

UNIVERSIDAD GABRIELA MISTRAL

FACULTAD DE NEGOCIOS, INGENIERIA Y ARTES DIGITALES
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL



SECURITY MAGALLANES

Srta. Natalie Hardy Cattaneo / Srta. Andrea Riffo Suitt / Sr. Hardy Weissohn Rubin
Sra. Carolina Vita

ENERO DE 2018
SANTIAGO DE CHILE

UNIVERSIDAD GABRIELA MISTRAL

FACULTAD DE NEGOCIOS, INGENIERIA Y ARTES DIGITALES
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL



SECURITY MAGALLANES

Srta. Natalie Hardy Cattaneo / Srta. Andrea Rizzo Suitt / Sr. Hardy Weissohn Rubin
Sra. Carolina Vita

ENERO DE 2018
SANTIAGO DE CHILE

RESUMEN EJECUTIVO

Propósito

Security Magallanes es una empresa prestadora de servicios de seguridad de la empresa se fundamenta en la necesidad latente de seguridad en los hogares de la región de Magallanes, entregando un servicio íntegro y personalizado que logre un gran impacto en la población, consiguiendo recuperar la tranquilidad de los habitantes de esta localidad.

Misión

Security Magallanes es una empresa prestadora de servicios de seguridad. La empresa se fundamenta en la necesidad latente de seguridad en los hogares de la región de Magallanes, entregando un servicio íntegro y personalizado que logre un gran impacto en la población, consiguiendo recuperar la tranquilidad de los habitantes de esta localidad.

Objetivos de la empresa

- Recuperar el 100% del capital invertido inicialmente
- Generar una buena comunicación, de forma directa y confiable entre clientes y la empresa.
- Posicionarse en el mercado Magallánico.

Variables Circundantes generales

Socio – Culturales

Para el óptimo entendimiento del análisis de las variables socioculturales es menester definir los siguientes tecnicismos:

Victimización general: los hogares que han sido víctimas de “delitos contra la propiedad”.

Temor: Es un índice multivariado de temor al delito, que se considera las siguientes percepciones sobre la evolución de la delincuencia.

El gran aumento de la población en el sector se debe a que familias de grandes ciudades se trasladan a Punta Arenas para una mejor calidad de vida y los bajos costos en pasajes de avión para trasladarse a la región de Magallanes, provocó el crecimiento del porcentaje de victimización general y nivel de temor en la región, los cuales se encuentran en un 30.7% y 8.4% respectivamente.

También se debe agregar el hecho de que las empresas de seguridad existentes en la región a pesar de vender sus servicios, no cuentan con instalaciones, lo que provoca que ante cualquier situación de peligro de sus clientes estos no podrán brindar el servicio completo que sí brindan en otras regiones por el sólo hecho de tener establecimientos en el lugar. Esto genera un malestar en los magallánicos ya que se sienten inseguros y desprotegidos.

Tecnológicas

Security Magallanes pretende ofrecer a los hogares de la región, variados servicios estos se clasifican en paquetes de seguridad, que se presentan a la comunidad con el objetivo de satisfacer por completo la necesidad de protección y tranquilidad de sus hogares y familias.

Para el correcto desarrollo del proyecto, existe una amplia oferta de los dispositivos que se requieren para ofrecer un servicio innovador y eficiente dentro del mercado chino. Para la obtención de estos se necesita realizar los trámites pertinentes para importarlos.

Se debe buscar trabajadores con las competencias mínimas para desenvolverse y lograr ofrecer un servicio de calidad a la comunidad magallánica.

Económicas

La economía chilena viene arrastrando una desaceleración importante en el crecimiento del país que viene afectando a la región en los últimos años. Con la última actualización de las proyecciones que realizó el Ministerio de Hacienda, la economía acumulará durante este gobierno el crecimiento promedio más bajo en los últimos 27 años. Sin embargo, es altamente probable que el próximo gobierno sea pro emprendimiento e innovación.

Si el país sigue manteniendo una desaceleración económica sostenida, resulta auspicioso para la empresa en corto plazo, ya que los aumentos de desempleo hacen que aumente la delincuencia, lo que provoca el aumento de necesidad de seguridad. En el largo de plazo, al mejorar la economía, significará un beneficio directo para el mercado, ya que los consumidores estarán dispuestos a pagar por este tipo de servicios a un precio elevado. Security Magallanes importará todos sus productos de China, por lo que el tipo de cambio es una variable relevante ya que puede influir en la rentabilidad de la empresa.

Político – Legales

Una evaluación de expertos internacionales, considera a Chile como un país seguro para la creación de un nuevo negocio en comparación a sus pares Sudamericanos, esto es debido a un menor coste de vida, seguridad para crear nuevos negocios y mercados flexibles en temas de contratación laboral. La constitución de la sociedad, será de carácter responsabilidad limitada la cual se rige bajo las leyes descritas en el código civil, código de comercio y código tributario. Para esto, se requiere de un abogado que redacte y legalice ante un notario, un borrador de la escritura de la empresa. Una vez realizada la certificación de la escritura, se procede a efectuar los trámites en el servicio de impuestos internos y la obtención de la patente comercial en la municipalidad.

Finalmente, se debe considerar que la empresa debe cumplir con la normativa básica que estable el régimen de tributación de la legislación chilena, pagando el valor del impuesto agregado, impuesto

a la renta (en caso de ser dueño de establecimiento), contribuciones, entre otros mencionados en la escritura pública de la constitución de la sociedad.

Ambientales

Security Magallanes, estará ubicado en una casa en el centro de la capital de la región, la cual solo tendrá fines de prestación de servicios, por lo cual cabe señalar que esta se regirá bajo un giro comercial, que debe estar sujeto a todas las normativas de higiene y salud que establece el código laboral de Chile y su legislación en general, además deberá cumplir con los estándares establecidos en la Norma ISO 14.001 y de esta forma evitar problemas con la municipalidad y patentes.

Los artículos electrónicos están compuestos principalmente de metal, plástico y vidrio, por lo que deben recibir diversos tratamientos en el proceso de reciclaje, es por ello que, como empresa, al realizar mantenciones y/o cambio de equipos, los residuos generados serán retirados por una empresa autorizada, con el objetivo de dar cumplimiento a lo establecido en la Ley N°20.920.”

Variables Circundantes Específicas

Competidores Actuales

En la Región de Magallanes debido al aumento de la delincuencia y la falta de eficacia de las empresas de seguridad que se encuentran actualmente en la región, el negocio de la seguridad es sumamente atractivo. Es por esto que nuestra empresa se diferenciará de las futuras empresas competidoras ofreciendo servicios novedosos y brindando el apoyo necesario a las víctimas.

A continuación, se expondrán las empresas que se encuentran en la industria:

- ATS Magallanes
- ADT

Grado de rivalidad en el sector

- **Concentración y equilibrio:** Rivalidad Alta
- **Crecimiento de la industria:** El negocio de seguridad ha ido creciendo en los últimos años, debido a que las personas se sienten más vulnerables.
- **Diferenciación del producto:** Security Magallanes se diferenciará en la eficacia y eficiencia de hacer el servicio ya que habrá un margen de error pequeño en falsas alarmas y existirá un apoyo a las víctimas de manera rápida y presencial

Barreras de Salida de la industria: Medias

- **Especialización de los activos:** Barreras bajas
- **Barreras Emocionales:** Barreras altas
- **Restricciones gubernamentales o sociales:** Barreras Bajas

Competidores Potenciales

Security Magallanes compete en una industria donde existe una probabilidad alta de que empresarios de la región les interese entrar a este mercado si la proyección de crecimiento de los índices de delincuencia en la zona sigue aumentando.

Barreras de entrada: medias-bajas

- **Inversión necesaria:** monto de inversión alto.
- **Costos de cambio:** altos (existen contratos con plazos iniciales de 6 meses mínimo)
- **Economías de escala:** empresa ADT tiene la mayor participación de mercado.

Competidores Sustitutos

Un competidor sustituto son los propios clientes que pueden adquirir el sistema operativo directamente a través de importadoras de productos (Ali Express, Amazon). Esta alternativa permite a los propietarios tener un mayor control sobre sus hogares, pero cabe destacar que es un sustituto imperfecto, ya que la necesidad insatisfecha existente no se satisface de la misma manera.

Poder de Negociación de los Clientes: Nivel medio

El público objetivo de la empresa se define como familias y personas de la región de Magallanes con un ingreso medio alto que se sienten inseguros dentro de su hogar dado a distintos factores que provocaron un aumento en la delincuencia.

- **Costo de cambio del comprador:** nivel medio
- **Nivel de importancia del producto de la empresa para los compradores:** nivel alto.
- **Amenaza de los compradores de integración hacia atrás:** nivel medio-bajo.

Poder de Negociación de los Proveedores: Nivel medio

- **Número de Proveedores:** Security Magallanes tiene como proveedores a tres empresas (ANRAN, FUERS, WAYTRONIC). El poder de negociación es de nivel medio.
- **Facilidad de cambio para el proveedor:** nivel bajo
- **Nivel de importancia del insumo para la empresa en términos de calidad:** nivel alto. Parlantes de Waytronic.

Definición Estratégica Competitiva Genérica.

La estrategia utilizada por Security Magallanes es “**diferenciación con enfoque**”

Estimación de Demanda

Año	ESCENARIO OPTIMISTA		ESCENARIO NORMAL		ESCENARIO PESIMISTA	
	ventas en UF	Crecimiento	ventas en UF	Crecimiento	ventas en UF	Crecimiento
1	13.452	13%	13.452	10%	13.452	10%
2	15.200,76	13%	14.797,20	10%	14.797,20	10%
3	17.176,86	13%	16.276,92	10%	16.276,92	10%
4	19.409,85	11%	17.904,61	10%	17.904,61	8%
5	21.544,93	10%	19.695,07	10%	19.336,98	8%
6	23.699,42	10%	21.664,58	8%	20.883,94	6%
7	26.069,36	8%	23.397,75	8%	22.135,98	6%
8	28.154,91	6%	25.269,57	6%	23.465,20	5%
9	29.844,21	6%	26.785,74	6%	24.638,46	4%
10	31.634,86	5%	28.392,88	5%	25.623,00	4%

Posicionamiento

La estrategia de posicionamiento utilizada por Security Magallanes es “Beneficio buscado”, ésta se justifica porque nuestros clientes tienen una necesidad insatisfecha de seguridad que la empresa se encargara de solucionar. Entregando un servicio completo e innovador de alarmas, se preocupará de mantener seguros y satisfechos a todos sus clientes.

Precio

La estrategia de precios que se utilizará para los tres servicios que corresponden a Plan Básico y Premium para hogares y Plan empresas para las empresas será la siguiente: Security Magallanes utilizará la estrategia de precios competitivos, ya que ésta es una empresa nueva que recién se está introduciendo al mercado magallánico. Para los años siguientes cuando la empresa esté mejor posicionada en la población magallánica se seguirá utilizando la misma estrategia.

El cliente deberá pagar el valor mensual + costos de instalación

Planes		
Servicio	Valor plan mensual	Valor mensual en UF
Plan Básico	37238,53	1,4
Plan Premium	45218,215	1,7
Plan empresas	93096,325	3,5

Instalaciones		
Servicio	Valor plan mensual	Valor mensual en UF
Plan Básico	230000	8,65
Plan Premium	380.000	14,29
Plan empresas	500.000	18,80

Monto inversión inicial

La inversión inicial será de 5842,86 UF, correspondiente al Activo fijo, Derechos municipales, Honorarios, Legalización de la empresa, Publicidad y promoción, Puesta en Marcha, Capital de trabajo.

Beta y tasas de Descuento

Betas	Criterios	Valor
β_1	Regresión ADT/S&P	1,078
β_2	Ponderación Betas de Empresas Similares	1,174
β_3	Criterio Equipo	1,3

Estimación de la TIR

TIR en todos los escenarios

TIR Escenario Normal	TIR Escenario Optimista	TIR Escenario Pesimista
64%	69%	63%

Estimación del VAN

Escenario normal

Escenario Normal			
	Regresión ADT/S&P	Ponderación Betas de Empresas Similares	Criterio Equipo
Beta	1,078	1,174	1,3
CAPM	9,25%	9,92%	10,79%
VAN (UF)	98.476,14	93.225,92	86.876,65

Escenario Optimista

Escenario Optimista			
Fuente	Regresión ADT/S&P	Ponderación Betas de Empresas Similares	Criterio Equipo
Beta	1,078	1,174	1,3
CAPM	9,25%	9,92%	10,79%
VAN (UF)	115.293,22	109.170,62	101.766,71

Escenario Pesimista

Escenario Pesimista			
Fuente	Regresión ADT/S&P	Ponderación Betas de Empresas Similares	Criterio Equipo
Beta	1,078	1,174	1,3
CAPM	9,25%	9,92%	10,79%
VAN (UF)	87.235,8	82.623,7	77.043,39

INDICE

I.	INTRODUCCION.....	1
	1. El Negocio	1
	CANVAS.....	3
	2. Razones Personales del Proyecto	4
II.	PLANIFICACION DE LA EMPRESA.....	5
	1. Propósito	5
	2. Misión	6
	3. Objetivos según Horizonte de Tiempo	7
	3.1. Objetivos de Largo Plazo (5 – 10 años)	7
	3.2. Objetivos de Mediano Plazo (1 – 5 años)	7
	3.3. Objetivos de Corto Plazo (Hasta 12 meses)	8
	4. Factores críticos del éxito	9
III.	ANALISIS DEL SECTOR INDUSTRIAL	10
	1. Variables Circundantes Generales.....	10
	1.1. Socio-Culturales	10
	1.2. Tecnológicos.....	11
	1.3. Económicos	13
	1.4. Político-Legales	14
	1.5. Ambientales	15
	2. Variables Circundantes Especificas	16
	2.1. Competidores Actuales.....	16
	2.2. Competidores Potenciales	19
	2.3. Competidores Sustitutos.....	20
	2.4. Poder de Negociación de los Clientes	21
	2.5. Poder de Negociación de los Proveedores	23
	3. Análisis FODA.....	24
	4. Definición Estrategia Competitiva Genérica	26

IV. ESTUDIO DE MERCADO.....	27
1. Investigación de Mercado.....	27
2. Estimación de la Demanda	43
2.1. Estimación demanda año 1 escenarios normal, optimista y pesimista.....	43
2.2. Estimación demanda para los 10 años escenario normal, optimista y pesimista.....	48
3. Estrategia Comercial.....	52
3.1. Mercado Objetivo.....	52
3.2. Posicionamiento	55
3.3. Mezcla comercial	55
3.3.1 Producto.....	55
3.3.2 Precio.....	57
3.3.3 Plaza.....	59
3.3.4 Promoción.....	59
V. ESTUDIO TECNICO	60
1. Capacidad de Producción o de prestación del servicio.....	60
1.1 Factores determinantes de la capacidad	60
1.2 Capacidad tres escenarios y 10 años.....	62
2. Proceso de Producción o de prestación del servicio.....	66
3. Estudio de Localización de la empresa	70
VI. ORGANIZACION INTERNA.....	73
1. . Organigrama	73
2. Análisis de cargo	74
3. Selección y contratación del personal.....	90

4.	Política de Remuneraciones	92
4.1	Estructura de remuneraciones.....	92
4.2	Política aumento remuneraciones.....	94
VII.	ANALISIS FINANCIERO	97
1.	Inversión Inicial	97
1.1	Inversión Activo Fijo	98
1.2	Impuestos y derechos municipales... ..	104
1.3	Honorarios abogados, arquitecto y constructor	104
1.4	Gastos asociados a la legalización de la empresa	104
1.5	Publicidad y promoción.....	106
1.6	Gastos de Puesta en Marcha	107
1.7	Capital de Trabajo.....	113
2.	Financiamiento.....	118
3.	Ingresos por venta.....	119
4.	Costos de venta.....	121
4.1	Costos Mano de Obra	121
4.2	Costos Materia Prima (Equipos).....	125
4.3	Margen Bruto	137
5.	Costos operacionales.....	138
5.1	Remuneraciones indirectas	138
5.2	Promoción o publicidad	142
5.3	Seguros	143
5.4	Gastos Generales	145
5.5	Gastos Seguridad	148
5.6	Gastos Mantenimiento	149
5.7	Arriendo	150
5.8	Depreciación.....	151
6.	Amortización Gastos Puesta en Marcha.....	157
7.	Impuesto a la Renta.....	158
8.	Variación del Capital de Trabajo	160

9.	Tasa de Descuento	161
10.	Valor de Venta de la Empresa	169
VIII.	FLUJO DE CAJA	171
1.	Supuestos de variación ingresos y egresos entre Escenarios o factores de sensibilización	176
2.	Flujo de caja Escenario Optimista	177
3.	Flujo de caja Escenario Pesimista	178
4.	Flujo de caja Escenario Normal	179
IX.	MEGATENDENCIAS	180
X.	CONCLUSIONES	182
XI.	BIBLIOGRAFIA	183
XII.	ANEXOS	186

I. INTRODUCCION

1. El Negocio

El negocio de seguridad y vigilancia en Chile ha crecido en los últimos años hasta convertirse en una industria millonaria. A diferencia de otros sectores económicos que han sido fuertemente golpeados por la crisis económica de los últimos años en el país, el mercado de la seguridad tiene un punto a favor: su rentabilidad está directamente relacionada con la sensación del miedo en las personas. Por lo tanto, en tiempos de crisis es negocio seguro.

Cabe destacar que la sensación de temor de la población es de 62% según encuestas realizadas por expertos del sector económico en cuestión.

Por esta razón, poder lograr entrar a un mercado que crece cada vez más, y aprovechando las escasas empresas prestadoras de servicios de seguridad (que además son ineficientes) instalados en la región de Magallanes, se creó el proyecto de seguridad llamado Security Magallanes.

Security Magallanes consiste en implementar un sistema de seguridad innovador y eficiente (con bajo nivel de falsas alarmas) que logre satisfacer las necesidades que actualmente no están siendo totalmente cubiertas a las familias y empresas que residen en la ciudad de Punta Arenas. Este sistema brindará un servicio de venta y arriendo, instalación y mantención de productos. También se establecerán rondas de vigilancia con vehículos en los lugares donde se contraten los servicios y en momentos de emergencia las víctimas tendrán apoyo presencial de personal especializado. De la misma forma se tendrá contacto directo con las patrullas de Carabineros de Chile más cercana dependiendo del lugar donde esté ocurriendo el peligro.

El servicio que se pretende ofrecer será en base a lo que el cliente prefiera. Se tendrán dos tipos de servicio, uno para hogares y otro para empresas. El servicio para hogares se separará en Estándar y Premium, mientras que el servicio de empresa será sólo uno.

El servicio de seguridad básico para hogares se caracterizará por brindarle a los clientes un sistema de seguridad con detector infrarrojo y acceso a una aplicación de la empresa en el dispositivo móvil donde se podrá avisar al cliente sobre la invasión no permitida de la propiedad y también el cliente

podrá avisar a la empresa si se encuentra en una situación de peligro o falsa alarma. El servicio de seguridad Premium tendrá las mismas características que el servicio básico, pero se diferenciará porque el cliente además tendrá cámaras de vigilancia a los alrededores de la propiedad y este podrá ingresar y revisar las cámaras de seguridad a través de la aplicación móvil, permitiéndoles tener más control sobre su hogar.

El servicio para empresas que ofrecerá Security Magallanes se basa en la instalación de cámaras de seguridad y detectores infrarrojos a los alrededores de la propiedad junto a un dispositivo que actúa como un parlante. Al momento de activarse el detector infrarrojo, el personal especializado revisará las cámaras de vigilancia para determinar si es que se debe iniciar o no el protocolo de seguridad. A su vez se le avisará al cliente de la situación a través de la aplicación y llamadas telefónicas. Si la situación es de ingreso no permitido a la propiedad, se le avisará al cliente de la misma forma como se explicó anteriormente y además se harán llamados a través de los parlantes instalados en puntos estratégicos de la empresa para que el delincuente sepa que está siendo observado por el personal.

Todos los clientes tendrán el beneficio de que el personal realizará rondas de seguridad con vehículos en distintos horarios cuidadosamente estudiados y tendrá apoyo presencial de personal especializado en momentos de peligro.

CANVAS

Socios Claves <ul style="list-style-type: none"> • ANRAN Oficial Store (cámaras y app celular) • FUERS Oficial Store (detector infrarrojo) • WAYTRONIC Oficial Store (voceros y parlantes) • Servicios básicos de Aseo • Telefonía 	Actividades Claves <ul style="list-style-type: none"> • Contacto directo con patrulla a través de APP ALPHA III • Venta de productos de seguridad y tarifas • Diseño y planificación de Inbound Marketing para ventas. <ul style="list-style-type: none"> • Diseño y planificación de protocolo de seguridad para cada ocasión. 	Propuesta de Valor <ul style="list-style-type: none"> • Tu seguridad es necesaria. Nuestro apoyo es esencial 	Relaciones con los Clientes <ul style="list-style-type: none"> • Relación cercana y directa con los clientes, generando oportunidades de confianza y comunicación que establezcan feedback adecuado. 	Segmento de clientes <ul style="list-style-type: none"> • Familias y personas de la región de Magallanes que se sientan inseguros dentro de sus hogares
	Recursos Claves <ul style="list-style-type: none"> • Local • Vehículos • Productos para la Venta • Personal • Computadores con Software especializado para las necesidades de la empresa • Estrategia de inbound marketing • Personal con conocimiento de seguridad 		Canales <ul style="list-style-type: none"> • Venta directa • Inbound Marketing a través de página Web • Mail marketing 	
Estructura de costos <ul style="list-style-type: none"> • Propiedad • Productos/ insumos • Personal • Patentes • Servicios básicos • Telefonía • Vehículos • Equipamiento básico para personal • Recepcionista • Utensilios de oficina 		Fuentes de ingreso <ul style="list-style-type: none"> • Tarifas de suscripción o planes • Venta de productos • Arriendo de productos 		

2. Razones personales del proyecto

Distintas razones nos motivan como grupo a indagar en este tema y considerarlo como una propuesta viable para la tesis. Dentro de ellas se puede dejar de mencionar, que nos interesa aplicar todos los conocimientos aprendidos y adquiridos durante estos años de carrera.

Por otro lado, siendo esta la razón más fundamental, es que el proyecto pretende estudiar e implementarse en la región de Magallanes, con la cual estamos directamente relacionados y encariñados, ya que somos todos oriundos de la zona. Nos preocupa profundamente que, a lo largo de los años, ha aumentado la población y con ello, de manera preocupante, la delincuencia de la zona. Es por esto, nos motiva plantear una solución viable al problema, para de alguna manera apaciguar el miedo de nuestra comunidad.

II. PLANIFICACION DE LA EMPRESA

1. Propósito

El propósito de la empresa consiste en llegar a entregar a toda la comunidad magallánica un servicio íntegro y personalizado de seguridad altamente tecnológica e innovador para el mercado, que sea eficiente y eficaz, que logre combatir los problemas del constante crecimiento de la delincuencia en la región.

-Security Magallanes es una empresa prestadora de servicios de seguridad de la empresa se fundamenta en la necesidad latente de seguridad en los hogares de la región de Magallanes, entregando un servicio íntegro y personalizado que logre un gran impacto en la población, consiguiendo recuperar la tranquilidad de los habitantes de esta localidad.

2. Misión

-Security Magallanes es una empresa prestadora de servicios de seguridad. La empresa se fundamenta en la necesidad latente de seguridad en los hogares de la región de Magallanes, entregando un servicio íntegro y personalizado que logre un gran impacto en la población, consiguiendo recuperar la tranquilidad de los habitantes de esta localidad. La empresa además de prestar un servicio de calidad para la comunidad, tendrá gran preocupación con sus empleados, para que éstos se sientan fuera de peligro al momento de actuar ante situaciones peligrosas.

3. Objetivos según horizonte de tiempo

3.1 objetivos de largo plazo (5 -10 años)

- Recuperar el 100% del capital invertido inicialmente
- Lograr una alta participación de mercado
- Lograr cubrir toda la Región de Magallanes
- Posicionarse como la mejor empresa de seguridad de la Región.
- Al final de este periodo, haber renovado la mayor parte de la tecnología, para esta siempre acorde a las exigencias del mercado.
- En temas de eficiencia, obtener margen de error (falsas alarmas) mínimos.
- Obtener rentabilidad superior al promedio de la industria, ya que la empresa ofrece servicios diferenciados y con alto valor agregado en comparación con la competencia.
- Buena relación y confianza con personal de Security Magallanes.

3.2 Objetivos de mediano plazo (1- 5 años)

- Recuperar un 40% del capital invertido inicialmente
- Lograr un efectivo posicionamiento de marca en la mente de los habitantes de la región.
- Generar una buena comunicación, de forma directa y confiable entre clientes y la empresa.
- Lograr tener un departamento eficiente de Recursos Humanos

- En temas de eficiencia, disminuir margen de error (falsas alarmas), en menos del 50% de lo inicial.

3.3 Objetivos de corto plazo (12 meses)

- Captar la atención del público objetivo, que nos permita al final del periodo pagar mínimamente los costos operacionales.
- Posicionarse en el mercado Magallánico
- Lograr generar confianza entre la empresa y los clientes.
- Lograr conseguir proveedores estables que atiendan de forma eficiente nuestros requerimientos y plazos.

4. Factores críticos del éxito

- **Barreras de entrada:** El problema de la sensación de “alto temor” que afecta a la población de la XII Región se torna cada vez más importante a medida que sigue aumentando la cantidad de habitantes en la zona, acompañado de un incremento en el índice de victimización y el nivel de temor. Sumando a este fenómeno social, la ineficiencia de las empresas inciertas en la industria de seguridad puede generar que empresarios y emprendedores logren ver esta oportunidad y entrar al mercado. Las barreras de entrada de la industria al ser bajas, podrían entrar al rubro muchos agentes provocando que la industria pueda volverse muy competitiva, y de esta forma, afectando la rentabilidad de Security Magallanes.

III. ANALISIS DEL SECTOR INDUSTRIAL

1. Variables Circundantes Generales

1.1. Socio – Culturales

Para el óptimo entendimiento del análisis de las variables socioculturales es menester definir los siguientes tecnicismos:

- Victimización general: La serie de la variable “victimización general”, considera los cuatro tipos de delitos: robo o intento de robo, dentro del hogar, fuera del hogar, con y sin violencia; sean estos cometidos dentro o fuera de la comuna. En términos generales, esta variable hace referencia a los hogares que han sido víctimas de “delitos contra la propiedad”.
- Temor: Es un índice multivariado de temor al delito, que se considera las siguientes percepciones sobre la evolución de la delincuencia:
 - Cantidad de delincuencia en la comuna.
 - El nivel de violencia de los hechos delictivos en la comuna.
 - Evolución de la delincuencia en el futuro.
 - El temor a ser asaltado (en diferentes lugares y situaciones).

La serie de datos está compuesta por el porcentaje de personas que califican en la categoría “alto temor” o inseguridad al delito.

Según lo comentando anteriormente y teniendo conocimiento de las estadísticas, se da por enterado que en la región de Magallanes se ha experimentado un incremento importante en la delincuencia. Según el índice paz ciudadana – GfK Adimark mayo, 2016 el porcentaje de victimización general y nivel de temor de Punta Arenas se encuentran en un 30.7% y 8.4% respectivamente; ambas con un incremento interanual significativo entre los años 2014 y 2015. Sumándole además una evaluación de 4,5 (donde 1,0 es la nota más baja y 7,0 la nota más alta) al desempeño de Carabineros de Chile, la que los clasifica como una de las notas más bajas dentro del país. Existen muchos factores que explican estos resultados, uno de estos es el aumento de la población que ha ocurrido en la región el último tiempo donde familias de las grandes ciudades se trasladan a Punta Arenas en búsqueda de una mejor calidad de vida. Otro factor fundamental a considerar, sería el aumento de oferta en las aerolíneas que permiten a las personas viajar a bajos precios.

Tomando en cuenta estos factores se debe agregar también el hecho de que las empresas de seguridad existentes en la región, a pesar de vender sus servicios no cuentan con instalaciones en la ciudad, lo que provoca que ante cualquier situación de peligro de sus clientes las empresas no podrán brindar el servicio completo que sí se entrega en otras regiones sólo por el hecho de tener establecimientos en el lugar. Esto provoca malestar y desconfianza por parte de los magallánicos hacia las empresas de seguridad, lo que los hace sentir desprotegidos y sin apoyo.

La situación actual en Magallanes nos proporciona una oportunidad para ofrecer un servicio de seguridad exclusivo para la región que haga sentir seguros y con confianza a sus habitantes.

1.2 Tecnológicas

Security Magallanes pretende ofrecer a los hogares de la región, variados servicios íntegramente tecnológicos, estos se clasifican en paquetes de seguridad, que se presentan a la comunidad con el objetivo de satisfacer por completo la necesidad de protección y tranquilidad de sus hogares y familias.

Es de esta forma, que para cumplir con las expectativas de calidad del cliente y entregar óptimos paquetes, se dispone de detectores infrarrojos a los alrededores de sus propiedades, además de

una aplicación en sus teléfonos en donde, entre otras cosas, podrán observar sus hogares a través de las cámaras de seguridad sincronizadas en sus dispositivos móviles.

Por otra parte, en la casa central de la empresa, capital humano utilizara tecnología de mediana punta, dado que la herramienta de trabajo que utilizarán serán principalmente las cámaras de seguridad. Además, los trabajadores tendrán a disposición automóviles de la compañía para hacer rondas alrededor de las casas.

Para el correcto desarrollo del proyecto, existe una amplia oferta de los dispositivos que se requieren para ofrecer un servicio innovador y eficiente dentro del mercado chino. Para la obtención de estos se necesita realizar los trámites pertinentes para importarlos.

Finalmente, se debe buscar trabajadores con las competencias mínimas para desenvolverse y lograr ofrecer un servicio de calidad a la comunidad. Se buscan personas idóneas para este trabajo a través de entrevistas en la casa central. No deberían existir inconvenientes para encontrar el personal que necesitamos.

1.3 Económicas

La economía chilena viene arrastrando una desaceleración importante en el crecimiento del país que viene afectando a la región en los últimos años. Con la última actualización de las proyecciones que realizó el Ministerio de Hacienda, la economía acumulará durante este gobierno el crecimiento promedio más bajo en los últimos 27 años, siendo un bajo 1,5% la expansión del PIB pronosticada para este año. Sin embargo, es altamente probable que, ante cambio de gobierno en marzo próximo, el crecimiento económico aumente progresivamente en el país, dado al nuevo sistema tributario pro crecimiento, pro inversión, pro emprendimiento y pro innovación.

Sin embargo, si no se cumple este pronóstico y el país sigue manteniendo una desaceleración económica sostenida, resulta auspicioso para la empresa en términos de corto plazo, ya que la crisis provoca un aumento del desempleo, que a su vez hace aumentar la delincuencia, incrementando la necesidad de los clientes de proteger sus hogares y familias. En el siguiente periodo de crecimiento económico que se espera para los próximos años, y considerando que la empresa ya se encontrará constituida y estable, la tendencia al alza de la economía, beneficia directamente al mercado, ya que los consumidores estarán dispuestos a pagar por este tipo de servicios un precio más elevado.

No se debe dejar de considerar el tipo de cambio, variable macroeconómica fundamental que puede influir en la rentabilidad, ya que la importación de los insumos desde china, es fundamental para el óptimo funcionamiento de la empresa. Este indicador presenta una proyección al alza en el corto plazo.

1.4 Político – Legales

La creación de una empresa con bases sólidas, requiere de una idea inicial y expectativas de éxito a futuro como punto de partida del proyecto.

Una evaluación de expertos internacionales, considera a Chile como un país seguro para la creación de un nuevo negocio en comparación a sus pares Sudamericanos, esto es debido a un menor coste de vida, seguridad para crear nuevos negocios y mercados flexibles en temas de contratación laboral.

De esta manera y considerando que todo lo anterior representa un beneficio para el proyecto. La constitución de la sociedad, será de carácter responsabilidad limitada, la cual se rige bajo las leyes descritas en el código civil, código de comercio y código tributario, es decir, una sociedad solemne de personas con personalidad jurídica, distinta de cada uno de los socios, debe tener una razón social que contenga el nombre de uno o más de estos sin exceder el máximo de 50 integrantes.

Para esto, se requiere de un abogado que redacte y legalice ante un notario, un borrador de la escritura de la empresa. El documento público de constitución de sociedades exige y establece el nombre de la sociedad, el tipo de la sociedad, el giro o actividad de la sociedad, los socios que la conforman y sus aportes de capital respectivos, estado civil, profesión y RUT de los socios, la forma de repartición de las utilidades y como se responderá en caso de perdidas, la manera de solución de conflictos, el régimen para la disolución y liquidación de la sociedad, el domicilio de la sociedad y, por último, el plazo de duración de la sociedad.

Una vez realizada la certificación de la escritura, se procede a efectuar los trámites en el servicio de impuestos internos y la obtención de la patente comercial en la municipalidad.

Ya concluido todo lo anterior, se considera la sociedad como constituida y a partir de esa fecha, se cuenta con un plazo de 60 días para realizar los trámites de inscripción de la escritura en el Conservador de Bienes Raíces de Punta Arenas, para la posterior publicación en el Diario Oficial.

Finalmente, se debe considerar que la empresa debe cumplir con la normativa básica que establece el régimen de tributación de la legislación chilena, pagando el valor del impuesto agregado, impuesto a la renta (en caso de ser dueño de establecimiento), contribuciones, entre otros mencionados en la escritura pública de la constitución de la sociedad.

Se adjunta contrato de sociedad de responsabilidad limitada anexo nº1

1.5 Ambientales

Security Magallanes, estará ubicado en una casa en el centro de la capital de la región, la cual solo tendrá fines de prestación de servicios, por lo cual cabe señalar que esta se registrará bajo un giro comercial, que debe estar sujeto a todas las normativas de higiene y salud que establece el código laboral de Chile y su legislación en general, además deberá cumplir con los estándares establecidos en la Norma ISO 14.001 y de esta forma evitar problemas con la municipalidad y patentes.

Por otro lado, debido a que la empresa promete servicio íntegro y seguimiento de sus productos, lógicamente se realizan mantenciones y cambio de los equipos, esto genera residuos electrónicos, los cuales no solo son uno de los más contaminantes para el medio ambiente, afectando las aguas y el suelo, sino también un peligro para la salud de las personas y otros seres vivos.

La mayor parte de los residuos electrónicos va a parar a vertederos o rellenos sanitarios, ya que la comunidad desconoce a las instituciones o empresas especializadas que se dedican al tratamiento de estos.

Los artículos electrónicos están compuestos principalmente de metal, plástico y vidrio, por lo que deben recibir diversos tratamientos en el proceso de reciclaje, es por ello que, como empresa, al realizar mantenciones y/o cambio de equipos, los residuos generados serán retirados por una empresa autorizada, con el objetivo de dar cumplimiento a lo establecido en la Ley N°20.920.”

2. Variables Circundantes Específicas.

2.1 Competidores Actuales

En la Región de Magallanes debido al aumento de la delincuencia y la falta de eficacia de las empresas de seguridad que se encuentran actualmente en la región, el negocio de la seguridad es sumamente atractivo. Es por esto que nuestra empresa se diferenciará de las futuras empresas competidoras ofreciendo servicios novedosos y brindando el apoyo necesario a las víctimas.

A continuación, se expondrán las empresas que se encuentran en la industria:

- ATS Magallanes
- ADT

Siendo ADT la empresa con mayor concentración de mercado en la región.

Grado de rivalidad en el sector

Se deben analizar las siguientes variables para poder determinar el grado de rivalidad en la zona:

- ✓ **Concentración y equilibrio:** Al existir una menor competencia, las empresas actuales tienen una alta concentración de mercado. Por lo tanto, existe una Rivalidad Alta.
- ✓ **Crecimiento de la industria:** El negocio de la seguridad privada y vigilancia en Chile ha crecido en los últimos años hasta convertirse en una industria millonaria. En Chile, la gente se siente cada vez más vulnerable: la percepción de temor “alto” y “muy alto” va cada vez incrementando.

Las personas consideran que la presencia policial en su barrio es nula o insuficiente y existe una preocupación de no poder dejar la casa sola. Este contexto ha sido clave en el alza de ventas de

dispositivos de seguridad: hay una mayoría de viviendas que poseen rejas en puertas y ventanas, alarmas o guardias. Pero a pesar de las medidas tomadas, la sensación de inseguridad permanece. Dado las razones ya especificadas hemos detectado una oportunidad de ingresar a un mercado que está creciendo exponencialmente en el territorio nacional pero que todavía no ha sido explotado dentro de la región de Magallanes. Es por esto que pensamos aprovechar esta gran oportunidad que nos presenta el mercado de seguridad, y así obtener grandes rentabilidades.

- ✓ **Diferenciación del producto:** En Magallanes, la oferta que existe en la industria del mercado es más bien estándar ya que todos ofrecen servicios parecidos. Es por esto que Security Magallanes se diferenciará en la eficacia y eficiencia de hacer el servicio ya que habrá un margen de error pequeño en falsas alarmas y existirá un apoyo a las víctimas de manera rápida y presencial

Barreras de salida de la industria

- ✓ **Especialización de los activos:** Para la empresa, se consideran como principales activos los vehículos para la efectucción de rutas de seguridad y el local donde se realizarán los controles y se recibirán alertas. Con esto se puede señalar que los activos necesarios no son especializados. Por lo tanto, las barreras de salida son bajas.
- ✓ **Barreras Emocionales:** A pesar que sus socios no estén emocionalmente vinculados, existe de igual forma un sentimiento regionalista que nos hace preocuparnos sobre la seguridad de los habitantes magallánicos. Los socios al ser oriundos de la región, mantienen un fuerte compromiso con los locatarios, es por esto que las barreras de salida para este caso serán altas.
- ✓ **Restricciones gubernamentales o sociales:** No existe ningún tipo de regulación del gobierno que dificulte la salida de la empresa de la industria, tampoco se tiene referencias sobre huelgas o manifestaciones realizadas por los locatarios.

Entonces, gracias a lo mencionado anteriormente, se puede concluir que las barreras de salida de la industria son medias.

2.2 Competidores Potenciales

Security Magallanes compite en una industria donde existe una probabilidad alta de que empresarios de la región les interese entrar a este mercado si la proyección de crecimiento de los índices de delincuencia en la zona sigue aumentando.

Trabajadores de empresas de seguridad ya establecidas en la zona (ADT) al tener los conocimientos necesarios del rubro, pueden decidir desvincularse de la organización para crear su propia empresa de seguridad.

Para determinar las barreras de entrada de la industria analizaremos las siguientes variables:

- ✓ **Inversión necesaria:** Para poder comenzar con las operaciones del servicio que entregaremos debemos invertir principalmente en la compra de un lugar que permita a los trabajadores mantener un control adecuado sobre los hogares de los clientes, el monto de esta inversión será alto dado que la casa central se ubicara en el centro de la ciudad (sector más caro). La segunda inversión que implica un desembolso elevado es la adjudicación de vehículos para llegar a los lugares en donde ocurran emergencias.
- ✓ **Costos de cambio:** Es una variable fundamental en nuestro análisis ya que en la industria de prestación de servicios de seguridad las empresas que componen este mercado estipulan contratos con el cliente en donde establecen un plazo inicial de contratación que va desde los 6 meses. Por lo tanto, puede resultar complicado captar clientes en los primeros meses de nuestra operación.
- ✓ **Economías de escala:** El líder del mercado de prestación de servicios de seguridad es la empresa ADT, cuya organización es la más antigua dentro de la industria y tiene una gran participación de mercado en la región.

Al realizar el análisis de los clientes potenciales en la industria y las variables en cuestión concluimos que las barreras de entrada de este mercado son medias bajas.

2.3 Competidores Sustitutos

Un competidor sustituto son los propios clientes que pueden adquirir el sistema operativo directamente a través de importadoras de productos (Ali Express, Amazon). Esta alternativa permite a los propietarios tener un mayor control sobre sus hogares, pero cabe destacar que es un sustituto imperfecto, ya que la necesidad insatisfecha existente no se satisface de la misma manera. Nuestro servicio además de ofrecer al cliente control sobre sus viviendas les proporciona seguridad e intervención de profesionales en caso invasión de la propiedad privada.

Otro competidor sustituto son los guardias privados que contratan varios hogares en conjunto. Cabe destacar que esta alternativa en Magallanes solo es posible en condominios. Instalar una caseta de seguridad en la calle es ilegal al tratarse de una vía pública. El servicio mencionado es un sustituto perfecto ya que proporciona control, seguridad e intervención de profesionales, pero no es una gran amenaza al proyecto porque no hay muchos condominios en la región.

2.4 Poder de Negociación de los Clientes

El público objetivo de la empresa se define como familias y personas de la región de Magallanes con un ingreso medio alto que se sienten inseguros dentro de sus hogares dados a distintos factores que provocaron un aumento en la delincuencia.

A continuación, analizaremos las distintas variables que afectan al poder de negociación de los clientes.

- ✓ **Costo de cambio del comprador:** El cliente al contratar un servicio de seguridad de nuestras características deberá cumplir un plazo mínimo establecido en el contrato estipulado al momento en que el cliente contrata el servicio. Por lo tanto, el nivel de negociación bajo el análisis de esta variable es de nivel medio.

- ✓ **Nivel de importancia del producto de la empresa para los compradores:** Dado al sentimiento de inseguridad que afecta hoy en día a la comunidad magallánica, estos necesitan un servicio que logre satisfacer y solucionar el problema que los aqueja, la delincuencia y la carencia de apoyo de parte de las empresas de seguridad a las víctimas. Es por esto que Security Magallanes al ofrecer un servicio eficiente y que cumpla con sus expectativas, el poder de negociación será de nivel alto.

- ✓ **Amenaza de los compradores de integración hacia atrás:** El servicio que ofrece Security Magallanes, se basa en ofrecer productos de seguridad ya existentes y fácilmente de conseguir dentro del mercado, por lo cual los consumidores pueden acceder a ellos de manera directa, evitando pagar por la compra de los productos en la tienda. Sin embargo, la empresa también ofrece los servicios de instalación, seguimiento, apoyo y mantención íntegra a cada uno de sus clientes, lo cual es muy difícil de reemplazar. En este caso el nivel de negociación para los clientes sería de nivel medio-bajo.

En base a lo anteriormente expuesto, se puede concluir que el poder de negociación de los clientes es de nivel medio.

2.5 Poder de Negociación de los Proveedores

A continuación, se realizará el análisis del poder de negociación de proveedores:

- ✓ **Número de proveedores:** Security Magallanes tiene como proveedores de las siguientes empresas: Anran Official Store (Cámaras de seguridad y aplicación para teléfonos móviles), Fuers Official Store (Detector infrarrojo), Waytronic Official Store (parlantes). El poder de negociación de estas empresas tiene nivel medio.

- ✓ **Facilidad de cambio para el proveedor:** Existe una gran cantidad de empresas importadoras que nos pueden proporcionar los insumos de calidad que se necesita. Por lo tanto, el nivel de negociación es bajo.

- ✓ **Nivel de importancia del insumo para la empresa en términos de calidad:** Dado que el sello de calidad de la empresa se caracteriza por el servicio al cliente, se debe destacar que los parlantes que nos provee la empresa Waytronic Official Store son fundamentales para el óptimo desempeño de nuestras operaciones. El nivel de negociación de esta variable es alto.

En base a lo analizado anteriormente, el poder de negociación de los proveedores es medio dado a la alta importancia de los productos que nos provee Waytronic.

3. Análisis FODA

Fortalezas:

La región de Magallanes es una zona en donde la población se caracteriza por ser muy regionalista. Security Magallanes al ser una organización compuesta por personas oriundas de la región y fuertemente vinculadas a esta, es muy probable que el servicio que entregará la empresa sea altamente valorado por las familias de la zona.

Por otra parte, al ofrecer un servicio que se caracteriza por ser altamente tecnológico, permitirá que la empresa se diferencie con respecto a la competencia. Al ser tecnológico permitirá que el sistema operativo que entregue Security Magallanes sea eficiente y mantenga un índice bajo de falsas alarmas. Estas características lograrán que la organización satisfaga las necesidades existentes en la sociedad.

Oportunidades:

Security Magallanes pretende aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado en este momento, ya que esta industria viene creciendo exponencialmente en los últimos años. Además, en la duodécima región existe muy poca competencia en la industria que estamos involucrados, y las empresas que la componen son ineficientes, provocando un sentimiento de inseguridad e insatisfacción en la ciudadanía.

Debilidades:

Una de las desventajas de Security Magallanes es que, al ser una empresa recién introducida en la industria de servicios de seguridad, la gente no tendrá conocimiento de los servicios que ofrecerá la empresa en un primer momento. Como toda empresa nueva hay que tratar de ganarse un puesto en el mercado dado el desconocimiento de los clientes. Por otra parte, existe una desconfianza general por parte de la comunidad contra las empresas de seguridad, entonces será importante demostrar que Security Magallanes se diferenciara con respecto a las otras empresas que entregan estos servicios.

Amenazas:

La principal amenaza de Security Magallanes son los emprendedores y empresarios, magallánicos o nacionales, que logren detectar la insatisfacción de la comunidad relacionado con los servicios de seguridad, acompañados del constante crecimiento de la industria, y así aprovechar la oportunidad que brinda el mercado en este momento. En un segundo, lugar se debe mencionar al líder del mercado, ADT.

Leyes o regulaciones gubernamentales que nos dificulte nuestra operativa.

4. Definición Estratégica Competitiva Genérica.

La estrategia utilizada por Security Magallanes es “diferenciación con enfoque”. Esto se explica porque la empresa se diferencia principalmente en el servicio que entrega al cliente, ofreciéndole un servicio altamente tecnológico y nuevo en la región que permitirá dar el apoyo necesario a las víctimas. Cabe destacar que los competidores no brindan un servicio de calidad como el de Security Magallanes.

El servicio será dirigido para hogares y empresas dentro de la zona que se sientan vulnerados ante el crecimiento exponencial de la delincuencia en la región, y de esta forma se logrará que sientan seguridad y confianza en su respectivo entorno.

IV. ESTUDIO DE MERCADO

1. Investigación de Mercado

La investigación de mercado tiene como objetivo determinar el mercado real al cual Security Magallanes puede apuntar, estimando un precio y así poder definir demanda potencial.

La metodología utilizada para recopilar la información necesaria, se basa en encuestas a empresas y consumidores potenciales, para conocer su opinión y disposición a pagar un precio determinado y obtener un servicio que la empresa está ofreciendo al mercado. Se considera también como herramienta fundamental, estadísticas y datos históricos obtenidos de medios digitales.

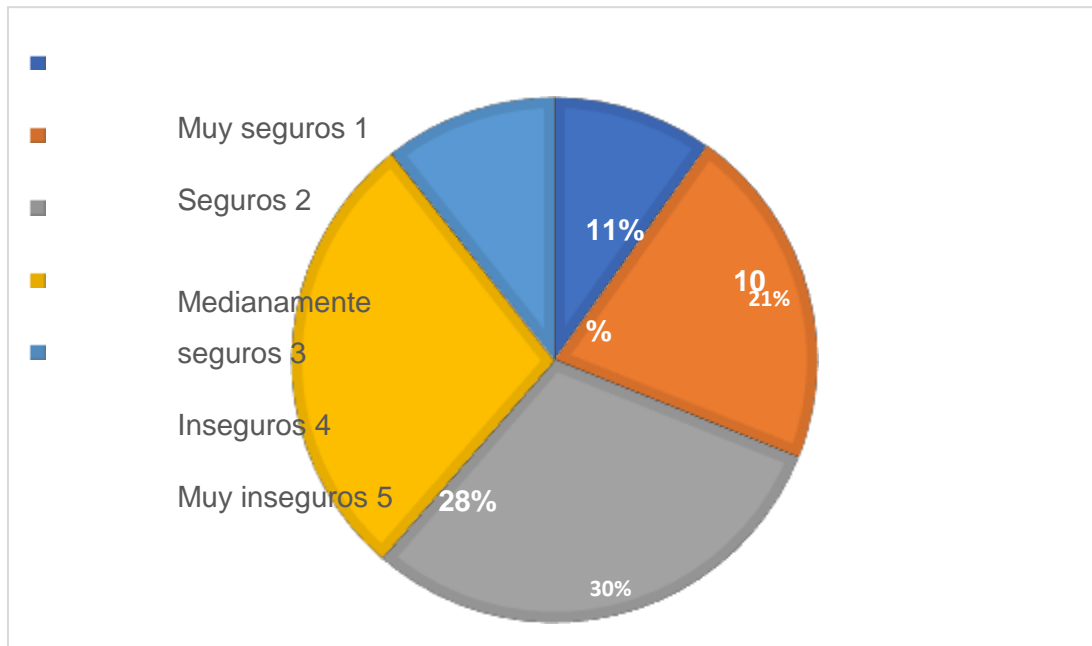
Como fuentes secundarias, se realiza un levantamiento de información proporcionada por medios digitales, los cuales entregan datos estadísticos fundamentales acerca de las condiciones actuales de seguridad en la región que estamos estudiando.

Encuesta Personas (Anexo N° 2)

Encuesta en base a un total de 132 encuestados.

> Gráfico Pregunta N° 1

Considerando el alza significativa en la región, ¿qué tan inseguro te sientes dentro de tu hogar?
(siendo 1 muy seguro y 5 muy inseguro)

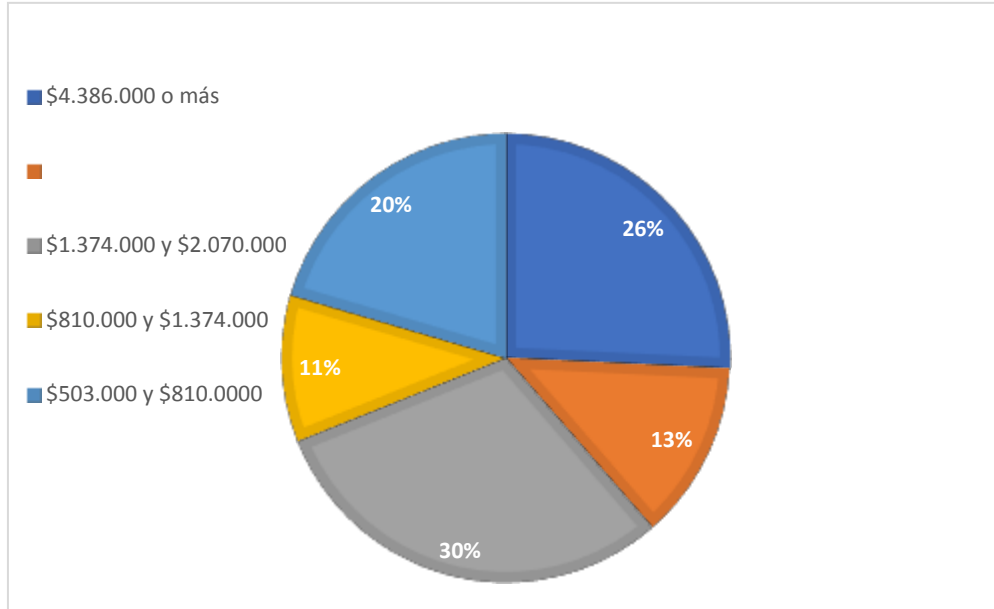


Se observa que 13 de los 132 encuestados (10%) señalan que se sienten muy seguros dentro de su hogar, 28 de los encuestados (21%) señalan que se sienten seguros, 40 de los encuestados (30,30%) confirman sentirse medianamente seguros. 37 de los encuestados (28%) tienen sensación de inseguridad y finalmente 14 de los encuestados (11%) indica que se sienten muy inseguros. Por

lo cual, como modo de conclusión de esta pregunta, un alto porcentaje de la región se siente medianamente desprotegidos dentro de sus hogares.

> **Gráfico Pregunta N° 2**

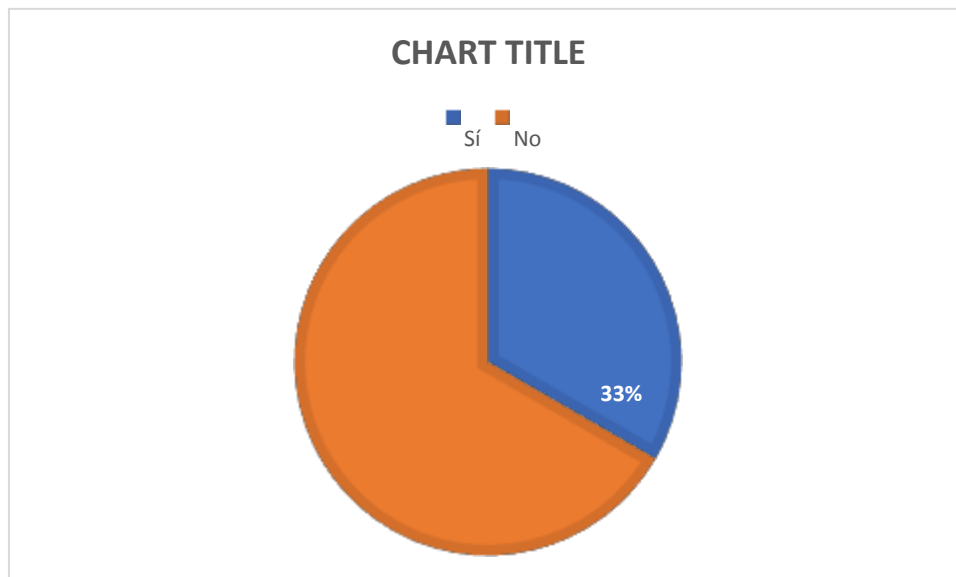
Ingreso promedio mensual



Este gráfico muestra, que de 132 personas encuestadas 34 de ellos (26%) señalan tener ingresos promedio mensual de \$4.386.000 o más, 17 de ellos (13%) indican su ingreso entre \$2.070.000 y \$4.386.000, 40 (30%) de ellos entre \$1.374.000 y \$2.070.000, 14 de ellos (11%) entre \$810.000 y \$1.374.000 y finalmente 27 (20%) de ellos entre \$503.000 y \$810.000. Esto se debe tomar como un indicador importante para saber a qué segmento Security Magallanes debe tener más en consideración al momento de ofrecer sus planes.

➤ **Gráfico Pregunta N° 3**

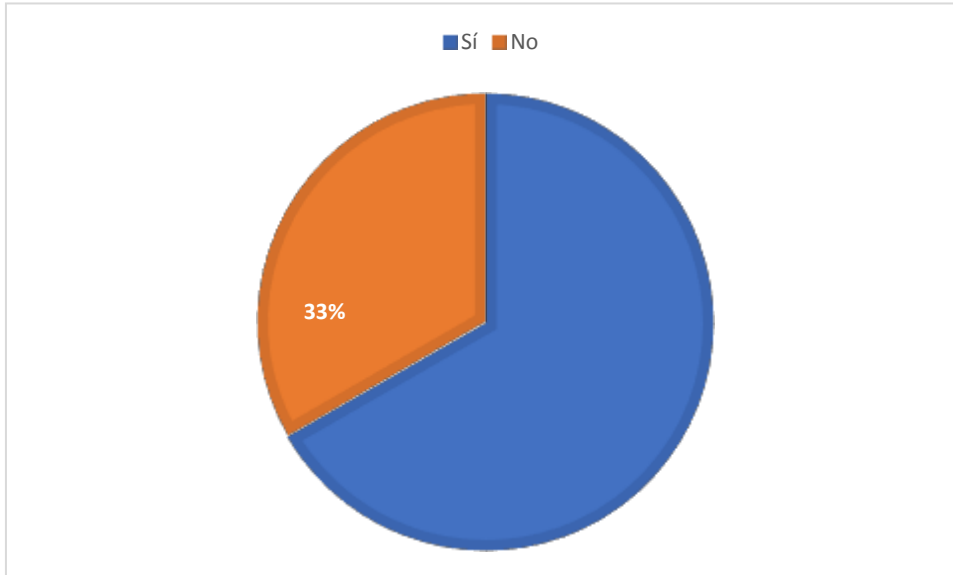
¿Tiene contratado algún servicio de seguridad actualmente?



De un universo de 132 encuestados, 88 de ellos (67%) señalan no tener ni un servicio de seguridad contratado actualmente y por consiguiente el 44 restante (33%) indican si tenerlo. Esta pregunta ayuda a comprender el comportamiento del mercado frente a los servicios de seguridad actuales disponibles dentro de la región.

> **Gráfico Pregunta N° 4**

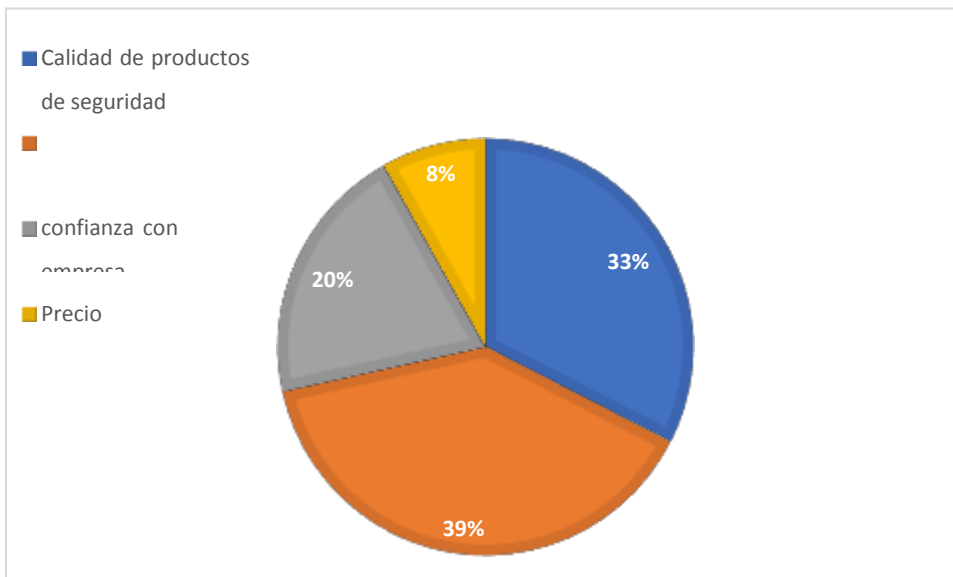
¿Esta dispuesto a contratar un nuevo servicio de seguridad?



Se determina con el gráfico que 88 personas, las cuales son más de la mitad con un 67% de los encuestados estaría dispuesto a contratar un nuevo servicio de seguridad, por el contrario, las 44 personas (33%) restantes niegan esta alternativa como opción. Este gráfico en comparación a la pregunta anterior, permite generar una conclusión significativa acerca del mercado objetivo potencial.

> **Gráfico Pregunta N° 5**

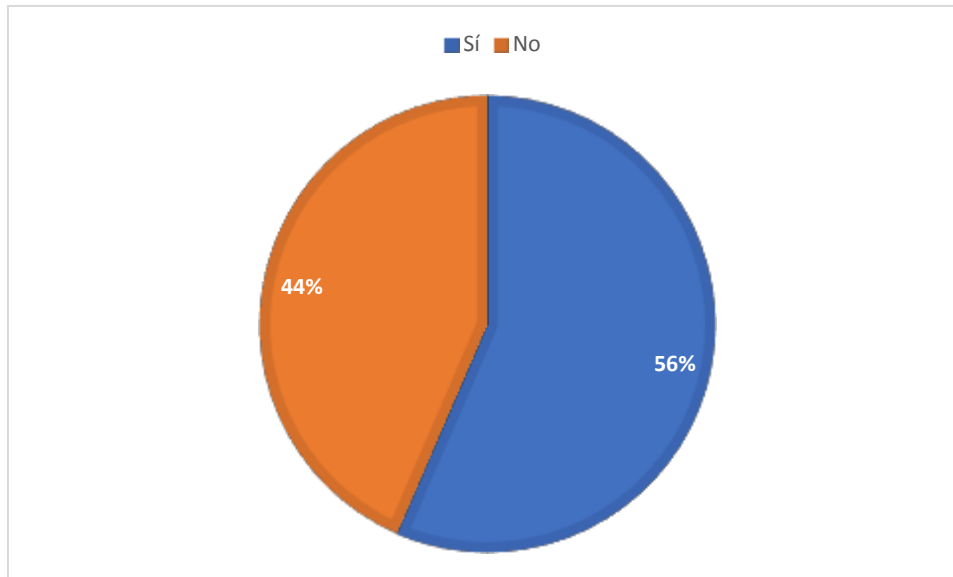
Al contratar un servicio de seguridad, ¿Qué es lo que prioriza?



Según el gráfico, de todos los encuestados 40 personas que son el 33%, dicen que priorizan la calidad de los productos de seguridad por sobre el resto de las variables de la pregunta, 48 personas (36,36%) priorizan la rapidez de respuesta, 25 personas (18,93%) la confianza con la empresa y finalmente 10 personas (7,58%) el precio. Por lo cual, este dato es importante para Security Magallanes, ya que debe enfocarse según como clasifica el cliente potencial la calidad del servicio.

> **Gráfico Pregunta N° 6**

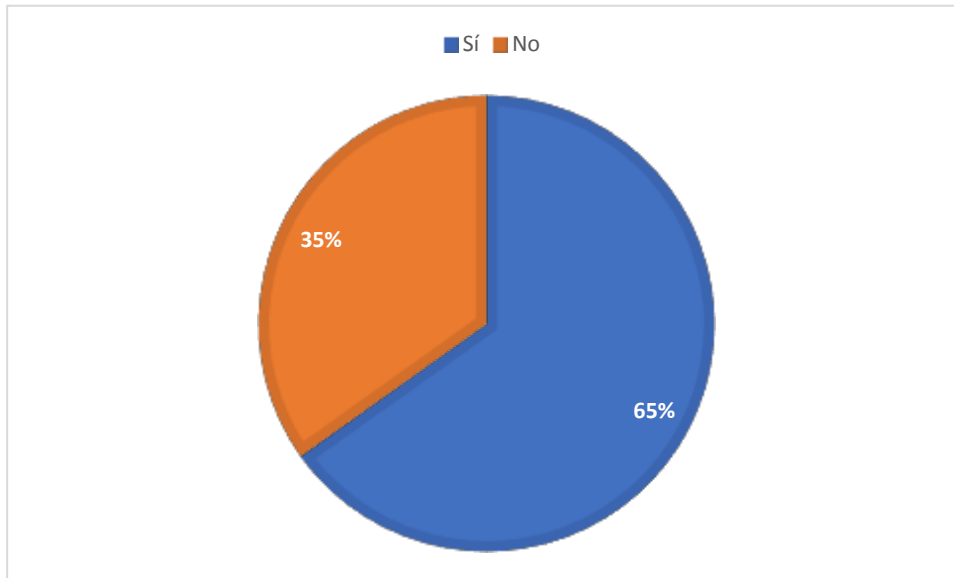
¿Estaría dispuesto a pagar por un Plan Básico cuyo valor es de 1,4 UF mensual + costo de instalación \$230.000?, que incluiría: detectores infrarrojos, aplicación en teléfono móvil para recibir alertas y comunicarse con la empresa, mas rondas de seguridad diarias con vehículos y apoyo presencial de personal especializado en caso de peligro.



Se observa en el gráfico, que, del total de encuestados, 74 personas (56%), estarían dispuestos a contratar el servicio básico que ofrece Security Magallanes, con las condiciones y precios que señala la pregunta. Los 57 restantes (44%) no estarían dispuestos. Esta pregunta le permite a la empresa, conocer la disposición que tienen los clientes potenciales frente a sus precios y servicios.

> **Gráfico Pregunta N° 7**

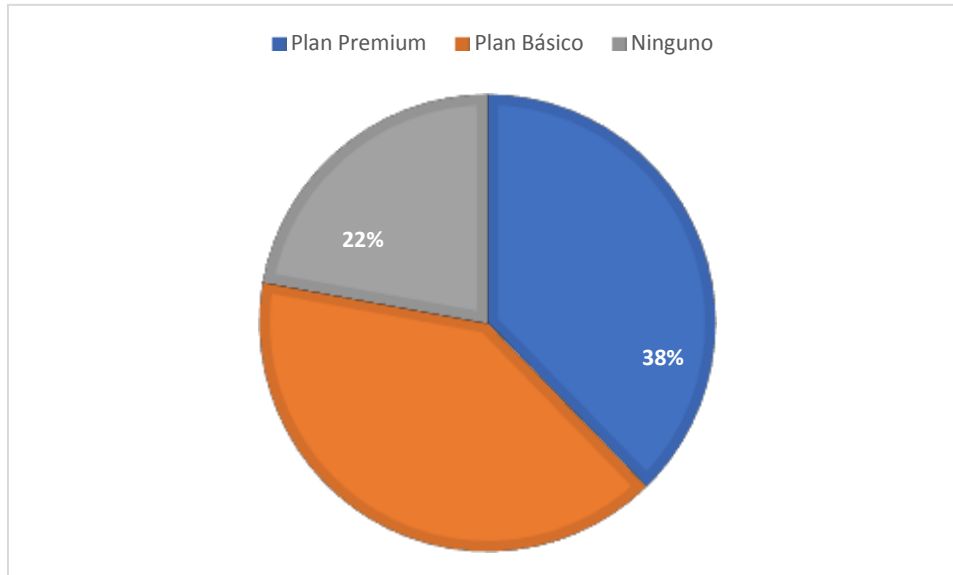
¿Estaría dispuesto a pagar por un Plan Premium cuyo valor es de 1,7 UF + costo de instalación \$380.000?, que incluiría: detectores infrarrojos, aplicación en dispositivo móvil para recibir alertas y comunicarse con la empresa + rondas de seguridad diarias con vehículos y apoyo presencial en caso de peligro, se agregarían cámaras de vigilancia que se pueden revisar en aplicación móvil.



Este gráfico, muestra que 86 personas que son el 65%, no estaría dispuesto a contratar el servicio Premium de Security Magallanes, considerando las especificaciones técnicas y precio que se plantea en el enunciado. Por otro lado, las 46 personas encuestadas restantes (35%) si aceptan las condiciones y les gustaría contratarlo. Esta pregunta, en conjunto con la anterior, le permite a la empresa determinar si los precios y servicios están acordes con las necesidades de los clientes.

> **Gráfico Pregunta N° 8**

Al tener conocimiento de ambos servicios, ¿Cual contrataría?



El servicio básico presenta una mayor cantidad de votos, ya que 49 personas encuestadas de un universo de 132 (40%) señala que prefiere este servicio por sobre las otras alternativas, por otro lado, el servicio Premium obtiene preferencia de 46 votos de encuestados (38%) y por 27 personas (22%) comentan que prefieren no optar por ni uno de los dos servicios. Esta pregunta es fundamental ya que ayuda a la empresa a tener conocimiento de las preferencias de los clientes potenciales.

Conclusión general encuesta hogares

Al analizar los resultados generales de la encuesta para hogares de la región de Magallanes, se puede concluir que:

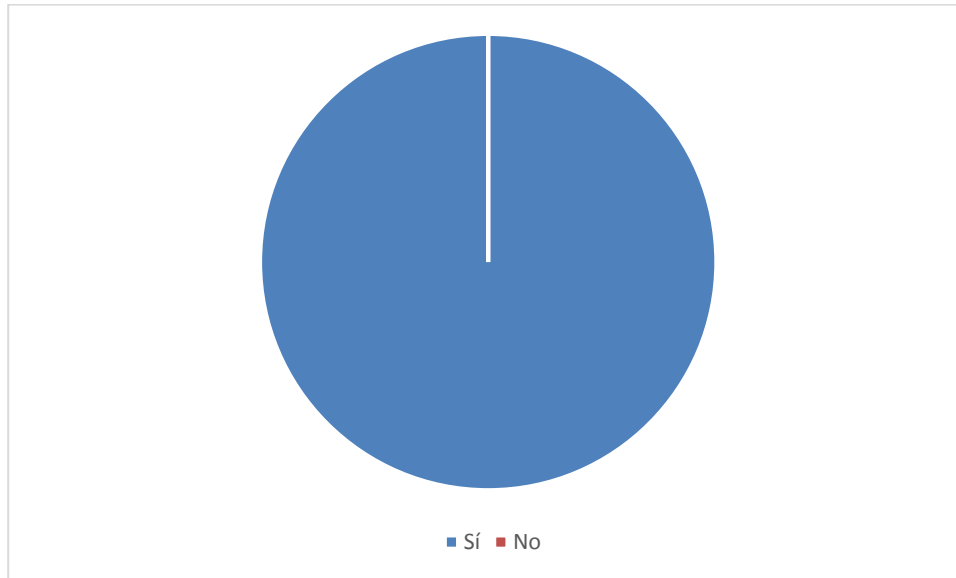
- 120 personas estarían dispuestas a adquirir el plan Premium y/o plan básico.
- De esos 120, 74 personas (62%) prefieren el plan básico y 46 personas (38%) prefieren el plan Premium.
- 120 corresponden a las personas que tienen y no tienen contratado un servicio de seguridad, pero estarían dispuestas a cambiarse de compañía.

Encuesta Empresa (Anexo N° 3)

Encuesta en base a un total de 12 empresas encuestadas.

➤ **Gráfico Pregunta N° 1**

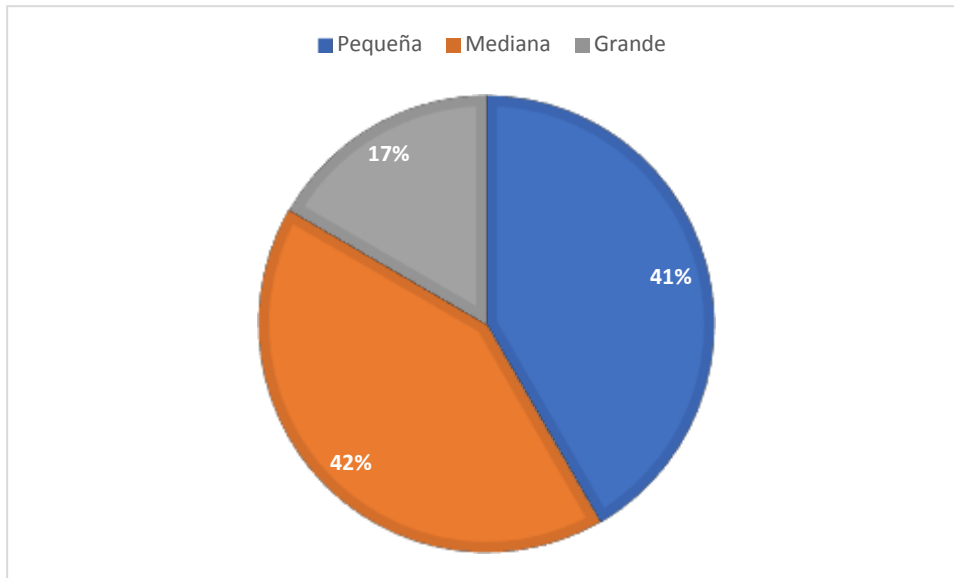
¿Usted toma las decisiones con respecto a la seguridad de su empresa?



Se observa que el 100% de las personas que contestaron esta encuesta, se encuentran a cargo de tomar decisiones respecto a la seguridad dentro de la empresa.

> **Gráfico Pregunta N° 2**

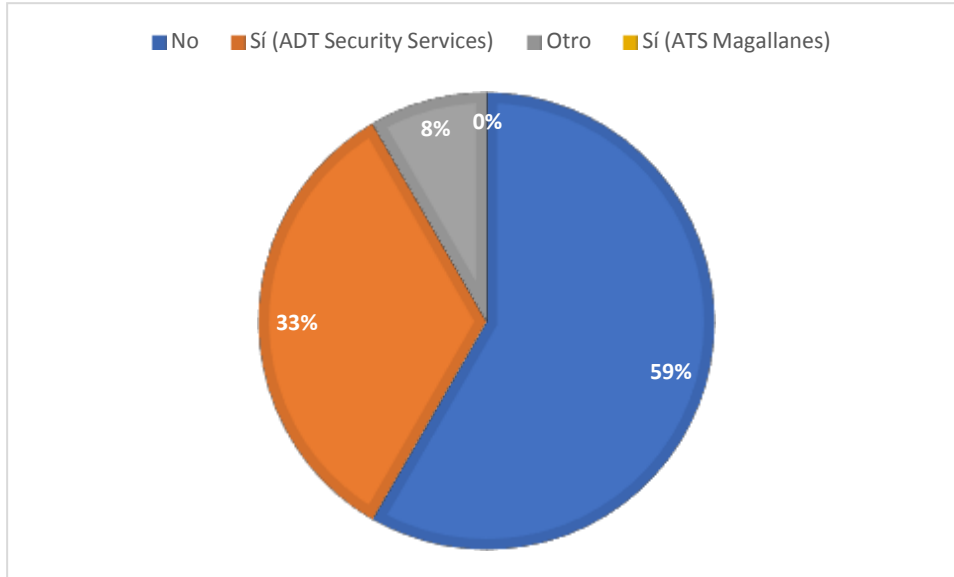
¿Cuál es el tamaño de su empresa?



De un universo de 12 empresas encuestadas, 5 de ellas señala que es de tamaño pequeña (41%), 5 de ellas señala que es mediana (42%) y los 2 restantes señalan ser de tamaño grande (17%). Se considera relevante este gráfico, ya que resulta útil para conocer la opinión de mercado según las condiciones de cada empresa de modo particular.

> **Gráfico Pregunta N° 3**

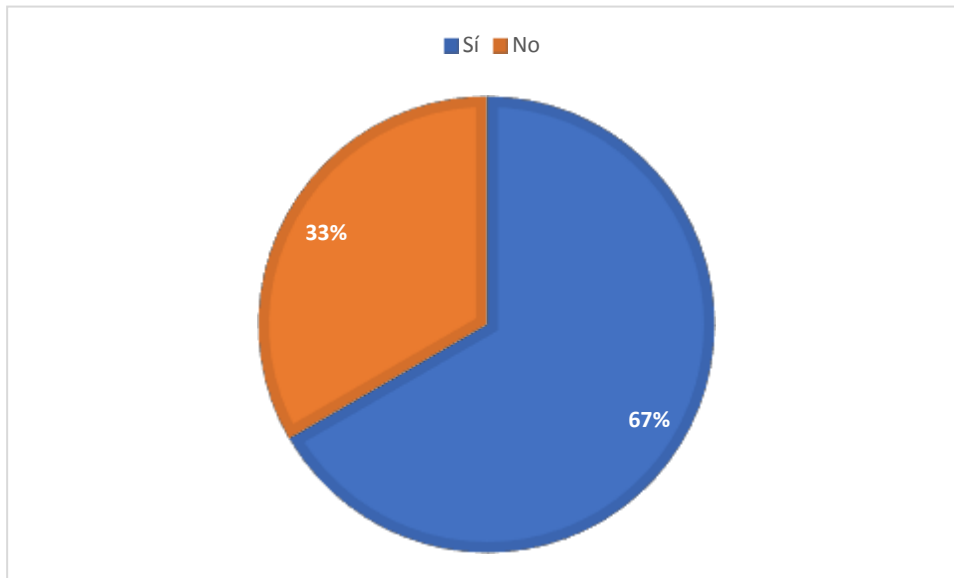
¿Su empresa tiene contratado un servicio de seguridad contratado?



Se determina con el gráfico que 7 de las 12 empresas (58%) no tienen un servicio de seguridad, 4 de ellas (33%) señalan si tenerlo con la empresa de la competencia (ADT Security Services s.a), solo 1 de ellas (8%) con otro servicio y 0% del universo tienen contrato con ATS Magallanes. Esta pregunta ayuda a comprender el comportamiento del mercado frente a los servicios de seguridad actuales disponibles dentro de la región.

> **Gráfico Pregunta N° 4**

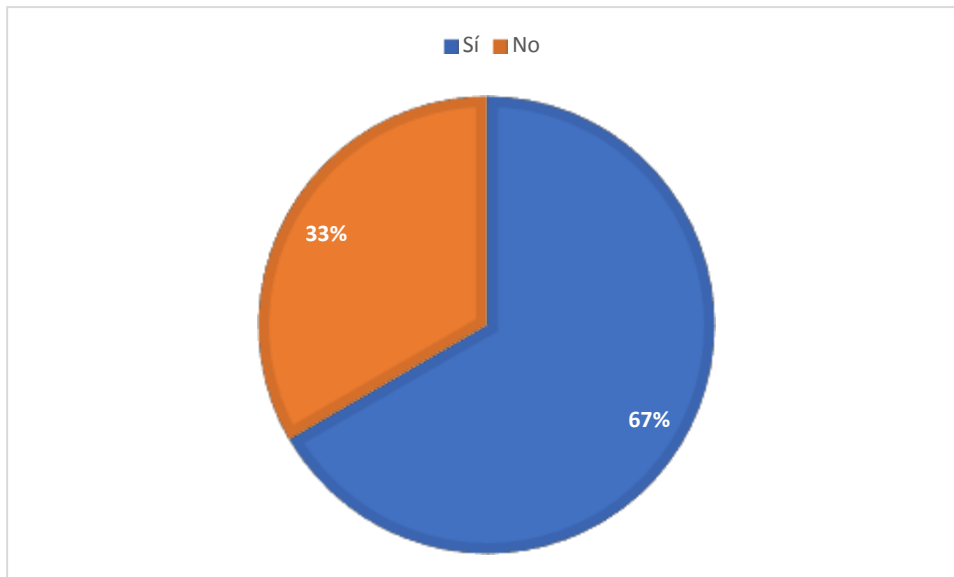
¿Esta dispuesto a contratar un servicio de seguridad nuevo?



Se determina con el gráfico que 8 de las empresas, las cuales son más de la mitad con un 67% de los encuestados estaría dispuesto a contratar un nuevo servicio de seguridad, por el contrario 4 de las empresas (33%) restantes niegan esta alternativa como opción. Este gráfico en comparación a la pregunta anterior, permite generar una conclusión significativa acerca del mercado objetivo potencial

➤ **Gráfico Pregunta N° 5**

¿Estaría dispuesto a pagar por un Plan Empresas cuyo valor es de 3,5 UF mensual + costo de instalación \$500.000, que incluiría: cámaras de seguridad y detectores infrarrojos + Parlantes para disuadir por voz + aplicación en teléfono móvil para recibir alertas y comunicarse con la empresa + rondas de seguridad diarias con vehículos y apoyo presencial de personal especializado en caso de peligro?



Se observa en el gráfico, que, del total de empresas encuestadas, 8 de ellas (67%), estarían dispuestos a contratar el servicio que ofrece Security Magallanes, con las condiciones y precios que señala la pregunta. Los 4 restantes (33%) no estarían dispuestos. Esta pregunta le permite a la empresa, conocer la disposición que tienen los clientes potenciales frente a sus precios y servicios.

Conclusión general encuesta empresas

Al analizar los resultados generales de la encuesta para empresas de la región de Magallanes, se puede concluir que:

- El 67% de las empresas (8 empresas) están dispuestos a contratar el servicio de Security Magallanes.

Comentario de profesional

Para poder calcular la estimación de mercado a corto y mediano plazo de la empresa recurrimos al Sr. Hans Marowski, Gerente General de la empresa Servicios & Seguridad y gran conocedor del rubro de la seguridad en Santiago y Punta Arenas. El Sr. Hans, nos menciona que es consciente de la necesidad latente de seguridad que existe por parte de los hogares y empresas de la Región de Magallanes, principalmente por dos factores: Aumento de la delincuencia exponencial experimentados en los últimos años en la región austral y empresas del rubro de seguridad situadas en la localidad, que son ineficientes y algunas de ellas no tienen gran presencia física en la ciudad (factor que la ciudadanía da más importancia en estos momentos). Dado estas variables y el vasto conocimiento que tiene el Sr. Hans Marowski en el mercado de seguridad en la región de Magallanes, nos señala que la participación de mercado que podría llegar a obtener Security Magallanes puede ser de un 15% y tener un crecimiento sostenido de un 5%.

2. Estimación de Demanda

Para llevar a cabo la estimación de Demanda, se consideró la información histórica de la demanda potencial de la industria de seguridad en la región de Magallanes. Luego de entendida esa información, para poder computar la demanda real, se utilizaron los datos de los resultados de las encuestas y el comentario del experto en seguridad señala un posible resultado de poder de mercado. Security Magallanes obtendrá ingresos por la contratación de servicios que serán en total tres, dos para hogares (Planes Premium y Básicos) y una para empresas (Plan Empresas).

Primero se menciona la demanda potencial de la industria para luego exponer las demandas reales por los distintos servicios. Según las estadísticas, al ser estos resultados calculados a raíz de una muestra, se requerirán llevar a cabo un ajuste a este monto con la finalidad de mejorar la confiabilidad de los datos obtenidos. Habrá un castigo a la demanda que corresponderá a utilizar el 40% de los resultados proyectados, ya que se considerará que en muchos de los casos las personas no dicen lo que realmente hacen o no responden realmente a consciencia las encuestas. Por otra parte, se cobrarán costos de instalación que su resultado final se dividirá en 10 (correspondiente a 10 años) para así obtener un valor promedio anual de ingreso por instalación.

Se debe considerar que dentro de los ingresos anuales se incorpora el valor anual, cuyo valor corresponde a la mensualidad en UF multiplicado por 12 (meses).

El valor de la UF que se utilizó corresponde al del 28 de septiembre, 2017 es de \$26.598,95.

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

- Demanda potencial

Se calculó la demanda potencial, utilizando los datos entregados por el INE (pre-censo 2016) que indica que en la región de Magallanes hay aproximadamente 50 mil hogares, estos resultados están

basados en la última edición de CASEN, que enseña que el 6,3% de los hogares magallánicos corresponden al sector socio económico ABC1 (Familias con ingreso promedio mensual mayor o igual a \$1.200.000) y que el 18% de los hogares magallánicos corresponden al grupo socio económico C2 (Familias con ingreso promedio mensual entre \$600.000 a \$1.200.000). Estos resultados nos indican que de la totalidad de los hogares existentes en la dúo-décima región, 12.150 corresponden a la suma de hogares pertenecientes al grupo socio económico ABC1 Y C2 (nichos objetivos de Security Magallanes).

- **Demanda potencial hogares**

La encuesta realizada a los hogares de personas que viven en la región, da como resultado que el 75,75% corresponden a hogares que actualmente disponen y no disponen de un servicio de seguridad en la zona, pero, sí estarían dispuestos a contratar uno.

Finalmente, con los datos detallados anteriormente, nos da como resultado que la demanda potencial de la industria de servicios de seguridad en la región de Magallanes es de 9.203 hogares ($12.150 * 75,75\%$).

- **Demanda potencial empresas**

Por otro lado, la encuesta CASEN 2009 nos indica que, en Punta Arenas, hay 1.599 empresas. El resultado de las encuestas de empresas, dio como resultado que el 67% de éstas, estarían dispuestas a recibir los servicios que ofrece la empresa de seguridad Security Magallanes. Es por esto que podemos deducir que la demanda potencial de las empresas en la industria de servicios de seguridad es de 1.071 empresas.

- **Demanda real total de hogares**

Una vez ya estimada la demanda potencial de la industria de seguridad con servicios dirigidos a hogares, se procedió a realizar el cálculo de la demanda real en cuestión que tendría Security Magallanes para su Plan Básico y Premium.

Para calcular estas demandas reales, se toma en cuenta la opinión de un experto de la industria de seguridad, el cual da una aproximación de la participación de mercado que podría obtener la empresa. Este experto es el Sr. Hans Marowski, gerente general de la empresa Servicios & Seguridad, que gracias a su vasto conocimiento y trayectoria en el mercado de seguridad en la región Metropolitana como en la región de Magallanes, señala que la participación de mercado que podría llegar a obtener Security Magallanes puede ser de un 15%.

Considerando el previo cálculo de la demanda potencial de la industria y la participación de mercado estimada por el experto en el rubro, se puede proyectar que la demanda real de la empresa correspondería a 1.380 hogares.

- **Demanda real e ingresos por venta correspondientes al Plan Básico**

Utilizando los datos que arrojaron la encuesta realizada a los hogares localizados en la dúo-décima región, el 62%, (porcentaje estimado solamente sobre las personas dispuestas a contratar uno de los dos planes) estarían dispuestos a contratar el Plan Básico que ofrece Security Magallanes. Con esta información detallada, se puede proyectar la demanda real de hogares dispuestos a contratar el plan básico. Para poder determinar esto se hace el siguiente cálculo: $1.380 * 62\% = 855$ hogares. A continuación, para poder computar los ingresos por venta provenientes del plan básico, se debe tomar en cuenta un error de muestra de un 40%, entonces el cálculo a realizar sería: $855 * 16,8UF * 40\% = 5.746$ UF. Por otra parte, el costo de instalación correspondiente a los hogares que demandan el plan básico, se calcula de la siguiente manera: $\$230.000 * 40\% = \$78.660.000$ pesos. Esto se divide por 10 años; $\$78.660.000 / 10 = \$7.866.000$ pesos, esto llevado a UF es 296 UF.

- **Demanda real e ingresos por venta correspondientes al Plan Premium**

Al revisar la encuesta, se da en cuenta que el 38% (porcentaje estimado sobre personas dispuestas a contratar uno de los dos planes) de los hogares que se encuentran en la región, están dispuestas a contratar el Plan Premium de la empresa. Se puede detallar la demanda real, desarrollando los siguientes cálculos: $1.380 * 38\% = 525$ hogares. De estos 525, se puede sacar los ingresos anuales $525 * 20,4 UF = 10.710$ UF. Esto debe corregirse por el error, que nos dará como resultado $10.710 * 40\% = 4.284$ UF.

El costo de instalación se calcula de la siguiente forma: $\$380.000 * 525 * 40\% = \$79.800.000$ pesos. Este resultado se divide por los 10 años, y da como resultado promedio anual $\$7.980.000$ pesos, es decir, 300 UF.

- **Demanda real total de empresas**

Ya estimada la demanda potencial de la industria de seguridad con servicios dirigidos a empresas, se procedió a realizar el cálculo de la demanda real en cuestión que tendría Security Magallanes para su Plan empresas.

Al igual que en la demanda real de hogares, se tomó en cuenta la opinión de un experto de la industria de seguridad, el cual dio una aproximación de la participación de mercado que podría

obtener la empresa. Considerando el previo cálculo de la demanda potencial de la industria y la participación de mercado estimada por el experto en el rubro, se puede proyectar que la demanda real de las empresas correspondería a 1.071 empresas.

Demanda real e ingresos por venta correspondientes al Plan Empresas

Para determinar la demanda real de las empresas, se debe calcular $1.071 * 15\% = 171$ empresas. Luego esto se multiplica por 42 UF que corresponde al valor anual del plan empresas, el resultado es $171 * 42 = 6.762$ UF. Posteriormente este valor debe ser corregido por el valor de muestra, $6.762 * 40\% = 2.705$ UF. Los costos de instalación consideran la demanda real correspondiente a $171 * \$500.000 = \$32.200.000$ pesos. Para estimar el costo de instalación anual se divide este número por 10 años, que da como resultado $\$3.220.000$ pesos, que da 121 UF por año.

Estimación de ingresos por venta anuales de Security Magallanes

Para proyectar los ingresos por venta totales de la empresa, se deben considerar todas las fuentes de ingreso que tenga la compañía: (Plan Básico hogares + costo de instalación plan básico), (Plan Premium hogares + costo de instalación plan Premium), (Plan empresas + costo de instalación empresas).

Cálculo de los ingresos por venta son de esta manera:

$$(5.746 + 296 \text{ UF}) + (4.284 \text{ UF} + 300 \text{ UF}) + (2.705 \text{ UF} + 121 \text{ UF}) = 13.452 \text{ UF}.$$

2.2. Estimación demanda para los 10 años escenario normal, optimista y pesimista

- Escenario normal

Dado que los índices de delincuencia van al alza y la sensación de inseguridad de la opinión pública crece, es por esto que la sociedad para sentirse más segura, contratan algún servicio de seguridad privada que les pueda hacer sentir seguros, algo que no puede dar la seguridad pública. Debido a las circunstancias que afectan a la sociedad en este país, los estudios muestran que la industria de seguridad crecerá 10% cada año. Dentro de este escenario normal, se asume que la economía chilena y sus variables se mantendrán estables (inflación, desempleo, ingresos fiscales, ingresos de personas, etc.)

Security Magallanes al insertarse en un mercado en donde el miedo y la inseguridad es una constante de la sociedad de la región, bajo un escenario normal, se estima que el crecimiento del 10% anual se mantendrá al menos por los siguientes cinco años. Posteriormente a este periodo, el crecimiento se decrecería de forma levemente gradual, hasta el décimo año de funcionamiento de la empresa. La razón de esta disminución a partir del quinto año, se debe a que se estima que Security Magallanes, mantendrá una cartera de clientes considerablemente estable y fidelizada dentro del mercado magallánico.

Cuadro N°1: Estimación de ventas en UF.

ESCENARIO NORMAL		
Año	ventas en UF	Crecimiento
1	13.452	10%
2	14.797,20	10%
3	16.276,92	10%
4	17.904,61	10%
5	19.695,07	10%
6	21.664,58	8%
7	23.397,75	8%
8	25.269,57	6%
9	26.785,74	6%
10	28.392,88	5%

- **Escenario optimista**

Es este escenario, se espera Security Magallanes tenga un gran impacto dentro de la industria magallánica. Es importante señalar que las empresas de seguridad actualmente establecidas en el d^oo d^ocima región son ineficientes, y si la empresa de seguridad logra tener una buena aceptación por parte de la comunidad local, puede permitir que el crecimiento que tenga esta (en los próximos 3 años) sea levemente superior al crecimiento estimado del mercado para los próximos años.

De la misma manera que en el escenario normal, se espera que después del crecimiento de los primeros tres años, vaya decreciendo gradualmente hasta el d^ocimo año. El crecimiento proyectado para los primeros tres años será de un 13%.

Cuadro N°2: Estimación de ventas en UF.

ESCENARIO OPTIMISTA		
Año	ventas en UF	Crecimiento
1	13.452	13%
2	15.200,76	13%
3	17.176,86	13%
4	19.409,85	11%
5	21.544,93	10%
6	23.699,42	10%
7	26.069,36	8%
8	28.154,91	6%
9	29.844,21	6%
10	31.634,86	5%

- **Escenario pesimista**

En el escenario pesimista, se espera que los primeros dos años la empresa crezca al crecimiento de mercado correspondiente al 10% anual. En este escenario se espera que, dado al emergente mercado magallánico, en el aspecto de seguridad, entren nuevos competidores, que logren satisfacer las necesidades latentes de seguridad de los hogares y empresas magallánicas. Hay que tener bien en cuenta este escenario, dadas a las bajas barreras de entrada. Al igual que los dos escenarios anteriores, se espera que después de un crecimiento sostenido de los primeros tres años, vaya posteriormente decreciendo gradualmente hasta el décimo año. Si se llega a dar este escenario, es probable que la empresa cierre a los pocos años de funcionamiento, ya que una empresa con baja participación de mercado y bajo crecimiento no es rentable bajo ninguna circunstancia.

Cuadro N°3: Estimación de ventas en UF.

ESCENARIO PESIMISTA		
Año	ventas en UF	Crecimiento
1	13.452	10%
2	14.797,20	10%
3	16.276,92	10%
4	17.904,61	8%
5	19.336,98	8%
6	20.883,94	6%
7	22.135,98	6%
8	23.465,20	5%
9	24.638,46	4%
10	25.623,00	4%

3. Estrategia Comercial

3.1. Mercado Objetivo

El mercado objetivo de Security Magallanes está representado por todos los habitantes, ya sean empresas o consumidores finales que tengan insatisfecha la necesidad de bienestar y seguridad dentro de sus hogares o lugar de trabajo.

Micro segmentación para personas

Geográfica:

Sector urbano de Región de Magallanes.

Demográficas:

Personas adultas principalmente con familia e ingreso medio alto.

Personas adultas que vivan solos o en pareja y tengan la necesidad de proteger sus hogares.

Psicográfica:

Personas innovadoras que estén dispuestos a contratar servicios de nueva tecnología
Personas que buscan seguridad.

Personas que vivan con temor

Personas que viajan recurrentemente o realizan actividades de esparcimiento

Conductuales:

Beneficio Buscado: Seguridad

Grado de lealtad:

Alto

Factor Valorado:

Para sentirse seguros de que no serán víctimas de robo ni delincuencia

Actitud hacia
el producto:
Positiva

SEGMENTO

Personas y familias que vivan en el sector urbano de la región de Magallanes, que busquen seguridad o sientan temor al dejar sus casas deshabitadas debido a vacaciones o actividades de esparcimiento, que sean innovadoras y dispuestas a contratar servicios especializados de nueva tecnología de seguridad, con el objetivo de proteger sus hogares de los robos y la delincuencia la zona.

Micro Segmentación para empresas

Demográfica:

Tamaño de la empresa: empresas de tamaño pequeño, mediano o grande. Ubicación: empresas que se encuentren dentro de la Región de Magallanes

Operativa:

Tecnología: disponibilidad de celulares de alta gama para el óptimo funcionamiento del servicio.
Situación de usuario: que busque seguridad

Características de la empresa:

Lealtad a la marca: alta

Actitud hacia el riesgo: Alto

Enfoque de compra:

Rol de compra: de la instalación del servicio es pago inmediato, del plan es un cargo mensual.

Beneficio Buscado: seguridad.

SEGMENTO

Empresas de tamaño pequeño, mediano o grande, que se encuentren dentro de la región de Magallanes, deben disponer de tecnología móvil de alta gama, dispuestos a contratar un servicio especializado de seguridad, donde el pago de la instalación es inmediato y un plan con cargo mensual.

3.2. Posicionamiento

La estrategia de posicionamiento utilizada por Security Magallanes es “Beneficio buscado”, ésta se justifica porque nuestros clientes tienen una necesidad insatisfecha de seguridad que la empresa se encargara de solucionar. Entregando un servicio completo e innovador de alarmas, se preocupará de mantener seguros y satisfechos a todos sus clientes.

El negocio estará orientado a todas las familias y empresas de la región de Magallanes, que tengan la intención de proteger sus hogares o negocios del notorio aumento de la delincuencia que aquí se ha registrado los últimos años, basándose en que en la actualidad la competencia de Security Magallanes es de calidad inferior y los clientes se encuentran insatisfechos con el servicio que estos entregan.

□ El concepto específico para el posicionamiento será “Security Magallanes, Tu seguridad es necesaria. Nuestro apoyo es esencial”

3.3. Mezcla Comercial

3.3.1. Producto

Security Magallanes ofrece dos planes de seguridad para consumidores finales y un plan para empresas, según la necesidad que el cliente tenga, estos son:

Plan para empresas:

- Se basa en la instalación de cámaras de seguridad y detectores infrarrojos a los alrededores de la propiedad junto a un dispositivo que actúa como un parlante. Al momento de activarse el detector infrarrojo, el personal especializado revisará las cámaras de vigilancia para determinar si es que se debe iniciar o no el protocolo de seguridad. A su vez se le avisará al cliente de la situación a través de la aplicación y llamadas telefónicas. Si la situación es de ingreso no permitido a la propiedad, se le avisará al cliente de la misma forma como se explicó anteriormente y además se harán llamados a través de los parlantes instalados en puntos estratégicos de la empresa para que el delincuente sepa que está siendo observado por el personal.

-

Plan para consumidores finales/ cliente básico:

- Se basa en un servicio de seguridad estándar para hogares, se caracterizará por brindarle a los clientes un sistema de seguridad con detector infrarrojo y acceso a una aplicación de la empresa en el dispositivo móvil donde se podrá avisar al cliente sobre la invasión no permitida de la propiedad y también el cliente podrá avisar a la empresa si se encuentra en una situación de peligro o falsa alarma.

Plan para consumidores finales/ clientes Premium:

- Se basa en un servicio de seguridad, el cual tendrá las mismas características que el servicio Estándar, pero se diferenciará porque el cliente además tendrá cámaras de vigilancia a los alrededores de la propiedad y este podrá ingresar y revisar las cámaras de seguridad a través de la aplicación móvil, permitiéndoles tener más control sobre su hogar.

3.3.2. Precio

La estrategia de precios que se utilizará para los tres servicios que corresponden a Plan Básico y Premium para hogares y Plan empresas para las empresas será la siguiente: Security Magallanes utilizará la estrategia de precios competitivos, ya que ésta es una empresa nueva que recién se está introduciendo al mercado magallánico y se necesita que las personas conozcan el servicio que esta entrega. Para los años siguientes cuando la empresa esté mejor posicionada en la población magallánica se seguirá utilizando la misma estrategia.

Los precios de Security Magallanes se basan en una mensualidad y costo de instalación de productos que se pagan al momento de firmar el contrato.

Para el caso de los hogares, existen dos tipos de planes. Las personas que opten por el plan Básico, tendrán que pagar una mensualidad de 1,4 UF y un costo de instalación de productos que deberán pagar al principio de \$230.000 pesos. El resto de personas que se decidan por el plan Premium, deberán pagar una mensualidad de 1,7 UF y costo de instalación de \$380.000 pesos.

Por otro lado, las empresas que quieran contratar los servicios de Security Magallanes, sólo tienen un tipo de plan en el cual deben pagar una mensualidad de 3,5 UF agregándole además el costo de instalación de \$500.000 pesos.

3.3.3. Plaza

Dado que Security Magallanes es quien otorga el servicio de seguridad para las empresas y clientes finales, esto es venta directa entre fabricante y consumidor, por lo que la estrategia de distribución es de nivel 0.

3.3.4. Promoción

La estrategia de comunicación que realizará Security Magallanes para atraer clientes, será de forma distinta para las diferentes audiencias meta, ya que se tendrán clientes de hogares y de empresas.

El objetivo comunicacional que se ha propuesto Security Magallanes es que la audiencia meta al cual se dirige la empresa, los perciban como una empresa regional que está fielmente comprometida con la seguridad de los hogares Magallánicos, el mensaje debe resaltar la diferenciación que se tiene con las otras empresas y la preocupación que Security Magallanes tiene con sus clientes.

El mensaje que se quiere transmitir a los hogares es racional, ya que el objetivo de la empresa es entregar un servicio eficiente y que a la vez los consumidores lo vean de esa forma; y también se entregará un mensaje emocional a los hogares magallánicos ya que la empresa es una empresa que se caracterizará por ser 100% de la región y comprometida con la seguridad de esta. El objetivo de la organización, no es solamente tener altas rentabilidades, si no que el principal objetivo es contribuir a que la población magallánica vuelva a sentirse segura como antes.

A los clientes que se les brindará el servicio de Plan Empresas se les entregará un mensaje racional, ya que para Security Magallanes es importante que las empresas lo vean como una organización eficiente anti robos.

Las herramientas del mix comunicacional que se utilizarán en este caso, serán definidas por una agencia externa especializada que se encargará de llevar cabo los planes comunicacionales con el fin de lograr los objetivos propuestos, así los costos incurridos por este servicio estarán a cargo de Security Magallanes.

V. ESTUDIO TECNICO

1. Capacidad de Producción o de prestación del servicio

1.1. Factores Determinantes de la Capacidad

Security Magallanes es una empresa prestadora de servicios de seguridad, inspirada en brindarle un sistema de vida seguro a toda la comunidad magallánica. Dicha empresa de servicios está orientada en satisfacer las necesidades insatisfechas que tienen las familias de la duodécima región con respecto al tema de la seguridad, con el objetivo de que los habitantes de la región vuelvan a sentir que viven en el lugar más tranquilo y seguro de la nación. Dicho objetivo, se logrará entregando un servicio con los mejores estándares de seguridad ya descritos anteriormente.

Este negocio además de buscar una rentabilidad que tenga una cierta tasa de crecimiento de manera estable de acá al horizonte de tiempo estimado, busca tener un gran impacto social en la comunidad en donde estará inserta. Los propietarios al ser oriundos de la región sienten un gran compromiso para abastecer a toda la región un servicio de seguridad que logre satisfacer sus necesidades que hoy en día no han sido satisfechas. Por las razones sociales de Security Magallanes mencionadas anteriormente, la empresa de seguridad buscara cubrir al menos la demanda estimada en el escenario optimista previamente estimado.

Security Magallanes ha decidido adoptar una política de capacidad de prestación de servicios que supere al menos en un 10% de la demanda estimada del escenario optimista, de esta forma la empresa se asegura que cubrirá a toda la gente que desee contratar sus servicios, y de esta manera, brindar el servicio que ofrecen a toda la comunidad sin restricción.

Los factores que restringirán la capacidad de los aparatos necesarios para que el servicio funcione de una manera integral se justifica por una política interpuesta por los propietarios de la compañía de no acumular en bodega más de un 20% de dispositivos sobre la demanda estimada del escenario optimista correspondiente al año en cuestión. Esta política se adoptó para no incurrir en gastos excesivos que dañen la salud financiera de la empresa justificadas por un almacenamiento excesivo en bodega. Por el contrario, si el inventario de aparatos en bodega es menor al 10% descrito

anteriormente, se activará un KPI cuya función es avisar al encargado para que se comunique con el proveedor y que este nos abástese de los aparatos necesarios para volver al inventario óptimo del 10%. En caso de que el stock en bodega supere el 20%, se liquidaran aparatos hasta volver a los porcentajes estimados por la compañía.

1.2. Capacidad de producción para 10 años y 3 posibles escenarios

Para poder satisfacer las necesidades de todos los potenciales clientes, Security Magallanes adopto una política de capacidad de prestación de servicios de tener al menos un 10% adicional en stock con respecto a la demanda estimada en el escenario optimista. A su vez, la empresa decidió no tener en inventario más de un 20% adicional de aparatos de seguridad con respecto a la demanda real estimada en un escenario optimista. La política de no superar ese 20% de stock en inventario se creó para no incurrir en excesivos gastos de costos de mantención que pueda impactar en la salud financiera de la compañía.

Para calcular la capacidad de producción para cada año se calculó sacando un promedio del stock mínimo en inventario y el stock máximo que se debería tener en inventario para no tener gastos excesivos de costos en mantención. Es por esto que para el cálculo de la capacidad de producción se utilizara un 15% sobre la demanda real en un escenario optimista, aplicado para cada año por separado.

En el caso del año 1, la demanda real en el escenario optimista es de \$13.452. Por lo tanto, la capacidad de producción para ese año será: $13.452 * 1,15 = 15.469,80$, y así sucesivamente para cada año

Cuadro N°4: Capacidad de producción que se utilizara para los 3 escenarios posibles y un horizonte de tiempo de 10 años.

Año	Cantidad de produccion
1	15469,80
2	17480,87
3	19753,39
4	22321,33
5	24776,67
6	27254,33
7	29979,76
8	32378,15
9	34320,84
10	36380,09

La cantidad de producción se mantendrá siempre entre el 10% y 20% sobre la estimación de demanda real proyectada del escenario optimista. Solo se aumentará o disminuirá la cantidad de producción de la empresa para los distintos años si se realiza un nuevo estudio de proyección de demanda real futura y los datos de este cambien en relación a la primera estimación de demanda hecha por Security Magallanes.

1.3 Capacidad para 10 años y 3 posibles escenarios (comparación con estimación de demanda real)

A continuación, se mostrará una tabla comparativa con la capacidad máxima de servicios que Security Magallanes puede brindar y las ventas esperadas de acá a un horizonte de 10 años. La comparación se hará con los 3 escenarios posibles: pesimista, normal y optimista.

Cuadro N°5: Comparación entre la capacidad máxima de ventas y las ventas esperadas para los 10 años siguientes, escenario Normal.

Escenario Normal			
Año	Demanda Total en U.F	Capacidad en U.F	Ventas Efectivas
1	13452	15469,80	13452
2	14797,20	17480,87	14797,2
3	16276,92	19753,39	16276,92
4	17904,61	22321,33	17904,61
5	19695,07	24776,67	19695,07
6	21664,58	27254,33	21664,58
7	23397,75	29979,76	23397,75
8	25269,57	32378,15	25269,57
9	26785,74	34320,84	26785,74
10	28392,88	36380,09	28392,88

Cuadro N°6: Comparación entre la capacidad máxima de ventas y las ventas esperadas para los 10 años siguientes, escenario Optimista.

Escenario Optimista			
Año	Demanda Total en U.F	Capacidad en U.F	Ventas Efectivas
1	13452	15469,80	13452
2	15200,76	17480,87	15200,76
3	17176,86	19753,39	17176,86
4	19409,85	22321,33	19409,85
5	21544,93	24776,67	21544,93
6	23699,42	27254,33	23699,42
7	26069,36	29979,76	26069,36
8	28154,91	32378,15	28154,91
9	29844,21	34320,84	29844,21
10	31634,86	36380,09	31634,86

Cuadro N°7: Comparación entre la capacidad máxima de ventas y las ventas esperadas para los 10 años siguientes, escenario Pesimista.

Escenario Pesimista			
Año	Demanda Total en U.F	Capacidad en U.F	Ventas Efectivas
1	13452	15469,80	13452
2	14797,2	17480,87	14797,2
3	16276,92	19753,39	16276,92
4	17904,61	22321,33	17904,61
5	19336,98	24776,67	19336,98
6	20883,94	27254,33	20883,94
7	22135,98	29979,76	22135,98
8	23465,2	32378,15	23465,2
9	24638,46	34320,84	24638,46
10	25623	36380,09	25623

2. Proceso de producción

El proceso de producción de las empresas es muy importante, ya que determina la forma en que se desarrollarán los pasos a seguir para lograr el producto final.

Security Magallanes, siendo una empresa que entregará seguridad y tranquilidad a sus clientes, se dedicará más a la prestación de servicios más que a la producción de un producto tangible, pero aun así el proceso de diseño es de igual forma relevante.

Security Magallanes, es una empresa cuya principal función será entregar un servicio de seguridad eficiente a sus clientes para hogares y empresas, para que estos se sientan tranquilos cuando estén dentro y fuera de los domicilios.

Es por esto que la empresa entrega tres servicios, dos para hogares (Plan Básico y Plan Premium) y uno para empresas (Plan Empresas), donde cada una tiene sus propias características como alarmas de aviso si es que existe entrada sin consentimiento a la propiedad privada y botones de pánico, pero ambas se beneficiarán de apoyo presencial en caso de peligro y rondas en los momentos donde exista mayor posibilidad de ocurrencia de delitos, para así disminuir la victimización general.

La empresa quiere crear lazos de confianza con los usuarios, para lograr satisfacer la necesidad latente de seguridad que existe en la región debido al aumento de la delincuencia y delito contra la propiedad.

A continuación, se detallarán las etapas de prestación de servicio:

- a. En primer lugar, al cliente interesado en tener un servicio de seguridad, se acercará a algún vendedor que le asesorará con los distintos planes que tenga la empresa dependiendo de las necesidades que este tenga.

El cliente al decidirse por el plan, instaladores se dirigirán al domicilio para asesorar de forma eficiente y personalizada la localización de los productos de seguridad según la estructura del domicilio para posteriormente ser instalados.

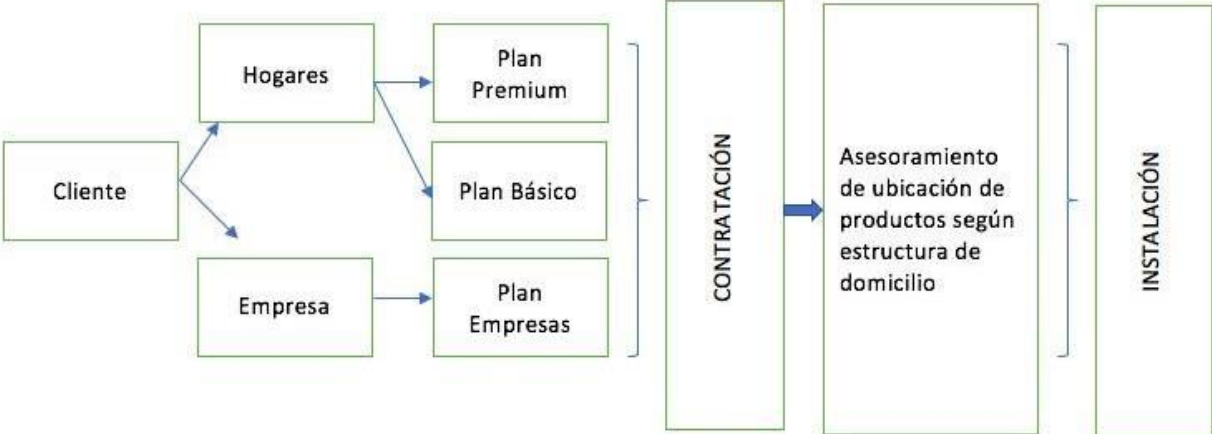
- b. Se realizarán distintas pruebas para comprobar la calidad de los productos y aplicaciones para que el cliente sienta confianza en los productos instalados.

- c. Desde el primer día que se contratan los servicios de Security Magallanes, se tendrán las respectivas rondas de seguridad realizadas por el personal especializado en seguridad.

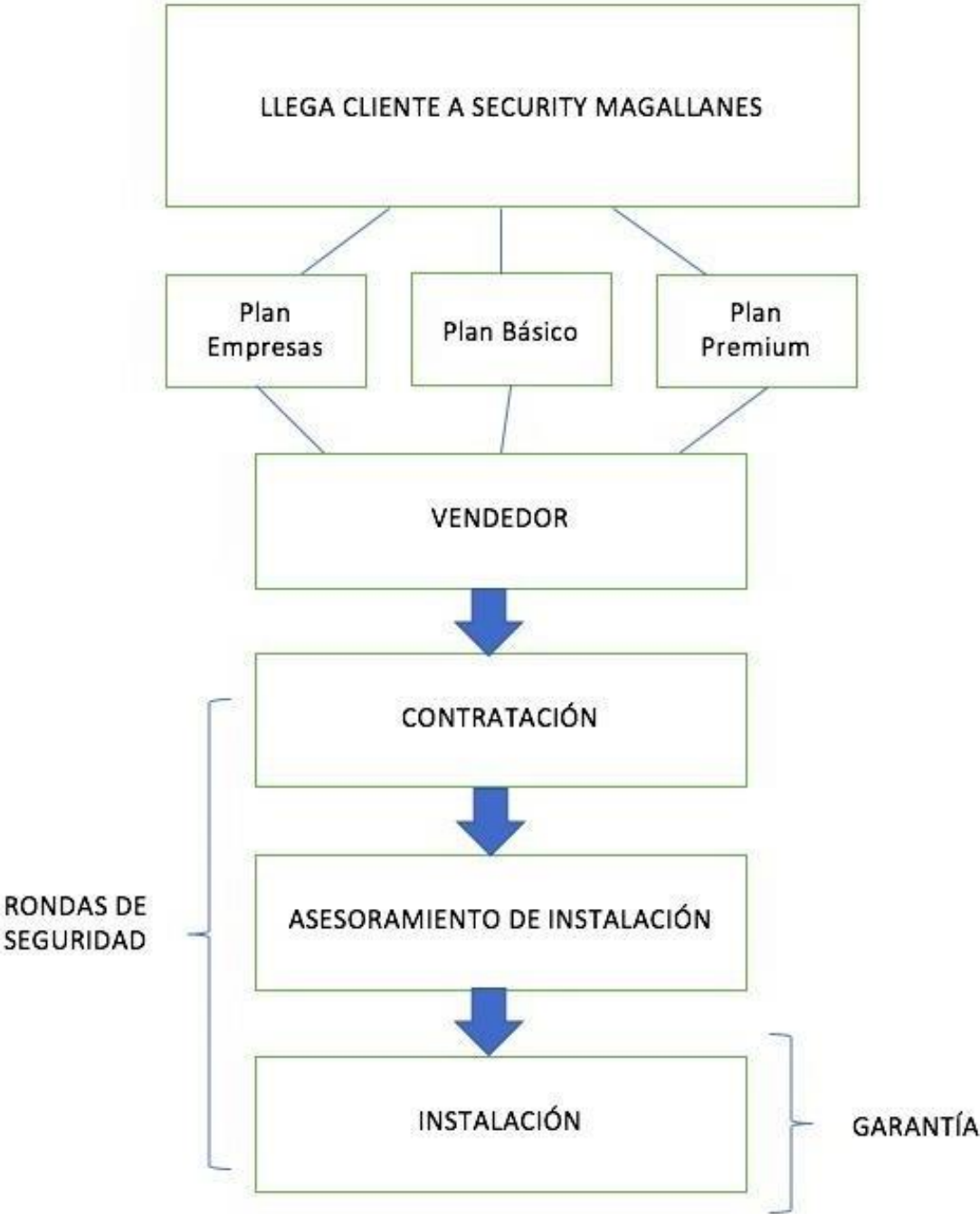
- d. Cualquier problema con los productos, los técnicos se harán cargo de estos para poder arreglarlos o cambiarlos lo más rápido posible para no dejar a los clientes sin productos de seguridad que pueda disminuir su confianza en la seguridad de su hogar o empresa ni en el servicio que entrega Security Magallanes.

DIAGRAMA DE FLUJO

Etapa 1: Ingreso del cliente



Etapa 2: Ubicación del cliente

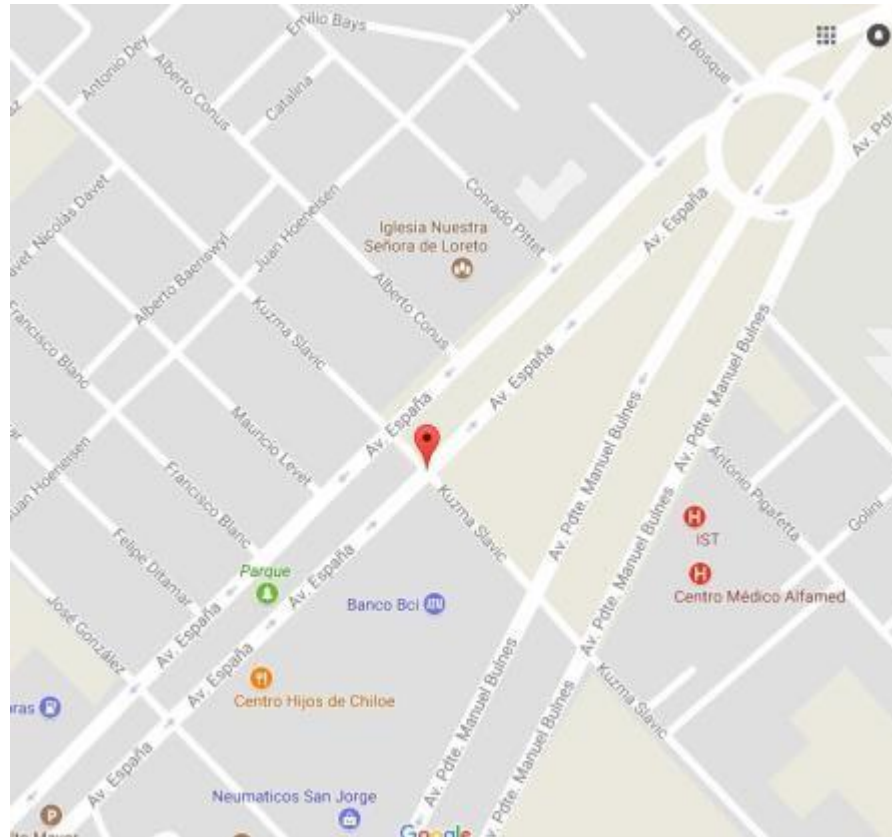


3. Localización de la empresa

La ubicación en donde se encontrará el centro de operaciones de Security Magallanes es primordial para poder entregarles la seguridad, y especialmente confianza a los clientes de la empresa. Es importante que el lugar en donde realice las operaciones este cercano a los barrios en donde se encuentran la gran mayoría de los hogares y empresas a los que va dirigido Security Magallanes. A los integrantes de las familias magallánicas el aspecto que más critican es el tiempo de demora de los servicios de seguridad ya existentes en llegar a sus hogares ante una emergencia. Por esta razón, es que Security Magallanes analizo las ubicaciones alrededor del sector norte de la comuna (lugar en donde se ubican una gran proporción de nuestro público objetivo), para así lograr satisfacer la principal molestia de los hogares y empresas de la región con las empresas prestadoras de servicios de seguridad en la zona.

Dado lo anterior, Security Magallanes decidió arrendar un lugar ubicado en la intersección de la calle Kuzma Slavic con Avenida Bulnes. El domicilio que eligió la empresa para realizar sus operaciones tiene todas las comodidades para el buen funcionamiento de este, en donde los trabajadores de las distintas áreas de la organización puedan desempeñarse correctamente y por, sobre todo, que trabajen con comodidad. Pero, la principal razón para establecerse en ese sector es que el tiempo de demora desde éste hasta los hogares y empresas que contrataran los servicios de Security Magallanes (público objetivo) fluctúa entre 1 y 3 minutos.

IMAGEN UBICACIÓN DE LA EMPRESA Y FACHADA





VI. ORGANIZACION INTERNA

1. Organigrama



2 Análisis de cargo

En relación a las necesidades y al rubro, Security Magallanes define una serie de cargos y puestos de trabajo para las necesidades de la empresa, para poder entregar un servicio óptimo a los clientes. A continuación, se presenta la definición de cada cargo, los diferentes tipos de personas según las cualidades requeridas para ser parte de la empresa. De esta forma se asignan los deberes y obligaciones de cada uno de los miembros de Security Magallanes.

a) Administrador general

➤ Identificación del Cargo:

- Nombre del Cargo: Administrador general.
- Número de ocupantes: Una persona.
- Dependencia: No depende de otra persona, ya que es el cargo más alto.

➤ Descripción del Cargo:

El Administrador general tiene el deber y la obligación dentro de la empresa de:

- Realizar la planificación de los objetivos generales y específicos de la empresa para un corto, mediano y largo plazo.
- Dirigir y organizar la estructura de los cargos y funciones de estos dentro de la empresa.
- Tomar decisiones, supervisar y ser un líder, delegando tareas según corresponda.

- Gestionar el control de las actividades realizadas por los otros departamentos, detectando posibles desviaciones de los objetivos.
- Mantener una comunicación fluida con el área comercial y la secretaria, para agendar reuniones con el fin de aumentar la productividad y el número de clientes de la empresa.
- Tomar decisiones acerca de las contrataciones, la selección de personal, la capacitación de este y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- Influir en la toma de decisiones financieras de la empresa, evitando de esta manera problemas futuros en esta área.

➤ Especificación del cargo:

Uno de los socios de Security Magallanes tomara el cargo de Administración general, con un título de ingeniero comercial y amplio conocimiento del rubro, sumado a sus destacadas características de buen líder.

b) Jefe de Finanzas

El Jefe de Finanzas tiene el deber y la obligación dentro de la empresa de:

➤ Identificación del Cargo:

- Nombre del Cargo: Jefe de Finanzas
- Número de ocupantes: Una persona

Dependencia: Bajo el control del Administrador General y tiene a su cargo un Contador
Descripción del Cargo:

El jefe de finanzas en conjunto con un contador a cargo tiene el deber y la obligación dentro de la empresa de:

- Registrar todas las operaciones contables y datos financieros, para mantener el orden de la información y de esta forma permitir que la empresa pueda planificar y tomar decisiones adecuadas.
- Planificar, analizar y evaluar la información registrada. Generando presupuestos, flujos, indicadores de riesgo y análisis de los costos de la empresa. Asegurando que si este proceso en conjunto con el anterior, se realiza de manera óptima, se pueden establecer objetivos futuros, estrategia de cobros e inversiones, con el objetivo de obtener crecimiento progresivo y positivo. Además de lograr anticipar posibles crisis y problemas financieros futuros.
- Búsqueda de fuentes de financiamiento. En el caso de ser necesario, el jefe de finanzas se encarga de buscar la opción de financiamiento menos riesgosas para

- la empresa, los cuales pueden ser créditos bancarios, capital de los socios, organizaciones, entre otros.
- Compra de los productos de seguridad que vende la empresa, los insumos de instalación y todo lo requerido para un óptimo servicio. Esto implica las negociaciones con los proveedores y mantener los costos dentro de los estándares adecuados para asegurar la rentabilidad acorde con el precio de los servicios que Security Magallanes ofrece al mercado.
- Dirección y control del activo fijo y el inventario
- Pago de remuneraciones.

➤ Especificación del cargo:

Una persona contratada estará a cargo del puesto descrito anteriormente, debe contar con el título de ingeniero comercial con especialidad en finanzas, para asegurar un amplio manejo de las condiciones requeridas.

c) Jefe de Marketing

El jefe de marketing tiene el deber y la obligación dentro de la empresa de:

- Identificación del Cargo:
 - Nombre del Cargo: Jefe de Marketing.
 - Número de ocupantes: Una persona.
 - Dependencia: Bajo el control del Administrador General.

- Descripción del Cargo:

El jefe de Marketing tiene el deber y la obligación dentro de la empresa de:

- Desarrollo de la marca de la empresa. Para asegurar una buena penetración en el mercado y lograr que Security Magallanes sea conocida y confiable para los clientes, se debe crear una serie de elementos visuales, como un logotipo, anuncios televisivos, de radio, diarios y revistas locales, según sea el presupuesto entregado por el área de finanzas para esta tarea dentro de la empresa. Por lo tanto, trabajando en conjunto con la dirección, el jefe de marketing crea una marca que se alinea con la misión de la organización.
- Inteligencia competitiva. El gerente de marketing es el encargado de realizar investigaciones de mercado mediante encuestas y focus group.

- Analizar el rendimiento de la competencia en el mercado. Evaluando a su vez el estado de la economía y sumado al punto anterior, se crean informes del estado actual de la empresa, como modo de planificar y mejorar falencias para un futuro.
- Análisis de la publicidad.
- Relaciones públicas. representar a la empresa en los medios de comunicación, para promover los servicios y promociones de lanzamiento que ofrecen al mercado.

➤ Especificación del Cargo:

Una persona contratada estará a cargo del puesto descrito anteriormente, debe contar con el título de ingeniero comercial con especialidad en marketing, para asegurar un amplio manejo de las condiciones requeridas y de esta forma lograr captar clientes que estén interesados en los servicios que la empresa ofrece al mercado.

d) Jefe Comercial

El jefe comercial tiene el deber y la obligación dentro de la empresa de:

➤ Identificación del Cargo:

- Nombre del Cargo: Jefe Comercial.
- Número de ocupantes: Una persona.
- Dependencia: Bajo el control del Administrador General.

➤ Descripción del Cargo:

El jefe comercial tiene el deber y la obligación dentro de la empresa de:

- Establecer objetivos concretos para el área de ventas de la empresa
- Tener los conocimientos y la capacidad adecuada para resolver problemas comerciales directamente con el cliente.
- Tomar decisiones con respecto a las ventas y a la capacidad de producción que tiene Security Magallanes
- Establecer las prioridades de la empresa en cuanto objetivos de corto, mediano y largo plazo.
- Reclutar, seleccionar y formar al personal de ventas, sabiendo mantener la motivación para que se consigan los objetivos de manera óptima.
- Control sobre el personal del área de ventas.
- En conjunto con el área de marketing y finanzas, el gerente comercial debe trabajar en el posicionamiento de la marca, el diseño de las estrategias y las políticas de precios.

➤ Especificación del Cargo:

Una persona contrada estará a cargo del puesto de jefe comercial, debe tener también un título de ingeniero comercial con amplio conocimiento del mercado donde operará Security Magallanes.

e) Jefe de operaciones

➤ Identificación del Cargo:

- Nombre del Cargo: jefe de operaciones
- Número de ocupantes: Una persona.
- Dependencia: Bajo el control del Administrador General

➤ Descripción del Cargo:

El jefe de operaciones tiene el deber y la obligación dentro de la empresa de:

- Está a cargo de todo el proceso de instalación de los productos de seguridad.
- Gestionar y optimizar todas las rutas a los cuales los instaladores deberán acudir para completar el trabajo.
- Encargarse de reducir los costos y controlar que los instaladores hagan un trabajo eficiente, evitando pérdidas de tiempo. logrando una instalación eficiente de los productos.
- Dirigir a los instaladores y mantener la motivación de estos empleados.

➤ Especificación del Cargo:

Una persona contrada estará a cargo del puesto de jefe de operaciones, debe un título mínimo de administrador de empresas, pero idealmente un ingeniero civil, con amplio conocimiento del mercado donde operará Security Magallanes. Experiencia mínima 1 año.

f) Secretaria

➤ Identificación del Cargo:

- Nombre del Cargo: secretaria
- Número de ocupantes: Una persona.
- Dependencia: Bajo el control del Administrador General

➤ Descripción del Cargo:

La secretaria tiene el deber y la obligación dentro de la empresa de:

- Planifica agenda y coordina actividades de gerencia.
- administra la correspondencia de la empresa
- administra documentación de la empresa, redactando correos, informes, imprime documentos, fotocopias, entre otros.
- Recibir, informar y mantener la comunicación entre las distintas áreas.

➤ Especificación del Cargo:

Una persona contratada estará a cargo del puesto secretaria, debe un título técnico de secretariado, con manejo básico de inglés, mecanografía, ofimática, ortografía y gramática y contabilidad básica. Debe tener buena presentación personal y buena disposición.

g) Contador:

➤ Identificación del Cargo:

- Nombre del Cargo: Contador.
- Número de ocupantes: Una persona.
- Dependencia: Bajo el mando del Jefe de Finanzas y bajo la tutela del Administrador General.

➤ Descripción del Cargo:

El contador tiene el deber y la obligación dentro de la empresa de:

- ejecución de todos los procesos contables necesarios para el funcionamiento de la empresa.
- preparar estados financieros, informes de gestión a la empresa.
- pago de impuestos.
- mantener informado al jefe de finanzas de todo lo detallado anteriormente.
- establecer y clarificar todas las operaciones acerca del pago de remuneraciones de los trabajadores de la empresa.

➤ Especificación del Cargo:

Se contrata una persona del mercado en la región, que tenga un título de contador auditor, con experiencia mínima de 2 años. Debe tener un manejo avanzado de herramientas y softwares de contabilidad.

Se requiere una persona de extrema confianza para ocupar este puesto, ya que maneja información económica importante y cualquier error puede ser muy perjudicial para la empresa.

h) Abogado:

➤ Identificación del Cargo:

- Nombre del Cargo: Abogado
- Número de ocupantes: Una persona
- Dependencia: Bajo el mando del Administrador General

➤ Descripción del Cargo:

El abogado tiene el deber y la obligación dentro de la empresa de:

- Estar a cargo de los asuntos legales de la empresa según se requiera.
- Proporcionar apoyo y orientación de aspectos contractuales dentro del área comercial.
- Mantener la ética relacionada a su profesión.

➤ Especificación del Cargo:

Abogado de profesión con especialización en área comercial y tributaria es lo que se requiere para este cargo. Experiencia mínima de 2 años, alto poder de negociación y alto grado de confiabilidad para la empresa.

Será un empleador no de planta, es decir, solo se solicitarán sus servicios según sean requeridos por la empresa.

i) **Vendedores:**

➤ Identificación del Cargo:

- Nombre del Cargo: Vendedor
- Número de ocupantes: 3 personas
- Dependencia: Bajo el mando del jefe comercial

➤ Descripción del Cargo:

Los vendedores tienen el deber y la obligación dentro de la empresa de:

- Cumplir con las metas y objetivos presentados por el jefe comercial.
- fidelizar con clientes actuales, manteniendo la comunicación con ellos, asegurando un buen servicio y un cliente conforme con este.
- Generar informes mensuales de ventas.
- Mantener actualizada la base de datos de clientes potenciales y actuales

➤ Especificación del Cargo:

Son la cara visible de la empresa, por lo cual se exige que estas personas deben tener una excelente presentación personal y manejo del vocabulario adecuado para tratar con los clientes. Se exige escolaridad completa para postular al cargo.

Como requisito, deben ser personas proactivas, con buena disposición para el trabajo en equipo y un manejo mínimo de computador nivel usuario. Experiencia mínima de 2 años en el área de ventas.

j) Instaladores

➤ Identificación del Cargo:

- Nombre del Cargo: Instalador.
- Número de ocupantes: 3 personas
- Dependencia: Bajo el mando del jefe de operaciones, pero con la tutela de jefe comercial

➤ Descripción del Cargo:

Los instaladores tienen el deber y la obligación dentro de la empresa de:

- Manejar los vehículos de la empresa al hogar de cada cliente, para instalar el servicio requerido según corresponda, ya sea cliente particular o empresa.

➤ Especificación del Cargo:

El personal seleccionado para esta labor solo debe cumplir con escolaridad completa, teniendo conocimiento mínimo de vehículos, señales de tránsito y generalidades del servicio. Debe contar con licencia de conducir.

Estar dispuesto a pasar por una serie de capacitaciones para el óptimo aprendizaje de los conocimientos para la instalación de nuestros servicios.

k) Vigilantes - Guardias

➤ Identificación del Cargo:

- Nombre del Cargo: Vigilantes.
- Número de ocupantes: 4
- Dependencia: Bajo el mando del jefe de operaciones, pero con la tutela de jefe comercial

➤ Descripción del Cargo:

Los vigilantes tienen el deber y la obligación dentro de la empresa de:

- Manejar los vehículos de la empresa al hogar de cada cliente en el caso de que la alarma suene, para verificar que este todo en orden.
- Al momento de la supervisión, en el caso de que exista algún problema, comunicarse con carabineros para informar y delegar la tarea de enfrentarse con los delincuentes, de esta forma evitando poner en riesgo la integridad física de la persona que se encuentre en el cargo y de los clientes en cuestión.
- Entregar apoyo presencial en caso de peligro latente.
- Realizar constantes rondas en caso de que cliente se encuentre de vacaciones, si el servicio incluye esta característica.

Especificación del Cargo:

El personal seleccionado para esta labor solo debe cumplir con escolaridad completa y cursos de seguridad y vigilancia.

Tener conocimiento mínimo de vehículos, señales de tránsito y generalidades del servicio. Debe contar con licencia de conducir. Ser persona elocuente y capacitada para actuar y reaccionar en situaciones de presión y peligro, evitando poner en riesgo su integridad física y la de los clientes. Personas responsables y que generen confianza y cercanía con los clientes, ya que deben mostrar actitud segura, ayudando a mantener la calma de los clientes en caso de ser necesario.

3. Selección y contratación del personal

Selección del personal

Security Magallanes se define en sus principios como una empresa mediana, por lo cual el cargo de gerente general será tomado por uno de los socios de la empresa.

Para la selección de los cargos restantes, se considera publicaciones en los diarios locales, páginas de búsqueda de empleo para contactar a candidatos que cuenten con todas las cualidades necesarias y óptimas para desempeñar el puesto de trabajo según corresponda.

Previo a un análisis y selección de currículum, se preseleccionan a los candidatos que se piensa tienen las características y cualidades que la empresa requiere, para posteriormente seguir con una entrevista personal a cada uno de ellos, realizada por el gerente general para cargos de gerencia o departamento y estos mismos para cargos menores. Una vez concluida esta etapa, se realiza una serie de test psicológicos, que permitirán conocer las personalidades y aptitudes de cada entrevistado, para posteriormente discutir términos de sueldos y condiciones laborales que cada empleado tendrá dentro de la empresa. Finalmente se firma el contrato si ambas partes se encuentran de acuerdo.

Este proceso es fundamental para el óptimo desarrollo y entrega del servicio que Security Magallanes pretende entregar a la comunidad y a sus clientes, ya que conocer las capacidades, rasgos y experiencia laboral de su personal, asegura a la empresa que los candidatos cumplan con las expectativas que la empresa y el cliente necesita.

Para el caso puntual de empleados que no son considerados de planta fija (abogado), se genera un contrato por prestaciones, es decir, sus servicios serán remunerados acorde con el trabajo o trámite que este realice para la empresa.

Contratación del personal

Los contratos de los cargos inferiores al gerente general, constaran de 3 meses de prueba para posteriormente pasar a un contrato indefinido, si es que la persona cumple con las expectativas deseadas para el cargo al cual fue asignado, si esto no es así, se procede a finiquitar al empleado, comenzando nuevamente con un nuevo proceso de selección de personal. En el contrato se especifican remuneraciones, vacaciones y todo lo acordado previamente entre el empleador y empleado.

Se estipula en el contrato de los vendedores una comisión por venta realizada del 1% sobre el monto del servicio vendido.

Se estipula en el contrato del abogado, clausulas asociadas a los precios fijos por los servicios entregados según corresponda.

4. Política de Remuneraciones

4.1. Estructura de remuneraciones

La estructura de remuneraciones de Security Magallanes será en base a la importancia del cargo que tenga la persona, la responsabilidad que este tenga, según las remuneraciones promedio del mercado y el buen desempeño que tenga el personal en la empresa. La política de remuneraciones se realizará de esta manera para mantener al personal motivado y satisfecho dentro de la empresa para que de esta forma tengan un mejor funcionamiento en sus respectivos cargos y también en conjunto. Las personas al estar conformes dentro de la empresa entregarán así un mejor servicio al cliente, mejorando la fidelidad de estos a la empresa.

El horario de trabajo de Security Magallanes, dependerá principalmente del cargo en que se encuentre la persona. Para los cargos administrativos como la gerencia y jefaturas, secretarías, contadores, instaladores y sector de ventas, el horario será de 45 horas semanales, las cuales se repartirán entre lunes a sábado.

Para el abogado, los horarios de trabajo serán dependiendo de los trabajos, casos y servicios realizados, es por esto que no se encontrará dentro de la tabla de remuneraciones.

Los de puestos de vigilancia tendrán horarios de turnos donde se trabajarán 45 horas semanales que se repartirán de lunes a domingo. Se tendrán turnos de noche y de día, y se repartirán estos turnos entre los cuatro vigilantes que tiene la empresa.

CUADRO Nº 8: TABLA DE REMUNERACIONES PARA EL PERSONAL DE PLANTA

Tabla de Remuneraciones Personal de Planta			
Cargo	Cantidad de personas	Total a Pagar Bruto anual (\$)	Total a Pagar Bruto anual (UF)
Administrador General	1	24.000.000	902,2 9
Jefe de Finanzas	1	12.000.000	451,1 5
Jefe de Marketing	1	12.000.000	451,1 5
Jefe Comercial	1	12.000.000	451,1 5
Jefe de Operaciones	1	12.000.000	451,1 5
Secretaria	1	7.200. 000	270,6 9
Contador	1	7.200. 000	270,6 9
Vendedores	3	10.800.000	406,0 3
Instaladores	3	10.800.000	406,0 3
Vigilantes	4	19.200.000	721,8 3
Total	1 7	127.200.000	4782, 14

4.2. Política aumento remuneraciones

Security Magallanes adoptara una política de aumento de remuneraciones que va a ir de la mano con los resultados financieros que tenga la compañía, de esta forma, si la empresa logra tener grandes rentabilidades, los trabajadores que la componen se verán beneficiados por el buen desempeño de la empresa. El objetivo de esta política es hacer sentir a los trabajadores comprometidos con la organización y que no sientan que no son recompensados por su buen desempeño. Security Magallanes no quiere hacer sentir que todas las ganancias de la empresa ira a los bolsillos de los socios, para no lograr un descontento en el entorno que la compone.

Security Magallanes implementara una política de aumento de remuneraciones que consta en aumentar estos en un 10% sobre la tasa de crecimiento del año en cuestión.

A continuación, se mostrarán las tablas de remuneraciones de los escenarios normal, optimista y pesimista:

CUADRO Nº 9: ESCENARIO PESIMISTA DE REMUNERACIONES

Escenario Pesimista Remuneraciones														
Año	Tasa de crecimiento	Tasa de crecimiento x 20%	Total aumento de remuneraciones	Administrador general	Jefe de finanzas	Jefe de marketing	Jefe comercial	jefe comercial	Jefe de operaciones	Secretaria	Contador	Vendedor	Instalador	Vigilante
1	10%	2,00%	2,00%	902,29	451,15	451,15	451,15	451,15	451,15	270,69	270,69	406,03	406,03	721,83
2	10%	2,00%	2,00%	920,34	460,17	460,17	460,17	460,17	460,17	276,10	276,10	414,15	414,15	736,27
3	10%	2,00%	2,00%	938,74	469,38	469,38	469,38	469,38	469,38	281,63	281,63	422,43	422,43	750,99
4	8%	1,60%	1,60%	957,52	478,76	478,76	478,76	478,76	478,76	287,26	287,26	430,88	430,88	766,01
5	8%	1,60%	1,60%	972,84	486,42	486,42	486,42	486,42	486,42	291,85	291,85	437,78	437,78	778,27
6	6%	1,20%	1,20%	988,40	494,21	494,21	494,21	494,21	494,21	296,52	296,52	444,78	444,78	790,72
7	6%	1,20%	1,20%	1000,26	500,14	500,14	500,14	500,14	500,14	300,08	300,08	450,12	450,12	800,21
8	5%	1,00%	1,00%	1012,27	506,14	506,14	506,14	506,14	506,14	303,68	303,68	455,52	455,52	809,81
9	4%	0,80%	0,80%	1022,39	511,20	511,20	511,20	511,20	511,20	306,72	306,72	460,07	460,07	817,91
10	4%	0,80%	0,80%	1030,57	515,29	515,29	515,29	515,29	515,29	309,17	309,17	463,76	463,76	824,45

CUADRO Nº 10: ESCENARIO OPTIMISTA DE REMUNERACIONES

Escenario Optimista Remuneraciones														
Año	Tasa de crecimiento	Tasa de crecimiento x 20%	Total aumento de remuneraciones	Administrador general	Jefe de finanzas	Jefe de marketing	Jefe comercial	jefe comercial	Jefe de operaciones	Secretaria	Contador	Vendedor	Instalador	Vigilante
1	13%	2,60%	2,60%	902,29	451,15	451,15	451,15	451,15	451,15	270,69	270,69	406,03	406,03	721,83
2	13%	2,60%	2,60%	925,75	462,88	462,88	462,88	462,88	462,88	277,73	277,73	416,59	416,59	740,60
3	13%	2,60%	2,60%	949,82	474,91	474,91	474,91	474,91	474,91	284,95	284,95	427,42	427,42	759,85
4	11%	2,20%	2,20%	974,51	487,26	487,26	487,26	487,26	487,26	292,36	292,36	438,53	438,53	779,61
5	10%	2,00%	2,00%	995,95	497,98	497,98	497,98	497,98	497,98	298,79	298,79	448,18	448,18	796,76
6	10%	2,00%	2,00%	1015,87	507,94	507,94	507,94	507,94	507,94	304,77	304,77	457,14	457,14	812,70
7	8%	1,60%	1,60%	1036,19	518,10	518,10	518,10	518,10	518,10	310,86	310,86	466,28	466,28	828,95
8	6%	1,20%	1,20%	1052,77	526,39	526,39	526,39	526,39	526,39	315,83	315,83	473,75	473,75	842,21
9	6%	1,20%	1,20%	1065,40	532,71	532,71	532,71	532,71	532,71	319,62	319,62	479,43	479,43	852,32
10	5%	1,00%	1,00%	1078,19	539,10	539,10	539,10	539,10	539,10	323,46	323,46	485,18	485,18	862,55

CUADRO Nº 11: ESCENARIO NORMAL DE REMUNERACIONES

Escenario Normal Remuneraciones														
Año	Tasa de crecimiento	Tasa de crecimiento x 20%	Total aumento de remuneraciones	Administrador general	Jefe de finanzas	Jefe de marketing	Jefe comercial	jefe comercial	Jefe de operaciones	Secretaria	Contador	Vendedor	Instalador	Vigilante
1	10%	2,00%	2,00%	902,29	451,15	451,15	451,15	451,15	451,15	270,69	270,69	406,03	406,03	721,83
2	10%	2,00%	2,00%	920,34	460,17	460,17	460,17	460,17	460,17	276,10	276,10	414,15	414,15	736,27
3	10%	2,00%	2,00%	938,74	469,38	469,38	469,38	469,38	469,38	281,63	281,63	422,43	422,43	750,99
4	10%	2,00%	2,00%	957,52	478,76	478,76	478,76	478,76	478,76	287,26	287,26	430,88	430,88	766,01
5	10%	2,00%	2,00%	976,67	488,34	488,34	488,34	488,34	488,34	293,00	293,00	439,50	439,50	781,33
6	8%	1,60%	1,60%	996,20	498,11	498,11	498,11	498,11	498,11	298,86	298,86	448,29	448,29	796,96
7	8%	1,60%	1,60%	1012,14	506,08	506,08	506,08	506,08	506,08	303,65	303,65	455,46	455,46	809,71
8	6%	1,20%	1,20%	1028,33	514,17	514,17	514,17	514,17	514,17	308,50	308,50	462,75	462,75	822,67
9	6%	1,20%	1,20%	1040,67	520,34	520,34	520,34	520,34	520,34	312,21	312,21	468,30	468,30	832,54
10	4%	0,80%	0,80%	1053,16	526,59	526,59	526,59	526,59	526,59	315,95	315,95	473,92	473,92	842,53

VII. ANALISIS FINANCIERO

1. Inversión Inicial

Se detalla a continuación en esta parte del análisis, todos los desembolsos que se tuvieron que realizar a partir del año 0 para poner en marcha la empresa.

Es importante señalar que, para efectos de simplificar cálculos, se congela el valor de la UF en \$26.598,95, el cual corresponde al día 28 de agosto de 2017.

1.1 Inversión Activo Fijo

En esta sección, se detalla todos los artefactos y muebles para que la empresa funcione de óptima manera.

➤ Equipo De Oficina

Desglose de los muebles de oficina necesarios:

Cuadro N° 12: Equipamiento de Oficina

Ítem	Unidades	Costo por unidad en UF	Costo total en UF
Escritorios	6	9,5	57,15
Sillas	7	4,1	28,50
Mesón de atención	1	2,1	2,1
Cafetera	2	2,1	4,13
Sillón 3 cuerpos	1	13,3	13,3
Sillón 1 cuerpo	2	8,9	17,72
Mesón de reuniones	1	5,9	5,9
Alfombrado por m2 + instalación	100	0,335	33,460
Total	No aplica	No aplica	162,26

Fuente: Dichos insumos fueron cotizados en la página web Homme&Oficce, equipamiento integral de oficina.

➤ **Equipo de Cocina**

En esta seccion, se definen los articulos necesarios para que la persona pueda contar con espacio de recreacion, donde puede almorzar y tomar café en su tiempo libre.

Cuadro N° 13: Equipamiento de Cocina

Ítem	Unidades	Costo por unidad en UF	Costo total en UF
Refrigerador	1	7,1	7,14
Microondas	2	2,1	4,13
Menaje	1	3,1	3,08
Kit mueble lavaplatos	1	4,0	3,98
Comedor de diario	1	1,1	1,13
Total	No aplica	No aplica	19,47

Fuente: Dichos equipos y utensilios fueron cotizados en la página web de Home Center Sodimac.

➤ **Equipo de Tecnología**

Los siguientes, corresponden al equipo de tecnología de la información que será necesario dentro de la oficina.

Cuadro N°14: Equipamiento de tecnología

Ítem	Unidades	Costo por unidad en UF	Costo total en UF
Computador de escritorio	7	17,3	121,05
Notebook	3	10,2	30,45
Impresora Multifuncional	2	9,8	2,1
Proyector	2	9,4	18,80
Telón para proyección	2	1,9	13,3
Teléfonos fijos	7	1,9	13,16
Teléfono Móvil para gerencia (IPhone7 32GB)	5	18,8	5,9
Teléfono Móvil para guardias (IPhone SE 16GB)	13	13,158	171,054
Total	No aplica	No aplica	375,81

Fuente: Dichos equipos tecnológicos fueron cotizados en la página web de Pc Factory y Falabella.

➤ **Equipo de técnico**

Es esta sección se representan todos los artículos necesarios para la parte técnica del servicio (instalación y rondas de seguridad)

Cuadro N° 15: Equipamiento Técnico

Ítem	Unidades	Costo por unidad en UF	Costo total en UF
Auto comercial (Peugeot Bipper 2017)	3	451,4	1.354,24
Caja de Herramienta para instaladores	3	3,7	10,97
Uniforme para instaladores	10	0,9	2,1
Casco	3	0,1	0,22
Escalera para la instalación	2	6,0	13,3
Total	no aplica	no aplica	1380,83

Fuente: Este equipamiento fue cotizado en la página web de Portillo y HomeCenter Sodimac.

Tras identificar y tabular todo lo planteado anteriormente, se puede hacer un resumen de costos acerca de los insumos y activos para que Security Magallanes, cuente con todo lo necesario para entregar un optimo servicio.

Cuadro N°16: Resumen equipamiento para la oficina

Ítem	Monto en UF
Equipamiento de oficina	162,26
Equipamiento de Cocina	375,81
Equipamiento Tecnológico	19,47
Equipamiento Técnico	1.380,83
Total	1.938,37

➤ **Gasto en Remodelación**

Dada las condiciones que se encuentra el local, es necesario incurrir en gastos de remodelacion y adaptacion del espacio fisico, de esto se encarga una empresa externa, la cual, incluyendo arquitectos, diseñadores y materiales cobra un precio fijo por metro cuadrado.

Cuadro N°17: Inversión en Remodelación

Ítem	Cantidad	Costo por M2(UF)	Costo Total(UF)
Gasto en remodelación y diseño	152 m2	15	2.280

Cuadro N°18: Gasto en equipamiento y remodelacion.

Ítem	Monto en UF
Equipamiento	1.938,37
Gasto en remodelación y diseño	2.280
Total	4.218,37

1.2 Derechos Municipales

La empresa no incurrirá en gastos de derechos municipales, ya que la oficina comercial se arrendará.

1.3 Honorarios Abogados, Arquitectos y Constructores

Los honorarios para los abogados, arquitectos y constructores serán considerados en los gastos de legalización y gasto en remodelación, según corresponda.

1.4 Gastos asociados a la legalización de la empresa

Para efecto de la puesta en marcha de la empresa, se contrata una empresa externa que realice todos los servicios legales que implican la creación de Security Magallanes.

Estos servicios son:

- Redacción de la escritura
- Inscripción en el Conservador de Bienes Raíces
- Inscripción en el Registro de Comercio
- Publicación en el Diario Oficial
- Gastos notariales e inscripciones
- Protocolización de la sociedad
- Inicio de actividades
- Obtención del RUT

Se consideran solo la constitucion de la sociedad como todo lo detallado anteriormente, el registro de marca que es fundamental para la puesta en marcha de la empresa y el pago de patentes no se incluye, ya que en el precio del local se encuentra incluido.

Cuadro N°19: Legalizacion de la empresa

Ítem	Monto	Monto en UF
Constitución de Sociedad	140.000	5,26
Registro de Marca	160.000	6,02
Total	300.000	11,28

1.5 Publicidad y promoción

Los habitantes de la región de Magallanes se caracterizan por tener un sentimiento regionalista, prefiriendo medios de comunicación con tradición de la zona por sobre canales nacionales. Las grandes empresas de la duodécima región promocionan su negocio a través de canales locales, de televisión y radio. Por lo tanto, se decidió que los principales medios que utilizará Security Magallanes para realizar publicidad serán a través del canal de televisión "ITV PATAGONIA" y el diario "EL PINGÜINO".

Otro canal que utilizará la empresa será a través de la página web, la función más importante de esta será dar a conocer los servicios que brindará la empresa de seguridad.

Se asume este proceso por dos meses como un periodo inicial de entrada al mercado, siendo el objetivo principal, que los locatarios conozcan y reconozcan la marca. En periodos posteriores, se evaluará la necesidad de nuevos metodos de publicidad y promoción.

Cuadro N° 20: Gastos en Publicidad y Promoción

Ítem	Gasto en UF mensual	Gasto en UF x 2 meses
Página Web	3,504	7,008
ITV Patagonia	2,256	4,512
Diario El Pingüino	1,88	3,76
Total	7,64	15,28

1.6 Gastos de Puesta en Marcha

El tiempo estimado para la apertura oficial de la empresa y oficina sera de dos meses, en los cuales se asocian una serie de gastos fundamentales para que todo se encuentre en condiciones optimas y de esta forma asegurar una entrada exitosa al mercado para Security Magallanes

Para la puesta en marcha es fundamental considerar:

➤ **Gasto en arriendo de local.**

Para efectuar el arriendo del local, se debe general un pago de un mes por adelantado, el pago de la comision a la corredora de propiedades (corresponde a 50% del arriendo total, ya que el otro 50% lo incurre el arrendador) y finalmente sumado a el pago de un mes de garantia, el cual sera retornado en caso de que el contrato llegue a su fin (esto se considera un flujo, pero se contibiliza en este punto ya que se necesita de la disponibilidad del dinero).

Por lo que como conclusión, en este item se consideran 3 meses de arriendo (mes 1 + mes 2 + mes de garantia) mas la comision de la corredora de propiedades.

Cuadro N° 21: Gastos arriendo de local

Ítem	Valor en pesos	Valor en UF
Mes Por adelantado (correspondiente al mes 1)	\$2.500.000	93,99
Mes 2	\$2.500.000	93,99
Mes de Garantía	\$2.500.000	93,99
Comisión Corredora de propiedades (50% del total del arriendo)	\$1.250.000	46,99
Total	\$8.750.000	328,96

➤ **Gasto en reclutamiento de personal para la empresa**

Uno de los socios se hará cargo del puesto de administrador general, la secretaria y abogado se escogerán a través de contactos de los socios, cabe señalar que es fundamental que tengan las competencias para desempeñarse en la respectiva función.

Para reclutar a los jefes de las unidades que componen la empresa, contador, vendedores, vigilantes y técnicos se hará a través de publicaciones en el diario más popular de la región (Diario el Pingüino) durante todo un mes. El costo diario de una publicación en el diario mencionado es de 0,1381 UF, cuyo monto es equivalente a 4,1449 UF mensual.

Cuadro N° 22: Gastos en reclutamiento

Ítem	Valor diario (\$)	Valor diario UF	Valor por 1 mes (\$)	Valor por 1 mes UF
Publicación en Diario el Pingüino	\$3.673	0,1381	\$110.199	4,143

➤ **Gasto en remuneraciones.**

Ya que es una empresa nueva es necesario que el personal comience sus funciones antes de que la empresa comience a operar en el mercado. Dependera del cargo, cuanto tiempo antes de que comience a operar la empresa.

Se detallan en el cuadro a continuacion, los meses previos necesarios y el costo que esto implica para la empresa.

Cuadro N° 23: Gastos en remuneraciones

Cargos	Cantidad de Personas	Sueldo bruto por cargo	Meses previos	Sueldo total del periodo	Sueldo Bruto Total del Periodo en UF
Administrador General	1	\$2.000.000	2	\$4.000.000	150,38
Jefe de Finanzas	1	\$1.000.000	1	\$1.000.000	37,60
Jefe Comercial	1	\$1.000.000	1	\$1.000.000	37,60
Jefe de Marketing	1	\$1.000.000	1	\$1.000.000	37,60
Jefe de Operaciones	1	\$1.000.000	1	\$1.000.000	37,60
Secretaria	1	\$600.000	1,5	\$900.000	33,84
Contador	1	\$600.000	1	\$600.000	22,56
Vendedores	3	\$300.000	0,5	\$450.000	16,92
Instaladores	3	\$300.000	0	\$0	0,00
Vigilantes	4	\$400.000	0	\$0	0,00
Total	No aplica	\$8.200.000	No aplica	\$9.950.000	374,07

Con los datos anteriores se puede llegar a una tabla resumen de los gastos de puesta en marcha.

Cuadro N°24: Resumen Gastos Puesta en Marcha Gastos Valor (UF)

Gastos	Valor en UF
Local	328,96
Reclutamiento	4,143
Remuneraciones	374,07
Total	710,173

1.7 Capital de trabajo

Existen variados metodos para la estimacion del capital de trabajo de una empresa, mas bien en para este caso y como modo de simplificar el proceso, se utilizará metodo de “Periodo de Desfases”, el cual es en base a los egresos totales y se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{\text{Egresos totales del periodo} * \text{Numero de dias de desfase}}{365 \text{ días (1 año)}}$$

Donde:

$$\text{Egresos totales} = \text{Costo de Venta} + \text{Costos Operacionales} - \text{Depreciación}$$

$$\text{N}^{\circ} \text{ de dias de desfase} = \text{Periodo hasta que se reciben los primeros ingresos}$$

Para capital de trabajo es importante considerar:

- Desde que la empresa comienza su funcionamiento en el local, se espera obtener los primeros ingresos alrededor de 30 días después. Por lo tanto, el número de días de desfase es igual a 30.
- Egresos totales
- A lo largo de los años la inversión en materia prima va a ser menos por lo que el capital de trabajo va a ir decreciendo.

Cuadro N°25: Capital de trabajo Escenario Normal

Item	Total, en UF
Costo de Venta	4.233,76
Costo Operacional	6.621,38
Depreciación	339,12

Por lo tanto:

Capital de trabajo =

$$\frac{(4.233,76 + 6.621,38 - 339,12) * 30}{365}$$

Capital de Trabajo para escenario normal = 10.516,02 UF

Cuadro N°26: Capital de trabajo Escenario Pesimista

Item	Total, en UF
Costo de Venta	4233,76
Costo Operacional	6621,38
Depresiacion	339,12

Por lo tanto:

Capital de trabajo =

$$\frac{(4.233,76 + 6.621,38 - 339,12) * 30}{365}$$

Capital de Trabajo para escenario pesimista = 10.516,02 UF

Cuadro N°27: Capital de trabajo Escenario Optimista

Item	Total, en UF
Costo de Venta	4.233,76
Costo Operacional	6.621,38
Depresiacion	339,12

Por lo tanto:

Capital de trabajo =

$$\frac{(4.233,76 + 6.621,38 - 339,12) * 30}{365}$$

Capital de Trabajo para escenario Optimista = 10.516,02 UF

Cuadro N°27: Inversión inicial

De esta forma y según todo lo calculado anteriormente, se puede hacer un resumen de los recursos necesarios para la inversión inicial, se presenta en el cuadro a continuación:

Ítem	Total en UF
Activo fijo	4.218,37
Derechos municipales	0
Honorarios	0
Legalización de la empresa	11,28
Publicidad y promoción	15,28
Gasto Puesta en marcha	710,17
Capital de trabajo	887,76
Total	5.842,86

2. Financiamiento

La inversión inicial se financiará con capital propio que se obtendrá gracias al financiamiento de los mismos socios que componen la empresa. Uno de los socios financiará el 50% de la inversión inicial mientras que el resto de los socios se repartirá el porcentaje restante. Dependiendo del porcentaje de financiamiento que realicen los socios, se le dará la participación dentro de la empresa. En este caso, el socio que financie el 50% de la inversión inicial tendrá el 50% de las utilidades que reparta la empresa.

3. Ingresos por Venta

Los ingresos por venta se obtuvieron sumando las recaudaciones de los tres planes que ofrece Security Magallanes. Las ventas de cada área de negocios de la compañía se calcularon en base a la demanda real estimada por el equipo y a los precios del plan respectivo.

A continuación, se presentará una tabla con la estimación de ingresos por venta para los distintos escenarios posibles, con un horizonte de tiempo de 10 años.

Cuadro N°27: Ingresos por venta

Ingresos por Venta			
Año	Escenario Normal	Escenari o Optimist a	Escenario Pesimista
1	13.452	13.452	13.452
2	14.797,2	15.200,66	14.797,2
3	16.276,9 2	17.176,86	16.276,92
4	17.904,6 1	19.409,85	17.904,61
5	19.695,0 7	21.544,93	19.336,98
6	21.664,5 8	23.699,42	20.883,94
7	23.397,7 5	26.069,36	22.135,98
8	25.269,5 7	28.154,91	23.465,2
9	26.785,7 4	29.844,21	24.638,46
10	28.392,8 8	31.634,86	25.623

4. Costos de Venta

4.1 Costo de Mano de Obra Directa

Se considera el costo en mano de obra directa, como el sueldo reajustado de las personas que ocupan el cargo de vigilantes, ya que son los que están asociados directamente al proceso de entregar el servicio.

Cuadro N°28: Mano de obra directa (Escenario optimista)

Costo mano de obra directa: Remuneraciones del Cargo Vigilante (con aumento salarial)					
ESCENARIO OPTIMISTA					
Año	Crecimiento esperado de la empresa	Aumento de remuneraciones sobre el crecimiento anual en UF (20%)	Sueldo UF sin aumento	Sueldo UF con aumento salarial	Variación
1	13%	2,6%	721,833	721,83	0
2	13%	2,6%	721,833	740,60	18,767
3	13%	2,6%	721,833	759,85	38,017
4	11%	2,2%	721,833	779,61	57,777
5	10%	2,0%	721,833	796,76	74,927
6	10%	2,0%	721,833	812,70	90,867
7	8%	1,6%	721,833	828,95	107,117
8	6%	1,2%	721,833	842,21	120,377
9	6%	1,2%	721,833	852,32	130,487
10	5%	1,0%	721,833	862,55	140,717
Tota l	No aplica	No aplica	No Aplica	7.997,38	779,053

Cuadro N°29: Mano de obra directa (Escenario normal)

Costo mano de obra directa: Remuneraciones del Cargo Vigilante (con aumento salarial)					
ESCENARIO NORMAL					
Año	Crecimiento o esperado de la empresa	Aumento de remuneraciones sobre el crecimiento anual en UF (20%)	Sueldo UF sin aumento	Sueldo UF con aument o	Variación
1	10%	2,0%	721,833	721,833	0
2	10%	2,0%	721,833	736,27	14,437
3	10%	2,0%	721,833	750,99	29,157
4	10%	2,0%	721,833	766,01	44,177
5	10%	2,0%	721,833	781,33	59,497
6	8%	1,6%	721,833	796,96	75,127
7	8%	1,6%	721,833	809,71	87,877
8	6%	1,2%	721,833	822,67	100,837
9	6%	1,2%	721,833	832,54	110,707
10	5%	1,0%	721,833	842,53	120,697
Tot al	No aplica	No aplica	No Aplica	7.860, 843	642,51

Cuadro N°30: Mano de obra directa (Escenario pesimista)

Costo mano de obra directa: Remuneraciones del Cargo Vigilante (con aumento salarial)					
ESCENARIO PESIMISTA					
Año	Crecimiento esperado de la empresa	Aumento de remuneraciones sobre el crecimiento anual en UF (20%)	Sueldo UF sin aumento	Sueldo UF con aumento	Variación
1	10%	2%	721,833	721,83	0
2	10%	2%	721,833	736,27	14,44
3	10%	2%	721,833	750,99	29,16
4	8%	1,6%	721,833	766,01	44,18
5	8%	1,6%	721,833	778,27	56,44
6	6%	1,2%	721,833	790,72	68,89
7	6%	1,2%	721,833	800,21	78,38
8	5%	1,0%	721,833	809,81	87,98
9	4%	0,8%	721,833	817,91	96,08
10	4%	0,8%	721,833	824,45	102,62
Total	No aplica	No aplica	No Aplica	7.796,47	578,17

4.2 Equipos:

Se considera cómo costo en equipos todos los implementos o insumos necesarios para entregar el servicio óptimo a los clientes. Para Security Magallanes, son cámaras de seguridad, detectores infrarojos, y parlantes de alerta, que se instalarán a lo largo de los 10 años que se está evaluando el proyecto.

➤ Escenario Optimista

Cuadro N°31: Costo Equipos

Costo Equipos año 1			
ESCENARIO OPTIMISTA			
Ítem	Cantidad Hogares/Empres as anual	Costo materia prima por plan	Costo materia prima por planes vendido s
Plan básico	342	2,65	907,54
Plan Premium	210	3,70	776,15
Plan empresas	69	7,71	531,93
Total	No aplica	14,06	2215,62

Cuadro N°32: Costo en Equipos a 10 años.

Costo Equipos a 10 años										
ESCENARIO OPTIMISTA										
Planes/costo por equipos por año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Plan básico	907,54	117,82	133,14	150,44	143,85	145,15	159,67	140,51	113,81	120,64
Plan premium	776,15	101,01	114,14	128,98	123,32	124,45	136,89	120,46	97,58	103,43
Plan empresas	531,93	69,16	78,15	88,31	84,44	85,20	93,72	82,48	66,81	70,82
Total	2215,62	287,99	325,43	367,73	351,61	354,80	390,28	343,45	278,19	294,89

➤ **Escenario Normal**

Cuadro N°33: Costo Equipos

Costo Equipos año 1			
ESCENARIO NORMAL			
Ítem	Cantidad Hogares/Empresas anual	Costo materia prima por plan	Costo materia prima por planes vendidos
Plan básico	342	2,65	907,54
Plan Premium	210	3,70	776,15
Plan empresas	69	7,71	531,93
Total	No aplica	14,06	2.215,62

Cuadro N°34: Costo en Equipos a 10 años

Costo Equipos a 10 años										
ESCENARIO NORMAL										
Planes/costo por equipos por año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Plan básico	907,54	90,63	99,69	109,66	120,63	132,69	116,77	126,11	102,15	108,28
Plan premium	776,15	77,70	85,47	94,02	103,42	113,76	100,11	108,12	87,58	92,83
Plan empresas	531,93	53,20	58,52	64,37	70,81	77,89	68,54	74,03	59,96	63,56
Total	2215,62	221,53	243,68	268,05	294,86	324,34	285,42	308,25	249,69	264,67

Escenario Pesimista Cuadro

Cuadro N°35:

Costo Equipos

Costo Equipos año 1			
ESCENARIO PESIMISTA			
Escenario normal	Cantidad Hogares/Empresas anual	Costo materia prima por plan	Costo materia prima por planes vendidos
Plan básico	342	2,65	907,54
Plan Premium	210	3,70	776,15
Plan empresas	69	7,71	531,93
Total	No aplica	14,06	2.215,62

Cuadro N°36: Costo en Equipos a 10 años.

Costo Equipos a 10 años										
ESCENARIO PESIMISTA										
Planes/costo por equipos por año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Plan básico	907,54	90,63	99,69	109,66	96,50	104,22	84,42	89,49	79,05	66,40
Plan premium	776,15	77,70	85,47	94,02	82,73	89,35	72,38	76,72	67,77	56,93
Plan empresas	531,93	53,20	58,52	64,37	56,65	61,18	49,55	52,53	46,40	38,98
Total	2.215,62	221,53	243,68	268,05	235,88	254,75	206,35	218,73	193,21	162,30

➤ **Gasto en Plan de telefonía móvil**

El uso de tecnología es fundamental para Security Magallanes, ya que la necesidad de mantenerse conectados entre empleados y con los clientes es una necesidad básica para que el servicio pueda considerarse de calidad elevada.

En la compañía, se les entrega un teléfono móvil de alta gama a todos los trabajadores, el tendrá un plan de minutos ilimitados e internet móvil ilimitados, contratado con Entel Empresas por un valor de \$34.191 por teléfono.

Cuadro N°37: Plan de telefonía móvil

Ítem	Cantidad de Teléfonos	Precio del Plan	Costo en planes telefónicos mensual (UF)	Costo en planes telefónicos anual (UF)
Plan Empresa Conectada SIM Ultra Entel	17	\$34.191	21,85	262,23

➤ **Gasto en petróleo para las camionetas a disposición de la empresa.**

Security Magallanes creó un recorrido para que los vigilantes puedan marcar presencia fuera de los hogares y empresas que eventualmente podrían contratar los servicios de seguridad que brinda la compañía. Este tramo tiene una distancia de 6 kilómetros, y los conductores asignados tendrán que recorrer este recorrido 1,5 veces por hora. Esta estrategia permitirá que las casas estén protegidas las 8 horas más críticas del día (horas con mayor tasa de siniestralidad). Por lo tanto, si cada conductor recorre 1,5 veces un recorrido cuya distancia son 6 kilómetros, por 8 horas, cada conductor transitará 72 kilómetros al día. Entonces, si Security Magallanes contrata 2 vigilantes, el recorrido total será de 144 kilómetros diarios.

Si nos basamos bajo el precio de la bencina Diésel del 21 de noviembre del 2017 (\$530,6 el litro) y considerando un mes con 30 días, el costo por bencina anual sería \$27.506.304 (equivalente a 1.034,11 UF).

Cuadro N° 38: Gasto en petróleo

Gasto en Petróleo	Valor
Kilómetros recorridos diariamente	144
Días Recorridos	360
Precio por litro de Diésel	530,6
Costo Diésel anual en \$	\$27.506.304,00
Costo Diésel Total en UF	1.034,10

Por lo tanto, se puede concluir que si:

Costo por Venta =

*Mano de obra directa + Costo de equipos (Costo equipos + Costo plan telefónico
+ Costo petróleo)*

Cuadro N° 39: Costo por venta (Escenario Optimista)

Costo por Venta					
ESCENARIO OPTIMISTA					
Año	Mano de Obra	Equipos	Plan Telefónico	Petroleo	Costo por venta
1	721,83	2.215,6	262,23	1.034,1	4.233,76
2	740,60	288	262,23	1.034,1	2.324,93
3	759,85	325,4	262,23	1.034,1	2.381,58
4	779,61	367,7	262,23	1.034,1	2.443,64
5	796,76	351,6	262,23	1.034,1	2.444,69
6	812,70	354,8	262,23	1.034,1	2.463,83
7	828,95	390,3	262,23	1.034,1	2.515,58
8	842,21	343,5	262,23	1.034,1	2.482,04
9	852,32	278,2	262,23	1.034,1	2.426,85
10	862,55	294,9	262,23	1.034,1	2.453,78

Cuadro N° 40: Costo por venta (Escenario Normal)

Costo por Venta					
ESCENARIO NORMAL					
Año	Mano de Obra	Equipos	Plan Telefónico	Petroleo	Costo por venta
1	721,83	2.215,6	262,23	1034,1	4.233,76
2	736,27	221,6	262,23	1034,1	2.254,20
3	750,99	243,7	262,23	1034,1	2.291,02
4	766,01	268,1	262,23	1034,1	2.330,44
5	781,33	294,9	262,23	1034,1	2.372,56
6	796,96	324,3	262,23	1034,1	2.417,59
7	809,71	285,4	262,23	1034,1	2.391,44
8	822,67	308,3	262,23	1034,1	2.427,30
9	832,54	249,7	262,23	1034,1	2.378,57
10	842,53	294,9	262,23	1034,1	2.403,56

Cuadro N°41: Costo por venta (Escenario pesimista)

Costo por Venta					
ESCENARIO PESIMISTA					
Año	Mano de Obra	Equipos	Plan Telefónico	Petroleo	Costo por Venta
1	721,83	2215,6	262,23	1034,1	4.233,76
2	736,27	221,6	262,23	1034,1	2.254,20
3	750,99	243,7	262,23	1034,1	2.291,02
4	766,01	268,1	262,23	1034,1	2.330,44
5	778,27	235,9	262,23	1034,1	2.310,50
6	790,72	254,8	262,23	1034,1	2.341,85
7	800,21	206,4	262,23	1034,1	2.302,994
8	809,81	218,7	262,23	1034,1	2.324,84
9	817,91	193,2	262,23	1034,1	2.307,44
10	824,45	162,3	262,23	1034,1	2.283,0

4.3 Margen Bruto

El margen bruto se calcula con la siguiente formula:

$$\text{Margen Bruto} = \text{Ingresos por Venta} - \text{Costo por Venta}$$

Cuadro N° 42: Margen bruto

Margen Bruto			
Año	Escenario Normal	Escenario Optimista	Escenario Pesimista
1	9.218,24	9.218,24	9.218,24
2	12.543,00 0	12.875,73	12.543,00
3	13.985,90	14.795,28	13.985,90
4	15.574,17	16.966,21	15.574,17
5	17.322,51	19.100,24	17.026,48
6	19.246,99	21.235,59	18.542,09
7	21.006,31	23.553,78	19.833,04
8	22.842,27	25.672,87	21.140,36
9	24.407,17	27.417,36	22.331,02
10	25.989,32	29.180,22	23.339,92

5. Costos Operacionales

5.1. Remuneraciones Indirectas

Se considera mano de remuneraciones indirectas a todo el personal que no trabaja directamente ofreciendo el servicio, para Security Magallanes es puntualmente, todo el personal menos los vigilantes. Para el año 1 se tiene un costo total en remuneraciones (sin contar vigilantes) de 4782,14 en donde se considera un aumento anual del 20% sobre el crecimiento estimado (por escenario) de la empresa a lo largo de los 10 años de la evaluación.

Cuadro N° 43: Remuneraciones indirectas (Escenario Optimista)

Remuneraciones indirectas			
ESCENARIO OPTIMISTA			
Año	Crecimiento esperado de la empresa	Aumento de remuneraciones sobre el crecimiento anual en UF (20%)	Remuneraciones indirectas
1	13%	2,6%	4.511,48
2	13%	2,6%	4.628,78
3	13%	2,6%	4.749,13
4	11%	2,2%	4.872,60
5	10%	2,0%	4.979,80
6	10%	2,0%	5.079,40
7	8%	1,6%	5.180,99
8	6%	1,2%	5.263,88
9	6%	1,2%	5.327,05
10	5%	1,0%	5.390,97

Cuadro N°44: Remuneraciones Indirectas (Escenario Normal)

Remuneraciones indirectas			
ESCENARIO NORMAL			
Año	Crecimiento esperado de la empresa	Aumento de remuneraciones sobre el crecimiento anual en UF (20%)	Remuneraciones indirectas
1	10%	2,0%	4.511,48
2	10%	2,0%	4.601,71
3	10%	2,0%	4.693,74
4	10%	2,0%	4.787,62
5	10%	2,0%	4.883,37
6	8%	1,6%	4.981,04
7	8%	1,6%	5.060,74
8	6%	1,2%	5.141,71
9	6%	1,2%	5.203,41
10	5%	1,0%	5.265,85

Cuadro Nº 45: Remuneraciones indirectas (Escenario Pesimista)

Remuneraciones indirectas			
ESCENARIO PESIMISTA			
Año	Crecimiento esperado de la empresa	Aumento de remuneraciones sobre el crecimiento anual en UF (20%)	Remuneraciones indirectas
1	10%	2%	4.511,48
2	10%	2%	4.601,71
3	10%	2%	4.693,74
4	8%	1,6%	4.787,62
5	8%	1,6%	4.864,22
6	6%	1,2%	4.942,05
7	6%	1,2%	5.001,35
8	5%	1,0%	5.061,37
9	4%	0,8%	5.111,98
10	4%	0,8%	5.152,88

5.2 Promoción o Publicidad

Security Magallanes escogerá, según el juicio de los socios que son oriundos de la zona, los medios más efectivos para dar a conocer esta nueva marca de servicios de seguridad. Es por esto, que se mostrara publicidad de la empresa en el canal de televisión más popular de Punta Arenas ‘ITV PATAGONIA’, cuyo costo son 27,072 UF anuales.

También, la compañía tendrá una Página Web, en donde mostrará detalladamente al público los servicios que este ofrece. El costo de la Página Web será 42,048 UF. Los costos por publicidad detallados a continuación se considerarán fijos hasta el decimo año, para los tres escenarios.

Cuadro Nº 46: Promoción y publicidad

Ítem	Total UF
Página Web	42,048
ITV PATAGONIA	27,072
Total	69,12

5.3. Gasto en seguros

Security Magallanes debe contratar una serie de seguros que permita a la compañía protegerse ante ciertas eventualidades que implican un riesgo para la empresa y evitar incurrir en pérdidas monetarias no consideradas dentro del periodo en cuestión. Es importante señalar que no se contratará un seguro para la oficina propiamente tal, ya que el edificio está en arriendo, por lo tanto, no se asegura. Sin embargo, se contratarán los siguientes seguros:

- Incendio
- Robo
- Responsabilidad Civil

Estos tendrán un costo de 18 UF anuales.

Los costos que la compañía incurrirá en seguros serán considerados de forma constante para todos los años de funcionamiento de Security Magallanes, dado que es fundamental protegerse de los riesgos que puedan impactar negativamente el negocio.

Cuadro N° 47: Gasto en seguros

Seguros	Costo en UF
Incendio	5
Robo	6
Responsabilidad civil	7
Total	18

5.4 Gastos Generales

Patentes

La empresa toma la decisión de arrendar el local comercial que dentro de su precio incluye la patente, de esta forma, Security magallanes no contabiliza patentes como un punto individual.

Contribuciones

Security Magallanes queda exento del pago de contribuciones, ya que esta responsabilidad es del propietario del inmueble.

Gastos varios

En un principio no se contempla una ampliación de la oficina comercial ni tampoco comprar o arrendar otro establecimiento que influya en un aumento de los gastos varios, por lo tanto, los costos detallados a continuación se mantendrán a perpetuidad para los tres escenarios.

Cuadro N°48: Gastos varios

Gastos Varios			
Gastos	Costo mensual	Costo anual	Costo Anual en UF
Luz	\$100.000	\$1.200.000	45,11
Agua	\$45.000	\$540.000	20,3
Telefonia e internet	\$300.000	\$3.600.000	135,34
Gas	\$70.000	\$840.000	31,58
Total	\$515.000	\$6.180.000	232,34

Cuadro N° 49: Gastos Generales

Gastos Generales			
Gastos	Costo Mensual	Costo Anual	Costo Anual en UF
Patentes	\$-	\$-	0
Contribuciones	\$-	\$-	0
Gastos Varios	\$515.000	\$6.180.000	232,34
Total	\$515.000	\$6.180.000	232

5.5. Gasto en Seguridad

La propia compañía será la que provea seguridad a su local. Los únicos costos que se incurrirán serán los dispositivos correspondientes al plan empresas. Los egresos en función de los gastos en seguridad solo se contemplarán el primer año, ya que los dispositivos que se instalarán se mantendrán hasta el último año de funcionamiento de la empresa.

Cuadro N° 50: Gasto en seguridad

Seguridad	
Dispositivos	Costo en UF
8 camaras de seguridad	6,26
8 infrarrojos	0,8
Parlante	1
Total	8

5.6. Gasto en Mantenición y Aseo

Security Magallanes va a contratar una empresa de limpieza y servicios que se encargue de hacer el aseo en la oficina comercial. El presupuesto que estos entregan es de \$700.000 al mes, este plan consta en hacer el aseo todos los fines de semana. Por lo tanto, el costo anual de este servicio que nos entregaran será de \$8.400.000. Estos gastos se mantendrán a perpetuidad hasta el último año de función.

Cuadro Nº 51: Mantenición y Aseo

Mantenición y Aseo			
Servicio	Costo Mensual	Costo Anual	Costo anual en UF
Aseo	\$700.000	\$8.400.000	315,8

5.7. Arriendo

Es fundamental que la oficina central de Security Magallanes este situado en un lugar estratégico de la zona, primordialmente a pocos minutos del sector en donde viven un gran porcentaje de los clientes de la compañía. Otra variable que se analizó para escoger el establecimiento adecuado para el correcto funcionamiento de Security Magallanes es el tamaño del lugar. Es importante que los empleados trabajen en un espacio cómodo y amplio que les permita desempeñarse eficientemente, y así lograr los objetivos que se proponga la empresa.

Al estudiar los aspectos mencionados anteriormente se decidió arrendar un domicilio ubicado en Avenida Bories 869. El lugar tiene dimensión de 152 metros cuadrados y cuenta con los espacios adecuados para que el personal contratado logre rendir acorde a las exigencias de Security Magallanes. Es importante destacar que la oficina tiene un tiempo medio de llegada de 2 minutos en auto hasta el lugar en donde se sitúa el corazón del target de la empresa.

El local tiene un costo por concepto de arriendos equivalentes a \$2.500.000. Como el proyecto en cuestión tiene un horizonte de tiempo establecido de 10 años, se tendrá que pagar el monto mencionado previamente a perpetuidad hasta el año 2028 (asumiendo que la empresa comience a operar el año 2018).

Cuadro N°52: Arriendo del Local

Local	M ²	Precio anual	Precio en UF
Avenida Bories	152	\$30.000.000	1.127,86

5.8. Depreciación

Calculo de la depreciación en base al método lineal.

El total de la depreciación es de 339,12 UF

Cuadro N° 53: Depreciación

Item	Q	Valor unitario (\$)	Valor Unit (UF)	Valor Residual (\$)	Vida Útil	Depreciación unitaria (\$)	Depreciación Unitaria (UF)	Depreciación Total (UF)
Escritorios	6	\$ 252.690,03	9,5	\$ 50.538,01	10	\$ 20.215,20	0,76	4,56
Sillas	7	\$ 109.055,70	4,1	\$ 21.811,14	10	\$ 8.724,46	0,33	2,30
Mesón de atención	1	\$ 55.857,80	2,1	\$ 11.171,56	10	\$ 4.468,62	0,17	0,17
Cafetera	2	\$ 55.857,80	2,1	\$ 11.171,56	6	\$ 7.447,71	0,28	0,56
Sillón 3 cuerpos	1	\$ 353.766,04	13,3	\$ 70.753,21	10	\$ 28.301,28	1,06	1,06
Sillón 1 cuerpo	2	\$ 236.730,66	8,9	\$ 47.346,13	10	\$ 18.938,45	0,71	1,42
Mesón de reuniones	1	\$ 156.933,81	5,9	\$ 31.386,76	10	\$ 12.554,70	0,47	0,47
Alfombrado por m2	100	\$ 891,06	0,0335	\$ 178,21	10	\$ 71,29	0,00	0,27
Refrigerador	1	\$ 188.852,55	7,1	\$ 37.770,51	10	\$ 15.108,20	0,57	0,57
Microondas	2	\$ 55.857,80	2,1	\$ 11.171,56	10	\$ 4.468,62	0,17	0,34
Menaje	1	\$ 82.456,75	3,1	\$ 16.491,35	10	\$ 6.596,54	0,25	0,25
Kit mueble lavaplatos	1	\$ 106.395,80	4	\$ 21.279,16	6	\$ 14.186,11	0,53	0,53
Comedor de diario	1	\$ 29.258,85	1,1	\$ 5.851,77	10	\$ 2.340,71	0,09	0,09
Computador de escritorio	7	\$ 460.161,84	17,3	\$ 92.032,37	10	\$ 36.812,95	1,38	9,69
Notebook	3	\$ 271.309,29	10,2	\$ 54.261,86	10	\$ 21.704,74	0,82	2,45
Impresora Multifuncional	2	\$ 260.669,71	9,8	\$ 52.133,94	10	\$ 20.853,58	0,78	1,57
Proyector	2	\$ 250.030,13	9,4	\$ 50.006,03	6	\$ 33.337,35	1,25	2,51
Telón para proyección	2	\$ 50.538,01	1,9	\$ 10.107,60	10	\$ 4.043,04	0,15	0,30
Teléfonos fijos	7	\$ 50.538,01	1,9	\$ 10.107,60	10	\$ 4.043,04	0,15	1,06
Teléfono Móvil para gerencia	5	\$ 500.060,26	18,8	\$ 100.012,05	2	\$ 200.024,10	7,52	37,60
Teléfono Móvil para el personal	13	\$ 349.988,98	13,158	\$ 69.997,80	3	\$ 93.330,40	3,51	45,61
Auto comercial	3	\$ 12.006.766,03	451,4	\$ 2.401.353,21	5	\$ 1.921.082,56	72,22	216,67
Caja de Herramientas	3	\$ 98.416,12	3,7	\$ 19.683,22	10	\$ 7.873,29	0,30	0,89
Uniforme para instaladores	10	\$ 23.939,06	0,9	\$ 4.787,81	1	\$ 19.151,24	0,72	7,20
Casco	3	\$ 2.659,90	0,1	\$ 531,98	10	\$ 212,79	0,01	0,02
Escalera para la instalación	2	\$ 159.593,70	6	\$ 31.918,74	10	\$ 12.767,50	0,48	0,96
Total								339,12

➤ **Costos Operacionales**

Para los costos operacionales se debe considerar todos los gastos que se detallaron anteriormente:

- Remuneraciones indirectas
- Promocion y publicidad
- Gasto en seguros
- Gastos generales
- Gasto en seguridad
- Gasto en matencion y aseo
- Arriendo
- Depreciacion

Cuadro N° 54: Costos operacionales escenario optimista

Costos Operacionales										
Escenario Optimista										
Gasto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Remuneraciones indirectas	4.511,48	4.628,78	4.749,13	4.872,60	4.979,80	5.079,40	5.180,99	5.263,88	5.327,05	5.390,97
Arriendo	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86
Promocion y publicidad	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12
Gastos generales	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00
Gasto en seguridad	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Gasto en seguros	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
Mantencion y aseo	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80
Depreciacion	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12
Total	6.621,38	6.738,68	6.859,03	6.982,50	7.089,70	7.189,30	7.290,89	7.373,78	7.436,95	7.500,87

Cuadro N°55: Costos operacionales escenario normal

Costos Operacionales										
Escenario Normal										
Gasto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Remuneraciones indirectas	4.511,48	4.601,71	4.693,74	4.787,62	4.833,37	4.981,04	5.060,74	5.141,71	5.203,41	5.265,85
Arriendo	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86
Promocion y publicidad	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12
Gastos generales	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00
Gasto en seguridad	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Gasto en seguros	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
Mantencion y aseo	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80
Depreciacion	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12
Total	6.621,38	6.711,61	6.803,64	6.897,52	6.993,27	7.090,94	7.170,64	7.251,61	7.313,31	7.375,75

Cuadro N° 56: Costos operacionales escenario pesimista

Costos Operacionales										
Escenario Pesimista										
Gasto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Remuneraciones indirectas	4.511,48	4.601,71	4.693,74	4.787,62	4.864,22	4.942,05	5.001,35	5.061,37	5.111,98	5.152,88
Arriendo	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86
Promocion y publicidad	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12
Gastos generales	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00
Gasto en seguridad	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Gasto en seguros	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
Mantencion y aseo	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80
Depreciacion	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12
Total	6.621,38	6.711,61	6.803,64	6.897,52	6.974,12	7.051,95	7.111,25	7.171,27	7.221,88	7.262,78

➤ **Flujos Operacionales**

Se calcularán los flujos operacionales con la formula detallada a continuación:

$$\text{Flujos Operacionales} = \text{Margen bruto} - \text{Costos Operacionales}$$

Cuadro N° 56: Flujos Operacionales

Flujos Operacionales			
Año	Escenario Normal	Escenario Optimista	Escenario Pesimista
1	2.596,86	2.596,86	2.596,86
2	5.831,39	6.137,05	5.831,39
3	7.182,26	7.936,25	7.182,26
4	8.676,65	9.983,71	8.676,65
5	10.329,24	12.010,54	10.052,36
6	12.156,05	14.046,29	11.490,14
7	13.835,67	16.262,89	12.721,79
8	15.590,66	18.299,09	13.969,09

6. Amortización Gastos Puesta en Marcha

Los gastos de puesta en marcha de Security Magallanes equivalen a 710,173 UF, los cuales se han decidido amortizar en un plazo de 5 años, lapso de tiempo que se considera suficiente para distribuir adecuadamente los recursos. Por lo tanto, se proyecta tener una cuota de amortización constante e igual a 142,03UF anual.

7. Impuestos a la Renta

Al consultarle al abogado experto en derecho tributario, John Henriquez (asociado en Anitat Schwencke & Cia), al analizar las características de Security Magallanes recomienda operar bajo un sistema semi integrado. Por lo tanto, a partir del año 2018 el impuesto a la renta que se utilizará será equivalente a un 27% sobre la utilidad antes de impuestos. A continuación, se mostrará la cantidad de impuestos a pagar por Security Magallanes desde el primer año de funcionamiento hasta la fecha de término para los tres escenarios.

Cuadro N°58: Impuesto a la renta escenario optimista

Pago de Impuesto Escenario Optimista										
Item	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Utilidad antes de impuestos	2.454,83	5.995,02	7.794,22	9.841,68	11.868,51	14.046,29	16.262,89	18.299,09	19.980,41	21.679,35
Impuestos	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27
Total	662,80	1.618,66	2.104,44	2.657,25	3.204,50	3.792,50	4.390,98	4.940,75	5.394,71	5.853,42

Cuadro N°59: Impuesto a la renta escenario normal

Pago de Impuesto Escenario Normal										
Item	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Utilidad antes de impuestos	2.454,83	5.689,36	7.040,23	8.534,62	10.187,2	12.156,05	13.835,6	15.590,66	17.093,8	18.613,57
Impuestos	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27
Total	662,80	1.536,13	1.900,86	2.304,35	2.750,55	3.282,13	3.735,63	4.209,48	4.615,34	5.025,66

Cuadro N° 60: Impuesto a la renta escenario pesimista

Pago de Impuesto Escenario Pesimista										
Item	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Utilidad antes de impuestos	2.454,83	5.689,3	7.040,2	8.534,6	9.910,33	11.490,1	12.721,7	13.969,0	15.109,1	16.077,1
Impuestos	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27	0,27
Total	662,80	1.536,13	1.900,86	2.304,35	2.675,79	3.102,34	3.434,88	3.771,65	4.079,47	4.340,82

8. Variación del capital de trabajo

Se asume que no habrá variación en el capital de trabajo, ya que se pretende mantener un stock estático de las existencias, ya calculado anteriormente.

9. Tasa de Descuento

Estimación de Datos Para Valorización de la Compañía

Para la valorización de la empresa se calculará la tasa de descuento necesaria para la proyección de flujos a través del método CAPM. La fórmula para calcular la tasa es la siguiente:

$$CAPM = R_i = R_f + (R_m - R_f) * B_i$$

Donde:

R_i = Tasa de descuento exigida a un proyecto

R_f = Tasa libre de riesgo

R_m = Rentabilidad de mercado

(R_m - R_f) = Premio por riesgo

B_i = riesgo sistematico del mercad□

Tasa de Descuento

La tasa de descuento que se utilizará para descontar los flujos de la compañía será la tasa de interés de mercado secundario de los bonos en UF a 10 años emitidos por el Banco Central de Chile. Se escogió esta tasa ya que los flujos de la compañía están expresados en Unidades de Fomento. La rentabilidad de este bono con fecha Octubre, 2017 es de 1,78%.

Cuadro N°61: Tasa de Descuento para la Proyección de Flujos

Periodo	Tasa de interés mercado secundario, bonos en UF a 10 años (BCU, BTU) (%)
dic.2016	1,47
ene.2017	1,29
feb.2017	1,23
mar.2017	1,26
abr.2017	1,1
may.2017	1,2
jun.2017	1,25
jul.2017	1,47
ago.2017	1,47
sep.2017	1,47
oct.2017	1,78

Rentabilidad de Mercado

Se determinó como rentabilidad de mercado el retorno promedio anual que ha tenido el IPSA 3 años desde la fecha. Se escogió el IPSA ya que es el índice accionario que mejor representa al mercado chileno, dado a la gran diversificación de empresas de distintas industrias que la componen. La razón por la cual se escogió ese horizonte de tiempo es porque el rendimiento del último año del IPSA ha sido excepcional (19,66%), de esta forma se obtuvo un retorno de mercado más realista para proyectar los flujos, equivalente a un 8,71%.

Gráfico N°1:



Por lo tanto, el premio por riesgo que se utilizara para calcular la tasa de descuento exigida por el proyecto "Security Magallanes" equivale a un 15,17%.

Betas

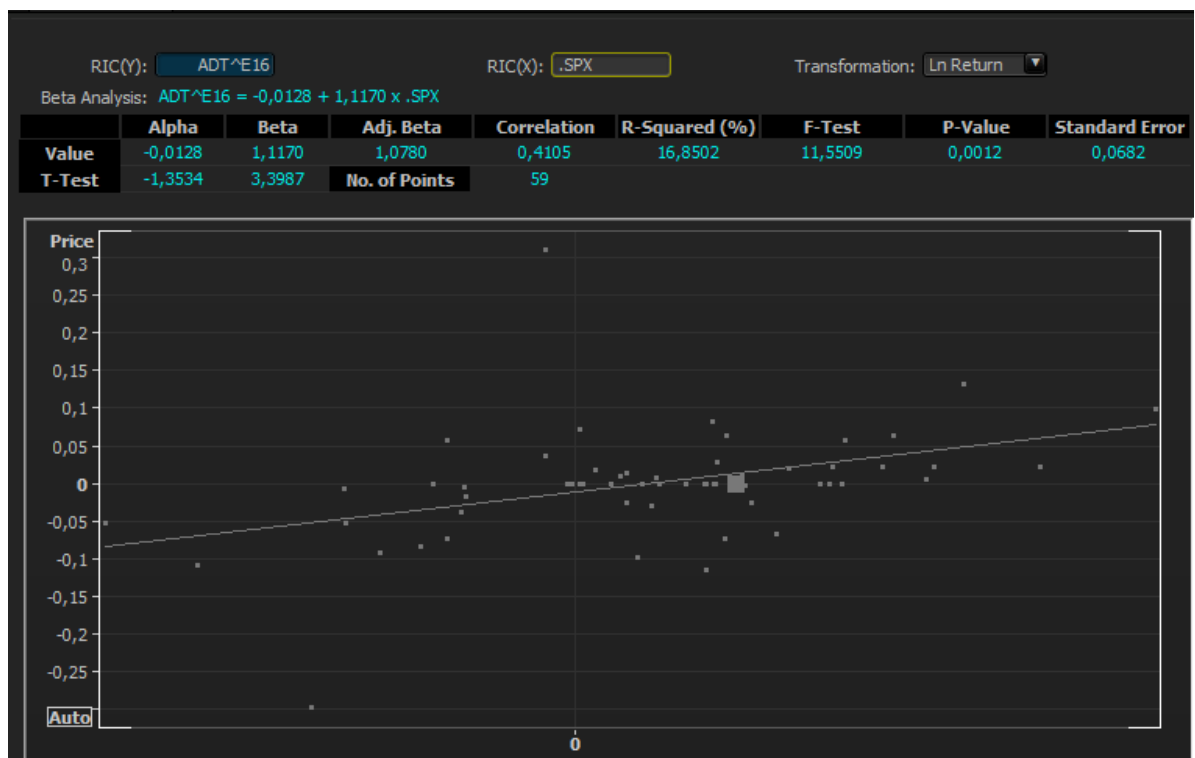
Beta 1

Considerando que no hay ninguna empresa que brinde servicios de seguridad cotizando en la bolsa de valores de Santiago, el equipo de Security Magallanes realizo una regresión lineal entre ADT Corp y el índice en donde está inserto, S&P500.

Para estimar un beta significativo se utilizó un rango de tiempo de 5 años y una periodicidad mensual, de esta forma, lograremos contar con una beta confiable. La beta que nos arrojó la regresión lineal fue de un 1,078, por lo tanto, se puede concluir que tiene una volatilidad similar a la del mercado que la representa.

Beta 2

Gráfico N°2:



Al analizar el mercado el equipo se dio cuenta que existe una gran similitud entre la empresa escogida para el estudio (ADT Corp) y compañías insertas en la industria de "Comunnication & Networking". También, se encontró un cierto parecido entre ADT Corp y compañías del rubro "Semiconductors" y "Computer Hardware", con una similitud del 55% y 51% respectivamente.

Por lo tanto, a través de modelos de regresión lineal se calculará la beta de las empresas Allegion plc y Cisco Systems Inc (Communication & Networking Industry), Intel Corp (Semiconductors Industry) y Cisco Systems Inc (Computer Hardware Industry).

Para efectos del cálculo del riesgo se considerará una ponderación de un 50% de la beta resultante de las compañías pertenecientes a la industria "Communication & Networking", el resto de los betas obtenidos tendrán una ponderación del 25% cada uno.

Cuadro Nº 61: Beta 2

Empresa	Beta
Allegion plc	1,066 9
Cisco Systems	1,204 8
Intel Corp	1,124 3
Dell Inc	1,3
Beta Promedio	1,174

Por lo tanto, el segundo beta calculado equivale a 1,174.

Beta 3

La tercera beta que utilizaremos para el cálculo de la tasa de descuento viene dada por el criterio de los integrantes de la tesis. La beta se estimó en base a la observación de empresas con cierto grado de similitud con Security Magallanes y la evolución del IPSA. La beta estimada corresponde a 1,3.

Cuadro N° 62: Betas

Betas	Criterios	Valor
β_1	Regresion ADT/S&P	1,078
β_2	Ponderacion Betas de Empresas Similares	1,174
β_3	Criterio Equipo	1,3

Ahora que se estimaron todos los datos necesarios, se calculara las tres posibles tasas de descuento:

$$CAPM 1 = 1,78\% + 1,078 * (6,93\%)$$

$$CAPM 1 = 9,25\%$$

$$CAPM 2 = 1,78\% + 1,174 * (6,93\%)$$

$$CAPM 2 = 9,92\%$$

$$CAPM 3 = 1,78\% + 1,3 * (6,93\%)$$

$$CAPM 3 = 10,789\%$$

Cuadro N°62: Tasa de descuento

Betas	Valor	Tasa de Descuento
β_1	1,078	9,25%
β_2	1,174	9,92%
β_3	1,3	10,79%
Promedio	1,184	9,99%

10. Valor de Venta de la Empresa

La fórmula empleada para calcular el valor de venta de la empresa es la siguiente:

Si VAN > 0

$$\text{Valor Empresa} = \frac{\text{Flujo Operacional del año 10} * 0,8}{\text{Tasa de Descuento Promedio}}$$

Si VAN < 0

Valor Empresa = Valor Residual de los Activos Fijos.

En todos los escenarios hay VAN positivo, por lo tanto, se utilizará el primer método para establecer el valor de venta de Security Magallanes. La tasa de descuento que se empleará será 9,99%, dado que el promedio de las tres tasas de descuento calculadas en el último cuadro.

A continuación, se mostrará el valor de venta de la empresa para los 3 escenarios:

Cuadro N°63: Valor de venta de la empresa

Escenario	Valor de Venta de la Empresa en UF
Normal	149.057,62
Optimista	173.608,41
Pesimista	128.745,87
Promedio	150.470,633

VIII. FLUJO DE CAJA

Cálculo del VAN y TIR para estimar flujos

El cálculo del VAN tiene como objetivo traer a valor presente los flujos a través de la tasa de descuento calculada. En el caso de este proyecto se establecieron flujos anuales expresados en UF para los próximos 10 años y estos deben ser descontados por la tasa de descuento que corresponda según el escenario. Para el correcto cálculo se debe considerar la inversión inicial.

A continuación, se evaluarán los escenarios pesimista, normal y optimista, cada uno de estos tienen flujos de caja distintos, por lo tanto, se podrán apreciar valores actuales netos que difieran entre sí.

El cálculo del VAN se hará a través de la siguiente fórmula:

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

Donde

$-I =$ *Inversión Inicial*

$Q_n =$ *Flujo de Caja*

$r =$ *Tasa de descuento*

$n =$ *Periodo*

El cálculo del VAN para los tres escenarios se presenta por las siguientes tablas:

Cuadro N°64: VAN

Sumatoria de flujo de caja de los primeros 10 años:

78.479,41 Inversión Inicial: 5.842,86

Escenario Normal			
Fuente	Regresión ADT/S& P	Ponderación Betas de Empresas Similares	Criterio Equipo
Beta	1,078	1,174	1,3
CAPM	9,25%	9,92%	10,79%
VAN (UF)	98.476,1 4	93.225,92	86.876,65

Cuadro N°65: VAN

Sumatoria de flujo de caja de los primeros 10 años:

91.524,735 Inversión Inicial: 5.842,86

Escenario Optimista			
Fuente	Regresión ADT/S& P	Ponderación Betas de Empresas Similares	Criterio Equipo
Beta	1,078	1,174	1,3
CAPM	9,25%	9,92%	10,79%
VAN (UF)	115.293, 22	109.170,62	101.766,71

Cuadro N°66: VAN

Sumatoria de flujo de caja de los primeros 10 años:

72.365,06 Inversión Inicial: 5.842,86

Escenario Pesimista			
Fuente	Regresión ADT/S& P	Ponderación Betas de Empresas Similares	Criterio Equipo
Beta	1,078	1,174	1,3
CAPM	9,25%	9,92%	10,79%
VAN (UF)	87.235,8	82.623,70	77.043,39

De una manera se obtiene la Tasa Interna de Retorno (TIR) para cada uno de los escenarios. Cabe mencionar que la TIR es la máxima tasa que se le puede exigir a un proyecto y se obtiene cuando VAN=0.

El cálculo de la TIR en los tres escenarios se presenta a continuación por medio de la siguiente tabla resumen.

Cuadro N°67: TIR

TIR Escenari o Normal	TIR Escenario Optimista	TIR Escenario Pesimista
64%	69%	63%

Factores de Sensibilización

- Ingresos por venta: Para cada escenario se realizó una estimación de las ventas que Security Magallanes podría obtener, considerando los tres planes que ofrece la compañía a la comunidad regional (plan básico, plan Premium, plan empresas). Esto se hizo previamente en el análisis de la demanda y comparación con los niveles de producción. Para cada escenario los ingresos varían por una serie de factores, como, por ejemplo: sentimiento de vulnerabilidad en los hogares, cambios en la tasa de delincuencia, nivel de satisfacción con el servicio que proveen las otras empresas de seguridad de la región, entre otros.
- Costos de venta: Están asociados al costo de la mano de obra directa (Vigilantes), materia prima, bencina y planes telefónicos. Los dos últimos se suponen constantes ya que los recorridos en camioneta por parte de los vigilantes serán los mismos independientemente del volumen de clientes de Security Magallanes y los planes de teléfonos son exclusivamente para los empleados, y en este proyecto no se prevé modificar su estructura de empleados. En cambio, la materia prima está directamente relacionada con la suscripción de nuevos clientes a nuestros servicios.
- Remuneraciones indirectas: Esta variable está directamente relacionada con el desempeño que tenga a compañía en el periodo, ya que el impacto en el aumento de estos flujos depende del crecimiento que tenga la empresa (política de aumentos del 20% sobre el crecimiento), es decir, del grado de aumento de las suscripciones de los clientes con la empresa.

1. Flujo de Caja escenario optimista

Cuadro N° 68: Flujo de caja escenario optimista

Flujo de Caja Escenario Optimista		AÑO0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	AÑO6	AÑO7	AÑO8	AÑO9	AÑO10
INGRESO POR VENTA		13.452,00	15.200,66	17.176,86	19.409,85	21.544,93	23.699,42	26.069,36	28.154,91	29.844,21	31.634,00	
COSTO POR VENTA		4.233,76	2.324,93	2.381,58	2.443,64	2.444,69	2.463,83	2.515,58	2.482,04	2.426,85	2.453,78	
MANO DE OBRA DIRECTA		721,83	740,60	759,85	779,61	796,76	812,70	828,95	842,21	852,32	862,55	
PETRÓLEO		1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10	
PLAN TELÉFONO		262,23	262,23	262,23	262,23	262,23	262,23	262,23	262,23	262,23	262,23	
EQUIPOS		2.215,60	288,00	325,40	367,70	351,60	354,80	390,30	343,50	278,20	294,90	
UTILIDAD BRUTA		9.218,24	12.875,73	14.795,28	16.966,21	19.100,24	21.235,59	23.553,78	25.672,87	27.417,36	29.180,22	
GASTO EN REMUNERACIONES INDIRECTA		4.511,48	4.628,78	4.749,13	4.872,60	4.979,80	5.079,40	5.180,99	5.263,88	5.327,05	5.390,97	
CAPACITACIÓN		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
DISTRIBUCIÓN		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ARRIENDO		1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	
GASTO EN PROMOCIÓN O PUBLICIDAD		69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	
GASTOS GENERALES		232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	
GASTO EN SEGURIDAD		8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	
GASTO EN SEGUROS		18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	
GASTO EN MANTENCIÓN Y ASEO		315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	
DEPRECIACIÓN		339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	
TOTAL COSTOS OPERACIONALES		6.621,38	6.738,68	6.859,03	6.982,50	7.089,70	7.189,30	7.290,89	7.373,78	7.436,95	7.500,87	
FLUJO OPERACIONAL		2.596,86	6.137,05	7.936,25	9.983,71	12.010,54	14.046,29	16.262,89	18.299,09	19.980,41	21.679,35	
VALOR DE LA EMPRESA												173.608,4
AMORTIZACIÓN		142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		2.454,83	5.995,02	7.794,22	9.841,68	11.868,51	14.046,29	16.262,89	18.299,09	19.980,41	21.679,35	
IMPUESTO A LA RENTA (27%)		662,80	1.618,66	2.104,44	2.657,25	3.204,50	3.792,50	4.390,98	4.940,75	5.394,71	5.853,42	
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		1.792,03	4.376,36	5.689,78	7.184,43	8.664,01	10.253,79	11.871,91	13.358,34	14.585,70	15.825,93	
DEPRECIACIÓN		339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	
AMORTIZACIÓN		142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	
(INVERSIÓN INICIAL)		5.842,86										
TERRENO												
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA		710,17										
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS		4.218,37										
GASTOS LEGALES		11,28										
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN		15,28										
REINVERSION												
CAPITAL DE TRABAJO		887,76	887,76	887,76	887,76	887,76	887,76	887,76	887,76	887,76	887,76	
FLUJO DE CAJA NETO		- 5.842,86	1.385,42	3.969,75	5.283,17	6.777,82	8.257,40	9.705,15	11.323,27	12.809,70	14.037,06	188.885,7

2. Flujo de Caja Escenario Pesimista

Cuadro N° 69: Flujo de caja escenario pesimista

Flujo de Caja Escenario pesimista											
	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	AÑO6	AÑO7	AÑO8	AÑO9	AÑO10
INGRESO POR VENTA		13.452,00	14.797,20	16.276,92	17.904,61	19.336,98	20.883,94	22.135,98	23.465,20	24.638,46	25.623,00
COSTO POR VENTA		4.233,76	2.254,20	2.291,02	2.330,44	2.310,50	2.341,85	2.302,94	2.324,84	2.307,44	2.283,08
MANO DE OBRA DIRECTA		721,83	736,27	750,99	766,01	778,27	790,72	800,21	809,81	817,91	824,45
PETRÓLEO		1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10
PLAN TELÉFONO		262,23	262,23	262,23	262,23	262,23	262,23	262,23	262,23	262,23	262,23
EQUIPOS		2.215,60	221,60	243,70	268,10	235,90	254,80	206,40	218,70	193,20	162,30
UTILIDAD BRUTA		9.218,24	12.543,00	13.985,90	15.574,17	17.026,48	18.542,09	19.833,04	21.140,36	22.331,02	23.339,92
GASTO EN REMUNERACIONES INDIRECTA		4.511,48	4.601,71	4.693,74	4.787,62	4.864,22	4.942,05	5.001,35	5.061,37	5.111,98	5.152,88
CAPACITACIÓN		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
DISTRIBUCIÓN		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ARRIENDO		1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86
GASTO EN PROMOCIÓN O PUBLICIDAD		69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12
GASTOS GENERALES		232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00
GASTO EN SEGURIDAD		8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
GASTO EN SEGUROS		18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
GASTO EN MANTENCIÓN Y ASEO		315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80
DEPRECIACIÓN		339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12
TOTAL COSTOS OPERACIONALES		6.621,38	6.711,61	6.803,64	6.897,52	6.974,12	7.051,95	7.111,25	7.171,27	7.221,88	7.262,78
FLUJO OPERACIONAL		2.596,86	5.831,39	7.182,26	8.676,65	10.052,36	11.490,14	12.721,79	13.969,09	15.109,14	16.077,14
VALOR DE LA EMPRESA											128.745,87
AMORTIZACIÓN		142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		2.454,83	5.689,36	7.040,23	8.534,62	9.910,33	11.490,14	12.721,79	13.969,09	15.109,14	16.077,14
IMPUESTO A LA RENTA (27%)		662,80	1.536,13	1.900,86	2.304,35	2.675,79	3.102,34	3.434,88	3.771,65	4.079,47	4.340,83
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		1.792,03	4.153,23	5.139,37	6.230,27	7.234,54	8.387,80	9.286,91	10.197,44	11.029,67	11.736,31
DEPRECIACIÓN		339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12
AMORTIZACIÓN		142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03
(INVERSIÓN INICIAL)		5.842,86									
TERRENO											
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA		710,17									
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS		4.218,37									
GASTOS LEGALES		11,28									
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN		15,28									
REINVERSION											
CAPITAL DE TRABAJO		887,76	887,76	887,76	887,76	887,76	887,76	887,76	887,76	887,76	887,76
FLUJO DE CAJA NETO		- 5.842,86	1.385,42	3.746,62	4.732,76	5.823,66	6.827,93	7.839,16	8.738,27	9.648,80	10.481,03
											139.933,54

3. Flujo de Caja Escenario Normal

Cuadro N° 70: Flujo de caja escenario normal

Flujo de Caja Escenario Normal											
	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	AÑO6	AÑO7	AÑO8	AÑO9	AÑO10
INGRESO POR VENTA		13.452,00	14.797,20	16.276,92	17.904,61	19.695,07	21.664,58	23.997,75	25.269,57	26.785,74	28.392,88
COSTO POR VENTA		4.233,76	2.254,20	2.291,02	2.330,44	2.372,56	2.417,59	2.391,44	2.427,30	2.378,57	2.403,56
MANO DE OBRA DIRECTA		721,83	736,27	750,99	766,01	781,33	796,96	809,71	822,67	832,54	842,53
PETRÓLEO		1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10	1.034,10
PLAN TELEFONO		262,23	262,23	262,23	262,23	262,23	262,23	262,23	262,23	262,23	262,23
EQUIPOS		2.215,60	221,60	243,70	268,10	294,90	324,30	285,40	308,30	249,70	264,70
UTILIDAD BRUTA		9.218,24	12.543,00	13.985,90	15.574,17	17.322,51	19.246,99	21.006,31	22.842,27	24.407,17	25.989,32
GASTO EN REMUNERACIONES INDIRECTA		4.311,48	4.601,71	4.693,74	4.787,62	4.883,37	4.981,04	5.060,74	5.141,71	5.203,41	5.265,85
CAPACITACIÓN		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
DISTRIBUCIÓN		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ARRENDOS		1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86	1.127,86
GASTO EN PROMOCIÓN O PUBLICIDAD		69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12	69,12
GASTOS GENERALES		232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00	232,00
GASTO EN SEGURIDAD		8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
GASTO EN SEGUROS		18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
GASTO EN MANTENCIÓN YASEO		315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80	315,80
DEPRECIACIÓN		339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12
TOTAL COSTOS OPERACIONALES		6.621,38	6.711,61	6.803,64	6.897,52	6.993,27	7.090,94	7.170,64	7.251,61	7.313,31	7.375,75
FLUJO OPERACIONAL		2.596,86	5.831,39	7.182,26	8.676,65	10.329,24	12.156,05	13.835,67	15.590,66	17.093,86	18.613,57
VALOR DE LA EMPRESA											149.057,618
AMORTIZACIÓN		142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		2.454,83	5.689,36	7.040,23	8.534,62	10.187,21	12.156,05	13.835,67	15.590,66	17.093,86	18.613,57
IMPUESTO A LA RENTA (27%)		662,80	1.536,13	1.900,86	2.304,35	2.750,55	3.282,13	3.735,63	4.209,48	4.615,34	5.025,66
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		1.792,02	4.153,23	5.139,37	6.230,27	7.436,66	8.873,92	10.100,04	11.381,18	12.478,52	13.587,91
DEPRECIACIÓN		339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12	339,12
AMORTIZACIÓN		142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03	142,03
(INVERSIÓN INICIAL)	5.842,86										
TERRENO											
GASTOS DE PUESTA EN MARCHA		710,17									
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS		4.218,37									
GASTOS LEGALES		11,28									
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN		15,28									
REINVERSIÓN											
CAPITAL DE TRABAJO	887,76	887,76	887,76	887,76	887,76	887,76	887,76	887,76	887,76	887,76	887,76
FLUJO DE CAJA NETO	- 5.842,86	1.385,41	3.746,62	4.732,76	5.823,66	7.030,05	8.325,28	9.551,40	10.832,54	11.929,88	162.096,88

IX. MEGATENDENCIAS

Hoy en día la seguridad dentro del hogar y las empresas es un tema fundamental para las personas que quieran sentirse resguardados y con la confianza que todo se mantendrá sin problemas si es que se encuentran fuera del hogar o el establecimiento. Debido al creciente porcentaje de delincuencia en el país los servicios de seguridad son cada vez más demandados por las familias y dueños de empresas, que gracias a la globalización y tecnología es cada vez más accesible otorgar un servicio eficiente con productos de última tecnología.

Las empresas que ofrecen servicios de seguridad para la comunidad son relativamente nuevas. Desde los años 90 es cuando comienzan a aparecer las primeras organizaciones preocupadas de brindar seguridad a los hogares. Se debe destacar que la demanda por este tipo de servicios es directamente proporcional a los índices de delincuencia y de siniestralidad de la población. Al observar las reacciones de distintos países ante el aumento de estas variables significativas, podemos mencionar que la mayor cantidad de estos dejan su confianza en empresas de seguridad. Por lo tanto, se puede concluir que están altamente correlacionadas las variables explicadas anteriormente con la demanda por servicios de seguridad.

Por otra parte, debido al gran crecimiento de empresas del rubro de seguridad que ha experimentado el mercado, los servicios entregados se consideran como un bien masivo, es decir, que se encuentran muchas empresas que entregan el mismo servicio. Esta situación ha provocado que empresas líderes dentro de la industria, tales como ADT Security Services, entreguen un servicio deficiente, en donde muchas veces no cumplen con lo especificado en el contrato, generando un gran malestar y descontento en los clientes.

Security Magallanes es consciente de las necesidades del mercado, es por esto que ha detectado una necesidad insatisfecha en el mercado magallánico, en donde las tasas de delincuencia han tenido precedentes de crecimiento nunca antes visto, provocando que la gente en la duodécima región se sienta insegura, y por, sobre todo, poco conforme con el servicio que les brindan las grandes empresas de seguridad que se encuentran en el lugar. Dado a las razones anteriormente mencionadas se continuará con las megatendencias consideradas para que Security Magallanes tenga éxito en el mercado magallánico:

- Visión largo plazo

La empresa busca anticiparse al futuro, tener la última tecnología en productos de seguridad para así diferenciarse de la competencia y poder satisfacer a los clientes.

- Centrado en el cliente

Debido a la gran cantidad de competencia que existe en el mercado, se debe hacer una diferenciación con estas. La empresa debe crear una relación de confianza con el cliente para que este se sienta en buenas manos, debe haber claridad en la información para evitar malos entendidos.

X. CONCLUSIONES

A lo largo de los últimos años, tanto la delincuencia como el sentimiento de inseguridad han ido en constante aumento. La seguridad es un pilar fundamental para una sociedad en orden, por ende, el ejercicio de instaurar un negocio enfocado en ella no es más que encajar la pieza de un puzle ya existente. Actualmente, los ciudadanos están desconformes con cómo funcionan las empresas de seguridad debido a su ineficacia y a un sentimiento regionalista. Según lo evaluado a través de este trabajo, y las estimaciones realizadas para el mercado de Punta Arenas, Security Magallanes resultaría un negocio viable, local y rentable en los 10 años de duración del proyecto.

Además de entregar un beneficio social a la comunidad magallánica, también existirá una rentabilidad positiva para los participantes de la empresa, provocando así un incentivo mucho más profundo que sólo sentimiento de solidaridad hacia la región.

Los magallánicos valoran el producto local, y Security Magallanes, al ser oriundo de esta región, dejando de lado la necesidad de una empresa de este rubro, también satisfaría los impulsos de crecimiento de la duodécima región.

XI. BIBLIOGRAFIA

Recursos electrónicos

- Manuel Stuardo. (2017). Robos en lugar no habitado aumentaron un 76,5% en Punta Arenas durante el primer trimestre. 06 julio, de El Pingüino Sitio web: <http://www.biobiochile.cl/noticias/nacional/region-de-magallanes/2017/07/06/robos-en-lugar-no-habitado-aumentaron-un-765-en-punta-arenas-durante-le-primer-trimestre.shtml>

- Alfonso Prim. (2014). Modelo CANVAS explicado Paso a Paso y con Ejemplos. 9 de diciembre, de Innokabi Sitio web: <http://innokabi.com/canvas-de-modelo-de-negocio/>

- -. (-). Empresas de seguridad en Chile. -, de Empresas de seguridad Sitio web: <http://www.empresas-de-seguridad.com/empresas-de-seguridad-2/empresas-de-seguridad-en-chile/>

- Juan Pablo Figueroa y Sebastián Minay. (2009). Seguridad privada: El millonario negocio de explotar el miedo. 12 de marzo, de Ciper Chile Sitio web: <http://ciperchile.cl/2009/03/12/seguridad-privada-el-millonario-negocio-de-explotar-el-miedo/>

- Fundación Paz Ciudadana. (mayo 2016). ÍNDICE PAZ CIUDADANA – GfK ADIMARK. GfK Adimark, Fundación Paz Ciudadana, 25, 29. 2000-2015, De Encuestas Base de datos.

- Emol. (2016). Cómo se viene el 2017 para el dólar: Tres analistas hacen sus proyecciones Fuente: Emol.com - <http://www.emol.com/noticias/Economia/2016/12/27/837262/Como-se-viene-el-2017-para-el-dolar-Tres-analistas-hacen-sus-proyecciones.html>. 27 de diciembre, de EMOL Sitio web: <http://www.emol.com/noticias/Economia/2016/12/27/837262/Como-se->

[viene-el-2017-para-el-dolar-Tres-analistas-hacen-sus-proyecciones.html](#)

- Bernardita Aguirre Pascal. (2015). Seguridad privada: Empresas del rubro crecen 46% en cinco años y ya son más de cien mil los abonados a alarmas en Chile. 12 de julio, de Economía y negocios online Sitio web:
<http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=161689>

Apuntes en clases

- Proyecto de Empresas, 2do Semestre 2017
- Marketing I, 2do Semestre 2015
- Marketing II, 1er Semestre 2016

Consultas

- Profesora Carolina Vita
- Galofré, Estanislao “La Administración en las Organizaciones”, Quinta edición corregida (2012) Texto Docente, Departamento de Economía y Administración, Ediciones Universidad Gabriela Mistral (658GALadm 5a. Edición 2012

XII. Anexos

ANEXO N°1

- Contrato de sociedad de responsabilidad limitada

En _____, ha ___ de ___ de 2___ Comparecen don/ña __
_____, de nacionalidad __
_____, de profesión _____,
estado civil _____,

domicil _____ N° _____, oficina/departamento N° ___, de la ciudad de
iada/a
en

_____, cédula nacional de identidad N° _____, y
don/ña _____, de nacionalidad _____, de
profesión _____, estado civil _____,
domiciliado/a en _____, N° _____, oficina/departamento N° _____, de la
ciudad de

_____, cédula nacional de identidad N° _____, y
don/ña _____, de nacionalidad _____, de
profesión _____, estado civil _____,
domiciliado/a en _____, N° _____, oficina/departamento N° _____, de la
ciudad de

_____, cédula nacional de identidad N° _____ todos
mayores de edad, y exponen que han convenido en el siguiente contrato de
sociedad: PRIMERO: Por el presente instrumento, los comparecientes
constituyen una sociedad comercial de responsabilidad limitada,

en conformidad a las prescripciones de la ley N° 3.918 de marzo de 1932 y sus modificaciones, teniendo además, presentes las disposiciones del Código Civil y de Comercio que versan sobre la materia, en todo lo que no se hubiese estipulado en este contrato. SEGUNDO: El objeto de la sociedad es _____

_____ y toda otra actividad relacionada con lo anterior. TERCERO: La razón social será " _____

_____ Limitada". Sin embargo, la compañía podrá funcionar y actuar, inclusive con los bancos, con el nombre de " _____ Ltda.".

CUARTO: La administración y el uso de la razón social corresponderán al socio don/ña

_____, quien actuando por la

sociedad y anteponiendo la razón social a su firma, la representará con las más

amplias facultades, pudiendo obligarla en toda clase de actos; y sin que la

enumeración sea taxativa, podrá comprar toda clase de establecimiento,

negocios, marcas, patentes, derechos y privilegios sobre productos o materias

primas; comprar y vender bienes raíces y muebles y darlos y tomarlos en

arrendamiento; celebrar con bancos, instituciones financieras o de créditos,

sociedades civiles y comerciales y personas naturales y jurídicas, según fuere

procedente, contratos de préstamos, mutuos, depósitos, cuentas corrientes

bancarias y mercantiles, de depósito y de crédito, girar y sobregirar en estas

cuentas, girar, cobrar y depositar, endosar revalidar y protestar cheques, girar,

aceptar, reaceptar , endosar en cobranza en garantía y documentos de

embarque, retirar valores en custodia o en garantía; dar poderes generales y

especiales, nombrar liquidadores y árbitros y darles el carácter de arbitadores y,

en general, ejecutar toda clase de operaciones bancarias y comerciales que la

práctica sancione, sin que la enumeración anterior importe limitación alguna. En

el orden judicial tendrá todas las facultades que enumera el artículo séptimo del

Código de Procedimiento Civil en sus dos incisos, que se dan por expresamente

reproducidas, con declaración de que la facultad de transigir comprende también

la transacción extrajudicial. 83 QUINTO: El capital social será la suma de \$

_____.- (_____ pesos), que se aporta en la siguiente forma: a)

don/ña

_____ suscribe el 33,3% del capital social, el 33,3% en

efectivo, pagado con la suma de \$ _____.- (_____

pesos) en dinero efectivo que ha ingresado en la caja social; siendo el restante 33,3% a integrar dentro del plazo de ____ meses a la fecha de la firma del presente contrato. b) don/ña____ suscribe el 33,3 % del capital social, el 33,3% en efectivo, pagado con la suma de \$ _____ - (_____ pesos) en dinero efectivo que ha ingresado en la caja social; siendo el restante 33,3% a integrar dentro del plazo de ____ meses a la fecha de la firma del presente contrato. c) don/ña _____ suscribe el 33,3 % del capital social, el 33,3% en efectivo, pagado con la suma de \$ _____ - (_____ pesos) en dinero efectivo que ha ingresado en la caja social; siendo el restante 33,3% a integrar dentro del plazo de ____ meses a la fecha de la firma del presente contrato. SEXTO: En caso de que los socios no integran las cuotas sociales suscritas por ellos, en el plazo convenido, la sociedad procederá a

requerirle el cumplimiento de su obligación mediante notificación por escrito donde se lo intimará por un plazo no mayor de ____ días al cumplimiento de la misma. En caso de así no hacerlo dentro del plazo concedido la sociedad podrá optar entre iniciar la acción judicial para lograr su integración o rescindir la suscripción realizada, pudiendo los socios restantes, que así lo deseen, suscribir las cuotas e integrarlas totalmente. SÉPTIMO: Las utilidades se repartirán entre los socios en la siguiente proporción: un 33,3 % para el socio don/ña _____, un 33,3 % para el socio don/ña _____ y un 33,3 % para el socio don/ña _____.

Las pérdidas se distribuirán en igual proporción que la de distribución de las ganancias. OCTAVO: Los socios tendrán derecho a retirar, a cuenta de utilidades, las cantidades que ellos estimen conveniente en relación a las circunstancias y de común acuerdo. NOVENO: Los socios limitan su responsabilidad hasta concurrencia del monto de sus aportes. DÉCIMO: La sociedad practicará balance general e inventario los días 30 de junio y 31 de diciembre de cada año, siendo este último el balance oficial. UNDÉCIMO: La sociedad empezará a regir el día

_____ de _____ de este año y tendrá una duración de _____ años, renovable tácita y

sucesivamente, por periodos iguales, si ninguno de los socios manifestare su voluntad de ponerle término al final del período que estuviere en curso, mediante escritura pública que se inscribirá al margen de la inscripción social, con una anticipación de, a lo menos, seis meses antes de fin del respectivo período.

DECIMOSEGUNDO: En caso de fallecer uno de los socios, la sociedad continuará con el sobreviviente y con los herederos del socio fallecido, quienes deberán designar procurador común para actuar ante la sociedad, mandatario que no tendrá facultades de administrador ni podrá usar de la razón social. La administración de la sociedad y el uso de la razón social quedará radicada, desde la fecha del fallecimiento, en el socio sobreviviente, con las mismas facultades indicadas en la cláusula 4ª. Se convino expresamente que la designación de don/ña 84

_____, como socio administrador, no constituye cláusula esencial de la sociedad, por lo que en caso de fallecimiento se aplican las normas precedentemente. DECIMOTERCERO: Cualquier dificultad que se suscite entre los socios en relación con este contrato o con motivo de su aplicación, interpretación cumplimiento o incumplimiento, o de disolución anticipada o no, de la sociedad, será resuelta por un árbitro arbitrador o amigable componedor en cuanto al procedimiento y al fallo, sin que las partes puedan interponer en contra sus resoluciones recurso alguno. Este árbitro será nombrado por las partes de común acuerdo; y si así no lo hiciesen, lo nombrara el Juez letrado en lo Civil competente. Este árbitro nombrado ya sea o por las partes o por el Juez Letrado en subsidio, tendrá competencia para disolver anticipadamente la sociedad, y para liquidar y repartir, en este caso, el haber social, en desacuerdo de los socios. Con acuerdo de los socios, éstos podrán hacer por sí mismos la liquidación, o nombrar una persona al efecto.

DECIMOCUARTO La sociedad fija su domicilio en la ciudad de _____, sin perjuicio de las Sucursales o Agencias que establezca en el resto del país.

DECIMOQUINTO: Se faculta al

portador de copia autorizada de la presente escritura, para que requiera las anotaciones, inscripciones o subinscripciones que sean de rigor para la legalización de este contrato. De acuerdo con las anteriores cláusulas, los socios

rubrican cada hoja y firman el presente contrato, hecho en tres (3) originales, en el lugar y fecha indicados arriba.

ANEXO Nº 2

Encuesta a personas

La siguiente encuesta es una breve selección de preguntas realizadas a posibles o actuales consumidores de servicio de seguridad en la region de Magallanes.

1. Considerando el alza significativa en la región, ¿qué tan inseguro te sientes dentro de tu hogar? (siendo 1 muy seguro y 5 muy inseguro)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

2. Ingreso promedio mensual

- \$1.374.000 – \$2.070.000
- \$4.386.000 – o más
- \$503.000 - \$810.000
- \$2.070.000 - \$4.386.000
- \$810.000 - \$1.374.000

3. ¿Tiene contratado algún servicio de seguridad actualmente?

- No
- Si

4. **¿Esta dispuesto a contratar un nuevo servicio de seguridad?**

- Si
- No

5. **Al contratar un servicio de seguridad, ¿Que es lo que prioriza?**

- Calidad de productos de seguridad
- Rapidez de respuesta
- Confianza con empresas
- Precio
-

6. **¿Estaría dispuesto a pagar por un Plan Básico cuyo valor es de 1,4 UF mensual + costo de instalación \$230.000?, que incluiría: detectores infrarrojos, aplicación en teléfono móvil para recibir alertas y comunicarse con la empresa, mas rondas de seguridad diarias con vehículos y apoyo presencial de personal especializado en caso de peligro.**

- Si
- No

7. **¿Estaría dispuesto a pagar por un Plan Premium cuyo valor es de 1,7 UF + costo de instalación \$380.000?, que incluiría: detectores infrarrojos, aplicación en dispositivo móvil para recibir alertas y comunicarse con la empresa + rondas de seguridad diarias con vehículos y apoyo presencial en caso de peligro, se agregarían cámaras de vigilancia que se pueden revisar en aplicación móvil.**

- Si
- No

8. Al tener conocimiento de ambos servicios, ¿Cual contrataría?

- Plan Básico
- Plan Premium

ANEXO N°3

Encuesta Empresa

La siguiente encuesta es una breve selección de preguntas realizadas a empresas que tienen o contratarían un servicio de seguridad.

1. ¿Usted toma las decisiones con respecto a la seguridad de su empresa?

- Si
- No

2. ¿Cuál es el tamaño de su empresa?

- Pequeña
- Mediana
- Grande

3. ¿Su empresa tiene contratado un servicio de seguridad contratado?

- No
- Si (ADT Security Service S.A)
- Other
- Si (Ats Magallanes)

4. **¿Esta dispuesto a contratar un servicio de seguridad nuevo?**

- Si
- No

5. **¿Estaría dispuesto a pagar por un Plan Empresas cuyo valor es de 3,5 UF mensual + costo de instalación \$500.000, que incluiría: cámaras de seguridad y detectores infrarrojos + parlantes para disuadir por voz + aplicación en teléfono móvil para recibir alertas y comunicarse con la empresa + rondas de seguridad diarias con vehículos y apoyo presencial de personal especializado en caso de peligro?**

- Si
- No

