



UNIVERSIDAD  
**Gabriela Mistral**  
*Escribe tu futuro*



UNIVERSIDAD  
**Gabriela Mistral**  
*Escribe tu futuro*

**UNIVERSIDAD GABRIELA MISTRAL**

**PLAN DE NEGOCIOS**

**EMPRESA DE BODEGAS MR. STORAGE.**



**PARTICIPANTES**

**NICOLLE ALVAREZ**

**CRISTIAN MOLINA**

**PROFESOR JORGE JAVIER CASTILLO BRAVO**

**INTEGRADOR: ESTRATEGIA Y GESTIÓN / PROYECTO DE GRADO**



## Contenido

Índice .....	2-4
Resumen ejecutivo .....	5
Descripción del proyecto.....	6
Descripción del problema .....	6
Descripción de la necesidad y oportunidad. ....	6
Descripción de la propuesta de solución innovadora.....	6
Justificación del proyecto.....	7
Ubicación geográfica del negocio. ....	8
Modelo CANVAS .....	9-10
Análisis estratégico, PESTEL .....	11-12
Análisis industrial y competitivo, modelo de 5 fuerzas de Porter. ....	13-14
Aplicación del modelo de Cadena de Valor. ....	15
Análisis FODA.....	16
Descripción del negocio.....	17-18
Objetivos estratégicos General(es) y Específico(s). ....	19
Estrategia de negocios.. ....	20
Modelo de negocio.....	21
Objetivos de Marketing... ..	22
Segmentación de mercado... ..	23-24
Estrategia de mix de marketing.....	25-26
Estimación de demanda .....	27
Presupuesto de marketing .....	28
Matriz de ANSOFF.....	29-30



Estructura Organizacional de la Empresa .....	31
Estructura Funcional de la Empresa .....	32-33
Estructura Legal de la Empresa .....	33
Organigrama de la Empresa. ....	34
Mapa de Procesos .....	35
Plan de Recursos Humanos .....	36
Dotación Personal .....	37
Perfiles de cargos .....	38-47
Política de Reclutamiento y Selección .....	48
Procedimiento de Selección y Reclutamiento .....	49-50
Política de Contratación e Inducción .....	51-52
Política de Remuneraciones. ....	53-54
Presupuesto de RRHH... ..	55
Plan operaciones .....	56
Objetivos Financieros .....	57
Proyecciones de ingresos.....	58
Costos fijos y variables .....	59-60
Presupuestos Gastos y Administración .....	61
Inversión inicial .....	62
Método de Depreciación .....	63
Capital de Trabajo .....	64
Punto de Equilibrio.....	65
Flujo de caja proyectado.....	66
VAN .....	66



TIR .....	66
Período de recuperación de la inversión.....	66
Tasa de descuento .....	66
Conclusión .....	67
Bibliografía .....	68

## **Resumen Ejecutivo**

El presente proyecto tiene como objetivo plantear los lineamientos esenciales para desarrollar una empresa de bodegaje en la Región Metropolitana de Chile. Esta tendrá como nombre comercial “Mr Storage”. El objetivo de Mr. Storage es ofrecer tres tipos de tamaños de bodegas para clientes que no cuentan con el espacio suficiente o bien quieren externalizar el servicio de almacenaje. El enfoque es hacia micro, pequeñas y medianas empresas.

Según informes y estudios de mercado de los centros de mini bodegas, realizado por *Global Property Solutions* a abril 2023, la superficie total es de 272.149 m<sup>2</sup>, equivalentes a 86 centros de Mini bodegas distribuidos en 27 comunas de la RM.



### Descripción del problema.

Debido a que muchas empresas pequeñas, medianas y startups no cuentan con la infraestructura necesaria en sus dependencias para almacenar sus inventarios.

### Descripción de la necesidad y oportunidad.

La falta de oferta suficiente puede generar problemas de disponibilidad, precios altos y dificultades para las empresas que buscan establecer o expandir sus operaciones.

### Descripción de la propuesta de solución innovadora.

Bodegas estándares de 10 metros cuadrados, 30 metros cuadrados y 60 metros cuadrados.

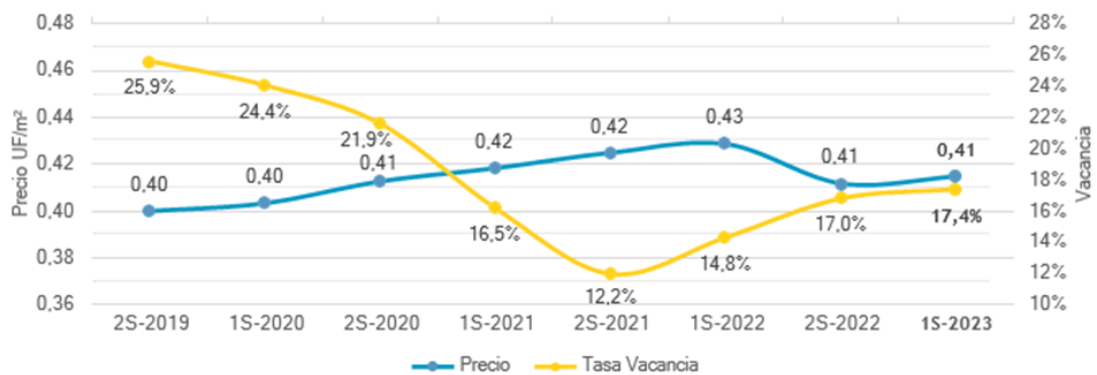
	<b>10m<sup>2</sup></b> <b>5 X 2</b>	<b>\$ 154,535</b>
Bodegas seguras, pasillo interior/externo. Alarma individual. Camaras de seguridad y monitoreo 24/7.		
	<b>30m<sup>2</sup></b> <b>5 X 6</b>	<b>\$ 583,010</b>
Bodegas seguras, pasillo interior/externo. Alarma individual. Camaras de seguridad y monitoreo 24/7.		
	<b>60m<sup>2</sup></b> <b>5 X 12</b>	<b>\$ 932,804</b>
Bodegas seguras, pasillo interior/externo. Alarma individual. Camaras de seguridad y monitoreo 24/7.		

## Justificación del Proyecto

El Sector Inmobiliario de mini bodegas en Chile ha experimentado un explosivo desarrollo y crecimiento en los últimos 5 años. Esta es una industria que va en constante crecimiento, genera buenas oportunidades de negocios asociadas a que la industria según información proporcionada por GPS (*Global Property Solutions*).

Este mercado mantiene indicadores que podrían considerarse saludables. Y es que el comportamiento de Mini Bodegas en los últimos 12 meses se ha estabilizado en torno a una vacancia estructural del 17% y un valor promedio de 0,41 UF/m.

### Precio v/s Vacancia



La consolidación de las mini bodegas en el mercado chileno es una tendencia que se ha venido dando en los últimos años, particularmente porque es un activo de gran resiliencia a los vaivenes de la economía y que se ha comportado de buena manera pese a las problemáticas surgidas durante la pandemia.

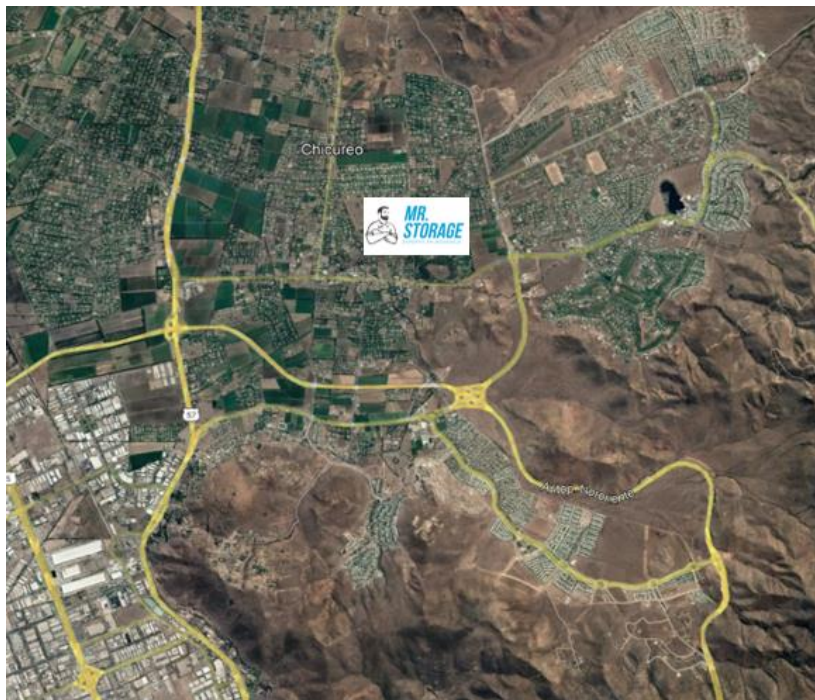


## Ubicación Geográfica del Negocio

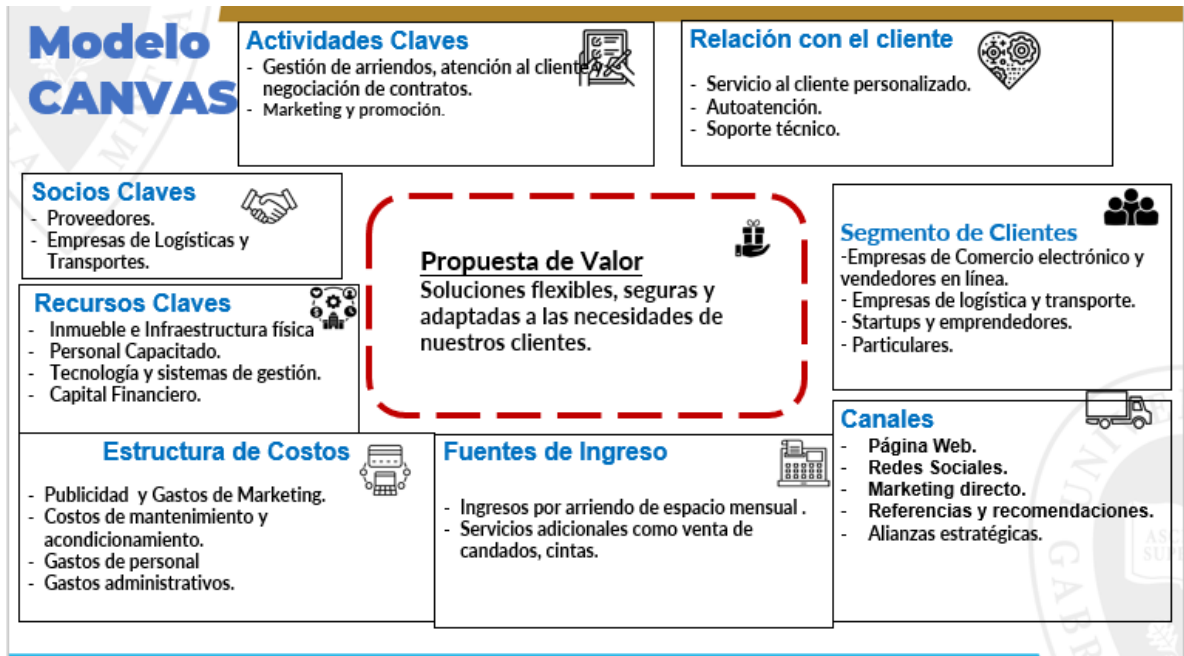
Mr. Storage está ubicada en Colina en la Región Metropolitana de Santiago de Chile. Se encuentra al norte de la capital.

La buena ubicación geográfica y la cercanía a autopistas son claves para tener una excelente conexión para nuestros clientes. Colina es conocida por su alta calidad de vida y su creciente desarrollo inmobiliario.

La bodega, en la actualidad es una necesidad para resolver la escasez de espacio y también para sostener el ritmo y frecuencia del consumo que se ha hecho parte de la vida cotidiana, en cual es probable que con la crisis social del país su composición cambie, pero difícilmente disminuirá el volumen de enseres a guardar en una bodega.



## Propuesta del modelo CANVAS para el modelo de negocio.



### Segmento de Mercados

El mercado potencial del proyecto son todas las empresas que necesiten el servicio de almacenamiento, empresas o particulares que no cuentan de espacio suficiente para almacenar equipos, herramientas u otros, viéndose obligados a recurrir al arriendo de estos espacios exteriores.

También se pueden incluir a personas particulares con alto poder adquisitivo que requieran de espacio para almacenar bienes personales por motivos de viajes al extranjero o por no contar con los espacios físicos necesarios para guardar sus productos.

### Propuesta de valor

Soluciones flexibles y adaptadas a las necesidades de nuestros clientes. Brindamos una amplia variedad de espacios, términos de arrendamiento

flexibles y la posibilidad de personalizar cada espacio según las necesidades específicas de cada cliente.

### **Canales de distribución**

Utilizar canales de publicidad web será la mejor manera de mostrar los espacios disponibles, proporcionar información detallada sobre los servicios ofrecidos, y permitir a los clientes realizar reservas o solicitar cotizaciones en línea.

El uso de estrategias de marketing digital, plataformas de redes sociales, eventos y ferias.

El boca a boca y las recomendaciones de clientes satisfechos son un canal poderoso para atraer nuevos clientes. Brindar un excelente servicio al cliente y fomentar la satisfacción de los arrendatarios actuales puede generar referencias y testimonios positivos que ayuden a promocionar la empresa.

### **Relación con el cliente**

La empresa busca establecer relaciones cercanas y personalizadas con los clientes. Esto implica una atención dedicada a las necesidades y requerimientos del cliente, con respuestas rápidas a sus consultas y solicitudes.

La Autoatención, a través de plataformas de autoatención para que los clientes puedan realizar reservas, consultar disponibilidad, obtener información sobre los espacios y realizar pagos de manera autónoma. Esto brinda a los clientes una mayor autonomía y flexibilidad en su interacción con la empresa.

Después de arrendar, la empresa puede mantener una relación con el cliente a largo plazo a través del seguimiento postventa. Esto implica comunicarse con los clientes para asegurarse de que están satisfechos con el servicio recibido, recopilar comentarios y opiniones, y ofrecer soluciones a cualquier problema o inquietud que puedan tener.

## Análisis estratégico, basado en el modelo PESTEL.

 <p><b>Entorno Político</b></p> <p>Cambios en las leyes de zonificación que establece normas relativas a la calidad de la construcción.</p>	 <p><b>Entorno Económico</b></p> <p>Factores como la inflación, las tasas de interés y las tasas de desempleo afectan a la demanda.</p>	 <p><b>Entorno Social</b></p> <p>Las tendencias de estilo de vida de la población hacia la urbanización pueden aumentar la demanda.</p>
 <p><b>Entorno Tecnológico</b></p> <p>La competencia en el sector puede ser intensa y el surgimiento de nuevas tecnologías pueden afectar la demanda de los servicios.</p>	 <p><b>Entorno Ecológico</b></p> <p>Los factores ecológicos no tienen un impacto directo en la venta de nuestro servicio, sin embargo, las regulaciones ambientales afectan la construcción y operación del activo.</p>	 <p><b>Entorno Legal</b></p> <p>Modificaciones legislativas tributarias que puedan afectar la venta del servicio y la venta web afectando la relación contractual de los arriendos.</p>

### Político

Los cambios en las leyes de zonificación y los códigos de construcción podrían aumentar los impuestos sobre la propiedad ubicada en Colina, afectando la rentabilidad de la empresa.

### Económicos

La economía podría afectar a la necesidad de clientes, por un lado, disminuir la demanda por el servicio de bodegaje o darles prioridad a otros aspectos relevantes de su negocio lo que aumentaría la morosidad por el no pago de rentas. Factores como la inflación, las tasas de interés y las tasas de desempleo afectan la asequibilidad de los bienes raíces y, por lo tanto, la demanda de estos.

## **Social**

Las tendencias de estilo de vida de la población hacia la urbanización pueden aumentar la demanda en la sucursal.

Proporcionar espacios públicos y verdes de alta calidad que apoyen la salud y el bienestar en el entorno, además de puestos de trabajo para la población local; y promover la integración comunitaria.

## **Tecnológico**

El mercado en línea puede cambiar la forma en que se adquiere nuestro producto. Mientras mayor que las casas inteligentes pueden cambiar la forma en que se diseñan y administran las casas.

## **Ecológico-medioambiental.**

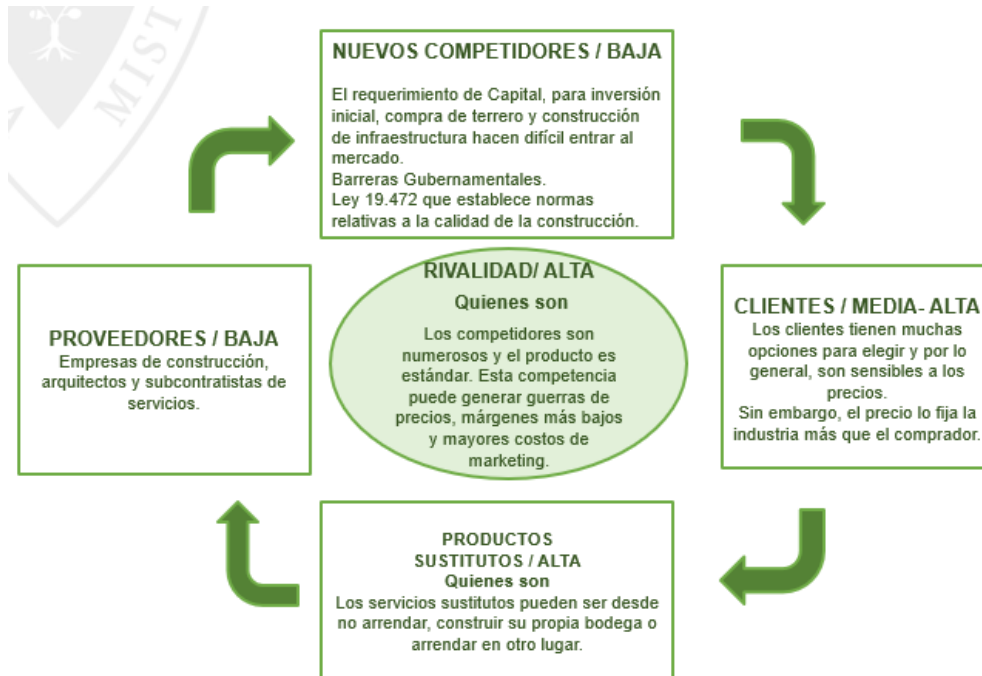
El impacto del cambio climático y las preocupaciones ambientales siempre son factores que pueden afectar a la industria. El avance en el cuidado del medio ambiente a través de estrategias Sostenibles se ha hecho una necesidad.

## **Legal**

Cualquier cambio en la regulación, impuestos o legislación tributaria puede afectar las características del negocio. La fiscalización en la industria podría requerir diferentes características, adicionales a las actuales, todo esto está asociado a mayores gastos legales y esfuerzos administrativos.

**Según análisis PESTEL, la empresa se encuentra en un escenario de características volátiles, sin embargo, el Modelo de Negocio desarrollado por “Mr Storage” sortea con éxito los riesgos fortaleciendo la Oportunidad de Negocio.**

## Análisis industrial y competitivo, modelo de 5 fuerzas de Porter.



### Amenaza de nuevos participantes. (Baja a moderada)

La amenaza de nuevos competidores en la industria de arrendamiento de espacios es baja a moderada debido a la alta inversión inicial y la necesidad de publicidad para ingresar al mercado. La principal barrera de entrada es el requerimiento de una alta inversión inicial, tanto el terreno al tener un alto valor, la infraestructura y construcción del activo. Otra barrera es la alta publicidad para hacerse presente en la industria. Las barreras gubernamentales y políticas son bajas.

### Rivalidad entre empresas existentes. (Alto)

La rivalidad entre las empresas existentes es alta debido a la gran cantidad de competidores y la estandarización del producto. Esto puede generar guerras de precios, márgenes más bajos y mayores costos de marketing.

**Amenaza de productos sustitutos. (Alta)**

La amenaza de productos sustitutos es alta, ya que los clientes pueden optar por almacenar sus propios bienes en lugar de arrendar espacios. Aunque la propiedad es única, el objetivo de almacenar bienes puede ser sustituido por el auto almacenamiento.

**Poder de negociación de proveedores. (Baja)**

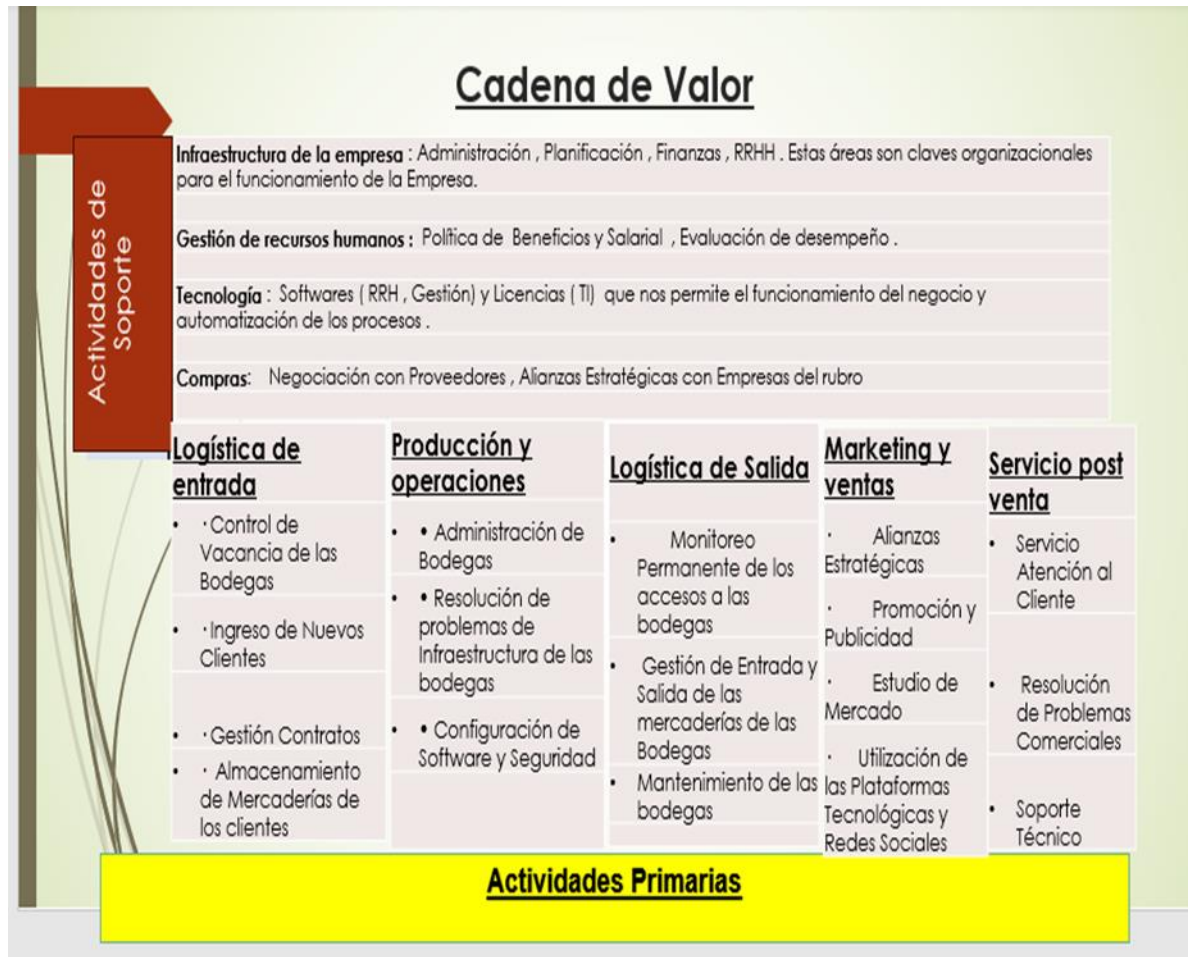
El poder de negociación de los proveedores es bajo en la industria de arriendo de espacios, ya que hay muchas opciones disponibles y la empresa puede negociar contratos favorables con empresas de construcción, arquitectos y subcontratistas.

**Poder de negociación de los clientes. (Media-Alta)**

El poder de negociación de los clientes es de mediano a alto, ya que tienen muchas opciones para elegir y son sensibles a los precios. Sin embargo, el precio está más determinado por la industria. Los clientes valoran la confiabilidad y la flexibilidad en el servicio de bodegaje.



## Aplicación del modelo de Cadena de Valor.



## **Análisis situacional estratégico. Análisis FODA**

### **FORTALEZAS**

- Espacio y capacidad.
- Seguridad.
- Flexibilidad y escalabilidad.
- Acceso y disponibilidad.

### **DEBILIDADES**

- Dependencia de la infraestructura física.
- Riesgo de obsolescencia.

### **OPORTUNIDADES**

- Auge del comercio electrónico.
- Externalización de la logística.
- Almacenamiento especializado.
- Tecnología y automatización.

### **AMENAZAS**

- Competencia intensa.
- Cambios en las necesidades del mercado.
- Riesgos de seguridad.

### **FORTALEZAS**

Estas fortalezas hacen que el servicio de bodegaje sea una opción atractiva para muchas empresas y particulares que buscan una solución de almacenamiento confiable y conveniente para sus productos y bienes.

### **OPORTUNIDADES**

Estas oportunidades muestran que el servicio de bodegaje tiene un potencial significativo para crecer y adaptarse a las necesidades cambiantes de la industria y del mercado.

### **DEBILIDADES**

Si bien estas debilidades representan desafíos, muchas de ellas se pueden abordar mediante una gestión eficiente, inversión en tecnología adecuada y un enfoque en la calidad del servicio al cliente. La falta de inversión en tecnología y actualización puede llevar a la obsolescencia de las operaciones y perder clientes frente a competidores más innovadores.

### **AMENAZAS**

Para hacer frente a estas amenazas, debemos estar atentos a las tendencias del mercado, invertir en seguridad y tecnología. Una gestión proactiva puede ayudar a mitigar los riesgos.

## **Descripción del negocio.**

### **Misión.**

Desarrollar proyectos de Mini Bodegas de distintos tamaños estratégicamente ubicados, seguros e innovadores.

### **Visión.**

Convertirnos en una empresa líder en el mercado inmobiliario del país, ser pioneros con un modelo de integración de gestión e inversión de activos con tecnología de alta gama en la industria liderando con Dinamismo, Innovación y Amabilidad.

### **Valores.**

Nuestros valores nos impulsan y guían a ser una mejor empresa, demostrándolo así a nuestros clientes, inversionistas, nuestro entorno y las comunidades en las que operamos. Para alcanzar estos valores, contamos con tres pilares fundamentales:

#### **Dinamismo.**

Comprender y anticipar las necesidades de nuestros clientes internos y externos, otorgando soluciones oportunas.

#### **Innovación**

Mejorar y transformar los procesos internos para que sean más eficientes e impacten positivamente la experiencia de nuestros clientes, inversionistas y personal interno.

#### **Amabilidad**

Trabajar con cercanía y empatía, buscando siempre aportar y conectar con las personas.

### **Descripción del servicio**

El servicio de bodegaje es un conjunto de facilidades y recursos que se ofrece a empresas y particulares para el almacenamiento temporal de sus productos, mercancías o bienes. Consiste en proporcionar un espacio físico seguro y adecuado para el resguardo de los artículos, asegurando su integridad y disponibilidad cuando sea necesario.

Los tamaños de bodegas que se tendrán disponibles son:

- Bodegas estándar de 10 mts<sup>2</sup>.
- Bodegas estándar de 30 mts<sup>2</sup>.
- Bodegas estándar de 60 mts<sup>2</sup>.

Las bodegas cuentan con seguridad continua las 24 horas con cámaras de monitoreo, alarmas y guardias en rondas constantes. Flexibilidad en horarios para el ingreso a las bodegas y atención telefónica siempre disponible.



### Objetivos Generales Marketing.

- Incrementar la participación de mercado un 5% dentro de los primeros 12 meses.
- Aumentar la visibilidad de la empresa.
- Captar nuevos clientes.
- Mejorar la imagen de marca.

#### Participación según superficie



### Objetivos Específicos Marketing.

- Incrementar el tráfico en el sitio web de la empresa en un 50% mediante estrategias y marketing de contenidos.
- Aumentar la presencia en redes sociales, aumentar el número de seguidores.
- Incrementar el reconocimiento de la marca de la empresa de bodegaje en un 5% dentro del mercado objetivo
- Generar leads cualificados y aumentar la tasa de conversión de leads a clientes.

### **Estrategia de negocios.**

La estrategia de negocios para nuestra empresa de mini bodegas se centra en aprovechar las oportunidades del mercado, maximizar la eficiencia operativa y brindar un servicio de calidad para lograr el crecimiento y la rentabilidad a largo plazo.

### **Ventajas competitivas tangibles:**

- Ubicación estratégica puede proporcionar una ventaja competitiva al facilitar el acceso y la entrega eficiente de productos cerca de centros de distribución, puertos, aeropuertos o zonas industriales.
- Infraestructura de calidad con instalaciones de almacenamiento modernas, seguras y bien mantenidas, equipadas con tecnología avanzada, sistemas de seguridad.
- Capacidad y flexibilidad de almacenamiento.

### **Ventajas competitivas intangibles:**

- Excelencia en el servicio al cliente, brindar un servicio al cliente.
- Reputación y referencias: Mantener una sólida reputación en el mercado, contar con referencias positivas de clientes satisfechos puede generar confianza y credibilidad, lo que puede ayudar a atraer a nuevos clientes y superar a la competencia.
- Adaptabilidad y personalización al ser capaz de adaptarse a los cambios en las necesidades del mercado y ofrecer soluciones personalizadas para satisfacer las necesidades individuales de los clientes puede generar una ventaja competitiva al destacar frente a la competencia.

### **Modelo de negocio.**

Esta compañía abarca los segmentos B2C y B2B. Muchos comercios se volcaron al e-commerce y nuestras instalaciones cumplen con características fundamentales para el desarrollo de esta actividad: ubicación, seguridad y contratos flexibles.

Priorizamos la satisfacción del cliente y brindar un excelente servicio al cliente en todas las interacciones. Esto implica una comunicación clara y transparente, una respuesta rápida a las consultas y un enfoque personalizado para satisfacer las necesidades individuales de tus clientes.

Establece una estructura de tarifas competitivas basada en factores como el tamaño, la duración del almacenamiento y los servicios adicionales solicitados.



## **Objetivos de marketing.**

### **Objetivos Estratégicos Generales.**

- Crecimiento y expansión, el objetivo es aumentar los ingresos y la participación en el mercado.
- Desarrollo de alianzas estratégicas permitir una mayor cobertura geográfica y la capacidad de ofrecer soluciones.
- Mejorar la eficiencia operativa, optimizar los procesos internos y la gestión para aumentar la eficiencia operativa, reducir los costos y mejorar la rentabilidad.
- Servicio al cliente excepcional, superando las expectativas y estableciendo relaciones sólidas con los clientes para fomentar la lealtad y el boca a boca positivo.

### **Objetivos Estratégicos Específicos.**

- Posicionamiento en el mercado al convertirse en una empresa de bodegaje de referencia en el mercado, superando a la competencia.
- Aumentar la capacidad de almacenamiento para satisfacer la creciente demanda del mercado y poder atender a un mayor número de clientes.
- Establecer alianzas estratégicas con el objetivo de establecer asociaciones estratégicas con otras empresas o proveedores de la industria que complementen los servicios.
- Desarrollar una estrategia de marketing digital integral, que incluya presencia en redes sociales, optimización del sitio web, campañas de publicidad en línea y generación de contenido relevante para atraer a clientes potenciales.

## **Segmentación de mercado**

### **Segmentación demográfica**

Se pueden identificar diferentes grupos de edad, Por ejemplo, los jóvenes emprendedores pueden requerir soluciones de almacenamiento para iniciar sus negocios, mientras que las personas mayores pueden necesitar servicios de almacenamiento para artículos personales o en momentos de transición.

También puede basarse en los niveles de ingresos de la población de Colina. Se pueden identificar segmentos de alto ingreso, ingreso medio y bajo ingreso.

La composición familiar puede ser una variable demográfica relevante para la segmentación. Se pueden identificar segmentos como familias con niños, parejas sin hijos o personas soltera.

La segmentación demográfica también puede basarse en la ocupación de la población de Colina. Se pueden identificar segmentos como profesionales, empresarios, trabajadores del sector agrícola, entre otros.

### **Segmentaciones geográficas**

Colina puede ser dividida en diferentes zonas urbanas, por ejemplo el centro de la ciudad, los barrios residenciales, o zonas comerciales. Las empresas ubicadas en el centro de la ciudad pueden requerir soluciones de almacenamiento más cercanas para una entrega rápida de productos, mientras que las empresas en los barrios residenciales pueden necesitar soluciones de almacenamiento a largo plazo.

Áreas industriales o parques empresariales donde se concentren empresas de diferentes sectores. Estas áreas pueden requerir servicios de bodegaje y almacenamiento para satisfacer las necesidades específicas de las empresas allí ubicadas. Colina puede ser segmentada según la proximidad a vías de transporte importantes, como carreteras o autopistas. Los clientes ubicados cerca de estas vías pueden tener necesidades logísticas particulares, ya sea para la recepción de materias primas o la distribución de productos terminados.



### **Segmentación psicográfica**

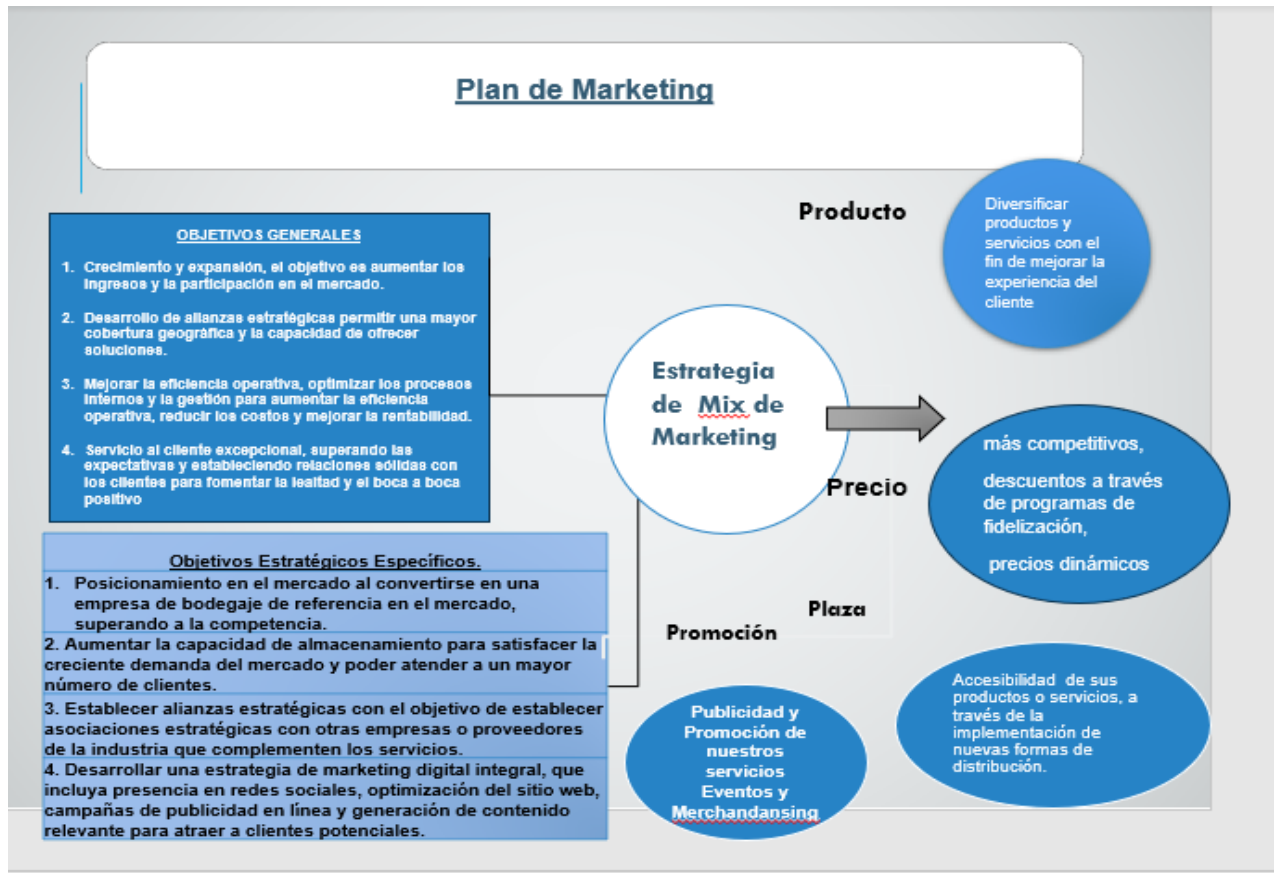
Se basaría en los estilos de vida, valores, actitudes y características psicológicas de la población local.

### **Segmentación conductual**

La segmentación conductual se basaría en el comportamiento de compra y uso de los servicios de la población local. Frecuencia de uso, Tamaño de almacenamiento requerido, Tipo de producto almacenado,



## Estrategia de mix de marketing



### Producto.

Bodegas de 10m<sup>2</sup>, 30m<sup>2</sup> y 60m<sup>2</sup>. Servicios de arriendo de espacios vacíos.

### Precio.

Opciones flexibles de precios, como tarifas por hora, medio día, día completo o contratos de arriendo a largo plazo. Esto permitirá a los clientes elegir la opción que mejor se adapte a sus necesidades.

### **Plaza.**

Ubicación estratégica conveniente para los clientes cercano a áreas comerciales o industriales relevantes.

Sitio web intuitivo y fácil de usar donde los clientes puedan ver los espacios disponibles, obtener información detallada y realizar reservas en línea.

Estableceremos una buena relación con los clientes existentes y fomenta el boca a boca positivo.

### **Promoción.**

Crea una estrategia de marketing digital para aumentar la visibilidad de tu negocio. Utiliza las redes sociales, anuncios pagados en línea y marketing de contenidos para llegar a tu público objetivo.

Establece alianzas estratégicas con empresas relacionadas.

Organizaremos eventos de puertas abiertas para que las personas puedan conocerlos personalmente. Descuentos especiales a aquellos que asistan al evento y realicen una reserva.



## Estimación de demanda

Calculo TAM				
<b>Estudio Mercado</b>	1000 m2			
<b>Bodega</b>	<b>m2</b>	<b>Precio</b>		<b>TAM</b>
10 M2	500	\$	154,535	77,267,500
30 M2	250	\$	583,010	145,752,500
60 M2	250	\$	932,804	233,201,000
				<b>456,221,000</b>

Calculo SAM				
<b>Estudio Mercado</b>	1,500			
<b>Bodega</b>	<b>Segmento</b>	<b>Precio</b>		<b>TAM</b>
10 M2	750	\$	154,535	115,901,250
30 M2	500	\$	583,010	291,505,000
60 M2	250	\$	932,804	233,201,000
				<b>640,607,250</b>

Calculo SOM					
<b>Cuota Mercado Año 2022</b>	1,200				
<b>Bodega</b>	<b>Segmento 2022</b>	<b>Segmento 2023</b>	<b>Ingresos</b>		<b>SOM</b>
10 M2	\$ 216,402,000	\$ 115,901,250	\$ 150,000,000		
30 M2	\$ 108,201,000	\$ 291,505,000		\$	51,000,000
60 M2	\$ 108,201,000	\$ 233,201,000			
	\$ 432,804,000	\$ 640,607,250	\$ 150,000,000	\$	51,000,000

432804000                      100  
150000000                      34.66

<b>Calculo TAM</b>	<b>456,221,000</b>
<b>Calculo SAM</b>	<b>640,607,250</b>
<b>Calculo SOM</b>	<b>51,000,000</b>

### Definición de objetivos específicos.

- Destinar un 5% del presupuesto total para realizar estudios de mercado, análisis de competencia y seguimiento de las tendencias del mercado.
- Asignar un 5% del presupuesto total para actividades de publicidad y promoción, como anuncios en medios impresos y digitales, participación en ferias y eventos de la industria, y promociones especiales.
- Destinar un 10% del presupuesto total para estrategias de marketing digital, como la creación y mantenimiento del sitio web, la optimización de motores de búsqueda (SEO), campañas de marketing por correo electrónico y

### Calcular los costos que implica realizar estas tareas

PRESUPUESTO DE MARKETING		
ITEM	CONCEPTO	VALOR
	<b>DISTRIBUCIÓN</b>	
1	Estudio de Mercado	5,000,000
2	contratación Gerente Marketing	900,000
3	Desarrollar una estrategia comunicacional	3,000,000
	<b>PRECIO</b>	
1	Compra de Software e implementación Marketing Digital	10,000,000
	<b>COMUNICACIÓN</b>	
1	Relaciones Publicas Clientes y Fidelización	2,000,000
2	Actividades de notoriedad y seguimiento del Área Comerc	2,000,000
3	Evento de Lanzamiento de Estrategia de Marketing	2,000,000
	<b>OTRA</b>	
1	Capacitación Personal	1,000,000
		<b>25,900,000.0</b>

## Matriz de ANSOFF.

	Producto Actual	Producto Nuevo
Mercado actual	Penetración de mercado. Aumentar las ventas del servicio de bodegaje ,mediante la captación de nuevos clientes.Fortalecimiento de imagen de producto o servicio	Desarrollo de mercado: Expandirse hacia nuevos mercados geográficos o segmentos de mercado no atendidos anteriormente.
Nuevo mercado	Desarrollo de productos: Podría considerar la introducción de nuevos servicios o mejoras a los servicios existentes para atender las necesidades cambiantes de los clientes en el mercado actual.	Diversificación:Incursionar en nuevos mercados con nuevos servicios. Podría considerar expandirse hacia áreas relacionadas, como servicios de logística o transporte.

### Penetración del mercado

En nuestro plan de innovación incluiremos tecnología de alta calidad, accesos controlados con códigos numéricos y QR para garantizar la seguridad de nuestros clientes. La tecnológica, innovación y seguridad es nuestra principal característica a con la que desarrollamos el negocio.

La estrategia de penetración de mercado permite a la empresa generar y aplicar acciones que reduzcan los costos, pero que incrementen su economía a una escala mayor, buscando alcanzar la mayor eficiencia.

- Crear promociones, descuentos y ofertas con el objetivo de aumentar la facturación.
- Mayor inversión en marketing para mejorar la captación de clientes.
- Fortalecimiento de imagen del servicio
- Programas de fidelización.
- Búsqueda de nuevos canales de venta.

### **Desarrollo del mercado**

El desarrollo del mercado consiste en generar campañas agresivas de marketing, desarrollar el mercado con las personas que aún no conocen nuestro servicio, para ello realizaremos:

- Canales que permitan una mayor comercialización de nuestro servicio. Una forma excelente de llevar a cabo el desarrollo de mercados es la venta online.
- Búsqueda de nuevos canales de venta que nos permitan llegar a un segmento diferente de clientes de acuerdo con sus hábitos de consumo y compra
- Generación de alianzas que nos lleven a otros segmentos de clientes.

### **Desarrollo de producto**

En esta estrategia, seguimos trabajando con el mismo producto y buscamos ampliar a otros segmentos de clientes.

### **Diversificación**

En esta estrategia debemos analizar al mercado que queremos apuntar o crear un nuevo tamaño de Bodega, tamaño especial para crear un nuevo segmento de cliente a atraer.

## Estructura organizacional de la empresa.

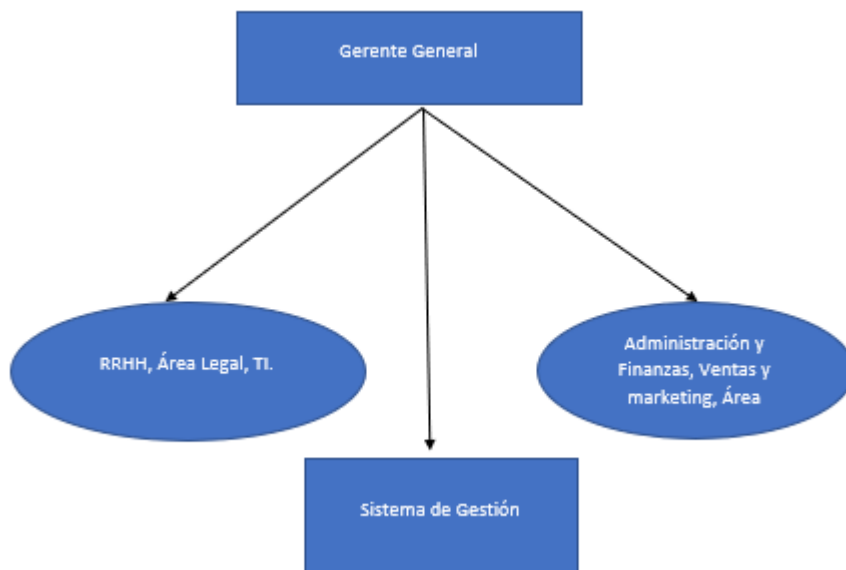
La estructura jerárquica de la empresa, donde el director ejecutivo (CEO) tiene la máxima autoridad y es responsable de la estrategia y dirección general de la empresa. El Gerente General se encarga de supervisar las operaciones diarias y coordinar las diferentes áreas.

El departamento Comercial y Ventas se dedica a la captación de clientes y cierre de contratos de arrendamiento.

El departamento de Operaciones se encarga de la gestión operativa de las bodegas, incluyendo la recepción, entrega, mantenimiento y seguridad.

El departamento Administrativo y Financiero se encarga de la gestión financiera y contable de la empresa, mientras que el departamento de Tecnología de la Información (TI) se ocupa de la infraestructura tecnológica y los sistemas informáticos.

Finalmente, el departamento de Marketing y Comunicación se dedica a la promoción de la empresa y la gestión de la marca





## **Estructura funcional de la empresa.**

**Gerencia general:** Es el nivel más alto de la estructura funcional, es encargado de la dirección estratégica de la empresa, la toma de decisiones importantes y la supervisión general de las operaciones.

**Gerencia Comercial:** Encargado de la estrategia de marketing, promoción de la empresa, generación de demanda y desarrollo de acciones de branding. Establecer estrategias para atraer nuevos clientes y mantener relaciones con clientes existentes. Encargados de establecer las metas y objetivos para el equipo de venta alineados con los objetivos de la empresa, además de planificar la estrategia de ventas.

**Área de Marketing:** Responsables de la creación y ejecución de campañas de marketing, gestión de redes sociales, creación de contenido, relaciones públicas y comunicaciones.

**Gerencia de Administración y Finanzas:** Responsable de la gestión financiera, administrativa y contable de la empresa, incluyendo presupuesto, reportes financieros, control de costos, nómina, pagos y gestión de proveedores.

**Área de Recursos Humanos:** Responsable de la gestión del talento humano, incluyendo reclutamiento, selección, capacitación, desarrollo de personal, gestión de desempeño, políticas laborales y bienestar del equipo.

**Equipo de Contabilidad:** Encargados de las actividades contables, como la facturación, gestión de pagos, control de cuentas por cobrar y cuentas por pagar, y generación de reportes financieros.

**Gerencia de Operaciones:** Responsable de la gestión operativa de la empresa, asegurando la disponibilidad de los espacios y bodegas, la coordinación logística, la eficiencia operativa y el cumplimiento de los contratos de arriendo.

### **Área de Tecnología (TI):**

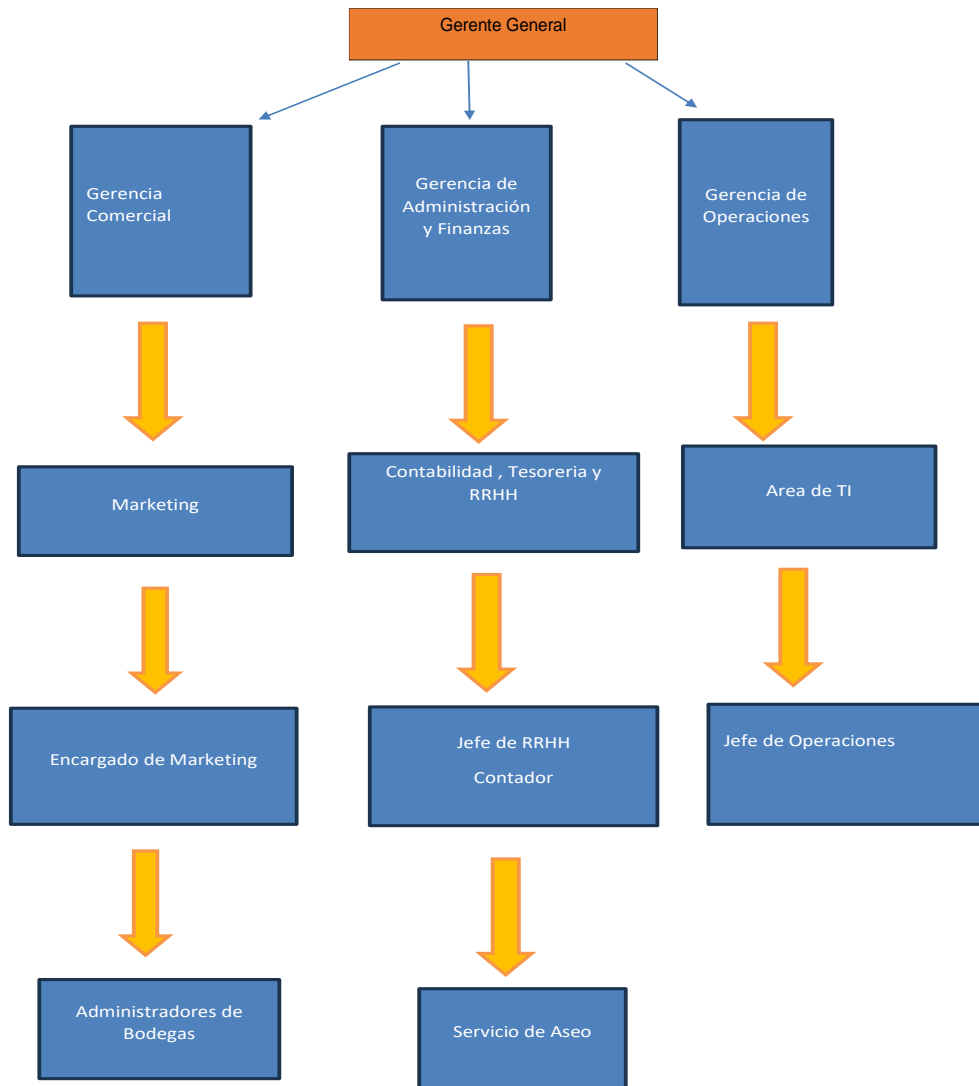
El área de TI es responsable de la infraestructura tecnológica, el soporte informático y el desarrollo de sistemas para mejorar la eficiencia operativa. Mantener los sistemas de la empresa, aplicaciones, bases de datos, entre otros, además de brindar soporte técnico a los usuarios de la empresa, solucionando problemas técnicos brindando asistencia.

### **Estructura legal de la empresa.**

La estructura legal de nuestra empresa es **Sociedad de Responsabilidad Limitada o SRL/LTDA** es una forma legal en la que dos o más personas se unen para establecer la empresa. Los socios son responsables por las deudas de la empresa hasta el límite de su aportación de capital.



### Organigrama de la empresa.





## Mapa de procesos



## Carta Gantt

Mr Storage	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Creacion Legal de la Empresa												
Definición de los Terrenos												
Compra Terrenos												
Contruccion de Bodegas												
Busqueda Personal												
Busqueda Clientes												
Inicio de Operaciones												

## **Plan de Recursos Humanos:**

La Gerencia de RR. HH debe procurar el desarrollo de los siguientes aspectos misionales en la ejecución de sus funciones:

### **Análisis de necesidades de personal**

Se realiza una evaluación de las necesidades actuales y futuras de la empresa en términos de personal. Esto implica determinar el número de empleados requeridos, así como las competencias y habilidades necesarias para cubrir los roles relacionados con las operaciones de bodegaje.

### **Reclutamiento y selección**

Se establecen las estrategias y acciones a seguir para atraer, identificar y seleccionar a los candidatos más adecuados para las vacantes existentes. Esto puede incluir la definición de perfiles de puesto, fuentes de reclutamiento, técnicas de selección y evaluación, así como el uso de tecnologías y plataformas de reclutamiento en línea.

### **Capacitación y desarrollo**

Se establecen programas de capacitación y desarrollo para el personal de la empresa de bodegaje. Puede incluir la formación en habilidades técnicas específicas de la industria, seguridad en el manejo de productos y equipos, así como habilidades blandas y liderazgo.

### **Evaluación del desempeño**

Implementaremos un sistema de evaluación del desempeño para medir el rendimiento de manera objetiva y justa. Establecer metas claras y brindar retroalimentación constructiva regularmente.

### Retención de talento

Establecer estrategias para retener a los empleados más valiosos. Esto puede incluir programas de reconocimiento, beneficios adicionales, oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional, un ambiente de trabajo positivo y una cultura organizacional sólida.

### Dotación de personal.

Cargo	Remuneracion	Cantidad
Gerente General	\$ 1,500,000	1
Gerente Comercial	\$ 1,500,000	1
Gerente de Admnistracion y Finanzas	\$ 1,250,000	1
Gerencia Operaciones	\$ 900,000	1
Contador	\$ 900,000	1
Encargado de Marketing	\$ 900,000	1
Jefe de Operaciones	\$ 900,000	1
Jefe de RRHH	\$ 900,000	1
Administradores de Bodega	\$ 800,000	1
Administradores de Bodega	\$ 800,000	1
Servicio de Aseo	\$ 400,000	1
	<b>\$ 10,750,000</b>	<b>11</b>



## Perfiles de cargo.

	<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
	Gerente General	
I	<b>Antecedentes Generales</b>	
	<b>Nombre del Cargo</b>	Gerente General
	<b>Dependencia</b>	No tiene
	<b>Jefe Directo</b>	No tiene
II	<b>Requisitos Formales</b>	
	<b>Estudios Requeridos</b>	Ingeniero Civil o Comercial
	<b>Experiencia Laboral</b>	Mínimo 5 años de experiencia en el cargo
III	<b>Objetivos del Cargo</b>	
	Realizar los estudios con el fin de determinar costos, tiempos, y líneas más eficientes y adecuadas para brindar un mejor servicio y generar mayores ganancias. Responder por los estándares de costos que se establezcan, a fin de garantizar la competitividad, productividad y rentabilidad de los diferentes servicios que ofrece la empresa	
IV	<b>Principales Funciones</b>	
	Es el representante legal de la empresa, fija las políticas administrativas, operativas y calidad en base a los parámetros de esta. Junto con los demás gerentes planea, dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de los cargos ejecutivos, administrativos y operativos	
V	<b>Competencias</b>	
	Habilidades de comunicación	
	Habilidades de presentación	
	Planificación estratégica	
	Habilidades organizativas	
	Planificación financiera	
	Liderazgo de equipo	
	Experiencia del cliente	
	Gestión de pérdidas y ganancias	
	Habilidades de negociación	
VI	<b>Renta</b>	
	El pago inicial de este puesto parte en \$1.500.000 mensuales	



<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
	Gerente Comercial
<b>I</b>	<b>Antecedentes Generales</b>
	<b>Nombre del Cargo</b> Gerente Comercial
	<b>Dependencia</b> Gerente General
	<b>Jefe Directo</b> Gerente General
<b>II</b>	<b>Requisitos Formales</b>
	<b>Estudios Requeridos</b> Ingeniero Civil o Comercial
	<b>Experiencia Laboral</b> Minimo 5 años de experiencia en el cargo
<b>III</b>	<b>Objetivos del Cargo</b>
	El objetivo principal es diseñar, definir, implementar y gestionar las políticas y objetivos estratégicos comerciales y promocionales para poder alcanzar los objetivos generales de la compañía.
<b>IV</b>	<b>Principales Funciones</b>
	Determinar, junto con el Gerente General las necesidades y hábitos de consumo de los clientes actuales y potenciales. Elaborar la política de incentivos y política de precios con el objetivo de mantener los clientes y captar nuevos. Preparar los planes y presupuestos de ventas, gestionando y optimizando el presupuesto y los recursos asignados. Estudiar la situación asociadas al Marketing como la relación mercado/competencia para emprender acciones que afecten al posicionamiento de la compañía. Impulsar y promover sinergias entre clientes y empresa para una mayor productividad y satisfacción de los clientes.
<b>V</b>	<b>Competencias</b>
	Comunicación.
	Intuición.
	Pensamiento crítico.
	Capacidad de negociación.
	Trabajo en equipo.
	Capacidad de planificar y organizar.
<b>VI</b>	<b>Renta</b>
	El pago inicial para el puesto de Gerencial Comercial parte en \$1.500.000 mensuales.



<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
Gerente de Administración y Finanzas	
<b>I</b>	<b>Antecedentes Generales</b>
	<b>Nombre del Cargo</b> Gerente de Administración y Finanzas
	<b>Dependencia</b> Gerente General
	<b>Jefe Directo</b> Gerente General
<b>II</b>	<b>Requisitos Formales</b>
	<b>Estudios Requeridos</b> Ingeniero Civil o Comercial
	<b>Experiencia Laboral</b> Mínimo 5 años de experiencia en el cargo
<b>III</b>	<b>Objetivos del Cargo</b>
	es el encargado de dirigir y supervisar la gestión administrativa y financiera de la empresa, asegurando que los recursos de la organización se utilicen de manera óptima y eficiente para alcanzar los objetivos empresariales.
<b>IV</b>	<b>Principales Funciones</b>
	1. Elaborar, coordinar y supervisar el presupuesto anual de la empresa.
	2. Realizar el análisis financiero y contable de la empresa y presentar los informes a la dirección general.
	3. Supervisar y coordinar la gestión contable y fiscal de la empresa, asegurándose del cumplimiento de las normas y regulaciones vigentes.
	4. Administrar y supervisar los procesos de gestión de tesorería, como la gestión de cuentas bancarias, la gestión de pagos y cobros, la gestión de inversiones, entre otros.
	5. Coordinar y supervisar la gestión de compras y aprovisionamiento de la empresa
	6. Dirigir y supervisar el equipo de profesionales que conforman el área de administración y finanzas de la empresa.
	7. Participar en la toma de decisiones estratégicas de la empresa, proporcionando asesoramiento financiero y económico a la dirección general.
	8. Establecer políticas y procedimientos financieros y administrativos que garanticen la eficiencia y el control en la gestión de los recursos de la empresa.
	9. Negociar y establecer acuerdos con instituciones financieras, proveedores y otros terceros que intervengan en la gestión financiera de la empresa.
<b>V</b>	<b>Competencias</b>
	<b>Liderazgo</b>
	Es la capacidad para desarrollar una visión, desafiar los procesos rutinarios e innovar, para influir y transformar el ambiente y las condiciones establecidas.
	<b>Toma de Decisiones</b>
	Es la capacidad para definir y ejecutar acciones, asumiendo las responsabilidades y los riesgos implícitos que ello conlleva.
	<b>Planificación y Organización</b>
	Es la capacidad para definir objetivos, desarrollar estrategias y administrar recursos de manera sistemática y eficiente, con el fin de lograr las metas corporativas, de las áreas funcionales o grupos de trabajo.
	<b>Administración del Capital Humano</b>
	Es la capacidad para dirigir, orientar y desarrollar a otros propiciando un clima satisfactorio y de compromiso profesional, que haga de la administración del capital humano un factor estratégico dentro de la organización.
<b>VI</b>	<b>Renta</b>
	El pago inicial para el puesto de Gerencial Adm y Finanzas parte en \$1.250.000 mensuales.



<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
Gerente de Operaciones	
<b>I</b>	<b>Antecedentes Generales</b>
	<b>Nombre del Cargo</b> Gerente de Operaciones
	<b>Dependencia</b> Gerente General
	<b>Jefe Directo</b> Gerente General
<b>II</b>	<b>Requisitos Formales</b>
	<b>Estudios Requeridos</b> Ingeniero Civil o Comercial
	<b>Experiencia Laboral</b> Minimo 5 años de experiencia en el cargo
<b>III</b>	<b>Objetivos del Cargo</b>
	La principal responsabilidad de este cargo es controlar y dirigir que se cumplan como están establecidas las labores de las empresas de transporte, seguridad y limpieza. Manejar la entrada, salida y disponibilidad de las bodegas. Además tiene la labor de que controlar los tiempos, plazos, tamaños y condiciones que los clientes requieran. Es la cara visible de la compañía en caso de que exista un inconveniente con algún cliente o empresa complementaria
<b>IV</b>	<b>Principales Funciones</b>
	1. Planificación y diseño de procesos:
	2. Gestión de la cadena de suministro:
	3. Control de calidad:
	4. Gestión de inventarios
	5. Mejora continua
	6. Gestión de proyectos
	7. Gestión de recursos
<b>V</b>	<b>Competencias</b>
	Liderazgo
	Toma de Decisiones
	Estrategias
	Buena capacidad de comunicación
	Buena capacidad de resolución de problemas
	Buena capacidad de organización
<b>VI</b>	<b>Renta</b>
	El pago inicial para el puesto de Gerencial Operaciones parte en \$900.000 mensuales.



<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
	Contador General
<b>I</b>	<b>Antecedentes Generales</b>
	<b>Nombre del Cargo</b> Gerente de Administracion y Finanzas
	<b>Dependencia</b> Gerente de Administracion y Finanzas
	<b>Jefe Directo</b> Gerente de Administracion y Finanzas
<b>II</b>	<b>Requisitos Formales</b>
	<b>Estudios Requeridos</b> Ingeniero Civil o Comercial
	<b>Experiencia Laboral</b> Minimo 5 años de experiencia en el cargo
<b>III</b>	<b>Objetivos del Cargo</b>
	Encargado de llevar el control financiero y contable de una empresa, organización o entidad. Su principal responsabilidad es garantizar que la información financiera se registre de manera adecuada y oportuna, cumpliendo con las normativas contables y fiscales establecidas.
<b>IV</b>	<b>Principales Funciones</b>
	1.Llevar la contabilidad de la empresa, registrando y clasificando las transacciones financieras y contables de acuerdo a las normas y principios contables establecidos.
	2.Preparar estados financieros, balances y presupuestos, con el objetivo de proporcionar información relevante y oportuna a la gerencia y otros interesados.
	3.Controlar y administrar el flujo de caja, asegurando la disponibilidad de recursos para el cumplimiento de las obligaciones de la empresa.
	4.Realizar el registro y control de los activos y pasivos de la empresa, asegurando su correcta valoración y amortización.
	5.Elaborar y presentar declaraciones fiscales, asegurando el cumplimiento de las obligaciones fiscales y tributarias.
	6.Identificar y analizar los riesgos financieros y contables de la empresa, estableciendo planes de contingencia y estrategias para su gestión.
	7.Participar en la elaboración de presupuestos y planes financieros a corto y largo plazo, asegurando su alineación con los objetivos estratégicos de la empresa.
	8 Asesorar a la gerencia y otros interesados en temas contables y financieros, proporcionando información y análisis de la situación financiera de la empresa.
	9.Coordinar y supervisar el equipo de profesionales que conforman el área contable y financiera de la empresa.
<b>V</b>	<b>Competencias</b>
	Etica
	Compromiso
	Buena capacidad de comunicación
	Buena capacidad de resolución de problemas
	Buena capacidad de organización
<b>VI</b>	<b>Renta</b>
	El pago inicial de este puesto parte en \$900.000 mensuales



<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
Encargado de Marketing	
<b>I</b>	<b>Antecedentes Generales</b>
	<b>Nombre del Cargo</b> Gerente Comercial
	<b>Dependencia</b> Gerente Comercial
	<b>Jefe Directo</b> Gerente Comercial
<b>II</b>	<b>Requisitos Formales</b>
	<b>Estudios Requeridos</b> Ingeniero o Tecnico en Marketing
	<b>Experiencia Laboral</b> Minimo 5 años de experiencia en el cargo
<b>III</b>	<b>Objetivos del Cargo</b>
	Encargado de liderar y coordinar todas las actividades relacionadas con el área de marketing de una empresa. Su principal responsabilidad es desarrollar estrategias y planes de marketing que permitan posicionar la marca, atraer nuevos clientes y fidelizar a los ya existentes.
<b>IV</b>	<b>Principales Funciones</b>
	1. Elaborar el plan de marketing de la empresa, definiendo objetivos, estrategias y tácticas que permitan cumplir con las metas establecidas.
	2. Analizar el mercado y la competencia, identificando oportunidades y amenazas que permitan la toma de decisiones adecuadas.
	3. Definir el presupuesto de marketing, asegurando la optimización de los recursos y el retorno de la inversión.
	4. Coordinar y supervisar la implementación de las estrategias y tácticas de marketing, asegurando su alineación con los objetivos estratégicos de la empresa
	5. Gestionar la imagen y posicionamiento de la marca, asegurando la coherencia y consistencia en todas las comunicaciones y acciones de marketing.
	6. Desarrollar campañas publicitarias y promocionales, utilizando diferentes medios y canales de comunicación para llegar a los clientes potenciales.
	7. Coordinar la participación de la empresa en eventos y ferias, asegurando la adecuada representación de la marca y la generación de nuevos contactos.
	8. Analizar y medir los resultados de las acciones de marketing, estableciendo planes de mejora continua y optimización de los recursos.
	9. Coordinar y liderar el equipo de profesionales que conforman el área de marketing de la empresa.
<b>V</b>	<b>Competencias</b>
	Conocer y trabajar con medios digitales
	Creativo
	Gestión del cambio.
	Alto sentido creativo e innovador
<b>VI</b>	<b>Renta</b>
	El pago inicial de este puesto parte en \$900.000 mensuales.



<b>PERFIL DEL CARGO</b>		
	Jefe de RRHH	
<b>I</b>	<b>Antecedentes Generales</b>	
	<b>Nombre del Cargo</b>	Gerente Administracion y Finanzas
	<b>Dependencia</b>	Gerente Administracion y Finanzas
	<b>Jefe Directo</b>	Gerente Administracion y Finanzas
<b>II</b>	<b>Requisitos Formales</b>	
	<b>Estudios Requeridos</b>	Ingeniero en RRHH o Contador Auditor
	<b>Experiencia Laboral</b>	Minimo 5 años de experiencia en el cargo
<b>III</b>	<b>Objetivos del Cargo</b>	
	Encargado de liderar y gestionar todas las actividades relacionadas con la gestión del talento humano en una organización	
<b>IV</b>	<b>Principales Funciones</b>	
	1. Planificar, diseñar y ejecutar políticas y estrategias de RRHH de acuerdo con los objetivos estratégicos de la organización.	
	2. Identificar y atraer talentos para la organización, desarrollando y manteniendo programas de reclutamiento y selección de personal eficientes.	
	3. Supervisar el proceso de inducción, capacitación y desarrollo de los empleados, asegurando la transferencia efectiva de conocimientos y habilidades necesarias para el desempeño del trabajo.	
	4. Planificar, supervisar y evaluar los sistemas de compensación y beneficios para los empleados, garantizando la equidad interna y la competitividad externa en el mercado laboral.	
	5. Gestionar y supervisar las relaciones laborales y sindicales, asegurando el cumplimiento de las leyes y normas laborales y manteniendo una relación armónica con los representantes sindicales.	
	6. Desarrollar y mantener políticas y procedimientos que aseguren el cumplimiento de las leyes y normas laborales y de seguridad e higiene ocupacional.	
	7. Planificar y gestionar la comunicación interna de la organización, promoviendo la cultura y los valores de la empresa, así como el sentido de pertenencia de los empleados.	
	8. Implementar y administrar sistemas de evaluación del desempeño de los empleados, asegurando el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la organización.	
	9. Gestionar y liderar el equipo de trabajo de RRHH, asegurando la transferencia efectiva de conocimientos y habilidades necesarias para el desempeño del trabajo.	
<b>V</b>	<b>Competencias</b>	
	Manejar el presupuesto	
	Liderar y negociar	
	Solucionar conflictos	
	Contar con alta orientación de servicio al cliente	
<b>VI</b>	<b>Renta</b>	
	El pago inicial de este puesto parte en \$900.000 mensuales	



<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
	Jefe de Operaciones
<b>I</b>	<b>Antecedentes Generales</b>
	<b>Nombre del Cargo</b> Gerente de Operaciones
	<b>Dependencia</b> Gerente de Operaciones
	<b>Jefe Directo</b> Gerente de Operaciones
<b>II</b>	<b>Requisitos Formales</b>
	<b>Estudios Requeridos</b> Ingeniero en Logística o Técnico en Logística
	<b>Experiencia Laboral</b> Mínimo 5 años de experiencia en el cargo
<b>III</b>	<b>Objetivos del Cargo</b>
	Encargado de dirigir y supervisar el funcionamiento de las áreas operativas de una empresa, con el fin de garantizar la eficiencia, la calidad y la rentabilidad en la producción de bienes o servicios.
<b>IV</b>	<b>Principales Funciones</b>
	1. Planificar, coordinar y supervisar el funcionamiento de las áreas operativas de la empresa, asegurando la adecuada implementación de los procesos productivos.
	2. Diseñar y controlar los indicadores de rendimiento y eficiencia de los procesos operativos, con el fin de optimizar los recursos y asegurar la calidad del producto o servicio.
	3. Establecer los planes de producción, coordinando con las áreas de compras y ventas para garantizar el cumplimiento de los plazos y la adecuada gestión de inventarios.
	4. Definir y controlar los presupuestos de las áreas operativas, asegurando el cumplimiento de los objetivos de rentabilidad establecidos.
	5. Establecer y supervisar las políticas de seguridad y salud ocupacional en las áreas operativas, asegurando el cumplimiento de las normas y regulaciones vigentes.
	6. Coordinar y supervisar los equipos de trabajo de las áreas operativas, fomentando el trabajo en equipo, el desarrollo de habilidades y el cumplimiento de los objetivos.
	7. Participar en la definición de estrategias y planes de mejora continua de los procesos operativos, con el fin de garantizar la innovación y el crecimiento de la empresa.
<b>V</b>	<b>Competencias</b>
	Ser eficiente
	Adaptarse a los cambios y al entorno
	Solucionar conflictos
	Persistencia
<b>VI</b>	<b>Renta</b>
	El pago inicial de este puesto parte en \$900.000 mensuales.



<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
Administradores de Bodega	
<b>I</b>	<b>Antecedentes Generales</b>
	<b>Nombre del Cargo</b> Gerente de Comercial
	<b>Dependencia</b> Gerente de Comercial
	<b>Jefe Directo</b> Gerente de Comercial
<b>II</b>	<b>Requisitos Formales</b>
	<b>Estudios Requeridos</b> Educacion Media Completa
	<b>Experiencia Laboral</b> Minimo 2 años de experiencia en el cargo
<b>III</b>	<b>Objetivos del Cargo</b>
	Encargado de liderar y gestionar todas las actividades relacionadas con la gestión de ventas y atención al cliente en una organización.
<b>IV</b>	<b>Principales Funciones</b>
	1. Identificar y prospectar clientes potenciales para la organización, desarrollando y manteniendo programas de venta y marketing eficientes.
	2. Gestionar el proceso de atención al cliente, supervisando la calidad del servicio y asegurando la satisfacción de los clientes.
	3. Planificar y supervisar el proceso de ventas, asegurando la consecución de los objetivos de venta de la organización.
	4. Desarrollar y mantener políticas y procedimientos que aseguren el cumplimiento de los estándares de calidad y atención al cliente.
	5. Planificar y gestionar la comunicación con los clientes, promoviendo la cultura y los valores de la empresa, así como el sentido de pertenencia de los clientes.
	6. Implementar y administrar sistemas de evaluación de la satisfacción del cliente, asegurando el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la organización.
	7. Gestionar y liderar el equipo de trabajo de ventas y atención al cliente, asegurando la transferencia efectiva de conocimientos y habilidades necesarias para el desempeño del trabajo.
	8. Desarrollar y mantener relaciones de colaboración con proveedores y otros actores del mercado, para asegurar la disponibilidad de productos y servicios de calidad para los clientes.
<b>V</b>	<b>Competencias</b>
	Habilidades interpersonales
	Adaptarse a los cambios y al entorno
	Comunicación eficaz
	Paciencia.
	Orientación al cliente
<b>VI</b>	<b>Renta</b>
	El pago inicial de este puesto parte en \$800.000 mensuales.



<b>PERFIL DEL CARGO</b>	
	Servicio de Aseo
<b>I</b>	<b>Antecedentes Generales</b>
	<b>Nombre del Cargo</b> Jefe de RRHH
	<b>Dependencia</b> Jefe de RRHH
	<b>Jefe Directo</b> Jefe de RRHH
<b>II</b>	<b>Requisitos Formales</b>
	<b>Estudios Requeridos</b> Educacion Media Completa
	<b>Experiencia Laboral</b> Minimo 2 años de experiencia en el cargo
<b>III</b>	<b>Objetivos del Cargo</b>
	Tiene como responsabilidad la limpieza, mantenimiento y conservación de las instalaciones de una empresa o institución
<b>IV</b>	<b>Principales Funciones</b>
	1. Limpieza y mantenimiento de las instalaciones: El Servicio de Aseo debe asegurarse de mantener limpios y en óptimas condiciones todos los espacios de la empresa, incluyendo pisos, paredes, ventanas, baños y áreas comunes.
	2. Manejo de productos y equipos de limpieza: El Servicio de Aseo debe estar familiarizado con los diferentes productos y equipos de limpieza, y saber cuál es el más adecuado para cada tipo de superficie y necesidad.
	3. Gestión de residuos: El Servicio de Aseo debe conocer y aplicar las normativas para el manejo de residuos, asegurando su disposición final en los lugares y horarios correspondientes.
	4. Comunicación y atención al cliente interno: El Servicio de Aseo debe interactuar con los diferentes colaboradores de la empresa, resolviendo sus dudas e inquietudes en cuanto a los procedimientos de limpieza y manteniendo una comunicación eficiente con ellos.
	5. Administración de insumos y materiales: El Servicio de Aseo debe tener un control adecuado de los insumos y materiales utilizados en la limpieza y mantenimiento, optimizando su uso y asegurando su disponibilidad.
	6. Cumplimiento de normas de seguridad e higiene: El Servicio de Aseo debe cumplir con las normas de seguridad e higiene establecidas en la empresa, y tomar medidas preventivas para evitar accidentes y riesgos laborales.
<b>V</b>	<b>Competencias</b>
	Habilidades interpersonales
	Adaptarse a los cambios y al entorno
	Paciencia.
	Orientación al cliente
<b>VI</b>	<b>Renta</b>
	El pago inicial de este puesto parte en \$400.000 mensuales

## **Políticas de la empresa.**

### **Política reclutamiento y selección.**

El proceso de reclutamiento permite hacer visible las oportunidades laborales vigentes, con la mejor herramienta disponible, frente a posibles candidatos interesados en la vacante existente, para posteriormente identificar aquellos que curricularmente son acordes al perfil solicitado para el cargo.

El proceso de selección permite identificar a través de entrevistas y/o evaluación psico laboral a posibles candidatos interesados en alguna vacante existente, para posteriormente identificar aquellos que, en términos de competencias y calce cultural, son acordes al perfil solicitado para el cargo y nuestra organización.

Existen los siguientes requisitos mínimos de ingreso, los cuales son aplicables a cualquier cargo que se necesite cubrir en Mr Storage:

**Nivel de Educación Formal:** El nivel de educación requerido estará en función de lo definido en la descripción de cargos; sin embargo, el nivel mínimo requerido para ingresar a la empresa es enseñanza media completa. (Excepto para algunos cargos operarios).

**Edad:** Tener 18 años como mínimo.

**Nacionalidad:** chileno(a). En caso de que el postulante sea extranjero, deberá cumplir con los requisitos exigidos en el Decreto Supremo 597 que establece las normas de extranjeros en Chile, así como aquellos considerados en los artículos 19 y 20 del Código del Trabajo.

**Perfil:** Se refiere al conjunto de competencias específicas, experiencia y conocimientos, necesarios para cumplir con las funciones del cargo.

**Contratación Local:** Se priorizará e incentivará la contratación de personal que viva a no más de 40 km de distancia de su lugar de trabajo para asegurar la calidad de vida de nuestros trabajadores.

Para todos los cargos, el proceso de reclutamiento y selección se realizará en Santiago, dado que somos una empresa que desarrolla su labor en dicha ciudad.

## **Procedimiento de selección y reclutamiento.**

### **Objetivo**

- Mantener un control de la dotación.
- Detectar el perfil de competencias y experiencia crítica para el cargo requerido.
- Atraer al máximo posible de postulantes clasificados para el cargo.
- Seleccionar a los mejores postulantes desde el punto de vista técnico.
- Predecir las probables fortalezas y debilidades de los candidatos preseleccionados en el desempeño del cargo requerido.
- Proponer al candidato idóneo.
- Definir los pasos para Contratar al candidato.

La correcta aplicación de este procedimiento requiere tener claro los siguientes conceptos:

**Competencias:** Conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que se relacionan con el desempeño exitoso en un puesto o área de trabajo determinado.

**Cargo:** Conjunto de tareas, responsabilidades y/o atribuciones, necesarios para cumplir con los resultados esperados de una determinada y específica unidad organizacional.

**Ficha solicitud de proceso:** Documento formal para solicitud de un proceso de selección, incluye causal de la vacante y especificaciones de necesidades del cargo.

**Descripción de Cargo:** Definición escrita de responsabilidades, tareas, requisitos y funciones de un cargo.

**Entrevista:** Reunión individual o grupal en donde un entrevistador identifica competencias y el ajuste de los candidatos al cargo.

**Evaluación psico laboral:** Conjunto de herramientas utilizadas por el área de Selección y Desarrollo contratado externamente para facilitar el filtro de candidatos participantes de procesos de Selección.

**Reclutamiento Externo:** Se entenderá como reclutamiento externo, la búsqueda de candidatos en el mercado. Para ello se recurrirá a distintas fuentes de reclutamiento, sean éstas propias o externas.

**Reclutamiento interno:** Se entenderá como reclutamiento interno a todo aquel proceso gestionado a través de un concurso interno en dónde se promueve la movilidad y crecimiento interna.

**Responsables del Proceso:**

Gerente de General

Gerente de Administración y Finanzas

Jefatura RRHH.



### **Política de Contratación**

Una vez seleccionado el candidato se formaliza su contratación solicitando los siguientes documentos:

- Certificado de nacimiento.
- Fotocopia de cédula de identidad.
- Certificado de Estudios y/o título según corresponda (original).
- Certificado de Isapre y AFP.
- Certificado de antecedentes personales.

Una vez recibidos los antecedentes se define la fecha de inicio del nombramiento.

### **Política de Inducción:**

El proceso de Inducción debe ser entendido como un proceso permanente que tiene como objetivo central guiar el accionar de una persona cuando se incorpora por primera vez a trabajar.

Este proceso permite al nuevo integrante que la adaptación a sus funciones sea breve, rápida y efectiva, incorporándose de manera óptima a su lugar y equipo de trabajo, con los consecuentes beneficios para el nuevo funcionario.

Con este programa se informa al trabajador recién ingresado acerca de quiénes somos como empresa, qué hacemos, cómo lo hacemos y para qué lo hacemos.

Los puntos que debe contener un Programa de inducción son los siguientes:

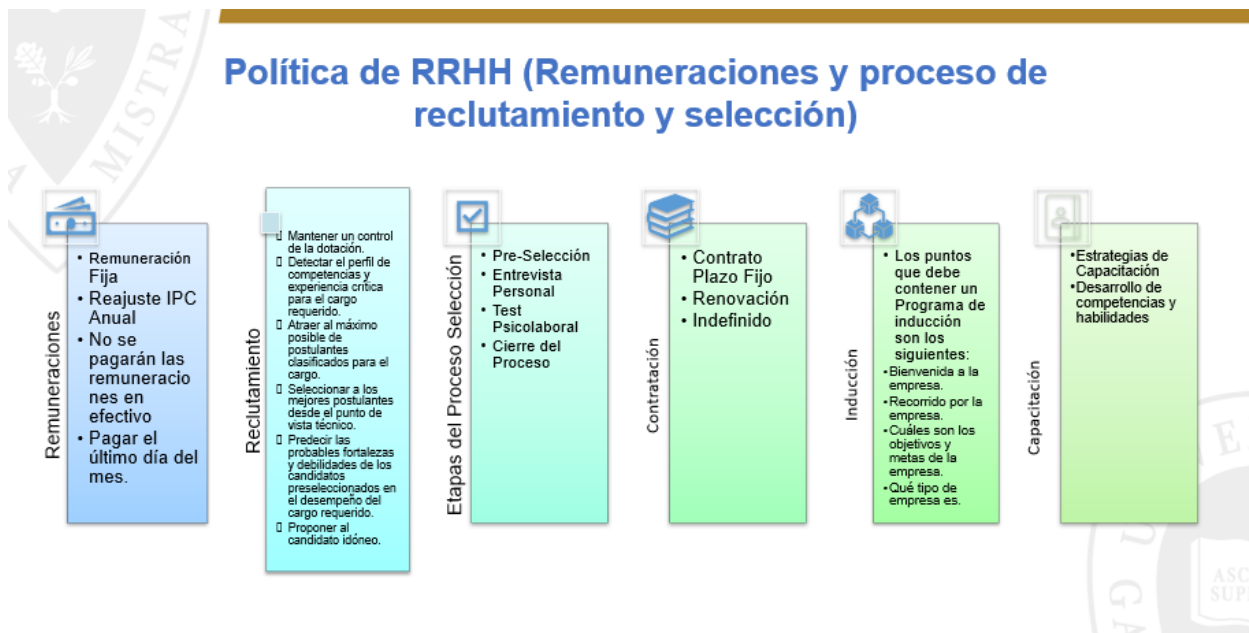
- Bienvenida y Recorrido por la empresa.
- Cuáles son los objetivos y metas de la empresa.
- Qué tipo de empresa es.



**Políticas generales de la empresa:**

- Horario.
- Día, lugar y hora de pago.
- Qué se debe hacer cuando no se asiste al trabajo.
- Normas de seguridad.
- Áreas de servicio para el personal.
- Reglamento interior de trabajo.

## Política de remuneraciones



**Equidad interna y externa:** La política de remuneraciones debe garantizar que los salarios y beneficios sean justos y equitativos tanto dentro de la organización (equidad interna) como en comparación con el mercado laboral (equidad externa). Esto implica considerar factores como la experiencia, el desempeño, la responsabilidad y el nivel de habilidades en relación con la estructura salarial interna y las prácticas salariales del sector o la industria.

**Estructura salarial:** Una política de remuneraciones establece una estructura salarial que define los diferentes niveles de empleo y los rangos de salario correspondientes a cada uno de ellos. Esto implica establecer rangos de salario mínimo y máximo para cada puesto, lo que permite a la empresa recompensar adecuadamente la experiencia, el desempeño y las responsabilidades de los empleados.

**Compensación variable:** La política de remuneraciones puede incluir componentes de compensación variable, como bonificaciones, comisiones o incentivos basados en el desempeño individual, de equipo o de la empresa. Estos incentivos pueden estar vinculados a objetivos específicos y medibles que promuevan el rendimiento y la consecución de resultados.



**Beneficios y compensaciones no monetarias:** Además del salario base, la política de remuneraciones puede abordar los beneficios y compensaciones no monetarias, como planes de seguro de salud, planes de pensiones, días de vacaciones, programas de bienestar, oportunidades de desarrollo profesional y otros beneficios que contribuyan al bienestar y la satisfacción de los empleados.

**Transparencia y comunicación:** Es importante que la política de remuneraciones sea transparente y comunicada claramente a los empleados. Los empleados deben comprender cómo se determinan sus salarios y cómo pueden avanzar dentro de la estructura salarial. La comunicación abierta y regular sobre la política de remuneraciones puede ayudar a fomentar la confianza y el compromiso de los empleados.

**Revisión y ajuste:** La política de remuneraciones debe ser revisada periódicamente para asegurarse de que siga siendo relevante y competitiva en el mercado laboral. Los cambios en el entorno empresarial, las regulaciones laborales y las condiciones económicas pueden requerir ajustes en la política de remuneraciones para garantizar la atracción y retención de talento.

**Política de pago de remuneraciones:**

El jefe de RR.HH. confeccionara planilla de remuneraciones de todo el personal, en programa Excel, incorporando todos los haberes y descuentos de cada funcionario (días trabajados, días de licencias médicas, horas extras, incentivos, descuentos). La cual será enviada a contador de la empresa para su revisión y visado

Aprobada la planilla por el Contador, el jefe de RRHH emitirá las liquidaciones de sueldo para su posterior pago.

- Pagar el último día del mes.
- Cuando el último día del mes sea sábado, domingo o festivo, se adelantará el pago un día.
- No se pagarán las remuneraciones en efectivo.
- Se pagarán las remuneraciones solo por transferencia bancaria.
- Los sueldos se reajustarán una vez al año por el IPC acumulado del año.



### Presupuesto de RRHH.

Cargo	Remuneracion	Cantidad
Gerente General	\$ 1,500,000	1
Gerente Comercial	\$ 1,500,000	1
Gerente de Admnistracion y Finanzas	\$ 1,250,000	1
Gerencia Operaciones	\$ 900,000	1
Contador	\$ 900,000	1
Encargado de Marketing	\$ 900,000	1
Jefe de Operaciones	\$ 900,000	1
Jefe de RRHH	\$ 900,000	1
Administradores de Bodega	\$ 800,000	1
Administradores de Bodega	\$ 800,000	1
Servicio de Aseo	\$ 400,000	1
	<b>\$ 10,750,000</b>	<b>11</b>

Tabla N°15: Presupuesto RRHH

### Presupuesto Anual

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Sueldos	\$ 129,000,000	\$ 129,000,000	\$ 129,000,000	\$ 129,000,000	\$ 129,000,000	\$ 645,000,000

Tabla N°16: Presupuesto Anual Remuneraciones



## Plan Operaciones

Ventas en \$ Año 1	PLAN DE OPERACIONES											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
10 m2	\$ 1,545,400	\$ 3,090,800	\$ 1,699,940	\$ 1,854,480	\$ 3,854,480	\$ 3,390,860	\$ 1,390,860	\$ 2,854,480	\$ 2,736,320	\$ 1,436,320	\$ 1,236,320	\$ 1,081,780
30 m2	\$ 11,660,400	\$ 12,915,100	\$ 11,077,380	\$ 9,328,320	\$ 8,162,280	\$ 8,830,200	\$ 11,198,120	\$ 9,664,160	\$ 11,660,400	\$ 10,915,100	\$ 11,247,180	\$ 9,498,120
60m2	\$ 23,320,500	\$ 11,193,840	\$ 11,328,200	\$ 15,596,920	\$ 14,664,100	\$ 10,261,020	\$ 12,596,920	\$ 9,996,920	\$ 11,462,560	\$ 13,731,280	\$ 13,596,920	\$ 15,522,040
<b>Total ventas en pesos</b>	<b>\$ 36,526,300</b>	<b>\$ 27,199,740</b>	<b>\$ 24,105,520</b>	<b>\$ 26,779,720</b>	<b>\$ 26,680,860</b>	<b>\$ 22,482,080</b>	<b>\$ 25,185,900</b>	<b>\$ 22,515,560</b>	<b>\$ 25,859,280</b>	<b>\$ 26,082,700</b>	<b>\$ 26,080,420</b>	<b>\$ 26,101,940</b>
<b>Costos variables</b>												
Materiales -insumos	\$ 3,000,000		\$ 4,500,000		\$ 4,500,000		\$ 4,500,000		\$ 4,500,000		\$ 4,500,000	
Proveedores externos	\$ 2,760,000	\$ 2,500,000	\$ 3,000,000	\$ 4,000,000	\$ 4,000,000	\$ 4,200,000	\$ 3,000,000	\$ 4,200,000	\$ 3,000,000	\$ 3,000,000	\$ 3,000,000	\$ 4,200,000
Comisiones por venta	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000
<b>Total Costos variables</b>	<b>\$ 6,360,000</b>	<b>\$ 3,100,000</b>	<b>\$ 8,100,000</b>	<b>\$ 4,600,000</b>	<b>\$ 9,100,000</b>	<b>\$ 4,800,000</b>	<b>\$ 8,100,000</b>	<b>\$ 4,800,000</b>	<b>\$ 8,100,000</b>	<b>\$ 3,600,000</b>	<b>\$ 8,100,000</b>	<b>\$ 4,800,000</b>
<b>Costos Fijos</b>												
Sueldos	\$ 10,750,000	\$ 10,750,000	\$ 10,750,000	\$ 10,750,000	\$ 10,750,000	\$ 10,750,000	\$ 10,750,000	\$ 10,750,000	\$ 10,750,000	\$ 10,750,000	\$ 10,750,000	\$ 10,750,000
Electricidad, agua	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333
Reparaciones y mantenimiento	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333
Mantenimiento	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000
Insumos de oficina	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333
Internet y telefonía móvil	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000
Marketing/publicidad	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000
Seguros	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667
Gastos varios impuestos	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333
Equipos de informática	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667
Préstamo bancario	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333
Abogados	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$ 15,849,999</b>	<b>\$ 15,849,999</b>	<b>\$ 15,849,999</b>	<b>\$ 15,849,999</b>	<b>\$ 15,849,999</b>	<b>\$ 15,849,999</b>	<b>\$ 15,849,999</b>	<b>\$ 15,849,999</b>	<b>\$ 15,849,999</b>	<b>\$ 15,849,999</b>	<b>\$ 15,849,999</b>	<b>\$ 15,849,999</b>
<b>Resultado antes de Interés y D</b>	<b>\$ 14,316,301</b>	<b>\$ 8,249,741</b>	<b>\$ 155,521</b>	<b>\$ 6,329,721</b>	<b>\$ 1,730,861</b>	<b>\$ 1,832,081</b>	<b>\$ 1,235,901</b>	<b>\$ 1,865,561</b>	<b>\$ 1,909,281</b>	<b>\$ 6,632,701</b>	<b>\$ 2,130,421</b>	<b>\$ 5,451,941</b>

## Objetivos Financieros

1. Pagar y recuperar inversión inicial en los 5 primeros años de funcionamiento. (Corto plazo).
2. Mejorar la eficiencia operativa: Podemos utilizar tecnologías de automatización para agilizar procesos o implementar programas de capacitación para mejorar el desempeño de nuestros empleados. Este objetivo financiero implica la implementación de políticas y procesos que permitan mejorar la productividad, reducir costos y maximizar la rentabilidad. (Corto plazo).
3. Aumentar la rentabilidad: Este objetivo financiero puede ser logrado a través de la maximización de los ingresos de alquiler, la reducción de los costos operativos. (Corto plazo 2 años).
4. Crecer en el mercado y posicionar la marca: Este objetivo financiero implica ampliar nuestro segmento de clientes. (Mediano plazo 3 años).



## Ingresos

Los ingresos de la empresa por alquiler de bodegas y las proyecciones serán planteadas a 5 años tomando en cuenta nuevos contratos mensuales y las proyecciones del mercado actual. Superficie total construida 9000m<sup>2</sup>.

Arriendos mensuales	Proyeccion de ingresos												
Ventas en Unidades Año 1	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
10	10	10	11	12	12	9	9	12	8	8	8	7	116
30	7	1	19	16	14	10	6	8	5	5	9	6	106
60	15	12	5	6	5	11	6	6	5	4	6	5	86
<b>Total unidades arrendadas</b>	<b>32</b>	<b>23</b>	<b>35</b>	<b>34</b>	<b>31</b>	<b>30</b>	<b>21</b>	<b>26</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>23</b>	<b>18</b>	<b>308</b>

Tabla N°1: Ocupación bodegas.

Proyección de ingresos por año según unidades arrendas, ventas anuales.

Período	Año	Venta en unidades	Pronostico de ventas
1	2018	126	\$ 212,800,020
2	2019	138	\$ 211,000,000
3	2020	121	\$ 220,000,000
4	2021	126	\$ 214,000,000
5	2022	143	\$ 214,560,000
1	2023	113	\$ 212,800,020
2	2024	120	\$ 225,000,000
3	2025	132	\$ 220,000,000
4	2026	145	\$ 220,000,000
5	2027	157	\$ 220,000,000

Tabla N°2: Ingresos por año

Proyección de ingresos por venta de existencias relacionados al arriendo de bodega.

Venta de candados.

Productos disponibles para la Venta					
Descripción	Unidad Medida	Costo Unitario	Existencias vendidas	Saldo inventario candados	
<b>Compra inicial</b>	300	\$ 10,000	180	120	Ventas año 1. Valor candado \$25.000
			110	10	Ventas año 2. Valor candado \$25.000
<b>Compra candados</b>	300	\$ 15,000	192	118	Ventas año 3. Valor candado \$25.000
			110	8	Ventas año 4. Valor candado \$25.000
<b>Compra candados</b>	300	\$ 15,000	180	128	Ventas año 5. Valor candado \$25.000
			<b>772</b>	<b>128</b>	Saldo inventario

Tabla N°3: Ingresos por venta de existencias.

## Costos Fijos

Los costos se mantienen bajos según la proyección a 5 años.

Costos Fijos	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Sueldos	\$10,750,000	\$10,750,000	\$10,750,000	\$10,750,000	\$10,750,000	\$10,750,000	\$10,750,000	\$10,750,000	\$10,750,000	\$10,750,000	\$10,750,000	\$10,750,000
Electricidad, agua	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333
Reparaciones y mantenimiento	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333
Mantenimiento	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000
Insumos de oficina	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333
Internet y telefonía móvil	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000	\$ 100,000
Marketing/publicidad	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000
Seguros	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667	\$ 166,667
Gastos varios impuestos	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333	\$ 83,333
Equipos de informática	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667	\$ 416,667
Préstamo bancario	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333	\$ 3,333,333
Abogados	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000	\$ 250,000
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$15,849,999</b>	<b>\$15,849,999</b>	<b>\$15,849,999</b>	<b>\$15,849,999</b>	<b>\$15,849,999</b>	<b>\$15,849,999</b>	<b>\$15,849,999</b>	<b>\$15,849,999</b>	<b>\$15,849,999</b>	<b>\$15,849,999</b>	<b>\$15,849,999</b>	<b>\$15,849,999</b>

Tabla N°4: Costos Fijos mensuales

Costo de adquisición de la propiedad, este costo es fundamental para el crecimiento de la empresa, y puede representar uno de los mayores costos.

La empresa debe mantener en óptimas condiciones las propiedades que posee para garantizar su rentabilidad y su valor en el mercado. Esto incluye la realización de reparaciones menores y mayores, el mantenimiento de los sistemas de calefacción, aire acondicionado, plomería, electricidad, entre otros.

Costos de operación que incluye el pago de los servicios públicos, la seguridad, los gastos de limpieza y mantenimiento de áreas comunes. También incluye los costos de marketing y publicidad para promocionar y atraer clientes.

Gastos administrativos: Estos costos incluyen los salarios y beneficios de los empleados, los costos de contabilidad y de sistemas de información, los costos legales y de seguros, entre otros.



### Costos variables

Costos variables	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Materiales -insumos	\$ 3,000,000		\$ 4,500,000		\$ 4,500,000		\$ 4,500,000		\$ 4,500,000		\$ 4,500,000	
Proveedores externos	\$ 2,760,000	\$ 2,500,000	\$ 3,000,000	\$ 4,000,000	\$ 4,000,000	\$ 4,200,000	\$ 3,000,000	\$ 4,200,000	\$ 3,000,000	\$ 3,000,000	\$ 3,000,000	\$ 4,200,000
Comisiones por venta	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000	\$ 600,000
<b>Total Costos variables</b>	<b>\$ 6,360,000</b>	<b>\$ 3,100,000</b>	<b>\$ 8,100,000</b>	<b>\$ 4,600,000</b>	<b>\$ 9,100,000</b>	<b>\$ 4,800,000</b>	<b>\$ 8,100,000</b>	<b>\$ 4,800,000</b>	<b>\$ 8,100,000</b>	<b>\$ 3,600,000</b>	<b>\$ 8,100,000</b>	<b>\$ 4,800,000</b>

Tabla N°5: Costos Variables mensuales

Es importante destacar que estos costos variables pueden variar según las condiciones económicas y de mercado, así como también según las políticas y estrategias que adopte la empresa en cada momento.

Para facilitar el cálculo de todas las proyecciones se medirán tanto los ingresos como los gastos en Unidad de Fomento (UF) a \$36.000.



### Presupuesto Gastos de ventas

Gastos de ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Comisiones de ventas	\$ 5,160,000	\$ 5,160,000	\$ 5,100,000	\$ 5,220,000	\$ 5,220,000
Marketing	\$ 3,000,000	\$ 3,000,000	\$ 3,000,000	\$ 3,000,000	\$ 3,000,000
Telefonos fuerza de ventas	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 300,000	\$ 1,000,000
Bonificaciones	\$ 1,500,000	\$ 1,500,000	\$ 1,500,000	\$ 1,500,000	\$ 1,500,000
<b>Total</b>	<b>\$ 9,960,000</b>	<b>\$ 9,960,000</b>	<b>\$ 9,900,000</b>	<b>\$ 10,020,000</b>	<b>\$ 10,720,000</b>

Tabla N°7: Presupuesto de ventas anual

### Presupuesto Gasto de administración

Gasto de administración	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	\$ 129,000,000	\$ 129,000,000	\$ 129,000,000	\$ 129,000,000	\$ 129,000,000
Gastos de oficina:	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
Materiales de oficina	\$ 5,000,000	\$ 5,000,000	\$ 5,000,000	\$ 5,000,000	\$ 5,000,000
Energía	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000
Agua	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000	\$ 500,000
<b>Total</b>	<b>\$ 136,000,000</b>	<b>\$ 136,000,000</b>	<b>\$ 136,000,000</b>	<b>\$ 136,000,000</b>	<b>\$ 136,000,000</b>

Tabla N°8: Presupuesto de administración anual

### **Inversión Inicial**

Como inversión inicial se considera la compra de un terreno se eligió un terreno en Colina de 10.000m<sup>2</sup>. Además, consideramos la construcción de las bodegas con un costo aproximado de 0.305 uf/m<sup>2</sup>. A esto hay que sumarle una oficina y baño, la cerca del terreno y el sistema de seguridad. Los gastos iniciales además están asociados al establecimiento de la empresa, inicio de actividades y los gastos de asesoría legal asociado a estos trámites. Además, se deben incurrir a gastos en equipos para oficina, tales como computadores, línea telefónica, artículos de oficina, servicio de internet. Esto nos da un costo de inversión de 6,710 UF, el proyecto será financiado por inversión privada de los socios.

<b>Tabla costo de Inversión Inicial</b>	<b>Costo por m2 (UF)</b>		
<b>Inversión Inicial</b>	<b>Superficie</b>		<b>Costo Total (UF)</b>
Terreno (m2)	10000	0.396	3,960
Construcción Bodegas (m2)	9000	0.305555	2,750
Oficina (m2)	30	1	100
Baños (m2)	10	1	35
Cerco eléctrico (m)			60
Sistema de seguridad			50
Asesoría Legal			10
Gastos de Oficina			20
Total			6,985
<b>Inversión (construcción de bodegas)</b>	<b>6709.995</b>	<b>1</b>	<b>6,710</b>

Tabla N°9: Inversión Inicial



### Método de depreciación

El método de depreciación que se utilizará será el de depreciación en línea recta por la simplicidad del cálculo y el frecuente uso que se le da para este tipo de activos. Los activos depreciables que se tienen en la empresa son las bodegas.

Se considera que la estructura metálica de nuestras bodegas tiene una vida útil normal de 30 años.

Vida útil	30 años		
Valor activo	\$ 200,000,000.00		
Bodegas	9000 m2		
Especificación Depreciación	Cuota Depreciación	Depreciación Acu	Valor neto
año 1	6,666,667	6,666,667	193,333,333
año 2	6,666,667	13,333,333	186,666,667
año 3	6,666,667	20,000,000	180,000,000
año 4	6,666,667	26,666,667	173,333,333
año 5	6,666,667	33,333,333	166,666,667
año 6	6,666,667	40,000,000	160,000,000
año 7	6,666,667	46,666,667	153,333,333
año 8	6,666,667	53,333,333	146,666,667
año 9	6,666,667	60,000,000	140,000,000
año 10	6,666,667	66,666,667	133,333,333
año 11	6,666,667	73,333,333	126,666,667
año 12	6,666,667	80,000,000	120,000,000
año 13	6,666,667	86,666,667	113,333,333
año 14	6,666,667	93,333,333	106,666,667
año 15	6,666,667	100,000,000	100,000,000
año 16	6,666,667	106,666,667	93,333,333
año 17	6,666,667	113,333,333	86,666,667
año 18	6,666,667	120,000,000	80,000,000
año 19	6,666,667	126,666,667	73,333,333
año 20	6,666,667	133,333,333	66,666,667
año 21	6,666,667	140,000,000	60,000,000
año 22	6,666,667	146,666,667	53,333,333
año 23	6,666,667	153,333,333	46,666,667
año 24	6,666,667	160,000,000	40,000,000
año 25	6,666,667	166,666,667	33,333,333
año 26	6,666,667	173,333,333	26,666,667
año 27	6,666,667	180,000,000	20,000,000
año 28	6,666,667	186,666,667	13,333,333
año 29	6,666,667	193,333,333	6,666,667
año 30	6,666,667	200,000,000	0

Tabla N°10: Depreciación



## Capital de Trabajo

Activo Circulante		Pasivo Circulante	
Caja	61,000,000	Proveedores	3,000,000
Bancos	20,000,000	Acreedores bancarios	40,000,000
Activos financieros		Doc por Pagar	
Cuentas por cobrar	20,000,000	Impuestos por pagar	1,000,000
Inventarios	-		
<b>Total Activo Circulante</b>	<b>101,000,000</b>	<b>Total Pasivos Circulantes</b>	<b>44,000,000</b>
Activo Fijo	40,000,000	Total pasivos fijos	10,000,000
<b>Total Activo Fijo</b>	<b>40,000,000</b>	<b>Total pasivo</b>	<b>54,000,000</b>
		Capital contable	20,000,000
<b>Total Activos</b>	<b>141,000,000</b>	<b>Total pasivo + capital</b>	<b>74,000,000</b>

<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$</b>	<b>57,000,000</b>
<b>Razon del Capital de trabajo</b>		<b>0.764998603</b>

Tabla N°11: Capital de trabajo



### Punto de Equilibrio

Debemos tener un porcentaje de ocupación igual o superior al 90 % para alcanzar el punto de equilibrio. Cualquier venta adicional generaría ganancias para la empresa.

	Punto de equilibrio				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos totales	\$ 221,556,020	\$ 217,970,000	\$ 229,200,000	\$ 221,030,000	\$ 223,351,200
Costos Fijos	\$ 190,200,000	\$ 190,200,000	\$ 190,200,000	\$ 190,200,000	\$ 190,200,000
Costos variables	\$ 10,920,000	\$ 8,640,000	\$ 15,000,000	\$ 9,420,000	\$ 13,620,000
<b>Resultado operacional</b>	<b>\$ 20,436,020</b>	<b>\$ 19,130,000</b>	<b>\$ 24,000,000</b>	<b>\$ 21,410,000</b>	<b>\$ 19,531,200</b>
Depreciacion	\$ 6,666,667	\$ 6,666,667	\$ 6,666,667	\$ 6,666,667	\$ 6,666,667
EBIT	\$ 13,769,354	\$ 12,463,333	\$ 17,333,333	\$ 14,743,333	\$ 12,864,533
Impuestos 25%	\$ 5,109,005	\$ 4,782,500	\$ 6,000,000	\$ 5,352,500	\$ 4,882,800
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 8,660,349</b>	<b>\$ 7,680,833</b>	<b>\$ 11,333,333</b>	<b>\$ 9,390,833</b>	<b>\$ 7,981,733</b>
Depreciacion	\$ 6,666,667	\$ 6,666,667	\$ 6,666,667	\$ 6,666,667	\$ 6,666,667
Total	\$ 15,327,015	\$ 14,347,500	\$ 18,000,000	\$ 16,057,500	\$ 14,648,400

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de equilibrio	90%	91%	89%	90%	91%

Tabla N°12: Punto de Equilibrio

El negocio está planteado a 5 años.

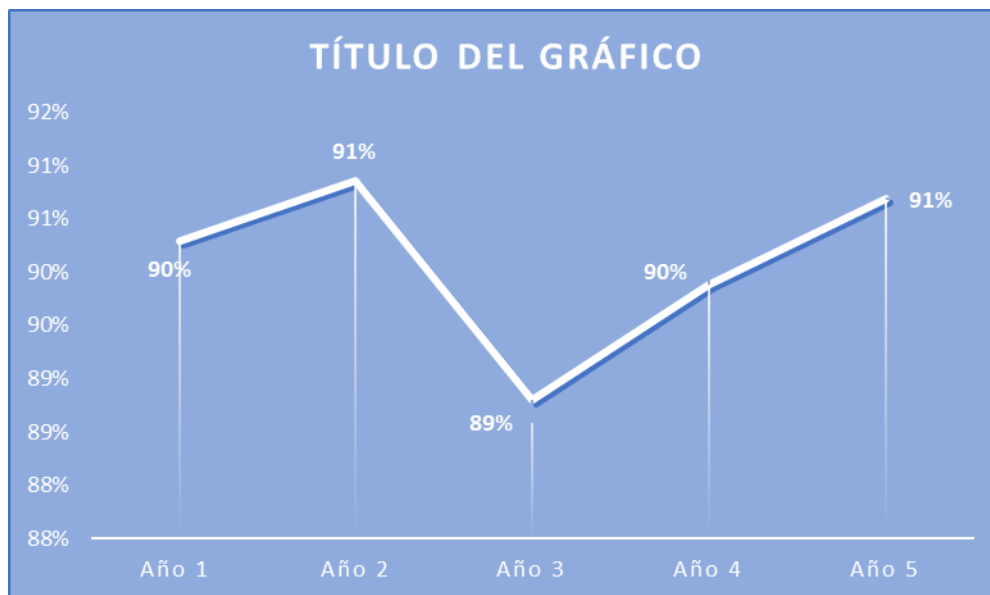


Tabla N°13: Ocupación en %.



### Flujo de caja proyectado 5 Años.

	Flujo de caja proyectado 5 Años				
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Arriendos mensuales	\$ 212,800,020	\$ 211,000,000	\$ 220,000,000	\$ 214,000,000	\$ 214,560,000
Capital Inicial	\$ 220,000,000				
<b>Total ingresos</b>	\$ 432,800,020	\$ 211,000,000	\$ 220,000,000	\$ 214,000,000	\$ 214,560,000
<b>Egresos</b>					
Materia prima	\$ 3,000,000		\$ 4,500,000		\$ 4,500,000
Sueldos	\$ 129,000,000	\$ 129,000,000	\$ 129,000,000	\$ 129,000,000	\$ 129,000,000
Servicios basicos	\$ 2,000,000	\$ 2,000,000	\$ 2,000,000	\$ 2,000,000	\$ 2,000,000
Gastos varios	\$ 12,200,000	\$ 12,200,000	\$ 12,200,000	\$ 12,200,000	\$ 12,200,000
Inversiones	\$ 40,000,000	\$ 40,000,000	\$ 40,000,000	\$ 40,000,000	\$ 40,000,000
<b>Total egresos</b>	\$ 186,200,000	\$ 183,200,000	\$ 187,700,000	\$ 183,200,000	\$ 187,700,000
<b>Excedente o deficit</b>	\$ 246,600,020	\$ 27,800,000	\$ 32,300,000	\$ 30,800,000	\$ 26,860,000
<b>Saldo acumulado</b>	\$ 246,600,020	\$ 274,400,020	\$ 306,700,020	\$ 337,500,020	\$ 364,360,020

Tabla N°14: Flujo de caja proyectado

### VAN, TIR.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>	\$ 221,556,020	\$ 217,970,000	\$ 229,200,000	\$ 221,030,000	\$ 223,351,200
<b>Egresos</b>	\$ 190,200,000	\$ 190,200,000	\$ 190,200,000	\$ 190,200,000	\$ 190,200,000
Resultado operacional	\$ 31,356,020	\$ 27,770,000	\$ 39,000,000	\$ 30,830,000	\$ 33,151,200
Inversion Inicial	\$ (200,000,000)				
Tasa de descuento = 10%	\$ 3,135,602	\$ 2,777,000	\$ 3,900,000	\$ 3,083,000	\$ 3,315,120

<b>VAN</b>	\$362,107,230.40
<b>TIR</b>	7.2%

### Período de recuperación de la inversión (*payback*).

	Año 0	Año 1
<b>Payback</b>	\$ 200,000,000	
<b>Flujo de caja</b>		31,356,020
	6.38	

En este caso, el *Payback* sería de 6.3 años. Esto significa que se necesitarían 6.3 años para recuperar la inversión inicial de \$ 200,000,000 si se generan flujos de efectivo constantes de 31,356,020 al año.

## **Conclusión**

En conclusión del análisis FODA se puede decir que la empresa podrá ofrecer un servicio competitivo basándose en la flexibilidad seguridad y precios competitivos lo cual permite convertirse en una empresa atractiva aprovechando las oportunidades que ofrece el negocio, y pudiendo así, contrarrestar las amenazas y minimizando las debilidades.

Los flujos netos también fueron calculados hasta el año 5. Estos flujos y escenarios tienen la intención de desarrollar un VAN más óptimo y real. Se asume que se mantendrán en crecimiento constante, al igual que el ajuste de precios, los impuestos y la depreciación. Por otro lado los ingresos y gastos están asociados a una proyección constante de 89% de ocupación.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del 7.2% indica que el proyecto tiene una rentabilidad atractiva en comparación con el costo de oportunidad de invertir en otras opciones financieras.

El período de recuperación del capital de 6 años y 3 meses muestra que la inversión inicial se amortizará en un tiempo razonable y que la empresa comenzará a generar beneficios en un plazo relativamente corto.

El Retorno de la Inversión (ROI) del 11% indica que por cada peso invertido, se espera obtener un retorno del 11%, lo cual es una señal positiva de rentabilidad y eficiencia en la gestión del negocio.



## Bibliografía

- <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/116568>
- <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/175695>
- <https://blog.hubspot.es/service/politicas-recursos-humanos>
- [Clases Profesor Jorge Javier Castillo del ramo Integrador del 7 Trimestre 2023 UGM](#)
- [Página <https://parquedelrecuerdo.cl/memorias/>](https://parquedelrecuerdo.cl/memorias/)
- <https://gpsproperty.cl/Estudios>
- <https://www.akikb.cl/tamanos-minibodegas/>
- <https://www.expobodegas.cl/>
- <https://mrstorage.cl/>
- <https://www.colliers.com/es-cl/articulos/santiago/reporte-de-minibodegas>



**Autorización única para toda memoria presentada en  
Universidad Gabriela Mistral**

**I. Detalle de la memoria**

Nombre de los integrantes:

Nicolle Alvarez  
Cristian Molina

Carrera / Magíster/Posgrado :

INGENIERÍA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
MENCIÓN FINANZAS CORPORATIVAS Y  
CONTROL DE GESTIÓN FORMATO ONLINE

Correo electrónico:

[Nicolle.alvarez@ugm.cl](mailto:Nicolle.alvarez@ugm.cl)  
[Nicolalvarezarevalo@gmail.com](mailto:Nicolalvarezarevalo@gmail.com)  
[cristianmcea@gmail.com](mailto:cristianmcea@gmail.com)

Título de la memoria:

BODEGAS MR. STORAGE.

Mención a la que opta (si tiene):

MENCIÓN FINANZAS CORPORATIVAS Y  
CONTROL DE GESTIÓN

Profesor (es) guía(s):

JORGE JAVIER CASTILLO BRAVO

Materias o descriptores:  
Asignar conceptos específicos al tema  
desarrollado en la memoria  
(máximo 4)

Gestión de clientes y contratos.  
Gestión del espacio.  
Tecnología y automatización.  
Seguridad y protección.

Fecha de entrega a biblioteca (día, mes, año):

10/ Julio /2023





## II. Autorización de publicación

### Autorización para subir documentos digitalizados en el Repositorio Digital UGM

Autorizo a la Universidad Gabriela Mistral para incluir esta memoria en el repositorio digital de la universidad, con el fin de diseminarlo, almacenarlo y preservarlo, quedando disponible en texto completo y de libre acceso.

#### A considerar para la autorización de publicación de memorias en el repositorio digital

- Si usted como autor o autores deciden autorizar. El documento estará disponible en texto completo.
- Si usted como autor o autores deciden usar embargo. Consiste en establecer una cantidad de tiempo en que la publicación no estará en libre acceso; es una alternativa a la publicación inmediata. El tiempo de embargo consiste en 6 meses, 1 año o 2 años.
- Si usted como autor o autores deciden no autorizar. Se creará un documento con datos básicos portada, tabla de contenido y resumen (metadatos) y colocará esa información en el sitio web, tal como si fuese una referencia bibliográfica. Se indicará en el registro que el autor decidió no autorizar el acceso al documento en texto completo.

Firma de autorización por cada uno de los autores de la memoria

		
Uso de embargo	Autorización total	No autorizo

Indique período de tiempo de embargo:

6 meses \_\_\_ 1 año \_\_\_ 2 años \_\_\_

