



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO
FACULTAD DE CIENCIA EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE GESTIÓN EMPRESARIAL

ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN PASTO ALFOMBRA EN LA CIUDAD DE CHILLÁN

“PASTO EXPRESS”

TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO DE TÉCNICO UNIVERSITARIO TÉCNICO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**AUTORES: JULIA BALLESTEROS PAREJAS
PABLO MUÑOZ MEDINA**

Profesor Guía: Sr. Juan Carlos Yévenes Jara

CHILLAN, 2014

ÍNDICE PÁGINA

Introducción.	4
Resumen ejecutivo.	5
Análisis estratégico.	6
Visión.	6
Misión.	6
Objetivos generales.	6
Objetivos específicos.	6
Fundamentación del proyecto.	7
Estudio de mercado.	8
Metodología.	8
Tamaño de Muestra.	8
Análisis Macroentorno.	9
Dimensión Económica.	9
Factores Tecnológicos.	9
Dimensión Político Legal.	9
Dimensión Social.	10
Análisis Microentorno.	10
Rivalidad de los Competidores.	10
Amenaza de productos y servicios sustitutos.	10
Amenaza de los nuevos competidores.	11
Poder de negociación de los proveedores.	11
Poder negociador de los clientes.	12
Análisis foda.	13
Fortalezas y Debilidades.	15
Mercado consumidor.	16
Análisis encuesta.	17

Grafico encuesta.	22
Mercado competidor.	23
Mercado proveedor.	23
Producto y servicio.	23
Terreno.	23
Sistema de riego.	24
Invernadero.	24
Publicidad.	25
Precio de Venta.	25
Estudio técnico organizacional.	26
Organigrama.	27
Requerimiento de obras físicas.	31
Bodega.	32
Inversiones en equipamientos.	33
Estudio Legal.	34
Normativa tributaria que afecte el proyecto.	35
Estudio Económico y Financiero.	36
Flujo de caja financiado	40
Flujo de caja puro	42
Conclusión	43
Bibliografía.	44
Anexos.	45

Evaluación de la factibilidad de Elaborar y Comercializar Pasto Alfombra en la ciudad de Chillán.

INTRODUCCION

El presente trabajo consiste en la evaluación de un proyecto el cual incluye diversos tipos de estudios, las cuales fueron aprendidas durante los semestres cursados, como son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio legal, estudio económico y financiero.

Esta idea nace de la necesidad y la poca oferta del mercado frente a un producto que con el pasar del tiempo se ha vuelto muy importante en nuestro entorno más cercano como son nuestros hogares, colegios, universidades y parques ya que las áreas verdes son bien cotizadas a la hora de esparcimiento y relajo es por eso que nos hacemos la pregunta por qué no abastecer a estos potenciales clientes con este producto de gran valor para la vida en familia como también para una vida sana, estos valores hoy son muy bien cotizados por los consumidores modernos los cuales están dispuestos a pagar por este producto a cambio de los beneficios que este le pueda entregar a su entorno.

Como todo producto nuevo si no se elabora una adecuada estrategia, es probable que no tenga éxito por lo que resulta indispensable la asociación de proveedores, por la probabilidad que existe que el número de productores se dediquen a la elaboración sea mayor a la demanda de este producto lo cual es poco probable en el corto plazo por la demanda y la poca oferta existente hoy.

En cuanto a la producción esta se realiza en el terreno previamente preparado con fertilizantes los cuales son naturales, se procede a esparcir las semillas, importante es el riego el cual tiene que ser abundante para la pronta germinación de las semillas lo que permitirá que se pueda cosechar varias veces en el mes lo cual permite satisfacer los pedidos estimados, una vez listo el producto se fabrican rollos de pasto los que llevan 10 o 20 cm de tierra para su respectiva instalación.

El objetivo es comprobar si el proyecto es posible realizarlo y es rentable, si crea valor a la empresa, junto con aplicar cada uno de los conceptos aprendidos durante todos los semestres académicos.

RESUMEN EJECUTIVO

La puesta en marcha de este producto abre un campo poco explorado en la región y en nuestra ciudad lo cual es un reto para la comercialización del producto.

En la plantación del pasto alfombra hay una rentabilidad muy interesante, ya que los componentes a utilizar son de fácil acceso y alto rendimiento, la materia prima utilizada son 32 kilos de semillas y fertilizantes los que se producen en el mismo predio, el terreno para la siembra tiene una superficie 800mts², en su etapa de cosecha se puede esperar un rendimiento anual de 9.600 mts², dejando claro que las ventas del primer año alcanzaran el 68,75 % de la cosecha total, pero se estima que el tercer año se logra vender el 99%.

La explotación del producto no es estacional ya que se cuenta con un invernadero el cual nos permite atender sin importar en que época del año se encuentre, lo que da un valor agregado al momento de ofertar el producto.

El precio del producto cuenta con dos valores los cuales se detallan a continuación

1. \$ 1.240 sin instalación
2. \$ 3.900 con instalación

Se espera incrementar en un 5% anualmente el precio de venta basados en el costo de las materias primas.

Inversión total del proyecto \$10.648.416 incluido el capital de trabajo de \$2.000.000.

La tasa exigida es un 42,46% con un horizonte de evaluación de 5 años.

Los indicadores de rentabilidad demuestran la factibilidad del proyecto con un VAN \$18.052.943 y un TIR 118%.

En cuanto a la estructura jurídica que tiene la empresa en proyecto es una sociedad de responsabilidad limitada, los socios responden hasta la concurrencia de sus aportes.

Localización se ubicara en el mismo predio donde se siembra y cosecha el producto, estará ubicado en el km 10 camino a Cato en la ciudad de Chillan.

La estructura organizacional de la empresa cuenta con una planilla de empleados compuesta por dos administradores los cuales son los mismos socios quienes se dividirán las labores, contador y dos obreros los cuales estarán a cargo de cosechar e instalar el producto.

ANALISIS ESTRATEGICO

Visión

Ser la Empresa líder en el rubro entregando un producto de calidad, amigable con el medio ambiente y llegando a cada punto de la región en forma oportuna y eficiente.

Misión

Elaborar y comercializar Pasto Alfombra con calidad y comprometidos con el medio ambiente, satisfaciendo a los clientes a través del servicio y preocupándose de cumplir con las exigencias del mercado consumidor de Chillán y la Región.

Objetivos Generales

Evaluar la factibilidad de la elaboración y comercialización de pasto alfombra.

Objetivos específicos

- Realizar sondeo de mercado para determinar la demanda
- Realizar Estudio Técnico del proyecto.
- Realizar Estudio Legal y Organizacional.
- Evaluar Económica y Financieramente la propuesta.

Fundamentación del proyecto

La puesta en marcha de este producto abre un campo poco explorado en la región y en nuestra ciudad lo cual es un reto para la comercialización del producto.

En la plantación del pasto alfombra hay una rentabilidad muy interesante, ya que los componentes a utilizar son de fácil acceso y alto rendimiento, la materia prima utilizada son 32 kilos de semillas y fertilizantes los que se producen en el mismo predio, el terreno para la siembra tiene una superficie 800mts², en su etapa de cosecha se puede esperar un rendimiento anual de 9.600 mts², dejando claro que las ventas del primer año alcanzaran el 68,75 % de la cosecha total, pero se estima que el tercer año se logra vender el 99%.

Se tiene la convicción de producir una cantidad de Mts² de pasto de calidad de acuerdo con la capacidad instalada, ya que existe una gran demanda en nuestra ciudad. Desde el año 2010 se ha incrementado en un 20% el parque inmobiliario y además se ha promulgado la política de desarrollo urbano donde se hace alusión a la importancia de las áreas verdes por lo que las constructoras necesitan alguien que los abastezca del producto, así también los futuros propietarios, colegios, etc., el objetivo es satisfacer y/o abastecer la demanda con calidad.

ESTUDIO DE MERCADO

Metodología

Se confecciona una encuesta de la cual se extraerán y recolectarán los datos e información necesaria para demostrar la viabilidad del proyecto. Se realiza la revisión de esta, verificando la integridad y consistencia de la información obtenida, la totalidad de ellas fueron contestadas, las instrucciones establecidas se respetaron, por lo que la información obtenida es consistente.

Dicha encuesta se aplica a 60 personas de entre 28 y 50 años, en la que se incluyen preguntas indispensables para decidir puntos cruciales, tanto para la creación de la empresa, como para la factibilidad el proyecto, como por ejemplo, edad, sexo, personas que poseen casa propia, sus familiares que también las poseen, con qué frecuencia cambia el césped y en qué época lo hace. Si compran este producto y donde lo adquieren.

TAMAÑO DE MUESTRA

Se obtiene el tamaño de muestra aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * o^2}{e^2}$$

Z= valor obtenido mediante niveles de confianza. Se tomó la relación al 90% de confianza el que equivale el factor 1,645 (según tabla de distribución normal)

O= desviación estándar de la población, se utiliza el valor que generalmente se aplica (el valor constante de 0,5)

e= Limite aceptable de error de muestra. Se utilizó un error aceptable del 10,6.

El tamaño de muestra que resulto es de 60.

ANALISIS DEL MACROENTORNO

Dimensión Económica

Destacamos que al segmento que se enfoca es la clase media – media y media – alta de la ciudad, como este producto no es de primera necesidad es aquel segmento que tiene la intención y el poder para adquirir el producto, esto se refleja en la encuesta realizada.

Otro factor que puede afectar a esta industria es la alta tasa de desocupación en la región del Bio – Bio la cual alcanza a un 7.3%. Con lo que se interpreta una posible baja en la demanda del producto.

Factores Tecnológicos

La repercusión de la tecnología que se muestra en esta industria son los nuevos materiales y servicios, el beneficio de la tecnología que se manifiesta son estándares más altos de vida y más tiempo de descanso, lo que antes se tenía que sembrar hoy se puede comprar e instalar en solo unos minutos.

Dimensión Político y Legal

En este aspecto la región y más específicamente en la ciudad de Chillan están al debe con respecto a la legislación sobre las áreas verdes, se calcula que existen en la comuna de 1,7 a 2,3 mts² de espacio verde por habitante muy por debajo de los estándares propuestos por la Organización Mundial de la Salud (OMS), los cuales recomiendan que exista la relación de 9 mts² de espacio verde por habitante. Información entregada por el asesor urbanista municipal el Sr. Nelson Anabalón al diario La Discusión. La municipalidad tiene un ambicioso plan el cual es sumar 100 hectáreas de áreas verdes por lo que se proyecta que las empresas involucradas se verán en la necesidad de buscar proveedores del producto.

Dimensión Social

La población que se abastecerá es de acuerdo a la capacidad del negocio ya que existe un mercado amplio el cual no se logra atender en primera instancia por la alta movilidad del segmento la que ha crecido ampliamente gracias al sector de la construcción.

ANALISIS MICROENTORNO

Frente a este análisis se determina permanecer vigilante frente al entorno, para aplicar estrategias frente algún cambio de los competidores los que hoy son reducidos por lo que la amenaza de nuevos siempre está latente como también los diferentes factores que se analizan a continuación.

La rivalidad entre los competidores existentes

Si analizamos la industria del pasto alfombra se logra sacar una ventaja competitiva sobre sus competidores en:

- Calidad de Servicio.
 - Beneficio de la mantención.
-
- Por lo tanto la rivalidad es baja.

Amenaza de productos y servicios sustitutos

En este rubro existen sustitutos que se especializan en servicios determinados pero no logran ofrecer un producto integral. Dentro de estos sustitutos podemos mencionar la siembra de pasto que en ocasiones son entidades informales (jardineros). También se encuentra el pasto sintético.

- Por lo tanto la amenaza de productos sustitutos es baja.

Amenaza de los nuevos competidores

Al analizar esta fuerza, se puede observar que no existen barreras muy altas, el motivo es el bajo costo de los insumos y no se necesita gran capital para entrar en este rubro, además de las pocas empresas que prestan este servicio.

- Por lo tanto la amenaza es alta.

Poder de negociación de los proveedores

El poder de los proveedores existe cuando una empresa o institución cuenta únicamente con un proveedor o un número muy reducido de ellos.

En el caso de la semilla mezcla estadio es de fácil acceso ya que existe una cantidad importante de proveedores de este producto de diferentes precios u calidad.

- Por lo tanto el poder de negociación es bajo.

Poder negociador de los clientes

El producto de la empresa está claramente diferenciado por la calidad y por la poca oferta que existe en la ciudad.

Por lo tanto la capacidad de negociación del comprador será mucho más baja.



ANALISIS FODA

Fortalezas

- El producto es elaborado con insumos de alta calidad y es producido en invernadero con fertilizantes naturales lo cual hace que el producto sea firme y sin daños producido por el clima en el proceso de crecimiento.
- El producto es de calidad y de un buen servicio de post venta el cual le da valor agregado, sin dejar de resaltar que incentiva la vida familiar al aire libre y por supuesto la parte estética, por lo que es más atractivo a la hora de ofrecerlo.
- Los precios serán muy convenientes, el cliente tendrá la opción de poder comprar el producto con un servicio de instalación y al hacerlo obtendrá un beneficio el cual consta de un servicio de mantención por un mes de forma gratuita, este beneficio será el que marque la diferencia al momento de elegir a quien comprar.

Oportunidades

- Abastecer a constructoras.
- Pocos competidores en el rubro.
- Mayor recreación al aire libre.

Debilidades

- Lo nuevo del producto y el poco conocimiento del público sobre este, esto le da una inseguridad al cliente que quiera comprar.
- La poca experiencia en el rubro, por ende no hay una imagen de marca creada en los consumidores.
- Condiciones crédito.

Amenazas

- Aumento del precio de los insumos.
- Sequias.

FORTALEZAS Y DEBILIDADES

Empresas	Homecenter	Emprendedor	Empresas fuera de la Ciudad
Ventas	60%	30%	20%
Calidad	Media / baja	Intermedia	Media
Condiciones de crédito	Si tiene	No tiene	No tiene
Precios	\$ 1.880 x mt ² (sin servicio de flete)	\$ 1.240 x mt ² + flete	\$1700 x mt ² + flete
Servicio al cliente	Regular	Regular	Regular
Publicidad	Buena	Regular	Regular
instalación	No tiene	Si tiene	No tiene
Variedad	Si tiene	No tiene	No tiene
Beneficio Mantención	No tiene	No tiene	No tiene

* Las utilidades de las empresas en cuestión no fueron entregadas por ser de carácter confidencial.

MERCADO CONSUMIDOR

La empresa está dirigida a las personas de clase media-media y media-alta pero hay un mercado al cual se quiere y proyecta captar como son las empresas constructoras las cuales hoy en día entregan sus proyectos con áreas verdes.

Segmentación

Para definir el mercado objetivo, se utilizan las siguientes variables:

- Variables Geográficas
 - ✓ Lugar de residencia: La empresa está enfocada en personas que poseen casa propia en la comuna Chillán y sus alrededores.

- Variables Demográficas
 - ✓ Edad: En general, personas entre 28 y 50 años.

- Variables Psicográficas
 - ✓ Intereses: En las áreas verdes.

ANALISIS ENCUESTA

Tiene Casa Propia	¿Sexo del encuestado?		Total
	Femenino	Masculino	
SI	25	7	32
NO	15	13	28
Total	40	20	60

- ✓ Un 66,6% de los encuestados son de sexo femenino, el 62,5% de estas ellas tienen vivienda propia y el 100% está dispuesta a comprar el pasto al igual que el 12,5% de las que no poseen su vivienda encuentran atractivo el producto.
- ✓ Con respecto a los varones cabe resaltar que el 33,3% de ellos no tiene vivienda propia sin embargo el 35% compraría el producto.
- ✓ Como el análisis es claro y específico en demostrar que son las mujeres con más poder de decisión e interés nuestra publicidad se enfocara en ellas.

Edad entre	¿En su grupo familiar existe alguna persona que tenga casa propia?		Total
	Si	No	
28-35	12	3	15
36-43	15	8	23
44-49	7	5	12
50 y mas	7	3	10
Total	41	19	60

- ✓ Un 68,3% de los encuestados tienen familiares que poseen casa propia aquí rescatamos información valiosa para poder tener potenciales clientes.
- ✓ El 31,6% de los familiares del encuestado no poseen su vivienda.

Compraría Pasto Alfombra	¿Usted tiene casa propia?		Total
	Si	No	
SI	30	2	15
NO	2	26	23
Total	32	28	60

- ✓ Un 53,3% de los encuestados tienen casa propia y el 93,75% están interesados en comprar pasto alfombra.
- ✓ El 46,6% de los que no poseen su vivienda el 92,8% de estas no están dispuestas en adquirir el producto.
- ✓ En el análisis se concluye que el segmento está claramente definido el mercado apunta a las personas con vivienda propia.

Compraría Pasto Alfombra	¿Con que frecuencia cambia el césped?				Total
	No cambia	1 vez	2 a 3 veces	Más de 3 veces	
SI	5	6	13	20	44
NO	2	3	4	7	16
Total	7	9	17	27	60

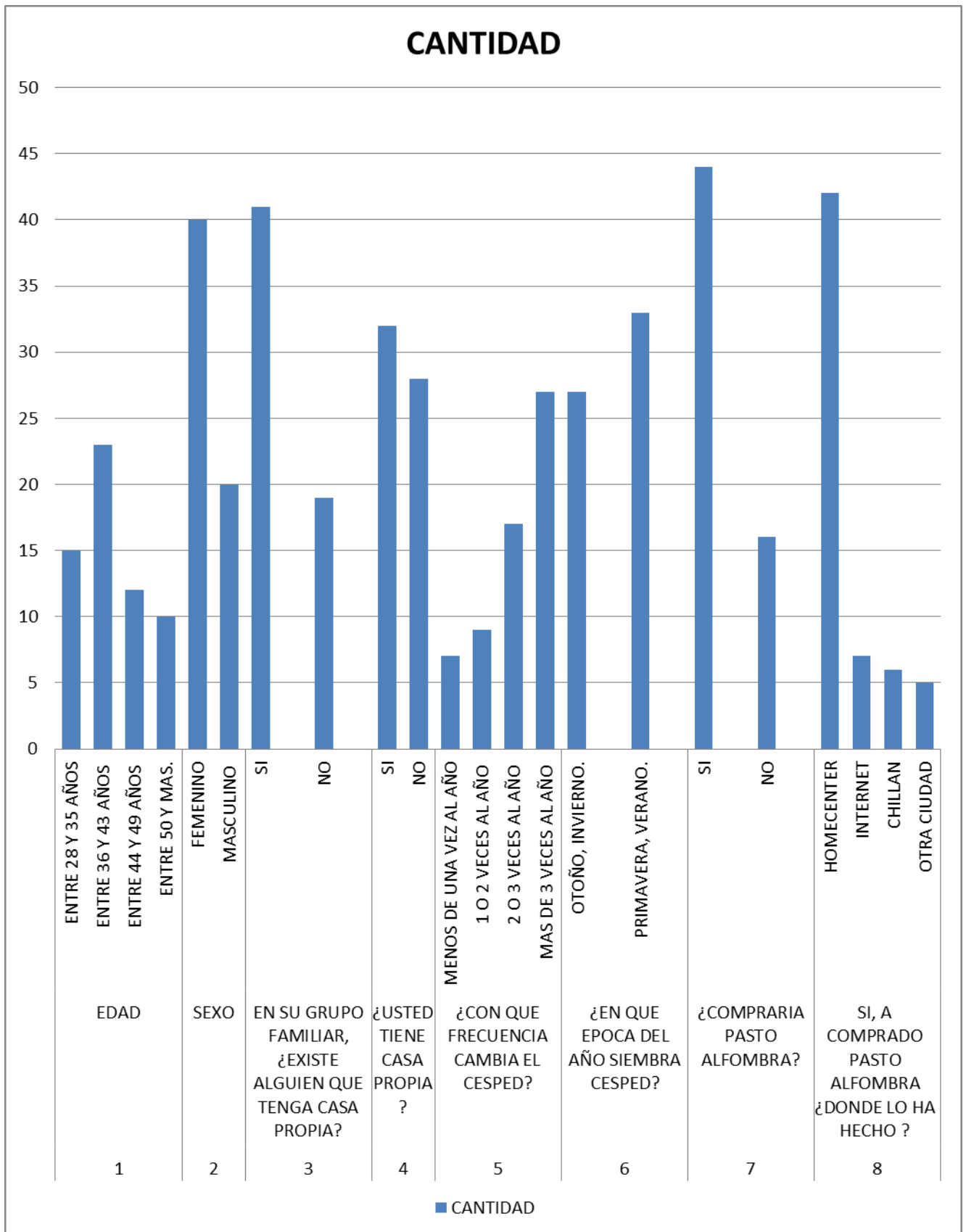
- ✓ Un 11,6% no cambia el césped, sin embargo el 11,3% del que nunca ha tenido pasto en su vivienda está dispuesto a comprar.
- ✓ El 15% cambia 1 vez al año el 13,6% compraría el producto.
- ✓ El 28,3% 2 a 3 veces el 29% compraría el pasto.
- ✓ Un 45% cambia el césped más de 3 veces en el año y el 45,4% compraría el producto.
- ✓ El análisis nos demuestra que las personas que cambian más veces su césped en el año están dispuestos en adquirir el producto ya que es más duradero, con una buena mantención y cuidado no es necesario cambiarlo.

Edad entre	¿Compraría Pasto Alfombra?		Total
	Si	No	
28-35	12	3	15
36-43	16	7	23
44-49	9	3	12
50 y más	7	3	10
Total	44	16	60

- ✓ Un 73,3% de los que compraría pasto alfombra un 27,2% tiene entre 28 y 35 años, un 36,3% entre 36 y 43 años, un 20,4% tiene entre 44 y 49 años y 15,9% 50 y más.
- ✓ Al analizar las respuestas nos damos cuenta que los encuestados entre las edades de 36 y 43 años son los más interesados en adquirir el producto además que en ese mismo rango de edad el 31,25% tiene vivienda propia nos demuestra que en ese rango de edad tienen más poder adquisitivo nuestros clientes se enfocaran en esa categoría.
- ✓ El 26,6% de los encuestados no están interesados en adquirir el producto.

En que Época del Año cambia El Césped	¿Cuándo usted ha comprado pasto alfombra? ¿Dónde lo hace?				Total
	Homecenter	Internet	Chillan	Otra Ciudad	
	Otoño- Invierno	0	5	4	
Primavera- Verano	34	5	5	4	48
Total	34	10	9	7	60

- ✓ Un 56,6% adquieren el producto en Homecenter en otoño invierno no hay ventas porque lo vende en forma estacional el 100% en primavera verano.
- ✓ El 16,6 lo compra por internet el 50% en otoño invierno y el 50% en primavera verano.
- ✓ El 15% lo adquiere en Chillan el 44,4% en otoño invierno y el 55,5% en primavera verano.
- ✓ Un 11,6% lo compra en otra ciudad el 42,8% en otoño invierno y el 57,1% en primavera verano.
- ✓ Al analizar resalta que el 80% del pasto se vende en primavera verano eso demuestra que el producto es estacional de aquí nuestra ventaja competitiva, ya que el pasto se producirá en toda época del año.
- ✓ En primavera verano el competidor más fuerte es Homecenter.



Mercado Competidor

El rubro es poco explotado en la ciudad de Chillan es por ello que este proyecto se hace más atractivo, sin embargo, los competidores más cercanos son dos, un emprendedor el cual apunta al mismo segmento pero él lo hace de manera informal y estacional y el otro es Home Center Sodimac, empresa con prestigio a nivel nacional e internacional, pero el pasto alfombra no está dentro de sus productos estrellas yes ofertado en cierta época del año al igual que el competidor descrito anteriormente.

Mercado Proveedor

Las semillas “**MEZCLA ESTADIO**” son abastecidas por ANASAC, también existen ventas de estas por internet con las cuales se pretende hacer una alianza estratégica para ser el representante en la zona, para poder lograr una ventaja sobre los competidores más cercanos y así también contar con un constante abastecimiento.

Producto Y Servicio

La empresa cuenta con el producto pasto alfombra el cual es de alta calidad ya que las semillas utilizadas son mezcla estadio este producto es de alto tráfico y sirve para toda superficie, no necesita un gran mantención solo el riego respectivo, con respecto al servicio nosotros entregamos un servicio de post venta el cual marcar la diferencia al momento que el cliente tome su decisión de compra.

Terreno

Es de suma importancia el lugar donde se produce, el cual en primera instancia se trabajó y preparo para la construcción del invernadero el cual cuenta con 800 mts² de superficie para la producción, luego de efectúa respectiva limpieza y fertilización del terreno para continuar con la plantación del producto.

Sistema de Riego

Este puede variar según metros instalados para la producción, se empleara un sistema micro aspersores aéreos los cuales son utilizados en horas donde no se encuentre el personal por estar entregando el producto de lo contrario se hace en forma manual todo esto abastecido por un canal de regadío con el que cuenta el predio.

Invernadero

Se construirá para poder abastecer el mercado en toda época del año ya que los meses lluviosos y fríos son los más difíciles para el rubro. El uso de este invernadero ayudara a optimizar el cultivo ya que este sistema ayuda a poder cosechar 2 a 3 veces más, esto potenciado por fertilizantes. El hecho de producir en invernadero ayuda a tener un producto sano en el sentido que no tiene ningún tipo de desgaste el cual es producido por los cambios climáticos repentinos.



Publicidad

Se realiza publicidad radial en los programas principalmente dirigidos al sexo femenino, se toma esta decisión gracias a la encuesta realizada la cual arrojó que las mujeres son las interesadas en el producto, por lo que estratégicamente se hará publicidad los primeros dos meses enfocados a este segmento, esto será complementado con la entrega de panfletos (1.000 unidades durante el primer mes de funcionamiento), los que contendrán la razón social de la empresa, su dirección, horario de atención, principales servicios y productos, promociones, entre otras. Para esto se contará con el respectivo permiso municipal según el artículo 3º del título I sobre definiciones y disposiciones generales, del decreto exento N°202 del año 2010 correspondiente a la ordenanza municipal sobre publicidad y/o propaganda de la comuna de Chillán.

Precio de venta

Como toda empresa se quiere sacar el máximo de utilidades posibles y al mismo tener un precio competitivo es por esto que el precio se fijará en base a costos y gastos los cuales son de un 75% y el 25% restante son las utilidades por lo que nuestro precio final será de \$ 3.900 por cada Mts² con instalación. El producto sin instalación será de \$ 1.240, estos precios son altamente competitivos según el sondeo realizados a nuestros competidores más cercanos los cuales tienen precios muy parecidos pero no entregan un servicio de instalación lo cual nos da una ventaja competitiva frente a ellos.

ESTUDIO TECNICO ORGANIZACIONAL

En la estructura organizacional, se analiza y realiza el tipo de estructura organizativa más adecuada para el proyecto, esto es fundamental para identificar el modelo administrativo del proyecto y adaptarse a los propósitos de la empresa.

En el estudio técnico queremos demostrar lo viable de nuestro proyecto buscando un mercado objetivo así como también determinar la capacidad técnica por implementar como también el tamaño y localización de este.

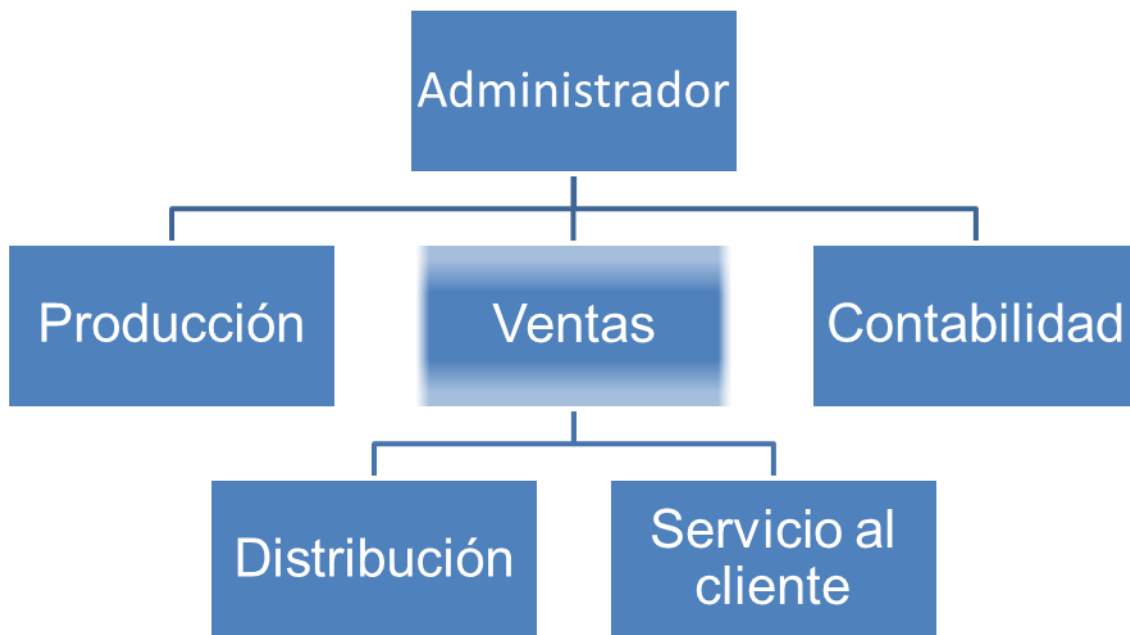
Lo primero dentro de este estudio fue buscar localización óptima la cual se encontraba definida ya que por el rubro se encontrara en las cercanías de ciudad para ser más específicos km 10 camino a Cato en la comuna de Chillan este terreno es parte de la inversión. Además por la cercanía de la ciudad no afectara la distribución del producto, no habrá costos de arrendamiento.

Tamaño Óptimo de este proyecto en primera instancia se determinara en base a la capacidad instalada y la demanda la cual se estima en base a los estudios que se efectúan y la capacidad tecnológica de personal y equipamiento con el cual se cuenta. Otro punto importante es el sistema de riego el que es abastecido por un canal de regadío con el que cuenta el predio esto permitirá un uso más eficiente de este recurso no renovable, otra ventaja es que permite cultivar todo el año debido a que dentro del invernadero se tiene relativa independencia del medio exterior es posible tener producción en cualquier época del año esto es una gran ventaja competitiva, lo cual nos permitirá encontrar mejores mercados por la falta de competidores en esas épocas del año, entregando un producto de alta calidad todos los meses del año.

Ingeniería del Proyecto, esta parte del estudio determina el uso óptimo de los materiales, los procesos y la estructura organizacional, esto se resuelve estableciendo el lugar físico de almacenamiento de los insumos para que se conserven en buen estado, para esto se construyó una bodega la cual se dividirá para que también podremos almacenar herramientas. Con respecto a la

Estructura de la organización podemos decir que nos será fácil determinar ya que en primera instancia serán los mismos socios los que llevaran la administración de la empresa y la mano de obra será entregada por personal idóneo el cual será seleccionado previo reclutamiento, los que no serán más de dos personas

Organigrama



Para el desempeño de las funciones del proyecto, se adoptó un esquema organizacional, en el cual su estructura de cargos corresponde a las tareas a realizar por cada uno de los integrantes de esta empresa.

Esta estructura organizativa, involucra la construcción de un sistema coordinado de responsabilidades, que permite a todos y cada uno de los integrantes de la institución saber cuáles son sus responsabilidades, conocer de quién recibir órdenes, conocer sus límites de acción y entre otras actividades, saber a quién le debe responder.

Administradores: Serán los mismos socios.

Este departamento es el más importante dentro de la empresa, ya que tiene a cargo las decisiones más importantes del negocio serán las personas que tengan a cargo la administración de la empresa, por lo que tendrán algunas tareas específicas como:

- Contratación de personal
- Coordinación de operaciones
- Toma de decisiones

Además tendrán la responsabilidad de recibir los pedidos de los clientes, por vía telefónica y online.

Deberán entregar información necesaria para la producción de los productos y confeccionar:

- Boletas de venta
- Facturas de venta
- Orden de pedido
- Registro de los pagos.

Obrero (2): Requisitos:

- Licencia de manejo clase B.
- Conocimientos siembra y cosecha pasto.
- Sueldo a pagar \$250.000.-

Producción: Encargados de la creación del producto, siendo fundamental en el negocio, aquí participan los obreros agrícolas, Tendrán la responsabilidad de:

- Sembrar.
- Entregar e instalar el producto.
- Supervisión del producto.

Contabilidad: Departamento en el cual, el contador se encargara de la parte contable y financiera de la empresa.

Requisitos:

- Título de Contador, con mínimo 4 años de estudio.
- Conocimientos en materia financiera (bancos).
- Conocimientos de Auditoría, para entregar un mayor aporte en la toma de decisiones, a los inversionistas.
- Sueldo a pagar \$50.000.- (por asesoría mensual)

Además tendrán la responsabilidad de realizar:

- Ingresos y egresos del negocio.
- Balances, estados de resultados y similares.
- Impuestos permisos etc.
- Ayuda en la toma de decisiones a la administración.

Distribución: Sección que debe asegurarse de que los pedidos sean instalados de forma oportuna y segura.

Servicio al cliente: su principal tarea, es la satisfacción del cliente, ya sea en la preparación del producto como en la entrega satisfactoria de éste.

Localización: El local se encontrara ubicado a un costado del mismo predio donde se sembrara y cosechara el producto el cual tiene una superficie de 1.400 Mts². La oficina se habilitara a un costado del terreno en una casa prefabricada, todo esto estará ubicado en el km 10 camino a Cato en la ciudad de Chillan.



Requerimientos de obras físicas

Invernadero: Lugar construido para poder sembrar y cosechar el césped, este tendrá una superficie de 800 mts².

Bodega: Lugar, donde se guardarán los materiales y herramientas.

Sala de ventas: Lugar donde se encuentra la oficina del administrador, y además de la atención al cliente.

INVERNADERO			
Detalle	Valor Total		
Mano de obra	\$	270.000	
Clavos	\$	15.000	
Alambres Acerado	\$	35.970	
Nylon	\$	1.066.000	
Polines Impregnadas	\$	470.000	
BODEGA			
Malla Rachel	\$	15.600	
Mano de obra	\$		250.000
Madera	\$		200.000
Instalación Eléctrica	\$	800.000	200.000
Varios	\$		150.000
TOTAL	\$	800.000	

Para una buena administración y servicio al cliente hemos decidido en una casa prefabricada como sala de

ventas.



Inversiones en equipamiento

Para implementar las dependencias del negocio, se necesitarán muebles y equipos para que pueda funcionar como corresponde, estos costos son detallados más adelante.

Para poder entregar con mayor satisfacción el producto y entrega de los pedidos, la camioneta será aporte del capital de trabajo por uno de los socios.



Camioneta cabina simple marca CHANGAN

Modelo S100 cilindrada de 1.000 c/c

Valor \$ 1.580.000

ESTUDIO LEGAL

Tipo de Sociedad

Sociedad de responsabilidad limitada.

Este tipo de Sociedad está compuesta por personas naturales y jurídicas, y utilizaremos este tipo de sociedad ya que cumplen con los requisitos necesarios que se llevarán a cabo en este proyecto, lo que implica que todas las decisiones deben ser tomadas por unanimidad, lo que permitirá a los dueños estar más interiorizados con la actividad que desarrolla la sociedad. Cabe señalar que el Art. 2053º del Código de Comercio define la sociedad como “un contrato en que dos o más personas estipulan poner algo en común con la mira de repartir entre sí los beneficios que de ello provengan”.

Para constituir legalmente una sociedad se debe:

- Hacer escritura pública, de la cual se obtiene un extracto que es publicado en el diario oficial.

Tanto la escritura como el extracto deben contener:

- Cuantos socios componen la sociedad.
- Monto del capital de la sociedad, detallando los aportes de cada socio.
- Si prestan un bien o servicio.
- Si la sociedad es civil o comercial.
- Nombre de la sociedad, la cual debe llevar al final la sigla Ltda.

Normativa tributaria que afecte el proyecto

Inicio de Actividades

Este debe realizarse en el Servicio de Impuestos Internos, mediante el Formulario de Inscripción al Rol Único Tributario y/o Declaración de Inicio de Actividades (F 4415), documento que debe ser presentado dentro de los dos meses siguientes a aquel en que comiencen sus actividades.

Timbraje de Documentos

Se efectúa luego de que un funcionario del Servicio de Impuestos Internos verifique el domicilio y actividad de la empresa, mediante el Formulario de Timbraje de documentos y registros (F 3230).

Los documentos a timbrar son los siguientes: facturas, boletas, guías de despacho, libro de compras, libro de ventas, libro FUT, libro Balance, libro americano.

Requisitos

- Tener casilla de correo electrónico.
- Contar con nombre de usuario y contraseña para acceder al sistema.
- Entregar la documentación exigida durante la Visita de Inspección.

ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO

Costos Fijos

El siguiente cuadro refleja los requerimientos de personal para cada año de operación:

Cantidad	Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
1	Contador	\$ 50.000	\$ 600.000
2	Obreros	\$ 250.000	\$ 6.000.000
Total 3		\$ 600.000	\$ 6.600.000

Insumos / Servicios	Valor Mensual
Luz	\$20.000
Agua	\$8.000
Fono/fax/internet	\$40.000
Otros gastos	\$20.000
Total mensual	\$88.000
Total Anual	\$1.056.000

Gastos de puesta en marcha

Los gastos relacionados a la sociedad tanto del abogado, notario, gasto de la escritura y de su extracto vendrán determinados fundamentalmente por la extensión de la escritura y el número de copias que se soliciten.

También se han de considerar los gastos por el estudio del proyecto.

SALA DE VENTAS	
1 IMPRESORA	\$ 25.000
MATERIALES OFICINA	\$ 100.000
TOTAL	\$ 125.000

MATERIALES DE OPERACIÓN PUESTA EN MARCHA	
Publicidad	\$ 30.000
Material de Oficinas	\$ 30.000
Confección de Facturas	\$ 11.000
Confección de Boletas	\$ 13.000
Confección de Guías de despacho	\$ 20.000
Libro FUT	\$ 2.970
Libro de compras	\$ 3.800
Libro de ventas	\$ 5.060
Libro Balance	\$ 2.750
Libro Americano	\$ 2.720
Total	\$ 121.300

Detalle.	Valor.
Escritura social (Abogado)	\$200.000
Inscripción en el conservador.	\$ 70.000
Publicación en el Diario Oficial.	\$ 60.000
Notario	\$ 80.000
Estudio del Proyecto	\$350.000

Arriendo Rodillos compactados	\$ 125.370
Herramientas	\$ 106.323
Tijeras Especiales	\$ 80.000
TOTAL	\$ 311.693

Costos Variables

COSTOS VARIABLES					
<u>GASTO DE SEMILLA POR AÑO SIN INSTALACION</u>					
	1	2	3	4	5
Mts² Vendidos	2.400	2.880	3.456	4.147	4.977
Kilos de semilla por Mts²	25	25	25	25	25
Kilos de semilla por Mts² vendidos	96	115	138	166	199
Precio kilo de semilla	\$5.990	\$6.109	\$6.231	\$6.356	\$6.483
TOTAL	\$575.040	\$703.757	\$861.373	\$1.054.384	\$1.290.542
<u>GASTO DE SEMILLA POR AÑO CON INSTALACION</u>					
	1	2	3	4	5
Mts² Vendidos	4.200	5.040	6.048	7.258	8.709
Kilos de semilla por Mts²	25	25	25	25	25
Kilos de semilla por Mts² vendidos	168	202	242	290	348
Precio kilo de semilla	\$5.990	\$6.109	\$6.231	\$6.356	\$6.483
TOTAL	\$1.006.320	\$1.231.574	\$1.507.404	\$1.845.172	\$2.258.449

Total Mts² Vendidos	6.600	7.920	9.504	11.405	13.686
Total gastos semillas	\$1.581.360	\$1.935.331	\$2.368.777	\$2.899.556	\$3.548.991
Bencina	\$500.000	\$650.000	\$700.000	\$750.000	\$850.000
TOTAL	\$2.081.360	\$2.585.331	\$3.068.777	\$3.649.556	\$4.398.991

FLUJO DE CAJA PASTO EXPRESS FINANCIADO						
ITEM	0	1	2	3	4	5
Unidades vendidas Mts²		2.400	2.880	3.456	4.147	4.977
Precio de venta sin instalación		1.240	1.302	1.367	1.435	1.507
Unidades vendidas Mts²		4.200	5.040	6.048	7.258	8.709
Precio de venta con instalación		3.900	4.095	4.300	4.515	4.740
Ventas		19.356.000	24.388.560	30.729.586	38.719.278	48.786.290
Egresos						
Costos Variables		- 2.081.360	- 2.585.331	- 3.068.777	- 3.649.556	- 4.398.991
Costos Fijos anuales		- 7.656.000	- 7.656.000	- 7.656.000	- 7.656.000	- 7.656.000
Intereses		- 673.600	- 604.201	- 511.429	- 387.411	- 221.624
Gastos No desembolsables						
depreciación activo fijo		- 726.182	- 726.182	- 726.182	- 726.182	- 726.182
amortización de gastos de puesta en marcha		- 263.599	- 263.599	- 263.599	- 263.599	- 263.599
PEA						
Utilidad antes de impuesto a la renta		7.955.259	12.553.247	18.503.599	26.036.530	35.519.894
Impuesto a la renta 20%		-1.591.052	- 2.510.649	- 3.700.720	- 5.207.306	- 7.103.979
Utilidad después de impuesto		6.364.208	10.042.598	14.802.879	20.829.224	28.415.915
Ingresos NO tributables						
Valor de desecho						3.699.513
Recuperación de capital de trabajo						2.000.000
Egresos No tributables						
PEA			-	-	-	-
amortización de capital		- 206.053	- 275.452	- 368.224	- 492.242	- 658.029
Préstamo	2.000.000					
Inversión en activo fijo	- 7.330.423					
Inversión en gastos de puesta en marcha	- 1.317.993					
Inversión en capital de trabajo	- 2.000.000					
Gastos No desembolsables						
depreciación activo fijo		726.182	726.182	726.182	726.182	726.182
amortización de gastos de puesta en marcha		263.599	263.599	263.599	263.599	263.599
Flujo de caja neto	- 8.648.416	7.147.935	10.756.926	15.424.436	21.326.762	34.447.180

Indicadores de Rentabilidad

Flujo de caja financiado

VAN\$ 18.052.943

El resultado del Valor Actual Neto demuestra que es factible realizar la inversión económica en el proyecto al obtener un valor positivo. El cual es \$18.052.943 con un horizonte de 5 años y una tasa de descuento de un 42,46%.

TIR 118%

El análisis de la tasa interna de retorno indica que al invertir en nuestro proyecto se obtendrá una rentabilidad de un 118%.

FLUJO DE CAJA PASTO EXPRESS PURO						
ITEM	0	1	2	3	4	5
Unidades vendidas Mts²		2.400	2.880	3.456	4.147	4.977
Precio de venta sin instalación		1.240	1.302	1.367	1.435	1.507
Unidades vendidas Mts²		4.200	5.040	6.048	7.258	8.709
Precio de venta con instalación		3.900	4.095	4.300	4.515	4.740
Ventas		19.356.000	24.388.560	30.729.586	38.719.278	48.786.290
Egresos						
Costos Variables		- 2.081.360	- 2.585.331	- 3.068.777	- 3.649.556	- 4.398.991
Costos Fijos anuales		- 7.656.000	- 7.656.000	- 7.656.000	- 7.656.000	- 7.656.000
Gastos No desembolsables						
depreciación activo fijo		- 726.182	- 726.182	- 726.182	- 726.182	- 726.182
amortización de gastos de puesta en marcha		- 263.599	- 263.599	- 263.599	- 263.599	- 263.599
PEA						
Utilidad antes de impuesto a la renta		8.628.859	13.157.448	19.015.028	26.423.941	35.741.518
Impuesto a la renta 20%		- 1.725.772	- 2.631.490	- 3.803.006	- 5.284.788	- 7.148.304
Utilidad después de impuesto		6.903.088	10.525.959	15.212.022	21.139.153	28.593.215
Ingresos NO tributables						
Valor de desecho						3.699.513
Egresos No tributables						
PEA				-	-	-
Inversión en activo fijo	- 7.330.423					
Inversión en gastos de puesta en marcha	- 1.317.993					
Gastos No desembolsables						
depreciación activo fijo		726.182	726.182	726.182	726.182	726.182
amortización de gastos de puesta en marcha		263.599	263.599	263.599	263.599	263.599
Flujo de caja neto	- 8.648.416	7.892.868	11.515.739	16.201.803	22.128.933	33.282.508

Indicadores de Rentabilidad

Flujo de caja puro

VAN\$ 19.214.885

El resultado del Valor Actual Neto demuestra que es factible realizar la inversión económica en el proyecto al obtener un valor positivo. El cual es \$19.214.885 con un horizonte de 5 años y una tasa de descuento de un 42,46%.

TIR 125%

El análisis de la tasa interna de retorno indica que al invertir en nuestro proyecto se obtendrá una rentabilidad de un 125%.

Vamos a poner especial atención en el flujo con financiamiento ya que, al no solicitar el préstamo al banco no es posible poner en marcha el proyecto, el VAN reflejado es menor pero la rentabilidad es igualmente atractiva por lo que estamos dispuestos asumir los costos que significa solicitar financiamiento.

Conclusión

Todo comenzó como una simple idea la cual se hizo más real y tangible gracias a los estudios hechos y datos analizados. Estos estudios nos ayudaron a conocer diferentes aspectos los cuales no teníamos considerados anteriormente, como es el porcentaje de mts² de áreas verdes que existen por persona en la ciudad que están muy por debajo de los estándares mundiales, lo que le dio más fuerza a la idea principal que era solo vender pasto alfombra. Resultado de esto entendimos que no solo vendemos un producto, si no que entregamos un importante servicio a nuestros clientes enriqueciendo la calidad de su entorno y a la vez nos comprometemos con nuestro medio ambiente.

También se resalta el alto crecimiento de la industria constructora lo que hace que la oferta se haya incrementado significativamente en los últimos años, lo cual conlleva una gran movilidad de la población a nuevos sectores de la ciudad lo que nos favorece tremendamente.

Ya terminada la tesis se concluye que es posible realizar este proyecto, esto demostrado con los diferentes análisis e indicadores financieros, los cuales arrojan cifras positivas que alientan a la puesta en marcha de este proyecto.

Bibliografía

- Sapag Chain, N. y Sapag Chain,r. (2000), Preparación y Evaluación de Proyectos.4TA Edición
- Abreu Beristaín, M., Formulación y Evaluación Proyectos de Inversión en México, Universidad Autónoma Metropolitana.
- BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, Tercera Edición, Mc.Graw Hill, México 1995
- Gómez Arreola Juan Manuel, Guía para la formación y el desarrollo de su negocio, NAFIN,Mexico,1992
- Porter M (2003). Ser competitivos: Nuevas aportaciones y Conclusiones

ANEXOS

ENCUESTA

Esta encuesta fue realizada en sector Villa Doña Francisca y Villa Doña Rosa

Su opinión es importante para nosotros, por favor le pedimos nos responda la siguiente encuesta:

1. Datos Encuestado

a) Edad del Encuestado

Entre 28 y 35 años

Entre 36 y 43 años

Entre 44 y 49 años

Entre 50 y más

b) Sexo del Encuestado

Femenino

Masculino

c) ¿En su grupo familiar existe alguna persona que tenga Casa Propia?

Si

No

De ser positiva la respuesta se solicita al encuestado entregar nombre y Teléfono del familiar en cuestión.

Nombre:

Celular y Mail:

d) ¿Usted tiene Casa Propia?

Si

No

e) ¿con que frecuencia cambia el césped?

No cambia

Una vez al año

Dos a tres veces al año

Más de tres veces al año

f) ¿En qué época del año siembra césped?

Otoño, invierno

Primavera, verano

g) Compraría Pasto Alfombra?

Si

No

h) cuando usted ha comprado pasto alfombra, ¿Dónde lo hace?

___ Homecenter

___ Internet

___ Chillán

___ Otra Ciudad

2.- Tabulación de Datos

Personas Encuestadas: 60 personas

a) Edad del Encuestado

Entre 28 y 35 años = 15 25%

Entre 36 y 43 años = 23 38,3%

Entre 44 y 49 años = 12 20%

Entre 50 y más = 10 16,6%

Total = 60

b) Sexo del Encuestado

Femenino = 40 66,6%

Masculino = 20 33,3%

Total = 60

c) ¿En su grupo familiar?, ¿Existe alguna persona que tenga Casa Propia?

Si = 41 68,3%

No= 19 31,6%

Total = 60

d) ¿Usted tiene Casa Propia?

Si = 32 53,3%

No = 28 46,6%

Total = 60

e) ¿Con que frecuencia cambia el césped?

- ___ No cambia = 7 11,6%
- ___ Una vez = 9 15%
- ___ Dos a tres veces al año = 17 28,3%
- ___ Más de tres veces al año= 27 45%

Total = 60

f) ¿En qué época del año siembra césped?

- ___ Otoño, Invierno = 12 20%
- ___ Primavera, Verano = 48 80%

Total = 60

g) ¿Compraría Pasto Alfombra?

- ___ Si = 44 73,3%
- ___ No = 16 26,6%

Total= 60

h) cuando usted ha comprado pasto alfombra, ¿Dónde lo hace?

___ Homecenter = 56,6%

___ Internet = 10 16,6%

___ Chillán = 9 15%

___ Otra Ciudad= 7 11,6%

TABLA DE AMORTIZACION CAE				0,34%
PERIODO	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
				2.000.000
1	879.653	673.600	206.053	1.793.947
2	879.653	604.201	275.452	1.518.495
3	879.653	511.429	368.224	1.150.272
4	879.653	387.411	492.242	658.030
5	879.653	221.625	658.028	2

DEPRECIACION					
INVERSION	PRECIO ADQUISICION	VIDA UTIL	DEPRECIACION	DEP.ACUMILADA	VALOR DESECHO
MUEBLES DE OFICINA	\$ 44.460	5	\$ 8.892	\$ 44.460	\$ 0
COMPUTADOR	\$ 210.000	6	\$ 35.000	\$ 175.000	\$ 35.000
CAMIONETA	\$ 1.580.000	5	\$ 316.000	\$ 1.580.000	\$ 0
INVERNADERO	\$ 3.534.270	15	\$ 235.618	\$ 1.178.090	\$ 2.356.180
CASA PREFABRICADA	\$ 850.000	30	\$ 28.333	\$ 141.667	\$ 600.000
BODEGA	\$ 800.000	20	\$ 40.000	\$ 200.000	\$ 0
HERRAMIENTAS	\$ 311.693	5	\$ 62.339	\$ 311.693	\$ 0
	\$ 7.330.423		\$ 726.182	\$ 3.630.910	\$ 3.699.513

CONTRATO DE SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

En Chillán, 05 de Diciembre del 2013

Comparecen doña Julia Graciela Ballesteros Parejas, de nacionalidad Chilena, de profesión Administrativa, estado civil Soltera, domiciliada en Los Volcanes 1 Peteroa N° 732, de la ciudad de Chillán, Cédula nacional de identidad N° 13.409.385-4, y don Pablo Edgardo Muñoz Medina, de nacionalidad Chilena, de profesión Ejecutivo Comercial estado civil Soltero, domiciliado en Independencia, N° 86, departamento N° 32, de la ciudad de Chillán, cédula nacional de identidad N° 15.160.770-5, 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 **ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE PASTO ALFOMBRA** y toda otra actividad relacionada con lo anterior.

TERCERO: La razón social será " Pasto Express Limitada".

CUARTO: La administración y el uso de la razón social corresponderán al socio doña Julia Graciela Ballesteros Parejas, 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, re aceptar, 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 arbitradores 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.

QUINTO: El capital social será la suma de \$ 8.160.000.- (ocho millones ciento sesenta mil pesos), que se aporta en la siguiente forma:

a) doña Julia Graciela Ballesteros Parejas suscribe el 50% del capital social, el 61.27% en efectivo, pagado con la suma de \$ 2.500.000- (dos millones quinientos mil pesos) en dinero efectivo que ha ingresado en la caja social además de una camioneta evaluada por el 38.73% en dinero \$ 1.580.000- (un millón quinientos ochenta mil pesos) a integrar dentro del plazo de 2 meses a la fecha de la firma del presente contrato.

b) don Pablo Edgardo Muñoz Medina suscribe el 50% del capital social, el 14,22% en efectivo, pagado con la suma de \$ 580.000- (quinientos ochenta mil pesos) en dinero efectivo que ha ingresado en la caja social además de un terreno evaluado por el 85,78% en dinero \$ 3.500.000- (tres millones quinientos mil pesos) a integrar dentro del plazo de 2 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 15 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 50 % para el socio doña Julia Graciela Ballesteros Parejas, un 50 % para el socio don Pablo Edgardo Muñoz Medina

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 01 de Marzo de este año y tendrá una duración de 5 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 doña, Julia Graciela Ballesteros Parejas 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 nombrará 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 Chillán camino a Cato km 10 comuna 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.

