3 cargas
año 6	13.090,0 cargas	13.824 cargas	13.090,0 cargas
año 7	13.351,8 cargas	13.824 cargas	13.351,8 cargas
año 8	13.618,8 cargas	13.824 cargas	13.618,8 cargas
año 9	13.891,2 cargas	13.824 cargas	13.891,2 cargas
año 10	14.169,0 cargas	13.824 cargas	14.169,0 cargas

Como se estima un aumento de la demanda, para poder cubrirla y no tener demanda insatisfecha, se tendrá que adquirir nueva maquinaria para poder satisfacer las necesidades de los clientes, la nueva adquisición que se tendrá que realizar en el año 9 del escenario optimista es:

- Máquinas de secado industrial con una capacidad de 10 kilos cada 45 minutos (MDG30PD).

Con esta nueva compra se podrá cubrir la demanda en los años siguientes sin problema, con una capacidad de 17.280 cargas al año.

	día	semana	mes	año
Operarios	16 horas	96 horas	384 horas	4.608 horas
Lavadora	54	320	1296	15.552
Secadora	60	360	1440	17.280

Escenario optimista con maquina nueva

	Demanda	Capacidad	Cantidad a Vender
año 1	11.856,0 cargas	13.824 cargas	11.856,0 cargas
año 2	12.093,1 cargas	13.824 cargas	12.093,1 cargas
año 3	12.335,0 cargas	13.824 cargas	12.335,0 cargas
año 4	12.581,7 cargas	13.824 cargas	12.581,7 cargas
año 5	12.833,3 cargas	13.824 cargas	12.833,3 cargas
año 6	13.090,0 cargas	13.824 cargas	13.090,0 cargas
año 7	13.351,8 cargas	13.824 cargas	13.351,8 cargas
año 8	13.618,8 cargas	13.824 cargas	13.618,8 cargas
año 9	13.891,2 cargas	15.552 cargas	13.891,2 cargas
año 10	14.169,0 cargas	15.552 cargas	14.169,0 cargas

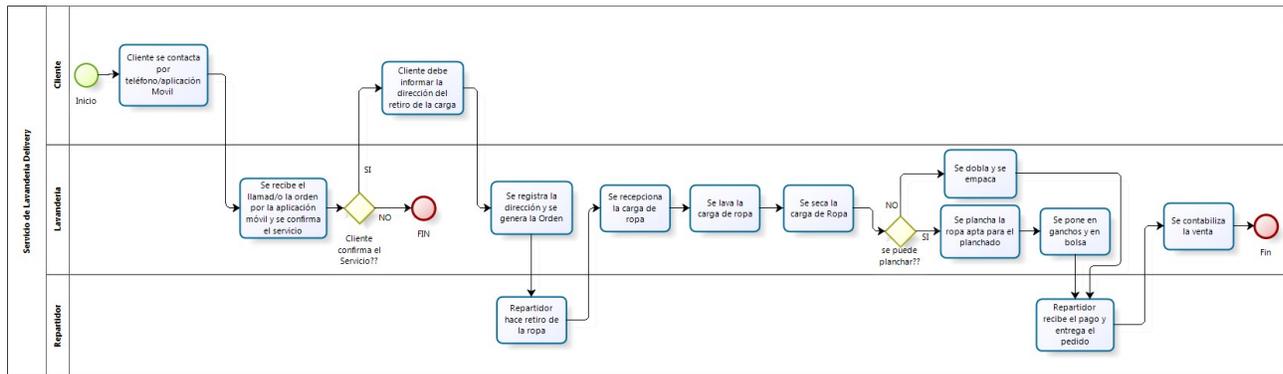
## VIII. PROCESOS DE PRODUCCIÓN

### 1. Procesos de producción

Este proceso cuenta con los siguientes pasos a seguir para entregar un servicio óptimo a los clientes de Lavaseco delivery:

- a) Retiro de ropa a domicilio: el repartidor va a retirar la ropa al domicilio que indiquen los clientes, en este proceso la ropa es embolsada y etiquetada con un código.
- b) Recepción de ropa: la ropa es recibida por los operarios, donde es pesada y puesta en canastos.
- c) Lavado: la ropa, que desde este punto será llamada “carga”, es introducida en la maquina lavadora y comienza el ciclo que dura 30 minutos en completarse.
- d) Secado: la carga completa es introducida a la maquina secadora donde completará un ciclo de 45 minutos, al cabo de este tiempo la ropa estará completamente seca.
- e) Planchado: en esta etapa la carga de ropa es planchada. Es importante tener en cuenta que la ropa interior no se considera en este proceso.
- f) Empaquetado: la carga completa es empaquetada y puesta en el área de despacho.
- g) Despacho: es la última etapa del proceso donde el repartidor entrega la ropa en el domicilio correspondiente y se hace el pago del servicio, ya sea a través de transbank o efectivo.

## 2. Diagrama de flujo



## 3. Localización de la Empresa

La empresa estará ubicada en la comuna de Macul, a tan solo 20 minutos del corazón de Providencia. El local escogido cuenta con 85 metros cuadrados construidos y en total, 160 metros cuadrados de superficie, los que permiten una capacidad suficiente para implementar el negocio y para aumentar la cantidad de maquinarias en caso que se requiera.

Como se prevé que la demanda aumentará y será necesario comprar más maquinaria, este local es ideal porque cumple con el espacio requerido.

Los motivos por los que se escogió, son:

- Superficie
- Valor mensual de 18.9UF
- Ubicación

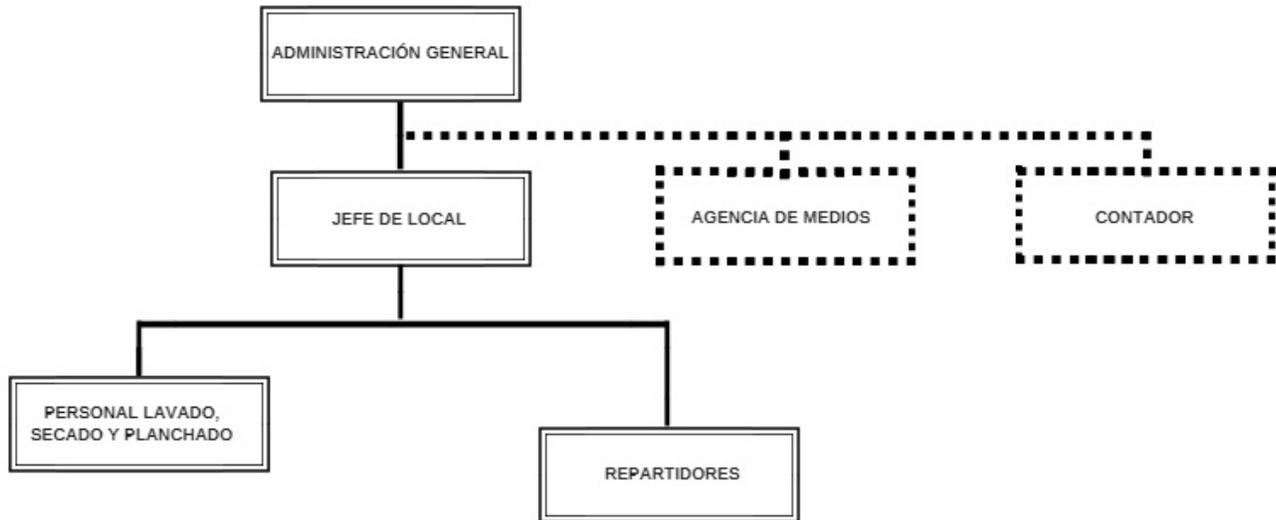
La propiedad será arrendada por un valor de UF 18,51 mensuales y cabe señalar, que un local con similares características en Providencia supera en 350% el valor de arriendo de la propiedad.

Dirección Ezequiel Fernández 2616, Macul



## IX. Organización interna

### 1. Organigrama



### 2. Análisis de cargos:

#### A) Identificación del cargo:

- Nombre del cargo: Administrador general
  - Número de ocupantes: 1
  - Dependencia: Dueños
  - Personas a cargo: 1
- Nombre del cargo: Jefe de local
  - Número de ocupantes: 1
  - Dependencia: Administrador general
  - Personas a cargo: 4
- Nombre del cargo: Personal de lavado, secado y planchado
  - Número de ocupantes: 2
  - Dependencia: sin dependencia.
  - Personas a cargo: sin personas a cargo.
- Nombre del cargo: Repartidor
  - Número de ocupantes: 2
  - Dependencia: sin dependencia.
  - Personas a cargo: sin personas a cargo.

- B) Descripción del cargo
- a) Objetivos del cargo
- Administrador general:
    - Hacer eficiente el uso de los recursos.
    - Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.
  - Jefe de local:
    - Dirigir, orientar y supervisar al personal de lavado, secado, planchado y repartidores en el cumplimiento de cada pedido.
    - Evaluar y relacionarse con proveedores.
  - Personal de lavado, secado y planchado:
    - Ejecutar proceso estipulado por la administración para satisfacer el pedido.
  - Repartidores:
    - Enlazar al cliente con la sucursal.
- b) Funciones del cargo:
- Administrador general:
    - Recolectar información acerca del desempeño del local.
    - Diseñar procedimientos para las actividades de los trabajadores.
    - Organizar reuniones de brainstorming
    - Recolectar información de retroalimentación del personal
  - Jefe de local:
    - Registrar compras de detergentes y efectuar pedidos a proveedores.
    - Establecer rutas eficientes para los repartidores.
    - Registrar los pedidos de clientes.
    - Indicar al personal de lavado, secado y planchado los pedidos de cada cliente.
  - Personal de lavado, secado y planchado:
    - Recibir los pedidos y separarlos por clientes.
    - Separar la ropa por color y telas para lavar, secar y planchar según sus características.
    - Entregar a los repartidores la ropa que se encuentra lista para ser devuelta.
  - Repartidores:
    - Retirar e ir a dejar la ropa en dirección que los clientes indiquen.

c) Especificación del Cargo:

- Administración general:
  - Nivel de estudios: Técnico o Universitario
  - Profesión: Técnico en Administración de Empresa, Ingeniero en Administración de Empresa o Ingeniero Comercial
  - Experiencia: al menos 1 año en administración de local.
  - Sexo: Femenino o masculino.
  - Conocimientos: Solidez en área de administración y programas computacionales como Excel.
  - Aptitudes: Habilidades de comunicación, negociación, liderazgo, empatía y pro actividad.
- Jefe de local:
  - Nivel de estudio: Técnico o universitario.
  - Profesión: Técnico o Universitario
  - Profesión: Técnico en Administración de Empresa, Ingeniero en Administración
  - Experiencia: No se requiere.
  - Sexo: Femenino o masculino.
  - Conocimientos: Sólidos conocimientos en área de administración y programas computacionales como excel.
  - Aptitudes: Habilidades de comunicación, negociación, liderazgo, empatía, pro actividad y orientación al cliente.
- Personal de lavado, secado y planchado:
  - Nivel de estudios: No se requiere.
  - Profesión: No se requiere.
  - Experiencia: Al menos 1 año en área textil.
  - Sexo: Femenino o masculino.
  - Conocimientos: Solidez en área textil y maquinaria de lavado, secado y planchado industrial.
  - Aptitudes: Buena disposición para acatar órdenes, proactivo, cuidadoso con la ropa, orientación al logro, trabajo en equipo y orientación al cliente.
- Repartidores:
  - Nivel de estudios: No se requiere.
  - Profesión: No se requiere.
  - Experiencia: Al menos 2 años con licencia clase B.

- Sexo: Femenino o masculino.
- Conocimientos: Solidez en normas del tránsito y orientación de calles.
- Aptitudes: Buena disposición para acatar órdenes, orientación al logro, trabajo en equipo, orientación al cliente y habilidades de comunicación.

3. Política de selección de personal

A) Reclutamiento:

a) Fuentes de reclutamiento: externa, todo el personal se busca en el mercado.

b) Medio de reclutamiento:

- Avisos en internet.
- Avisos en diarios.
- Avisos en universidades.

B) Pre-selección y selección:

Técnicas de pre-selección: todos los postulantes deberán asistir a una entrevista y realizar un test psicológico, independiente del cargo al que postulen.

Finalmente, será el jefe directo quien evaluará la viabilidad de la contratación y decidirá al respecto.

4. Políticas de remuneraciones:

A) Estructura de remuneraciones: A continuación se indican los sueldos mensual y anual en \$ y anual en UF de cada trabajador.

Cargo	Vacantes	Sueldo Bruto Mensual (\$)	Sueldo Bruto Anual (\$)	Sueldo Bruto Anual (UF)
Administrador general	1	\$1.200.000	\$14.400.000	UF 531,33
Jefe de local	1	\$896.000	\$10.752.000	UF 396,73
Personal de lavado, secado y planchado	2	\$448.888	\$5.386.656	UF 198,76
Repartidores	2	\$392.000	\$4.704.000	UF 173,57

A continuación se indican los sueldos anuales en UF, para la mano de obra directa.

Cabe señalar que las contrataciones se mantienen fijas con excepción del escenario optimista, en el que se considera la contratación de un repartidor el cuarto año.

Adicionalmente se indica que conforme a las políticas de remuneración de la empresa, en períodos de recesión, no se efectuará aumento de sueldo distinto al del ajuste de IPC. Además, por concepto de antigüedad, en el escenario normal, el sueldo incrementa en UF 0,3 y en escenario de auge en UF 0,5 anual.

Año	Administrador General			Jefe de Local			Personal de Lavado, Secado y Planchado			Repartidores		
	Escenario Pesimista (UF)	Escenario Normal (UF)	Escenario Optimista (UF)	Escenario Pesimista (UF)	Escenario Normal (UF)	Escenario Optimista (UF)	Escenario Pesimista (UF)	Escenario Normal (UF)	Escenario Optimista (UF)	Escenario Pesimista (UF)	Escenario Normal (UF)	Escenario Optimista (UF)
1	531,33	531,33	531,33	396,73	396,73	396,73	397,51	397,51	397,51	347,13	347,13	347,13
2	531,33	531,63	531,83	396,73	397,03	397,23	397,51	398,11	398,51	347,13	347,73	348,13
3	531,33	531,93	532,33	396,73	397,33	397,73	397,51	398,71	399,51	347,13	348,33	349,13
4	531,33	532,23	532,83	396,73	397,63	398,23	397,51	399,31	400,51	347,13	348,93	350,13
5	531,33	532,53	533,33	396,73	397,93	398,73	397,51	399,91	401,51	347,13	349,53	351,13
6	531,33	532,83	533,83	396,73	398,23	399,23	397,51	400,51	402,51	347,13	350,13	352,13
7	531,33	533,13	534,33	396,73	398,53	399,73	397,51	401,11	403,51	347,13	350,73	353,13
8	531,33	533,43	534,83	396,73	398,83	400,23	397,51	401,71	404,51	347,13	351,33	354,13
9	531,33	533,73	535,33	396,73	399,13	400,73	397,51	402,31	405,51	347,13	351,93	355,13
10	531,33	534,03	535,83	396,73	399,43	401,23	397,51	402,91	406,51	347,13	352,53	356,13

## X. ANÁLISIS FINANCIERO

### 1. Ingresos por Venta:

- Escenario Optimista: Según la demanda de 38 cargas diarias de 5 kilos c/u por un precio de \$13.000 por cada carga sin variación, se ha proyectado un crecimiento anual sostenido de un 2% por 10 años.
- Escenario Normal: Según la demanda de 24 cargas diarias de 5 kilos c/u por un precio de \$13.000 por cada carga sin variación, se ha proyectado un crecimiento anual sostenido de un 1% por 10 años.
- Escenario Pesimista: Según la demanda de 18 cargas diarias de 5 kilos c/upor un precio de \$ 13.000 por cada carga sin variación, no se ha proyectado crecimiento anual por 10 años.

A continuación se detallan las cantidades anuales en UF según los tres tipos de escenarios, considerando el valor UF de \$27.101,88.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Optimista	5.686,99	5.800,73	5.916,74	6.035,07	6.155,78	6.278,89	6.404,47	6.532,56	6.663,21	6.796,47
Normal	3.591,78	3.627,71	3.663,97	3.700,62	3.737,60	3.775,01	3.812,77	3.850,85	3.889,37	3.928,27
Pesimista	2.693,84	2.693,84	2.693,84	2.693,84	2.693,84	2.693,84	2.693,84	2.693,84	2.693,84	2.693,84

### 2. Costo de Venta:

- Escenario Optimista: Se ha considerado según la demanda que los sueldos se incrementaran anualmente en 0,5UF por el periodo de 10 años. Además el costo de Venta incluye la metería prima que tiene un aumento anual constante de un 2% por los 10 años.
- Escenario Normal: Se ha considerado según la demanda que los sueldos se incrementaran anualmente en 0,3UF por el periodo de 10 años. Además el costo de Venta incluye la metería prima que tiene un aumento anual constante de un 1% por los 10 años.
- Escenario Pesimista: Se ha considerado según la demanda que los sueldos se mantendrán fijos por el periodo de 10 años. Además el costo de Venta incluye que la metería prima anual se mantendrá constante por los 10 años.

A continuación se detallan las cantidades anuales en UF según los tres tipos de escenarios:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Optimista	1.797,40	1.800,42	1.803,44	1.806,46	1.809,48	1.812,50	1.815,52	1.818,54	1.821,56	1.824,58
Normal	1.751,45	1.753,26	1.755,07	1.756,88	1.758,69	1.760,50	1.762,31	1.764,12	1.765,93	1.767,74
Pesimista	1.731,76	1.731,76	1.731,76	1.731,76	1.731,76	1.731,76	1.731,76	1.731,76	1.731,76	1.731,76

### 3. Remuneraciones Indirectas:

En los escenarios Optimista, Normal y Pesimista, se ha considerado un gasto anual por servicios entregados por el Contador en forma permanente y sin variaciones.

A continuación se detallan las cantidades anuales en UF según los tres tipos de escenarios:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Optimista	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97
Normal	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97
Pesimista	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97

### 4. Promoción o publicidad:

Hemos considerado que la manera en que se realizará la publicidad (redes sociales) no involucrará costos asociados a esta gestión, por este motivo lo hemos excluido del flujo.

### 5. Gastos Generales:

-Escenario Optimista: En este ítems se han incluido gastos como el pago de patente, luz, agua, artículos de aseo y teléfono. Estos gastos tendrán un incremento anual constante del 2% por un periodo de 10 años debido a una mayor demanda.

-Escenario Normal: En este ítems se han incluido gastos como el pago de patente, luz, agua, artículos de aseo y teléfono. Estos gastos tendrán un incremento anual constante del 1% por un periodo de 10 años debido a una mayor demanda.

-Escenario Pesimista: En este ítems se han incluido gastos como el pago de patente, luz, agua, artículos de aseo y teléfono. Estos gastos tendrán un gasto permanente por un periodo de 10 años debido a la demanda.

A continuación se detallan las cantidades anuales en UF según los tres tipos de escenarios:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Optimista	60,16	60,18	60,20	60,22	60,24	60,26	60,28	60,30	60,32	60,34
Normal	60,15	60,16	60,17	60,18	60,19	60,20	60,21	60,22	60,23	60,24
Pesimista	60,14	60,14	60,14	60,14	60,14	60,14	60,14	60,14	60,14	60,14

#### 6. Gastos de Seguridad:

No se han considerado gastos por este concepto, por lo que será excluido del flujo.

#### 7. Seguros:

En los escenarios Optimista, Normal y Pesimista se ha considerado solamente un gasto por seguro automotriz en forma permanente sin variaciones por un periodo de 10 años.

A continuación se detallan las cantidades anuales en UF según los tres tipos de escenarios:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Optimista	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11
Normal	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11
Pesimista	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11

#### 8. Mantenición:

-Escenario Optimista: Se ha considerado el mantenimiento de 7 máquinas los primeros 8 años, distribuidas en 3 lavadoras y 4 secadoras. Luego la demanda permitirá comprar una nueva máquina, lo que provocará aumentar la mantención en 2,52 UF anuales desde el año 9 en adelante en forma permanente.

-Escenarios Normal y Pesimista: No tendrán variaciones por el periodo de los 10 años.

A continuación se detallan las cantidades anuales en UF según los tres tipos de escenarios:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Optimista	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	21,34	21,34
Normal	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82
Pesimista	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82

## 9. Arriendo:

En los escenarios Optimista, Normal y Pesimista se ha considerado un gasto por arriendo en forma permanente sin variaciones por un periodo de 10 años.

A continuación se detallan las cantidades anuales en UF según los tres tipos de escenarios:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Optimista	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39
Normal	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39
Pesimista	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39

## 10. Gastos Distribución:

En los escenarios Optimista, Normal y Pesimista se ha considerado un gasto por Distribución en forma permanente sin variaciones por un periodo de 10 años.

A continuación se detallan las cantidades anuales en UF según los tres tipos de escenarios:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Optimista	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28
Normal	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28
Pesimista	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28

## 11. Depreciación:

-Escenario Optimista: Se ha considerado una depreciación respecto de las 7 máquinas los primeros 8 años, distribuidas en 3 lavadoras y 4 secadoras más un vehículo. Luego la demanda permitirá comprar una nueva máquina en el año 9, lo que provocará aumentar la depreciación en 2,46 UF anuales desde el año 9 en adelante.

-Escenarios Normal y Pesimista: No tendrán variaciones por el periodo de los 10 años, dado que no se incluirán nuevas máquinas ni vehículos.

A continuación se detallan las cantidades anuales en UF según los tres tipos de escenarios:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Optimista	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	46,33	46,33
Normal	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28
Pesimista	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28

## 12. Amort. Gastos Puesta en Marcha:

En los escenarios Optimista, Normal y Pesimista se ha considerado un gasto por la puesta en marcha en forma permanente y distribuido por un periodo de 5 años por iguales cantidades.

A continuación se detallan las cantidades anuales en UF según los tres tipos de escenarios:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Optimista	99,26	99,26	99,26	99,26	99,26
Normal	99,26	99,26	99,26	99,26	99,26
Pesimista	99,26	99,26	99,26	99,26	99,26

## 13. Gastos Financieros:

Producto del pago del crédito, en los escenarios Optimista, Normal y Pesimista la entidad financiera nos cobrará intereses por un periodo de 5 años, según el siguiente detalle anual:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Optimista	29,21	24,05	18,23	11,69	4,33
Normal	29,21	24,05	18,23	11,69	4,33
Pesimista	29,21	24,05	18,23	11,69	4,33

## 14. Impuesto a la Renta:

En los escenarios Optimista, Normal y Pesimista, el impuesto a la renta será el mismo para todo el periodo de los 10 años, según se detalla:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Optimista	27%	27%	27%	27%	27%	27%	27%	27%	27%	27%
Normal	27%	27%	27%	27%	27%	27%	27%	27%	27%	27%
Pesimista	27%	27%	27%	27%	27%	27%	27%	27%	27%	27%

## 15. Amortización Crédito:

En los escenarios Optimista, Normal y Pesimista, la entidad que nos financiará el crédito nos ha calculado cuotas iguales por el periodo que duré el crédito, según el siguiente detalle:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Optimista	75,15	75,15	75,15	75,15	75,15
Normal	75,15	75,15	75,15	75,15	75,15
Pesimista	75,15	75,15	75,15	75,15	75,15

#### 16. Variación Capital de Trabajo:

En los escenarios Optimista, Normal y Pesimista, la variación de Capital de Trabajo resultó ser la misma para el periodo de los 5 años, según el siguiente detalle:

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Optimista	5,92	5,92	5,92	5,92	5,92
Normal	5,92	5,92	5,92	5,92	5,92
Pesimista	5,92	5,92	5,92	5,92	5,92

#### 17. Inversión Inicial:

En los escenarios Optimista, Normal y Pesimista se ha considerado una misma Inversión Inicial para adquirir las 7 máquinas, gastos legales, seguridad (cámaras) y un pago de arriendo, tal como se detalla en la siguiente cantidad en UF:

	Año 0
Optimista	496,28
Normal	496,28
Pesimista	496,28

#### 18. Financiamiento:

En los escenarios Optimista, Normal y Pesimista los socios solicitarán a la entidad financiera un mismo monto de crédito, que servirá para preparar el local según las necesidades que se requieren y la compra de un furgón para repartir y recoger las prendas de vestir, tal como se detalla en la siguiente cantidad en UF:

	Año 0
Optimista	264,35
Normal	264,35
Pesimista	264,35

#### 11. Impuesto timbre y estampilla:

En los escenarios Optimista, Normal y Pesimista se deberán pagar los impuestos y estampilla, tal

como se detalla en la siguiente cantidad en UF:

	Año 0
Optimista	2,11
Normal	2,11
Pesimista	2,11

## Tasas de CAPM

### Betas

Se ocuparon 3 betas distintos para calcular los CAPM:

1. Obtenido de la tabla de Aswath Damodaran, se consideró 0,8 ya que es el beta de recreación y es la importancia que dan las personas.
2. Considerando la elasticidad ingreso se obtuvo un beta de 1,21 por ser un bien superior.
3. Beta de 7,5 dado por un ejecutivo del banco BBVA.

Considerando los betas indicados anteriormente, se obtienen tres CAPM:

-8,58%

-12,07%

-65,53%

## XI. FLUJO DE EFECTIVO

### FLUJO DE EFECTIVO ESCENARIO OPTIMISTA CON DEUDA – EN UF – SIN IVA

FLUJO DE CAJA CON DEUDA ESCENARIO OPTIMISTA											
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos por venta	0,0	5.686,99	5.800,73	5.916,74	6.035,07	6.155,78	6.278,89	6.404,47	6.532,56	6.663,21	6.796,47
(Costo de venta)	0,0	1.797,40	1.800,42	1.803,44	1.806,46	1.809,48	1.812,50	1.815,52	1.818,54	1.821,56	1.824,58
<b>MARGEN BRUTO</b>		<b>3.889,59</b>	<b>4.000,31</b>	<b>4.113,30</b>	<b>4.228,62</b>	<b>4.346,30</b>	<b>4.466,40</b>	<b>4.588,95</b>	<b>4.714,02</b>	<b>4.841,65</b>	<b>4.971,90</b>
(Remuneraciones Indirectas)		16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97
(Gastos generales)		60,16	60,18	60,20	60,22	60,24	60,26	60,28	60,30	60,32	60,34
(Seguros)		1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11
(Mantenión)		18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82
(Arriendo)		221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39
(Gastos Distribución)		44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28
(Depreciación)		43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87
<b>TOTAL COSTOS OPERACIONALES</b>		<b>406,60</b>	<b>406,62</b>	<b>406,64</b>	<b>406,66</b>	<b>406,68</b>	<b>406,70</b>	<b>406,72</b>	<b>406,74</b>	<b>411,74</b>	<b>411,76</b>
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>		<b>3.482,99</b>	<b>3.593,69</b>	<b>3.706,66</b>	<b>3.821,96</b>	<b>3.939,62</b>	<b>4.059,69</b>	<b>4.182,23</b>	<b>4.307,28</b>	<b>4.429,91</b>	<b>4.560,14</b>
(Amort.Gastos Puesta en Marcha)		99,26	99,26	99,26	99,26	99,26	99,26	99,26	99,26	99,26	99,26
(Gastos Financieros)		29,21	24,05	18,23	11,69	4,33					
<b>UTILIDAD ANTES IMPUESTO</b>		<b>3.354,52</b>	<b>3.470,39</b>	<b>3.589,17</b>	<b>3.711,01</b>	<b>3.836,04</b>	<b>4.059,69</b>	<b>4.182,23</b>	<b>4.307,28</b>	<b>4.429,91</b>	<b>4.560,14</b>
(Impuesto a la Renta)		905,72	937,00	969,08	1.001,97	1.035,73	1.096,12	1.129,20	1.162,97	1.196,08	1.231,24
Valor de Venta de la Empresa											
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>2.448,80</b>	<b>2.533,38</b>	<b>2.620,10</b>	<b>2.709,04</b>	<b>2.800,31</b>	<b>2.963,58</b>	<b>3.053,03</b>	<b>3.144,32</b>	<b>3.233,84</b>	<b>3.323,90</b>
Depreciación		43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87
Amort. Gastos Puesta en Marcha		99,26	99,26	99,26	99,26	99,26	99,26	99,26	99,26	99,26	99,26
(Amonización Crédito)		75,15	75,15	75,15	75,15	75,15	75,15	75,15	75,15	75,15	75,15
(Variación Capital de Trabajo)		5,92	5,93	5,93	5,94	5,95	5,96	5,97	5,98	5,99	6,00
(Inversión Inicial)		496,28									
Crédito											
(Impuesto timbre y estampilla)		2,11									
(Reinversión)											
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>		<b>-234,0</b>	<b>2.510,86</b>	<b>2.595,43</b>	<b>2.682,14</b>	<b>2.771,07</b>	<b>2.862,33</b>	<b>3.001,49</b>	<b>3.182,21</b>	<b>3.274,18</b>	<b>3.369,35</b>
PR (años)		< de un año									
					TASA	8,58%	12,07%	65,53%		TIR %	10,76
					VAN UF	24,097,13	19,861,07	3,853,11			



FLUJO DE EFECTIVO ESCENARIO PESIMISTA CON DEUDA – EN UF – SIN IVA

FLUJO DE CAJA CON DEUDA ESCENARIO PESIMISTA											
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos por venta	0,0	2.693,84	2.693,84	2.693,84	2.693,84	2.693,84	2.693,84	2.693,84	2.693,84	2.693,84	2.693,84
(Costo de venta)	0,0	1.731,76	1.731,76	1.731,76	1.731,76	1.731,76	1.731,76	1.731,76	1.731,76	1.731,76	1.731,76
<b>MARGEN BRUTO</b>		<b>962,08</b>									
(Remuneraciones Indirectas)		16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97
(Gastos generales)		60,14	60,14	60,14	60,14	60,14	60,14	60,14	60,14	60,14	60,14
(Seguros)		1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11
(Mantenimiento)		18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82
(Arriendo)		221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39
(Gastos Distribución)		44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28
(Depreciación)		43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87
<b>TOTAL COSTOS OPERACIONALES</b>		<b>406,58</b>									
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>		<b>555,49</b>	<b>555,50</b>								
(Amort. Gastos Puesta en Marcha)		99,26	99,26	99,26	99,26	99,26					
(Gastos Financieros)		29,21	24,05	18,23	11,99	4,33					
<b>UTILIDAD ANTES IMPUESTO</b>		<b>427,03</b>	<b>432,20</b>	<b>438,01</b>	<b>444,55</b>	<b>451,92</b>	<b>455,50</b>	<b>455,50</b>	<b>455,50</b>	<b>455,50</b>	<b>455,50</b>
(Impuesto a la Renta)		115,30	116,69	118,26	120,03	122,02	149,98	149,98	149,98	149,98	149,98
Valor de Venta de la Empresa											1.547,08
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>311,73</b>	<b>315,50</b>	<b>319,75</b>	<b>324,52</b>	<b>329,90</b>	<b>405,51</b>	<b>405,51</b>	<b>405,51</b>	<b>405,51</b>	<b>1.952,59</b>
Depreciación		43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87
Amort. Gastos Puesta en Marcha		99,26	99,26	99,26	99,26	99,26					
(Amortización Crédito)		75,15	75,15	75,15	75,15	75,15					
(Variación Capital de Trabajo)		5,74	5,74	5,74	5,74	5,74					
(Inversión Inicial)	496,28										
Crédito	264,35										
(Impuesto timbre y estampilla)	2,11										
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>-234,0</b>	<b>535,7</b>	<b>539,5</b>	<b>543,8</b>	<b>548,5</b>	<b>553,9</b>	<b>455,1</b>	<b>455,1</b>	<b>455,1</b>	<b>455,1</b>	<b>2.002,2</b>
PR (años) < de un año											
					TASA	8,58%	12,07%	65,53%		TIR (%)	2,30
					VAN UF	3.768,54	3.143,17	585,45			

FLUJO DE EFECTIVO ESCENARIO NORMAL SIN DEUDA – EN UF – SIN IVA

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos por venta	0,0	3.591,78	3.627,71	3.663,97	3.700,62	3.737,60	3.775,01	3.812,77	3.850,85	3.889,37	3.928,27
(Costo de venta)	0,0	1.751,45	1.751,76	1.752,07	1.752,38	1.752,69	1.753,00	1.753,31	1.753,62	1.753,93	1.754,24
<b>MARGEN BRUTO</b>		<b>1.840,33</b>	<b>1.875,94</b>	<b>1.911,90</b>	<b>1.948,24</b>	<b>1.984,91</b>	<b>2.022,01</b>	<b>2.059,45</b>	<b>2.097,23</b>	<b>2.135,44</b>	<b>2.174,03</b>
(Remuneraciones Indirectas)		16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97	16,97
(Gastos generales)		60,15	60,16	60,17	60,18	60,19	60,20	60,21	60,22	60,23	60,24
(Seguros)		1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11	1,11
(Mantenimiento)		18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82	18,82
(Arriendo)		221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39	221,39
(Gastos Distribución)		44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28	44,28
(Depreciación)		43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87
<b>TOTAL COSTOS OPERACIONALES</b>		<b>406,59</b>	<b>406,60</b>	<b>406,61</b>	<b>406,62</b>	<b>406,63</b>	<b>406,64</b>	<b>406,65</b>	<b>406,66</b>	<b>406,67</b>	<b>406,68</b>
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>		<b>1.433,74</b>	<b>1.469,34</b>	<b>1.505,29</b>	<b>1.541,61</b>	<b>1.578,28</b>	<b>1.615,37</b>	<b>1.652,80</b>	<b>1.690,57</b>	<b>1.728,77</b>	<b>1.767,35</b>
(Amort Gastos Puesta en Marcha)		152,12	152,12	152,12	152,12	152,12	152,12	152,12	152,12	152,12	152,12
<b>UTILIDAD ANTES IMPUESTO</b>		<b>1.281,61</b>	<b>1.317,22</b>	<b>1.353,16</b>	<b>1.389,49</b>	<b>1.426,15</b>	<b>1.465,37</b>	<b>1.505,68</b>	<b>1.546,45</b>	<b>1.588,65</b>	<b>1.631,23</b>
(Impuesto a la Renta)		346,04	355,65	365,35	375,16	385,06	395,06	405,15	415,26	425,45	435,71
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>935,58</b>	<b>961,57</b>	<b>987,81</b>	<b>1.014,33</b>	<b>1.041,09</b>	<b>1.079,22</b>	<b>1.120,55</b>	<b>1.164,19</b>	<b>1.210,20</b>	<b>1.265,52</b>
Depreciación		43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87	43,87
Amort. Gastos Puesta en Marcha		152,12	152,12	152,12	152,12	152,12	152,12	152,12	152,12	152,12	152,12
(Variación Capital de Trabajo)		5,79	5,79	5,79	5,79	5,80	5,80	5,80	5,80	5,80	5,80
(Inversión Inicial)	760,62										
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>-760,62</b>	<b>1.137,4</b>	<b>1.163,4</b>	<b>1.189,6</b>	<b>1.216,1</b>	<b>1.242,9</b>	<b>1.270,9</b>	<b>1.300,2</b>	<b>1.330,9</b>	<b>1.363,0</b>	<b>1.396,5</b>
PR (años)		< de un año									
TASA				8,59%	12,07%	16,65%	21,33%	26,01%	30,69%	35,37%	40,05%
VAN UF				9.396,35	\$7.677,71	6.222,11	4.922,11	3.812,77	2.850,85	2.097,23	1.542,24
TIR (%)				65,53%							

## XII. FACTOR DE SENSIBILIZACIÓN

1. Optimista: con relación a los ingresos en el escenario los ingresos están considerado aumentar en un 20 porciento en un plazo de 10 años es decir un 2 porciento al año. Los egresos han sido considerados en la misma proporción del aumento del ingreso es decir un 2 por ciento anual, con relación al periodo nueve los egresos aumentan debido a una reinversión que se realizará debido a la compra de una nueva máquina para satisfacer la demanda, también los egresos por parte de las remuneraciones tuvieron un aumento de 0,5 UF por año, los ingresos logran cubrir los egresos obteniendo utilidades.
2. Normal: con relación a los ingresos en éste escenario los ingresos están considerado aumentar en un 10 porciento en un plazo de 10 años es decir un 1 porciento al año. Los egresos han sido considerados en la misma proporción del aumento del ingreso es decir un 1 porciento anual, también los egresos aumentaron un 0,3 UF anuales debido al aumento de las remuneraciones, con relación al periodo los ingresos logran cubrir los egresos obteniendo utilidades.
3. Pesimista: con relación a los ingresos en este escenario los ingresos están considerado sin aumento es decir se mantienen constates, los egresos se cumple que son constante sin aumentos en el periodo de 10 años, con relación al periodo los ingresos logran cubrir los egresos obteniendo utilidades menores a los otros escenarios

### XIII. MEGATENDENCIAS

Esta propuesta de servicio se hace eco de las megatendencias de Naisbitt que apuntan a la humanización y el uso de las tecnologías como fuentes de liberación y comodidad para el ser humano.

En esta línea, la premisa es, entregar un servicio que permita a los clientes hacer uso de su tiempo para estar con sus seres queridos o realizar actividades más apasionantes o significativas que el lavado de la ropa, permitiendo así un aumento en la calidad de vida de ellos.

Por otro lado la incorporación de una aplicación para realizar las solicitudes de servicio y mantenerse informado de las etapas del servicio va en la misma dirección anterior, ofreciendo información útil que genera confianza y seguridad, así como la posibilidad de planificar sus tiempos de una manera más eficiente.

Además, el compromiso del servicio es utilizar productos de lavado que sigan la línea del apoyo al medio ambiente, siendo referente para clientes que buscan empresas conscientes y respetuosas con el ecosistema.

Con respecto a otras tendencias que pueden relacionarse con el proyecto, se puede mencionar el aumento de la expectativa de vida, cada vez hay más personas mayores con actividad e independencia, por lo que un servicio de las características ofrecidas en este proyecto puede resultar altamente atractivo para este tipo de cliente, siendo de ayuda a su comodidad y libertad.

A lo anterior se suma el concepto de servicio al cliente requiere una actualización constante y una capacitación importante al persona, ya que los clientes cada vez están más informados y con un gran poder a través de las redes sociales, lo que puede jugar en contra si la empresa no es consecuente y coherente entre lo que dice y hace.

En este tipo de servicio es importante mencionar el factor reparto. Las principales tendencias tienen en cuenta la posibilidad de realizar reparto automatizado y sin la necesidad un empleado humano, todo esto a través del uso de drones. Si bien es una tendencia que aún requiere de mucha legislación, no es menor considerar esta posibilidad teniendo en cuenta las características de un servicio con retiro y entrega a domicilio.

#### XIV. CONCLUSIONES

Una vez terminado el proceso de desarrollo de este proyecto, se puede mencionar que los resultados arrojan expectativas bastante auspiciosas para el logro de los objetivos planteados. En el cálculo del VAN, en todos los escenarios se aprecia que el proyecto es rentable, lo que aumenta las posibilidades de acceder a un crédito y del mismo modo, optar a una cuota pagable a través de lo que los flujos pueden generar. Además, el periodo de recuperación indica que la inversión se recupera en un plazo breve, por lo que se vuelve altamente atractivo para inversionistas potenciales. A su vez, en razón de la escasa competencia en el sector, es más probable que ocurra un escenario normal o uno optimista, situación que permitiría una reinversión en el proyecto, adquiriendo nuevas maquinarias y aumentando la utilidad si todos los demás factores siguen fijos.

Lo anterior permite concluir que el proyecto tiene la capacidad de ser escalable, pudiendo extender la red de sucursales a otras comunas, logrando así uno de los objetivos a largo plazo que es instalarse en comunas fuera de la Región Metropolitana.

Estos aspectos, principalmente financieros, permiten un alto grado de confianza en el proyecto a la hora de plantear la posibilidad de generar alianzas estratégicas que aumenten la participación de mercado.

En aspectos productivos, se puede mencionar que el proyecto opera en una planta de tamaño óptimo permitiendo operar con el menor costo posible y con alta eficiencia, es decir, se espera operar en un nivel óptimo de producción.

En otros aspectos se puede concluir que el proyecto está bien orientado de acuerdo a las tendencias hacia el futuro, principalmente desde la calidad de servicio al cliente, el apoyo al medio ambiente, el uso de tecnologías y la inspiración de entregar un servicio que permita al cliente disponer de mayor tiempo libre para actividades más placenteras, otorgándole un aporte a su  
calidad de vida.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Sitios Web:
  - <http://www.intertrade.cl/>
  - <http://www.emol.com/noticias/tendencias/2016/07/01/810477/eres-ecofriendly-conoce-las-10acciones-con-las-que-puedes-convertirte-en-uno.html>
  - <http://portal.mma.gob.cl/cambio-climatico/cc-02-5-programa-nacional-de-gestion-del-carbono-huellachile/http://www.grn.cl/huella-de-carbono.html>
  - <https://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/procedimiento-simple-para-crear-empresas>
  - <http://www.derecho-chile.cl/pasos-para-crear-una-empresa-en-chile-resumen/>
  - <https://www.portalinmobiliario.com/arriendo/local/macul-metropolitana/4009366-los-platanos-uda>
2. Apuntes clases.
  - Evaluación de Proyectos, Orlando Rojas, primer semestre 2018.
  - Proyecto de Emprendimiento, Carolina Vita, primer semestre 2018.
3. Entrevista.

## ANEXO

Encuesta de evaluación: Consumo de lavado, secado y planchado delivery.

La siguiente encuesta tiene el objetivo de conocer si existe la necesidad de un servicio delivery de lavado y planchado por parte de trabajadores que viva en Providencia.

Edad \_\_\_\_ años

Sexo: F \_\_\_\_ M

1. ¿Usas servicio de lavandería? (Si respondes afirmativamente, continua con la encuesta)  
 Sí  
 No
2. ¿ Con qué frecuencia ocupas el servicio de lavandería? (Marca opción más representativa)  
 Una vez a la semana o más.  
 3 veces por mes.  
 2 veces por mes.  
 1 vez al mes.
3. ¿Qué día sueles solicitar el servicio?
4. ¿Cuánta ropa envías a la lavandería?  
 Hasta 3 kilos.  
 Entre 3 y 6 kilos.  
 Entre 7 y 10 kilos.  
 Más de 11 kilos.
5. ¿Te gustaría un servicio delivery de lavado, secado y planchado?  
 Sí  
 No
6. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un servicio de lavado, planchado y secado delivery?  
 Entre \$10.000.- y \$13.000.- por 5 kilos.  
 Entre \$13.001.- y \$15.000.- por 5 kilos.  
 Entre \$15.001.- y \$17.000.- por 5 kilos.  
 Otro monto: