



DEPARTAMENTO DE
INGENIERIA COMERCIAL
UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA

MBA

UNIVERSIDAD TÉCNICA
FEDERICO SANTA MARÍA



DEPARTAMENTO DE
INGENIERIA COMERCIAL
UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

Departamento de Ingeniería Comercial MBA, Magíster en Gestión Empresarial

ESTUDIO DE MERCADO Y OPORTUNIDADES COMERCIALES EN CELEBRACIONES SIMBÓLICAS A DOMICILIO EN LA REGIÓN METROPOLITANA DE CHILE

Tesina de Grado presentada por

CECILIA CORTES FERNANDOY

Como requisito para optar al grado de

MBA, Magíster en Gestión Empresarial

Guía de Tesina: Ariel Matus

Agosto de 2025



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN Y CONFIDENCIALIDAD DE MONOGRAFÍA A REPOSITORIO ACADÉMICO

1.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO ACADÉMICO

Tipo de monografía (marcar una opción): ☐ Memoria o trabajo de título; ☒ Tesis de Postgrado;

Título del trabajo: Estudio De Mercado Y Oportunidades Comerciales En Celebraciones Simbólicas A Domicilio En La Región Metropolitana De Chile

Nombre del candidato(a): Cecilia del Pilar Cortés Fernandoy

Carrera / Grado: MBA Magíster en gestión empresarial

Campus: Santiago Vitacura **Departamento:** Departamento de Ingeniería Comercial MBA, Magíster en Gestión Empresarial

2.- VALIDACIÓN DEL PROFESOR GUÍA/DIRECTOR DE TESIS

Yo, Ariel Fabián Matus Acuña, en mi calidad de profesor(a) guía/director(a) del trabajo académico mencionado anteriormente **DEJO CONSTANCIA** que:

- He revisado esta versión del documento y corresponde a la versión final aprobada del trabajo.
- El trabajo cumple con los requisitos académicos y de formato establecidos por la institución

3.- EVALUACIÓN DE CONFIDENCIALIDAD POR PROPIEDAD INDUSTRIAL

☒ El trabajo **NO contiene información que amerite confidencialidad** y puede ser publicado de inmediato en repositorio con acceso abierto.

☐ El trabajo **CONTIENE** información con potenciales implicancias de propiedad industrial o intelectual y requiere un periodo de confidencialidad (embargo) por:

☐ 6 meses; ☐ 12 meses; ☐ 2 años; ☐ 3 años; ☐ 5 años; ☐ 10 años

Fundamentación de la necesidad de confidencialidad (obligatorio si se solicita embargo):

4.- FIRMAS

Profesor(a) guía o director(a) de memoria o tesis:

Fecha: 13/08/2025

; Firma:

Estudiante o Candidato(a):

Fecha: 13/08/2025

; Firma:



**TITULO DE TESINA: “ESTUDIO DE MERCADO Y OPORTUNIDADES COMERCIALES EN
CELEBRACIONES SIMBÓLICAS A DOMICILIO EN LA REGIÓN METROPOLITANA DE CHILE”**

AUTOR: CECILIA DEL PILAR CORTES FERNANDOY

TRABAJO DE TESINA, presentando en cumplimiento parcial de los requisitos para el Grado de MBA, Magíster en Gestión Empresarial de la Universidad Técnica Federico Santa María.

OBSERVACIONES:

COMISIÓN DE TESINA:

Santiago, Agosto 2025

Todo el contenido, análisis, conclusiones y opiniones vertidas en este estudio son de mi exclusiva responsabilidad.

Nombre: CECILIA CORTÉS FERNANDOY

Fecha:

DEDICATORIA

A la persona que ilumino mi vida, mi hija, Isabella y a mis tres angelitos

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a un grupo de profesionales que han dejado una huella profunda en mi vida.

A María Concepción, por su confianza incondicional en mí, por alentarme siempre a seguir adelante con mis estudios.

A Yasna Aravena, Diego Flores y Arturo Morales, por su calidad humana, su constante preocupación y su invaluable disposición para acompañarme en esta parte del camino.

A los profesores y profesoras de la universidad, quienes, con su guía, conocimientos y compromiso, hicieron posible este proceso de aprendizaje.

Y, de manera muy especial, a mi hija Isabella, por estar siempre presente, alentándome, confiando en mí y acompañándome con amor en cada nuevo proyecto que decido emprender.

RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesina evalúa la viabilidad comercial y el potencial de un emprendimiento dedicado a la oferta de ceremonias y rituales simbólicos personalizados a domicilio en la Región Metropolitana de Chile. El estudio se fundamenta en la creciente demanda de los consumidores contemporáneos por experiencias significativas y personalizadas, que trasciendan los formatos de celebración tradicionales y se alineen con su búsqueda de autenticidad y bienestar.

El objetivo general de esta investigación fue analizar la oportunidad de negocio de este servicio. Para ello, se llevó a cabo una investigación de mercado cualitativa y cuantitativa para identificar las necesidades del público objetivo y su disposición a pagar. La investigación incluye un análisis del entorno macroeconómico mediante la herramienta PESTEL, y una evaluación del entorno competitivo, identificando oportunidades en un mercado con alta informalidad y escasa profesionalización.

Posteriormente, se diseñó una propuesta de valor y un modelo de negocio utilizando el Business Model Canvas, y se proyectó su viabilidad financiera a través del cálculo del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), incluyendo un análisis de sensibilidad.

Los hallazgos clave de la investigación validan la existencia de un nicho de mercado desatendido, compuesto principalmente por mujeres de 30 a 50 años con ingresos medios a altos, que muestran un gran interés y una alta disposición a pagar por servicios a domicilio que les permitan conmemorar sus hitos vitales de manera íntima y significativa. El análisis financiero corroboró la solidez del modelo de negocio, arrojando un VAN positivo y una TIR atractiva, lo que demuestra la viabilidad y rentabilidad del proyecto bajo las proyecciones realizadas.

En términos financieros, se proyectó una inversión inicial de \$1.357.000. Los flujos de caja fueron modelados considerando costos fijos y variables, estimando ingresos anuales por \$30.400.000. Se calcularon los indicadores de evaluación financiera bajo distintos escenarios de tasa de descuento (10%, 15%, 20%, 30% y 40%), resultando en VAN positivos en todos los casos, lo que valida la

rentabilidad del proyecto. A modo de ejemplo, el VAN con una tasa de descuento del 10% asciende a \$1.372.36, lo que indica que los beneficios futuros descontados superan la inversión inicial.

En cuanto al marketing, la estrategia se basa en un posicionamiento emocional de marca, marketing de contenidos, alianzas estratégicas y redes sociales. Se proponen acciones concretas para los primeros tres meses, incluyendo el desarrollo de la página web, campañas de visibilidad digital, generación de contenido y activación de redes de colaboración.

En conclusión, el emprendimiento de ceremonias simbólicas a domicilio no solo satisface una demanda latente en el mercado, sino que también presenta un modelo de negocio económicamente viable y con un notable potencial de escalabilidad. Se recomienda enfocar los esfuerzos en una estrategia de marketing digital segmentada, fortalecer la marca personal para generar confianza, y explorar alianzas estratégicas con profesionales y centros de bienestar. Finalmente, se sugiere la realización de futuras investigaciones sobre la elasticidad precio de la demanda y la posible expansión geográfica para optimizar aún más el crecimiento del negocio.

Palabras claves: Emprendimiento, celebraciones simbólicas, servicio a domicilio, oportunidad comercial

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO	7
TABLA DE CONTENIDOS	9
INDICE DE TABLAS	11
INDICE DE IMÁGENES.....	11
INTRODUCCIÓN	12
PRESENTACIÓN DEL TEMA.....	12
JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	13
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	14
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	15
ALCANCE DEL ESTUDIO	16
ESTRUCTURA DE LA TESINA.....	16
MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	18
GESTIÓN DE PROYECTOS Y EVALUACIÓN DE INVERSIONES	18
ESTUDIOS DE MERCADO Y ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES	21
BUSINESS MODEL CANVAS.....	22
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	24
ENFOQUE Y TIPO DE INVESTIGACIÓN	24
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	25
DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	26
PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	27
ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL MERCADO.....	29
ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO (PESTEL).....	29
ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR POTENCIAL (RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO)	32
ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA COMPETENCIA.....	37
ANÁLISIS FODA.....	39
PROPUESTA DE VALOR, PORTAFOLIO DE SERVICIOS Y MODELO DE NEGOCIO.....	41
PROPUESTA DE VALOR DETALLADA.....	41
DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS	43

MODELO DE NEGOCIO (BUSINESS MODEL CANVAS)	44
ESTRATEGIAS DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN	48
PLAN DE LANZAMIENTO E HITOS CLAVE DE LOS 3 PRIMEROS MESES.....	49
PROYECCIÓN FINANCIERA Y EVALUACIÓN DE LA OPORTUNIDAD COMERCIAL	51
SUPUESTOS DE PROYECCIÓN	51
ESTIMACIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL.....	52
PROYECCIÓN DE INGRESOS Y COSTOS OPERACIONAL.....	53
PROYECCIÓN DE FLUJOS DE CAJA NETOS	55
EVALUACIÓN FINANCIERA: VAN Y TIR.....	55
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL VAN	56
CONCLUSIÓN DEL PLAN FINANCIERA	57
ESCALAMIENTO DEL NEGOCIO	59
ESCENARIOS DE CRECIMIENTO EN VENTAS.....	59
INCORPORACIÓN DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.....	60
PRODUCTOS ADICIONALES.....	62
INCORPORACIÓN FACILITADORES DE CEREMONIAS.....	64
PROYECCIÓN DE FLUJO DE CAJA CON ESCALAMIENTO	65
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	68
CONCLUSIONES GENERALES	68
OPORTUNIDADES COMERCIALES IDENTIFICADAS.....	70
LIMITACIONES DEL ESTUDIO.....	71
RECOMENDACIONES PARA EL EMPRENDIMIENTO	71
FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: PARA COMPLEMENTAR ESTE ESTUDIO Y EXPLORAR EL POTENCIAL DE CRECIMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO, SE SUGIEREN LAS SIGUIENTES LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURAS	73
ANEXOS	74
ANEXO N°1: ENTREVISTA APLICADA	74
ANEXO N°2: ENCUESTA DE MERCADO PARA CELEBRACIONES SIMBÓLICAS PERSONALIZADAS.....	76
REFERENCIAS	78

INDICE DE TABLAS

TABLA 1 <i>INVERSIÓN INICIAL</i>	52
TABLA 2 <i>PROYECCIÓN DE EVENTOS PARA EL PRIMER AÑO</i>	53
TABLA 3 <i>VENTAS ANUALES</i>	54
TABLA 4 <i>COSTOS FIJOS MENSUALES Y ANUALES</i>	54
TABLA 5 <i>COSTOS VARIABLES</i>	54
TABLA 6 <i>HONORARIOS PERSONAL EXTERNO</i>	55
TABLA 7: <i>RESULTADOS VAN Y TIR</i>	56
TABLA 8: <i>RESULTADO DEL ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL VAN</i>	57
TABLA 9 <i>PROYECCIÓN EN NÚMERO DE EVENTOS</i>	59
TABLA 10 <i>PROYECCIÓN EVENTOS EN UN ESCENARIO MODERADO</i>	61
TABLA 11 <i>PROYECCIÓN DE EVENTOS EN UN ESCENARIO OPTIMISTA</i>	61
TABLA 12 <i>INGRESOS PARA UN ESCENARIO OPTIMISTA</i>	61
TABLA 13 <i>PRECIOS PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS</i>	62
TABLA 14 <i>INGRESOS PROYECTADOS POR PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS AÑO 2</i>	63
TABLA 15 <i>INGRESOS PROYECTADOS POR PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS AÑO 3</i>	63
TABLA 16 <i>INGRESOS PROYECTADOS POR PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS AÑO 4</i>	63
TABLA 17 <i>INGRESOS PROYECTADOS POR PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS AÑO 5</i>	64
TABLA 18 <i>CONTRATACIÓN EN ESCENARIO OPTIMISTA</i>	64
TABLA 19 <i>SUELDO DE LA FUNDADORA</i>	65
TABLA 20 <i>PROYECCIÓN DE FLUJOS DE CAJAS EN UN ESCENARIO OPTIMISTA</i>	66
TABLA 21: <i>VAN Y TIR</i>	66

INDICE DE IMÁGENES

IMAGEN 1: <i>FORMULA DEL VAN</i>	19
IMAGEN 2: <i>NIVEL DE CONOCIMIENTO EN CEREMONIAS SIMBÓLICAS</i>	33
IMAGEN 3: <i>DISPOSICIÓN A CONMEMORAR HITOS PERSONALIZADOS</i>	34
IMAGEN 4: <i>DISPOSICIÓN DE PAGO DE LAS MUJERES</i>	35
IMAGEN 5: <i>DISPOSICIÓN DE PAGO DE LOS HOMBRES</i>	36
IMAGEN 6: <i>MATRIZ FODA</i>	39
IMAGEN 7 <i>MODELO CANVAS</i>	44
IMAGEN 8: <i>CARTA GANTT</i>	50

INTRODUCCIÓN

Presentación del Tema

La sociedad contemporánea se encuentra en una constante evolución, redefiniendo la manera en que las personas conmemoran sus hitos y transiciones vitales. A lo largo de la historia, las culturas han recurrido a rituales y ceremonias para marcar eventos significativos, desde uniones matrimoniales hasta despedidas de algún ser querido. Si bien las formas de celebración han mutado a través de los siglos, la esencia de buscar un sentido y una conexión profunda en estos momentos persiste. En la actualidad, esta búsqueda se ha traducido en una creciente demanda por experiencias personalizadas y significativas, trascendiendo la mera ostentación para centrarse en el valor emocional y simbólico de cada evento.

Dentro de esta tendencia global, el sector de eventos y celebraciones ha sido testigo de un cambio paradigmático. Las personas ya no se conforman con formatos preestablecidos; anhelan vivencias que se alineen con sus valores, creencias e intereses más íntimos. Es en este contexto que los rituales o celebraciones simbólicas han ganado atracción. Inspiradas a menudo en prácticas ancestrales, estas ceremonias ofrecen una oportunidad única para conectar con la naturaleza, el yo interior y los seres queridos, marcando momentos importantes de la vida de una manera espiritual, personalizada y profundamente resonante. Un ejemplo claro es la creciente popularidad de los matrimonios simbólicos o los ritos de cierre de año, donde se busca una renovación de energías y una intención consciente para un nuevo periodo, a través de peticiones, ofrendas y buenos deseos.

El presente estudio se enmarca en la evaluación de la viabilidad de un innovador emprendimiento enfocado en ofrecer celebraciones simbólicas a domicilio en la RM de Chile.

Este modelo de negocio se distingue por llevar la experiencia ceremonial directamente al espacio de elección del cliente, ya sea su hogar o un lugar significativo, eliminando la necesidad de costosos arriendos de locaciones y garantizando una flexibilidad y personalización sin precedentes. Esta propuesta aspira a

llenar una brecha en el mercado chileno, proporcionando una alternativa íntima, auténtica y profundamente conectiva frente a las opciones de celebración más tradicionales y masificadas, permitiendo que la o él celebrado conmemore sus hitos de vida de una manera que realmente refleje su esencia y propósito.

Justificación del Estudio

La relevancia de investigar la oportunidad comercial de un servicio de "Celebraciones simbólicas a domicilio", radica en la confluencia de diversas tendencias de mercado y socioculturales que apuntan hacia una demanda insatisfecha y un potencial de crecimiento significativo.

En primer lugar, existe una clara tendencia hacia la personalización de eventos. Los consumidores de hoy buscan experiencias únicas y a medida, que se alejen de los moldes convencionales y reflejen su identidad y sus deseos específicos. Esta búsqueda de singularidad impulsa la demanda de servicios que puedan ser adaptados en cada detalle, desde la temática hasta la ejecución.

En segundo lugar, la creciente conciencia sobre el bienestar y la espiritualidad (en un sentido amplio y a menudo laico) ha permeado diversas facetas de la vida cotidiana. Las personas están cada vez más interesadas en prácticas que promuevan la conexión personal, el equilibrio emocional y la autenticidad. Las celebraciones simbólicas, al ofrecer un espacio para la reflexión, la gratitud y la intención, se alinean directamente con esta búsqueda de significado y propósito. Ejemplos de estas tendencias se observan en diversas esferas, desde la creciente popularidad de rituales de bienestar y conexión en espacios de retiro, hasta la oferta de ceremonias de unión o renovación de votos en destinos turísticos o resorts que, tradicionalmente, se enfocaban solo en el ocio. Esto evidencia un cambio cultural donde la búsqueda de experiencias con profundo significado ha trascendido los formatos convencionales.

El Monitor Global de la Economía del Bienestar 2024, revela que la economía del bienestar alcanzó un nuevo máximo de 6,3 billones de dólares en 2023 y se proyecta que crezca a casi 9

billones de dólares para 2028. Este informe contiene abundante información que captura el crecimiento y las tendencias de la economía global del bienestar y sus 11 sectores entre 2019 y 2023, con proyecciones a cinco años (Global Wellness, 2024).

En tercer lugar, la conveniencia y la preferencia por servicios a domicilio se han consolidado como un pilar en la economía moderna, impulsada por cambios en los estilos de vida y la digitalización. La posibilidad de recibir una experiencia de alta calidad en la comodidad del hogar elimina barreras logísticas, reduce el estrés asociado a la organización de eventos y permite que la celebración se desarrolle en un entorno íntimo y familiar, lo que es especialmente valioso para ceremonias de carácter simbólico.

Finalmente, el mercado de eventos y celebraciones en Chile, particularmente en la Región Metropolitana, presenta una oportunidad para la formalización y profesionalización de servicios de nicho. Si bien pueden existir iniciativas informales que ofrecen ceremonias personalizadas, la propuesta de un emprendimiento estructurado, que garantice calidad, profesionalismo y un enfoque integral en la experiencia del cliente, tiene el potencial de captar un segmento de mercado desatendido y construir una marca sólida y diferenciada. La eliminación de costos fijos asociados al arriendo de un espacio físico, inherente al modelo a domicilio, contribuye a la optimización de la estructura de costos y a la competitividad del servicio.

Por lo tanto, este estudio no solo aborda un fenómeno sociocultural relevante, sino que también evalúa una prometedora oportunidad comercial, proporcionando un análisis de mercado y una proyección financiera que sustentan la viabilidad de un modelo de negocio innovador y alineado con las tendencias del consumidor actual.

Pregunta de Investigación

Considerando el contexto actual del mercado de eventos y las tendencias socioculturales, la presente investigación busca responder a las siguientes preguntas fundamentales:

¿Existe una oportunidad comercial viable y rentable para un emprendimiento, que ofrezca servicios de celebraciones simbólicas personalizadas a domicilio en la RM de Chile?, y ¿Cuáles son las condiciones de mercado y proyecciones financieras que respaldan dicha viabilidad?

Objetivos de la Investigación

Para dar respuesta a la pregunta de investigación planteada, se establecen los siguientes objetivos

Objetivo General

Evaluar la viabilidad de un emprendimiento de celebraciones simbólicas personalizadas a domicilio en la Región Metropolitana de Chile, a través de un exhaustivo estudio de mercado y un análisis de factibilidad financiera.

Objetivos Específicos

OE1: Analizar el macro entorno (político, económico, socio-cultural, tecnológico, ambiental y legal) que influye en el mercado de eventos y celebraciones en la RM de Chile.

OE2: Identificar y caracterizar el perfil del consumidor potencial de servicios de ceremonias simbólicas a domicilio, considerando sus características sociodemográficas, motivaciones, preferencias y disposición de pago.

OE3: Explorar y definir un portafolio preliminar de ideas de ceremonias simbólicas, basado en las tendencias del mercado y las preferencias de los consumidores, que permita evaluar su atractivo y diferenciación frente a la competencia.

OE4: Proponer un modelo de negocio y diseñar una propuesta de estrategias de marketing y comercialización para el emprendimiento de celebraciones simbólicas a domicilio.

OE5: Proyectar los flujos de caja del emprendimiento y calcular los indicadores de rentabilidad Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno para determinar su viabilidad financiera.

Alcance del Estudio

El presente estudio se delimita bajo los siguientes parámetros

Geográfico: La investigación se centrará exclusivamente en el mercado de la Región Metropolitana de Chile, dada su densidad poblacional y su dinamismo económico, lo que la convierte en un mercado potencial atractivo para el servicio propuesto.

Sectorial: El estudio se enfoca en el nicho de los servicios de organización y facilitación de "celebraciones simbólicas a domicilio". No se abordará la industria de eventos masivos o corporativos.

Temporal: La investigación de mercado se basa en datos y tendencias actuales (2023-2025). Las proyecciones financieras se realizarán con un horizonte de evaluación de cinco años, lo que permite una perspectiva a mediano plazo de la viabilidad del emprendimiento.

Metodológico: Se empleará una metodología mixta, combinando enfoques cualitativos (entrevistas en profundidad) y cuantitativos (encuestas) para obtener una comprensión integral del mercado y sus oportunidades.

Estructura de la Tesina

La presente tesina se ha estructurado en los siguientes capítulos para abordar de manera sistemática los objetivos planteados:

Capítulo 1: Introducción, presenta el tema, justifica el estudio, define las preguntas de investigación, los objetivos y el alcance del trabajo.

Capítulo 2: Marco Teórico y Conceptual, establece las bases teóricas y las herramientas conceptuales clave utilizadas en el estudio, como el análisis de mercado PESTE, el modelo de negocio (Business Model Canvas), y la evaluación financiera de proyectos (VAN, TIR).

Capítulo 3: Metodología de la Investigación, detalla el diseño metodológico, las fuentes de información, los instrumentos de recolección de datos y los procedimientos de análisis empleados.

Capítulo 4: Análisis del Entorno y del Mercado, presenta los resultados del estudio de mercado, incluyendo el análisis PESTEL del macro entorno, la caracterización del consumidor potencial y la evaluación de la competencia.

Capítulo 5: Propuesta de Valor, Portafolio de Servicios y Modelo de Negocio, este capítulo desarrolla la propuesta de valor del servicio, alineándose con la caracterización del perfil del consumidor y las ideas de celebraciones. Describe el portafolio preliminar de ceremonias simbólicas y articula el modelo de negocio a través del Business Model Canvas, junto con las estrategias de marketing y lanzamiento para cada oferta.

Capítulo 6: Proyección Financiera y Evaluación de la Oportunidad Comercial, detalla los supuestos financieros, presenta las proyecciones de inversión, ingresos, costos, y calcula los indicadores de rentabilidad (VAN y TIR), incluyendo un análisis de sensibilidad.

Capítulo 7: Escalamiento Del Negocio, hace referencia a las nuevas oportunidades de negocios que tiene el emprendimiento, enfocándose es la creación de nuevos servicios, y añadir productos para complementar la experiencia del cliente. Mediante los supuestos financieros, se entregan nuevos indicadores de rentabilidad.

Capítulo 8: Conclusiones y Recomendaciones, Resume los principales hallazgos, responde a la pregunta de investigación, identifica las oportunidades comerciales claves y propone recomendaciones para el emprendimiento y futuras líneas de investigación.

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

El presente capítulo tiene como objetivo establecer el fundamento teórico que sustenta la investigación sobre la viabilidad de un emprendimiento de celebraciones simbólicas a domicilio. Para ello, se abordarán conceptos clave relacionados con la gestión de proyectos, la evaluación de inversiones, el estudio de mercados, el análisis estratégico del entorno, los modelos de negocio y las tendencias específicas del sector de eventos y servicios a domicilio.

Gestión de Proyectos y Evaluación de Inversiones

La concepción y el desarrollo de un nuevo servicio o emprendimiento se enmarcan dentro de la disciplina de la gestión de proyectos, que puede definirse como “un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único” (Bolaños & Vallejo, 2025.p.11). En este contexto, el emprendimiento propuesto se considera un proyecto de inversión, ya que implica la asignación de recursos con la expectativa de generar beneficios futuros.

La evaluación de proyectos de inversión es un proceso fundamental que permite determinar la conveniencia financiera y económica de asignar capital a una iniciativa. Su propósito es analizar si los beneficios esperados superan los costos asociados, considerando el valor del dinero en el tiempo y el riesgo inherente a la inversión. (Gitman, 2015. P.88)

Para ello, se recurre a diversas herramientas e indicadores financieros, siendo los más relevantes para este estudio el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno.

Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) es una herramienta clave en la evaluación de proyectos, ya que permite estimar si una inversión generará valor, calculando la diferencia entre los ingresos esperados y los egresos, ambos actualizados al valor presente mediante una tasa de descuento que refleja el costo de oportunidad del capital. (Ross, Westerfield, & Jordan, 2018, p.276)

Imagen 1:

Formula del VAN

$$VAN = -I_0 + \sum_{n=1}^N C \frac{C}{(1+r)^n} = 0$$

I_0 = Inversión inicial

C_n = Flujo de caja o de beneficios por la inversión en cada periodo

N = Número total de periodos

n = Año en el que van obtenido los beneficios de cada periodo

r = TIR

Nota. Adaptado de Upbizer S.L. (Upbizer S.L., 2025)

Si el VAN es positivo, indica que el proyecto no solo recupera la inversión realizada, sino que además genera una rentabilidad adicional superior al costo de oportunidad del capital (la tasa de descuento). Por lo tanto, un VAN positivo implica que el proyecto es financieramente viable, crea valor para los inversionistas y debería ser aceptado. En cambio, un VAN negativo señala que el proyecto destruiría valor, ya que los ingresos proyectados no compensan adecuadamente la inversión y el riesgo asumido. (Ross, Westerfield, & Jordan, 2018. P.276)

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno es una medida que permite expresar la rentabilidad de un proyecto como un porcentaje, lo cual facilita su interpretación y comparación directa con la tasa mínima de rendimiento exigida por los inversores o el costo de capital. Esta característica la convierte en una herramienta para tomar decisiones de inversión, especialmente al evaluar alternativas de forma relativa. (Ross, Westerfield, & Jordan, Fundamentals of Corporate Finance, 2019. P.294)

Si la TIR es mayor la tasa de rendimiento exigida, el proyecto es rentable y su rendimiento es superior al costo de capital, recomendándose aceptar el proyecto.

Si la TIR es menos a tasa de rendimiento, el proyecto no es rentable, ya que su rendimiento es inferior al costo de capital. En conclusión se recomienda rechazar el proyecto.

Si la TIR es igual a la tasa de retorno, el proyecto no tiene ganancias, ni pérdida.

Tasa de Descuento y Costo de Oportunidad para Emprendimientos

La tasa de descuento (r) es un componente crítico en la evaluación del VAN, ya que representa el costo de oportunidad del capital invertido en el proyecto. Es el rendimiento mínimo exigido por los inversores para justificar la asunción del riesgo asociado a la inversión. (Brealey, Myers, & Allen, 2010)

Para emprendimientos sin una estructura de capital compleja, es decir, sin deuda externa significativa, sin bonos emitidos y sin acciones cotizadas en la bolsa, como es el caso de este estudio, el cálculo del Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) en su forma tradicional no es directamente aplicable. En estos escenarios, la tasa de descuento se aproxima al costo del capital propio o al costo de oportunidad del inversor/fundador.

Este costo de oportunidad refleja el rendimiento que los inversores (en el presente estudio, los fundadores o inversionistas iniciales) podrían obtener si invirtieran su capital en una alternativa de riesgo comparable. Dada la alta incertidumbre y el riesgo inherente a los emprendimientos en fase inicial, esta tasa suele ser considerablemente más elevada que el costo de capital de una empresa establecida y diversificada. Por lo tanto, la tasa de descuento utilizada para este proyecto se definirá como la tasa de retorno mínima exigida por los inversionistas para compensar el riesgo asumido y el valor del tiempo de su capital, reflejando las expectativas del mercado de capitales para inversiones de alto riesgo.

Estudios de Mercado y Análisis de Oportunidades

Un estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección, análisis e interpretación de información sobre clientes, competidores y el entorno de un mercado específico (Malhotra, 2015). Su objetivo principal es comprender las necesidades y deseos de los consumidores, evaluar el tamaño y las características del mercado, e identificar oportunidades y amenazas para un producto o servicio.

Herramientas de Análisis Estratégico del Entorno: PESTEL

El análisis PESTEL (Político, Económico, Sociocultural, Tecnológico, Ecológico y Legal) constituye un marco de planificación estratégica esencial para evaluar los factores macro ambientales externos, que pueden incidir en el funcionamiento y las oportunidades de una organización o proyecto. Este enfoque permite identificar tendencias y dinámicas a gran escala que influyen en múltiples sectores y facilitan la toma de decisiones informadas. (Johnson, Whittington, Scholes, & Angwin, 2017 p.33)

Estos factores son cruciales, ya que están fuera del control directo de la empresa, pero pueden generar oportunidades o amenazas significativas.

Factores Políticos: Incluyen políticas gubernamentales, regulaciones, estabilidad política, leyes laborales, fiscales y comerciales, aranceles y subsidios. Pueden impactar directamente la facilidad para operar, los costos o el acceso al mercado.

Factores Económicos: Comprenden tasas de interés, inflación, tipos de cambio, crecimiento económico, niveles de desempleo, poder adquisitivo de los consumidores y ciclos económicos. Afectan la demanda de productos/servicios y los costos operativos.

Factores Socio-culturales: Se refieren a la demografía de la población, estilos de vida, valores culturales, actitudes, creencias religiosas, niveles de educación y tendencias sociales. Son determinantes para entender las preferencias de los consumidores y la aceptación del

producto/servicio. Para un emprendimiento de celebraciones simbólicas, este factor es de suma importancia.

Factores Tecnológicos: Engloban la tasa de innovación, avances tecnológicos, automatización, investigación y desarrollo, así como la infraestructura tecnológica existente. Pueden influir en la eficiencia operativa, los canales de marketing y la oferta de servicios.

Factores Ecológicos/Ambientales: Consideran las regulaciones ambientales, la escasez de recursos, la conciencia ecológica, el cambio climático y las prácticas de sostenibilidad. Son cada vez más relevantes para la reputación corporativa y las preferencias del consumidor.

Factores Legales: Incluyen leyes de protección al consumidor, leyes antimonopolio, normativas de salud y seguridad, y leyes de propiedad intelectual. Son esenciales para garantizar la operación dentro del marco legal.

Análisis de la Competencia

El análisis de competencia implica identificar tanto a los competidores actuales como a los potenciales, y evaluar sus fortalezas, debilidades, estrategias y capacidades operativas. Este enfoque estratégico ayuda a prever movimientos del mercado y a anticipar reacciones competitivas. (Porter, 1980). Se pueden distinguir:

Competidores Directos: Ofrecen productos o servicios similares al mismo segmento de mercado.

Competidores Indirectos: Ofrecen productos o servicios diferentes que satisfacen la misma necesidad del cliente.

Competidores Potenciales: Empresas que podrían ingresar al mercado en el futuro.

Business Model Canvas

El Business Model Canvas (BMC), es una herramienta de gestión estratégica que permite describir, diseñar, desafiar e inventar modelos de negocio de forma visual y estructurada. Se compone de nueve bloques interconectados que cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes,

oferta, infraestructura y viabilidad financiera. (Osterwalder & Pigneur, Generación de Modelos de Negocio, 2011). Los nueve bloques son:

Segmentos de Clientes: Define los diferentes grupos de personas u organizaciones a los que una empresa se dirige y sirve.

Propuesta de Valor: Describe el conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento de clientes específico.

Canales: Explica cómo una empresa se comunica y llega a sus segmentos de clientes para entregar una propuesta de valor.

Relaciones con Clientes: Describe el tipo de relación que una empresa establece con sus segmentos de clientes específicos.

Fuentes de Ingresos: Representa el efectivo que una empresa genera de cada segmento de clientes.

Recursos Clave: Describe los activos más importantes necesarios para que un modelo de negocio funcione.

Actividades Clave: Detalla las acciones más importantes que una empresa debe realizar para operar con éxito.

Socios Clave: Describe la red de proveedores y socios que hacen que el modelo de negocio funcione.

Estructura de Costos: Describe todos los costos incurridos para operar un modelo de negocio.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente capítulo detalla el enfoque, tipo y diseño de la investigación realizada, así como las técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos. El objetivo es ofrecer una comprensión clara y transparente de los procedimientos metodológicos empleados para alcanzar los objetivos propuestos en el Capítulo 1 y garantizar la validez y confiabilidad de los hallazgos.

Enfoque y Tipo de Investigación

En la investigación se adoptó un enfoque mixto, combinando elementos cualitativos y cuantitativos. Esta aproximación permite una comprensión integral del fenómeno en estudio. El componente cualitativo facilitó la exploración en profundidad de las percepciones, necesidades y motivaciones intrínsecas de los consumidores potenciales y expertos, aspectos difíciles de cuantificar. El componente cuantitativo, por su parte, permitió medir la magnitud del interés, la disposición a pagar y las preferencias generales del mercado, aportando datos estadísticamente representativos y generalizables a la muestra estudiada. En cuanto al tipo de investigación, se clasificó como:

Exploratoria: Inicialmente, dado que el nicho de "celebraciones simbólicas a domicilio" no es un segmento ampliamente estudiado en el contexto chileno, la investigación comenzó con una fase exploratoria (principalmente a través de entrevistas) para identificar tendencias emergentes, comprender la naturaleza del fenómeno y definir las variables relevantes.

Descriptiva: Una vez identificadas las variables y características clave, el estudio avanzó hacia una fase descriptiva. Esto implicó la caracterización del mercado potencial (demografía, preferencias, hábitos), la oferta existente y la competencia. Su objetivo fue describir las propiedades y características del público objetivo y del entorno de mercado.

Aplicada: La naturaleza del estudio es aplicada, ya que busca generar conocimiento útil y práctico para la resolución de un problema concreto, determinar la viabilidad de un nuevo modelo de negocio.

Los resultados obtenidos buscan ser directamente aplicables a la toma de decisiones estratégicas para el emprendimiento propuesto.

Fuentes de Información

Para la recolección de datos, se utilizaron fuentes de informaciones primarias y secundarias

Fuentes Primarias

La información primaria fue obtenida directamente de los participantes del estudio a través de entrevistas y encuestas.

Entrevistas Semi-estructuradas: Se realizaron 20 entrevistas semi-estructuradas a individuos seleccionados por su perfil relevante, potenciales consumidores que expresaron interés en experiencias personalizadas, el bienestar o servicios a domicilio. Se buscó una diversidad en la muestra cualitativa para obtener distintas perspectivas, con el objetivo de explorar en profundidad las percepciones sobre las celebraciones simbólicas. Identificar las necesidades no satisfechas en el mercado actual, comprender el valor que las personas otorgan a la personalización y la intimidad en los eventos, y recoger opiniones sobre la propuesta de un servicio a domicilio.

Se utilizó un guion de entrevista semi-estructurado (ver Anexo 1), que permitió abordar temas clave predefinidos, mientras se mantenía la flexibilidad para explorar nuevas ideas emergentes durante la conversación. Las entrevistas fueron grabadas (con consentimiento previo) y posteriormente transcritas para su análisis.

Encuestas Cuantitativas: Se administró una encuesta a una muestra de 150 personas, residentes en la Región Metropolitana de Chile. Los participantes fueron seleccionados mediante un muestreo no probabilístico, buscando una diversidad demográfica dentro de las limitaciones de tiempo y recursos. El propósito de la encuesta fue cuantificar el nivel de interés en las celebraciones simbólicas a domicilio, identificar las características demográficas de los interesados, determinar su disposición a

pagar por el servicio, y comprender sus preferencias en cuanto a tipos de eventos y elementos de personalización.

Se diseñó un cuestionario estructurado (ver Anexo 2) compuesto por preguntas cerradas y de opción múltiple, así como escalas de Likert para medir niveles de acuerdo o interés. El cuestionario fue administrado de forma online utilizando plataformas digitales para facilitar la recolección de datos de manera eficiente.

Fuentes Secundarias:

La información secundaria fue recolectada de diversas fuentes existentes para contextualizar el estudio y complementar los datos primarios, estudios de mercado y reportes de la industria de eventos, bienestar y servicios a domicilio, tanto a nivel nacional como internacional (ej., Global Wellness Instituto, consultoras especializadas), artículos académicos, y publicaciones especializadas relacionadas con la gestión de emprendimientos, modelos de negocio, marketing y evaluación de proyectos de inversión. Información pública de competidores identificados (sitios web, redes sociales, noticias).

Diseño de los Instrumentos de Recolección de Datos

La elaboración de los instrumentos de recolección de datos se realizó cuidadosamente para asegurar la validez y confiabilidad de la información obtenida:

El guion (Anexo 1) se estructuró en bloques temáticos que abordaron:

- Percepción general sobre celebraciones y rituales
- Experiencias previas con eventos personalizados
- Interés y comprensión de las celebraciones simbólicas
- Motivaciones para conmemorar hitos vitales
- Expectativas sobre un servicio a domicilio (comodidad, intimidad)
- Disposición a pagar y factores de influencia en el precio

- Sugerencias de mejora y personalización del servicio
- Preguntas de sondeo para explorar más a fondo

El Cuestionario de Encuesta Cuantitativa (Anexo 2) fue diseñado para ser conciso y fácil de responder, incluyendo secciones como:

- Datos sociodemográficos; edad, género, comuna de residencia, nivel de ingreso del hogar, actividad actual, número de personas en el hogar.
- Conocimiento e interés; preguntas sobre si han escuchado o participado en celebraciones simbólicas.
- Preferencias del servicio; interés en la personalización, tipos de eventos deseados, elementos clave de la ceremonia (música, elementos naturales, etc.).
- Disposición a pagar; rangos de precios aceptables para el servicio base.

Se utilizó la escala de Likert para medir la intensidad de las opiniones y preguntas de opción múltiple para facilitar el análisis cuantitativo.

Procesamiento y Análisis de Datos

Una vez recolectada la información, se procesó y analizo siguiendo metodologías específicas para cada tipo de dato.

Análisis Cualitativo (Entrevistas), las grabaciones de las entrevistas fueron transcritas íntegramente. Se realizó un análisis del contenido temático, identificando patrones, categorías y conceptos emergentes a partir de las respuestas de los participantes. Se buscaron recurrencias en las opiniones, necesidades y percepciones.

Los hallazgos cualitativos permitieron enriquecer la comprensión de las motivaciones profundas de los consumidores y las particularidades del nicho de mercado.

Análisis Cuantitativo (Encuestas), los datos de las encuestas fueron depurados, codificados y tabulados. Empleando estadística descriptiva para analizar los resultados. Esto incluyó el cálculo de frecuencias, porcentajes, promedios y desviaciones estándar para cada variable del cuestionario. La información fue presentada a través de tablas y gráficos para facilitar su visualización e interpretación.

ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL MERCADO

El presente capítulo se dedica al análisis exhaustivo del entorno macro y micro que rodea la propuesta de un servicio de celebraciones simbólicas a domicilio en la RM de Chile. Se integran los hallazgos de la investigación de fuentes secundarias con los resultados de la investigación primaria (entrevistas y encuestas) para caracterizar el mercado potencial, identificar oportunidades y amenazas, y comprender la dinámica competitiva.

Análisis del Macro entorno (PESTEL)

El análisis PESTEL permite identificar y evaluar los factores externos que, si bien escapan al control directo del emprendimiento, pueden influir significativamente en su desarrollo y viabilidad.

Factores Políticos y Legales

La estabilidad política en Chile, si bien ha presentado fluctuaciones en los últimos años, tiende a un marco democrático y de respeto a la propiedad privada, lo que propicia el desarrollo empresarial. En cuanto a las regulaciones, el operar un servicio a domicilio reduce la exposición a ciertas normativas de locales comerciales (sanitarias, de aforo, de seguridad), lo que puede simplificar la burocracia inicial. Sin embargo, es fundamental considerar:

Leyes Laborales: Cumplimiento de normativas laborales chilenas para eventuales contrataciones (facilitadores, personal de apoyo), incluyendo honorarios, seguridad social y condiciones de trabajo.

Permisos Municipales: Posibles permisos o patentes comerciales asociados a la actividad de organización de eventos a domicilio o servicios personales a nivel comunal.

Protección del Consumidor: Marco legal que rige la relación con el consumidor, especialmente en servicios personalizados (Ley del Consumidor), garantizando transparencia en la oferta y resolución de posibles conflictos.

Factores Económicos

La situación económica de Chile y, específicamente, de la Región Metropolitana, impacta directamente el poder adquisitivo de los consumidores y la disposición a invertir en servicios no esenciales como las celebraciones.

Crecimiento Económico: Un crecimiento sostenido del PIB per cápita en la RM favorece el consumo de servicios de lujo o de mayor valor agregado.

Inflación y Tasas de Interés: La inflación puede afectar los costos operativos (materiales, transporte, honorarios de proveedores), mientras que las tasas de interés influirían en el costo de financiamiento si el emprendimiento buscara capital externo a futuro.

Poder Adquisitivo: El nivel de ingreso disponible de los segmentos medios y altos de la Región Metropolitana es crucial, ya que son los potenciales clientes de un servicio de valor medio-alto. El PIB de la RM el año 2024 fue de 1.83%, equivalente a \$85.941,27 miles de millones de pesos chilenos. (Banco Central, 2025)

Ciclos Económicos: En periodos de contracción económica, los servicios discrecionales como las celebraciones pueden verse afectados, requiriendo mayor flexibilidad en la oferta de precios o la búsqueda de estrategias de contención de costos.

Factores socio-culturales

Este es uno de los factores más influyentes para el éxito de un servicio de celebraciones simbólicas a domicilio, ya que aborda directamente las tendencias de consumo y los valores de la sociedad chilena.

Cambio de Paradigmas en Celebraciones: Existe una creciente aversión a las celebraciones masivas y estandarizadas en favor de la intimidad, la autenticidad y la significación. Las personas buscan experiencias que resuenen con su individualidad y valores personales.

Revalorización de la Espiritualidad Laica y el Bienestar: Hay una tendencia observable hacia la búsqueda de propósito, equilibrio emocional y prácticas de autocuidado que no necesariamente están

ligadas a dogmas religiosos tradicionales. Las ceremonias simbólicas se insertan perfectamente en este nicho, ofreciendo un espacio para la reflexión y la conexión personal en un ambiente laico.

Demografía: La RM posee una población diversa y una alta concentración de hogares con ingresos medios y altos, lo que constituye una base de clientes potencial. La composición familiar (mayor presencia de familias nucleares, pero también monoparentales o parejas sin hijos) puede influir en los tipos de celebraciones solicitadas.

Cultura de la Conveniencia: La vida moderna, especialmente en grandes ciudades, valora el ahorro de tiempo y la comodidad. Los servicios a domicilio, que eliminan la logística y el estrés de la organización, son altamente apreciados.

Valor del Vínculo Familiar y Amical: A pesar de las tendencias individualistas, en la cultura chilena se mantiene un fuerte arraigo al valor de los vínculos familiares y de amistad, lo que impulsa la realización de encuentros y celebraciones significativas.

Factores Tecnológicos

La tecnología juega un papel fundamental en la operación, marketing y comunicación del emprendimiento.

Plataformas Digitales: El acceso generalizado a internet y el uso de redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok) son cruciales para la promoción y la interacción con los clientes. Las plataformas de mensajería (WhatsApp) facilitan la comunicación directa y la personalización.

Herramientas de Gestión: Software de gestión de clientes (CRM), herramientas de diseño gráfico y de creación de contenido digital son esenciales para la eficiencia operativa y la calidad del servicio.

Medios de Pago Online: La facilidad para realizar pagos electrónicos y transferencias bancarias simplifica las transacciones con los clientes.

Factores Ecológicos/Ambientales

La creciente preocupación por la sostenibilidad y el impacto ambiental influye en las decisiones de consumo de un segmento de la población.

Preferencias por Materiales Sostenibles: Los clientes pueden valorar la utilización de elementos naturales, biodegradables o reciclables en la decoración y los materiales utilizados en las ceremonias.

Sensibilidad Ambiental: La incorporación de elementos naturales y la promoción de prácticas respetuosas con el medio ambiente en las ceremonias simbólicas pueden ser un diferenciador importante para un segmento de clientes.

Factores Legales

Los aspectos legales son cruciales para la formalización y operación ética del negocio.

Privacidad de Datos: Leyes de protección de datos personales (en Chile, la Ley N° 19.628 y su futura actualización) que rigen la recolección, uso y almacenamiento de información de clientes.

Propiedad Intelectual: Protección de los diseños de las ceremonias, guiones o materiales específicos creados por el emprendimiento.

Contratos de Servicio: La necesidad de establecer contratos claros con los clientes que especifiquen los términos del servicio, responsabilidades y políticas de cancelación.

Análisis del Consumidor Potencial (Resultados del Estudio de Mercado)

Para comprender al público objetivo, se analizaron los datos obtenidos de las encuestas cuantitativas y las entrevistas cualitativas.

Perfil Demográfico de la Muestra Encuestada

La muestra de 150 encuestados en la Región Metropolitana presentó las siguientes características demográficas:

Género: Predominio femenino, con un 72.6% de participación de mujeres frente a un 27.4% de hombres.

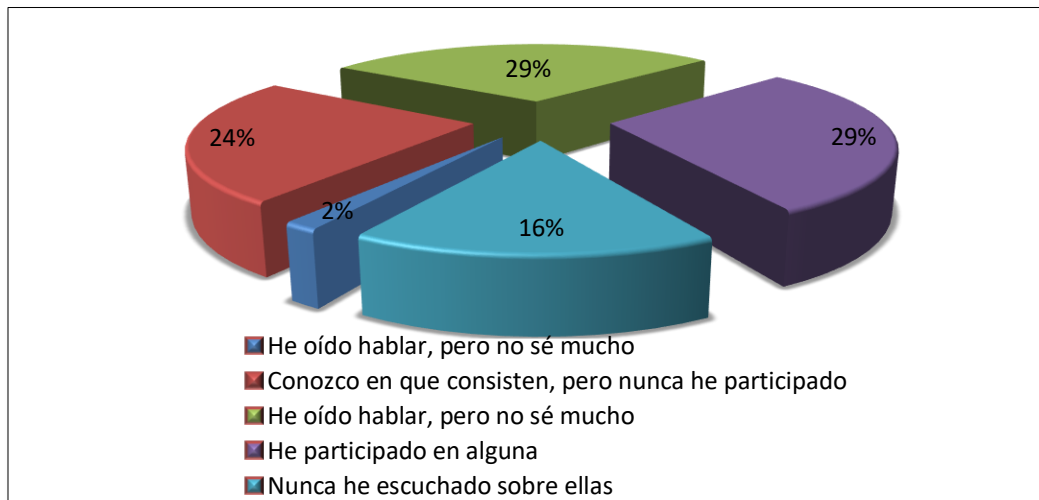
Análisis: Este dato preliminar ya sugiere que el público objetivo principal para este tipo de servicios podría ser mayoritariamente femenino, lo cual es coherente con el tipo de servicio ofrecido que apela a lo emocional y simbólico.

Interés y Percepción de las Celebraciones Simbólicas

Los resultados de las encuestas y entrevistas revelaron un interés significativo y una valoración creciente de las celebraciones simbólicas

Imagen 2:

Nivel de conocimiento en ceremonias simbólicas

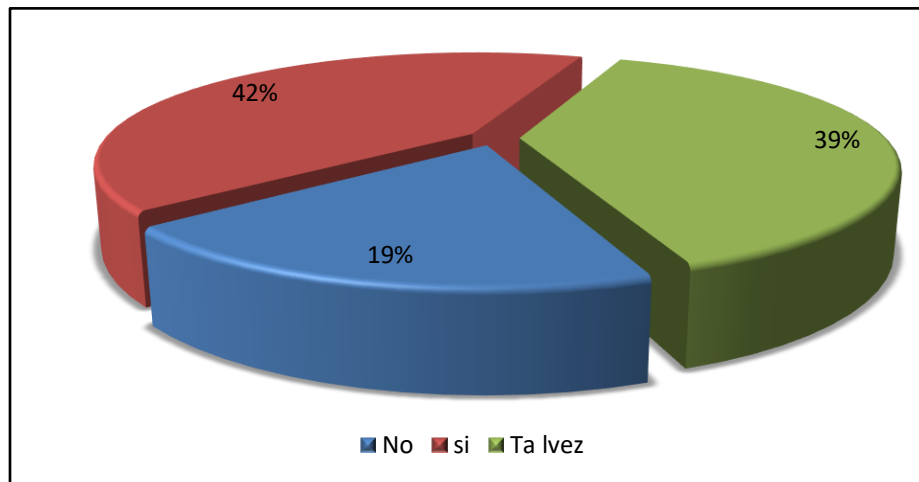


Nota. Elaboración propia

Si bien existe un porcentaje que "nunca ha escuchado", es clave el segmento que "ha oído hablar" o "conoce en qué consisten". Esto indica un mercado en fase de sensibilización que requiere educación, pero que no parte de cero.

Imagen 3:

Disposición a conmemorar hitos personalizados



Nota. Elaboración propia

Un alto porcentaje de respuestas afirmativas, es un fuerte indicador de la existencia de demanda. El 89% de las mujeres interesadas, como se menciona en el avance, es un dato muy potente que valida la hipótesis del nicho. Para los hombres, el 58.8% de interés con un 41.2% de desinterés sugiere que, si bien hay un segmento, no es tan amplio como en el público femenino.

Motivaciones y Valoración (Análisis Cualitativo - Entrevistas)

Las entrevistas confirmaron la profunda valoración de lo simbólico y la espiritualidad laica. Los participantes expresaron la necesidad de crear momentos significativos que trasciendan lo material, enfocándose en la conexión emocional y el propósito.

Se identificó una clara preferencia por la intimidad y la personalización. Los entrevistados valoran la posibilidad de adaptar la ceremonia a sus propias creencias, valores y contextos, haciendo que la experiencia sea única y auténtica.

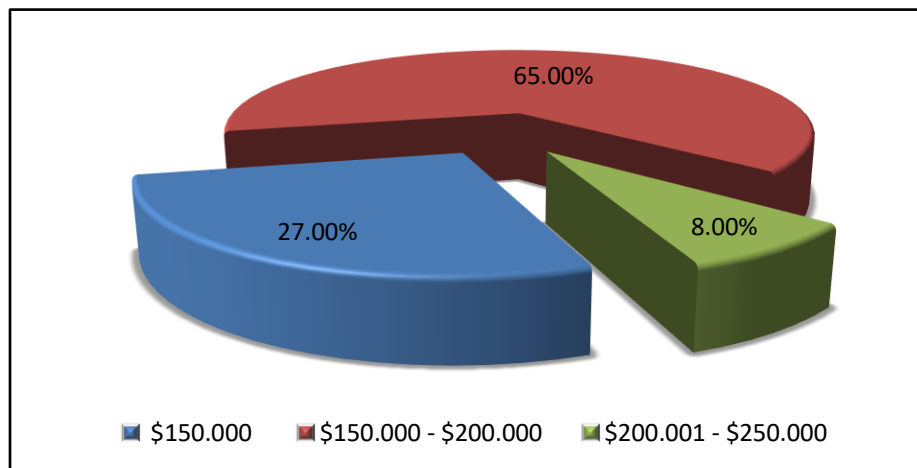
Hubo un fuerte deseo de ser protagonistas de su propia celebración, en lugar de meros espectadores. Quieren participar activamente en el diseño y desarrollo de la ceremonia, lo que refuerza la necesidad de un servicio flexible y co-creativo.

La comodidad de recibir el servicio a domicilio fue un factor altamente valorado, eliminando la logística y el estrés asociados a la búsqueda y gestión de un espacio externo.

Disposición a Pagar y Expectativas de Precio

Imagen 4:

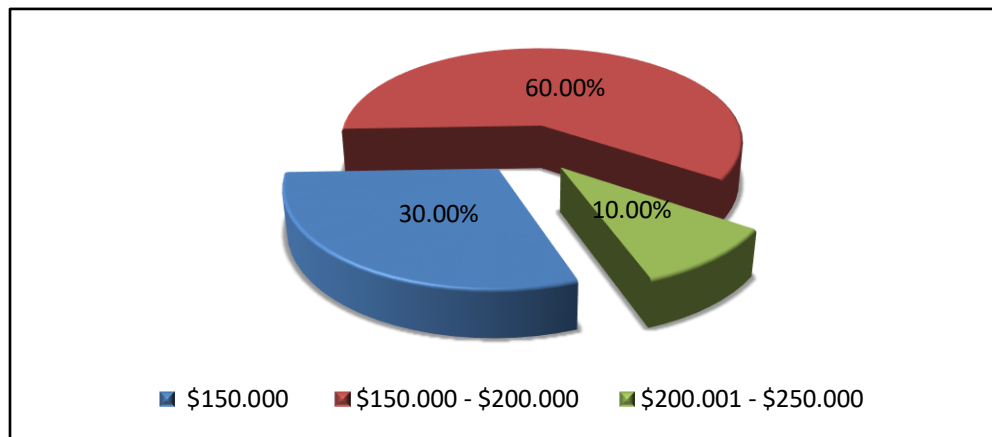
Disposición de pago de las mujeres



Nota. Elaboración propia

Imagen 5:

Disposición de pago de los hombres



Nota. Elaboración propia

Los resultados de la encuesta mostraron que la mayor concentración de disposición a pagar tanto en mujeres como en hombres se encuentra en el rango de \$150.000 a \$200.000, lo que respalda que el precio de \$190.000 se sitúe estratégicamente cerca del límite superior de la banda más aceptada. Esta ubicación de precio responde a criterios de percepción de valor: no solo se mantiene en un nivel competitivo, sino que también apela a la percepción de calidad que los consumidores suelen asociar con precios más elevados. Este fenómeno está respaldado por estudios que indican que los consumidores emplean el precio como una señal de calidad y valor; cuando no hay otros indicadores claros, el precio puede interpretarse como un reflejo de calidad o prestigio (Levini et al., 2021). En consecuencia, establecer el precio en \$190.000 permite maximizar la rentabilidad sin alejarse del rango que el mercado considera justo, generando una propuesta percibida como equilibrada, competitiva y con un alto valor intrínseco.

Perfil Integrado del Cliente Objetivo

Basado en los hallazgos cuantitativos y cualitativos, el perfil del cliente objetivo para el servicio de celebraciones simbólicas a domicilio se describe como, principalmente mujeres, en rangos de edad entre 30 y 50 años, profesionales universitarias o técnicas, con ingresos de hogar medios a altos, que valoran la intimidad, la personalización y el significado en sus celebraciones.

Buscan experiencias auténticas y espirituales (laicas) que marquen hitos vitales importantes (cumpleaños, aniversarios, cambios de ciclo, matrimonios simbólicos, etc.). Priorizan la comodidad de un servicio a domicilio que les permita ahorrar tiempo y reducir el estrés de la organización.

Están dispuestas a pagar por un servicio de calidad que les brinde una experiencia única y memorable, con un rango de precios aceptable entre \$150.000 y \$200.000 para una ceremonia base y buscan participar activamente en la co-creación de la ceremonia.

Análisis de la Oferta y la Competencia

El mercado de celebraciones personalizadas en la Región Metropolitana presenta una estructura variada, con una mezcla de actores formales e informales.

Identificación de Competidores

Competidores Directos: Incluyen pequeños emprendimientos o profesionales independientes que ofrecen ceremonias personalizadas, matrimonios simbólicos o rituales a domicilio, un ejemplo de ello es Alma mía

Competidores Indirectos: Agencias de eventos tradicionales, empresas de catering, salones de eventos, o incluso servicios de decoración a domicilio que no se especializan en lo simbólico, pero que podrían ser una alternativa para el cliente que busca una celebración en casa.

Sustitutos: La opción de "hágalo usted mismo" (DIY) por parte del cliente, donde la familia o amigos organizan la celebración sin apoyo profesional.

Análisis Comparativo y Oportunidades de Diferenciación

El análisis de la competencia reveló varias oportunidades para el emprendimiento propuesto:

Informalidad y Falta de Estructura: Una debilidad clave de muchos competidores directos es su operación a menudo informal, principalmente a través de redes sociales, y la ausencia de una estructura empresarial sólida y profesional. Esto representa una oportunidad para el emprendimiento de diferenciarse por su profesionalismo, seriedad, garantía de servicio y facilidad de contratación.

Enfoque Limitado: Muchos competidores se centran en nichos muy específicos (ej., solo matrimonios simbólicos). La propuesta de ofrecer una amplia gama de celebraciones simbólicas para diversos hitos de vida (cumpleaños, aniversarios, bendiciones de hogar, ritos de paso) amplía el mercado potencial y permite un flujo de ingresos más diversificado.

Falta de Personalización Profunda: Aunque ofrecen "personalización", muchos servicios pueden ser plantillas ligeramente modificadas. La oportunidad radica en ofrecer una co-creación genuina y una personalización profunda que conecte verdaderamente con la historia y los valores del cliente.

Marketing y Visibilidad: Un marketing digital estratégico y profesional, junto con alianzas clave, puede otorgar una visibilidad y alcance superior a la de la competencia actual.

Análisis FODA

Imagen 6:

Matriz FODA

FORTALEZAS • Propuesta personalizada y significativa • Modelo flexible a domicilio • Enfoque en la experiencia del cliente • Potencial de marca emocional • Experiencia y vocación de la fundadora	OPORTUNIDADES • Tendencia hacia lo personalizado y espiritual • Servicios a domicilio en auge • Mercado objetivo con poder adquisitivo • Marketing digital accesible
DEBILIDADES • Necesidad de educar al mercado • Alta dependencia de la fundadora • Escalabilidad limitada conforme a los horarios de las celebraciones	AMENAZAS • Entrada de competidores • Cambios en tendencias de consumo • Fluctuaciones económicas • Retos logísticos urbanos

Nota. Elaboración propia

Fortalezas: Una de las principales fortalezas del emprendimiento radica en su propuesta de valor única, que se enfoca en ofrecer experiencias altamente personalizadas y cargadas de significado emocional. Esta diferenciación le permite destacar frente a celebraciones tradicionales o impersonales. Además, el modelo de negocio basado en servicios a domicilio permite eliminar costos fijos importantes, como el arriendo de espacios, aportando flexibilidad y eficiencia financiera. El enfoque en la comodidad del cliente, junto con una experiencia integral cuidadosamente diseñada, refuerza la fidelización y satisfacción. El emprendimiento también tiene el potencial de construir una marca con fuerte componente simbólico, capaz de generar conexión emocional profunda. Finalmente, la experiencia, vocación y compromiso de los fundadores en el ámbito del bienestar y las ceremonias aporta solidez, autenticidad y credibilidad a la propuesta.

Oportunidades: El contexto actual ofrece diversas oportunidades para el crecimiento del proyecto. Existe una creciente demanda por experiencias personalizadas, íntimas y con sentido, en especial entre personas que buscan alternativas distintas a las celebraciones convencionales. Esta tendencia se ve reforzada por un interés en el bienestar emocional, la espiritualidad laica y la preferencia por servicios que llegan al hogar. El mercado aún presenta un alto nivel de informalidad, lo que permite posicionarse como una alternativa profesional y confiable. Además, el segmento objetivo, compuesto por adultos entre 30 y 50 años con ingresos medios-altos, tiene la capacidad económica para invertir en experiencias significativas. Las plataformas digitales ofrecen una vía efectiva y accesible para llegar a este público, gestionando tanto la promoción como la operación del servicio.

Debilidades: Entre las principales debilidades se encuentra la necesidad de educar al mercado sobre el concepto de celebraciones simbólicas, que aún no es ampliamente comprendido o valorado por todos los consumidores. Esta barrera inicial puede ralentizar la adopción del servicio. También existe una dependencia de la visibilidad y la reputación para generar confianza y atraer a los primeros cliente. Finalmente en las primeras etapas el emprendimiento dependerá fuertemente del tiempo y la disponibilidad de la fundadora como facilitadora, lo que puede limitar el volumen de eventos y dificultar la escalabilidad si no se cuenta con un plan claro de expansión del equipo operativo. Además, la logística asociada al transporte de materiales, la preparación del espacio y la coordinación con personal externo puede generar complejidades operativas si no se gestiona adecuadamente.

Amenazas: El emprendimiento se enfrenta a amenazas relacionadas con la entrada de nuevos competidores, tanto informales como de mayor escala, que podrían replicar o simplificar el modelo de negocio. Asimismo, las tendencias de consumo pueden cambiar, reduciendo el interés en este tipo de celebraciones si no se renueva constantemente la propuesta. Factores macroeconómicos como las crisis económicas también podrían disminuir la disposición de gasto en servicios no esenciales. Finalmente, al tratarse de una experiencia altamente personalizada, resulta difícil estandarizar procesos sin perder la esencia del servicio, lo que puede dificultar la expansión sin sacrificar la calidad.

PROPUESTA DE VALOR, PORTAFOLIO DE SERVICIOS Y MODELO DE NEGOCIO

El presente capítulo tiene como objetivo articular la propuesta de valor diferenciada del emprendimiento de celebraciones simbólicas a domicilio y describir en detalle su modelo de negocio, utilizando el Business Model Canvas como marco. Adicionalmente, se delinearán las estrategias de marketing y comercialización, y un plan inicial de lanzamiento para la implementación del servicio.

Propuesta de Valor Detallada

La propuesta de valor del servicio de "Celebraciones simbólicas a domicilio" se centra en ofrecer una experiencia de conmemoración de hitos vitales que trasciende lo convencional, brindando significado, conexión y comodidad. Se diferencia de las alternativas tradicionales y de la competencia informal a través de los siguientes pilares

Significado y Conexión Profunda

Más allá de una simple reunión social, el servicio facilita la creación de ceremonias que incorporan elementos simbólicos, rituales y un enfoque espiritual (laico), permitiendo a los participantes conectar con un propósito más elevado y con sus propias emociones. Esto atiende la creciente necesidad de buscar el bienestar y la autenticidad en las experiencias de vida.

Personalización y Co-creación Única

El servicio se distingue por una capacidad de personalización profunda. Cada celebración es co-creada con el cliente, adaptándose a sus historias, valores, creencias y deseos específicos. Esto asegura que cada evento sea una expresión genuina de la identidad del celebrante y del hito que se conmemora, lejos de los formatos estandarizados.

Intimidad y Comodidad a Domicilio

Al llevar la experiencia directamente al hogar o al lugar de elección del cliente, se garantiza un ambiente de intimidad y privacidad. Esta modalidad elimina las preocupaciones logísticas asociadas al arriendo de espacios, el transporte y la preparación, ofreciendo una solución "llave en mano" que maximiza la comodidad y el disfrute del anfitrión y sus invitados.

Profesionalismo y Experiencia Integral

A diferencia de muchas opciones informales en el mercado, el emprendimiento se compromete con un alto estándar de profesionalismo, desde la planificación y diseño de la ceremonia, hasta la facilitación en el día del evento y el seguimiento post-celebración. Esto asegura una experiencia fluida, bien ejecutada y memorable.

Diversidad de Hitos Simbólicos

La oferta no se limita a un único tipo de celebración (ej., matrimonios simbólicos), sino que abarca un amplio espectro de hitos vitales, como cumpleaños significativos, aniversarios, bendiciones de hogar, ritos de paso (ej., menarquía, cambio de ciclo laboral), cierres de duelo, y más. Esto amplía el mercado potencial y permite servir a los clientes en diferentes etapas de su vida.

En síntesis, la propuesta de valor es ofrecer una experiencia de celebración altamente personalizada, significativa e íntima, entregada con profesionalismo y comodidad a domicilio, que permite a los individuos y familias crear recuerdos duraderos y conectar con el propósito de sus hitos vitales.

Descripción Detallada de los Servicios Ofrecidos

El servicio principal se estructurará en torno a paquetes base que pueden ser personalizados y complementados con elementos adicionales, garantizando flexibilidad y adaptabilidad a las necesidades del cliente.

Paquete Base

Este paquete está diseñado para ofrecer una experiencia completa y significativa, sirviendo como punto de partida para la personalización, incluye:

Consulta inicial y diseño de ceremonia: Sesiones de co-creación con el cliente para comprender el hito a celebrar, las intenciones, los valores y las personas involucradas. Se diseña un guion de ceremonia único y personalizado.

Facilitación profesional: Presencia de una facilitadora capacitada en el día del evento, quien guiará la ceremonia de principio a fin, asegurando un ambiente cálido, respetuoso y emotivo.

Elementos simbólicos esenciales: Inclusión de materiales básicos para la ceremonia, como velas, incienso, elementos naturales (flores, hojas, piedras), que se integran de forma significativa en el ritual.

Música ambiental: Sugerencias y/o reproducción de música adecuada para crear el ambiente deseado durante la ceremonia.

Duración estándar: Ceremonia de duración aproximada de 60-90 minutos, adaptable según la dinámica del grupo.

Guión de ceremonia y memorias: Entrega de un guión de la ceremonia, para que el cliente conserve el recuerdo de los momentos y las palabras compartidas.

Opciones de Personalización

Para enriquecer la experiencia y adaptarla a las preferencias específicas, se ofrecerán servicios adicionales: Sonoterapia, yogaterapia, lectura del oráculo grupal, ritual de pétalos.

Modelo de Negocio (Business Model Canvas)

El modelo de negocio propuesto para "Celebraciones simbólicas a domicilio" se visualiza y describe a través del Business Model Canvas, que integra los nueve bloques esenciales para comprender cómo la empresa creará, entregará y capturará valor.

Imagen 7

Modelo Canvas

Socios Clave • Profesionales externos (terapeutas holísticos) • Proveedores de insumos (floristerías, artesanías) • Aliados estratégicos (wellness, wedding planners) • Proveedores tecnológicos (hosting, pagos)	Actividades Clave • Diseño y co-creación de ceremonias • Logística (materiales, espacio) • Coordinación de facilitadores • Marketing digital, promociones • Gestión de clientes, post-servicio	Propuestas de Valor • Ceremonias simbólicas co-creadas • A domicilio: intimidad y comodidad. • Experiencia personalizada • Marcan hitos vitales con significado. • Servicio profesional y auténtico	Relación con los clientes • Acompañamiento cercano (diseño a post-evento) • Punto de contacto único • Énfasis en el detalle, sin estrés • Fidelización y referencias	Segmentos de clientes • Mujeres y Hombres (30-50 años) • Región Metropolitana, Chile • Ingresos medios-altos, profesionales • Buscan experiencias significativas, personalizadas, a domicilio. • Alta disposición a pagar
Recursos Clave • Facilitadores capacitados • Guiones, metodología co-creación • Marca y reputación • Materiales simbólicos • Plataforma web, CRM, herramientas digitales			Canales • Web institucional • Redes Sociales (IG, FB, TikTok) • WhatsApp Business • Referencias (boca a boca)	
Estructura de costes • Fijos: Remuneración, marketing digital, web, administrativos. • Variables: Honorarios externos, insumos por ceremonia, transporte			Fuentes de ingresos • Comercialización de experiencias personalizadas y rituales temáticos realizados a domicilio • Servicios adicionales/personalización • Precio validado (\$190.000)	

Nota. Elaboración propia

Segmentos de Clientes

El público objetivo del emprendimiento está compuesto por mujeres y hombres residentes en la Región Metropolitana de Chile, principalmente en el rango etario de 30 a 50 años, pertenecientes a hogares con ingresos medios a altos. Se trata, en su mayoría, de profesionales universitarios o técnicos, con estilos de vida activos y un interés creciente por experiencias significativas. Este segmento valora la autenticidad, la intimidad y el sentido simbólico de sus celebraciones, y busca

soluciones cómodas como servicios a domicilio que se alineen con sus valores personales y momentos vitales relevantes. Además, los resultados del estudio de mercado presentado en el Capítulo 4 evidencian un alto nivel de interés y disposición a pagar por este tipo de experiencias, con un marcado predominio de mujeres en la demanda.

Propuesta de Valor

El emprendimiento ofrece ceremonias simbólicas altamente personalizadas y co-creadas junto al cliente, las cuales se realizan a domicilio para garantizar un entorno de intimidad, comodidad y conexión emocional. Estas experiencias están diseñadas para marcar hitos vitales de manera auténtica, profunda y significativa, trascendiendo lo meramente material. La propuesta se enfoca en brindar un servicio profesional que responde directamente a las necesidades identificadas en el estudio de mercado, tales como la búsqueda de experiencias con sentido, la personalización del rito, la comodidad de no trasladarse y el interés por propuestas distintas a las celebraciones tradicionales.

Canales

Los principales canales de comunicación y comercialización del emprendimiento se basan en plataformas digitales, como el sitio web institucional, que funcionará como espacio de información y contacto formal, y redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok, las cuales serán utilizadas para generar visibilidad, transmitir contenido de valor y ejecutar campañas promocionales. Además, se implementará el uso de WhatsApp Business para establecer una comunicación directa, ágil y personalizada con los clientes. Junto con estos canales digitales, se potenciará el marketing de referencia o “boca a boca”, promovido por clientes satisfechos que recomienden el servicio dentro de sus círculos cercanos. Esta estrategia es especialmente eficaz, considerando que el público objetivo del emprendimiento es activo en entornos digitales y tiende a valorar las recomendaciones provenientes de redes de confianza.

Relaciones con Clientes

Acompañamiento cercano desde la primera consulta hasta la ejecución del evento, asegurando que el cliente se sienta escuchado y participe activamente en el diseño de su ceremonia. Donde exista un punto de contacto único para todas las consultas y necesidades del cliente. Enfoque en cada detalle para garantizar una experiencia fluida y sin estrés. La trazabilidad del servicio incluye post-evento para entregar un mensaje de seguimiento para fomentar la fidelización y las referencias.

Fuentes de Ingresos

La principal fuente de ingresos del emprendimiento proviene de la comercialización del paquete base de ceremonias simbólicas, el cual se ofrece a un precio fijo. Este paquete puede ser complementado con servicios adicionales claramente especificados, que permiten personalizar la experiencia según las necesidades y preferencias del cliente. El valor base de \$190.000 fue validado durante la investigación de mercado, lo que respalda su aceptación por parte del público objetivo y permite proyectar ingresos consistentes en función de la demanda estimada.

Recursos Clave

Facilitadores de ceremonias capacitados (incluyendo la fundadora en la etapa inicial) y personal de apoyo logístico. Los guiones de ceremonias personalizables, metodología de co-creación, marca y reputación. Materiales simbólicos (velas, inciensos, elementos naturales, decoración básica), equipos de sonido portátiles, insumos logísticos.

Página web/plataforma de agendamiento, software de gestión de clientes (CRM básico), herramientas de comunicación digital.

Actividades Clave

Las actividades clave del emprendimiento giran en torno al diseño y co-creación de ceremonias, constituyendo este el proceso central de personalización de cada evento en colaboración

con el cliente. Para asegurar una experiencia con el nivel de desempeño esperado, es fundamental la adquisición oportuna de materiales, la adecuada preparación del espacio donde se realizará la ceremonia y la coordinación efectiva con la facilitadora encargada. Asimismo, la incorporación de promociones, una gestión activa de redes sociales y la capacidad de brindar respuestas ágiles a las consultas de los clientes forman parte esencial de la operación. Finalmente, el seguimiento posterior a cada evento, la retroalimentación sistematizada y las estrategias de fidelización no solo mejoran la calidad del servicio, sino que también contribuyen a fortalecer la promoción orgánica del negocio a través del boca a boca y la recomendación directa.

Incorporar promociones, la gestión de redes sociales y respuestas ágiles a los clientes, es base para la operación. Por último el seguimiento, retroalimentación y fidelización. Ayudan a promociona el negocio

Socios Clave

Es fundamental contar con proveedores confiables que garanticen la calidad y puntualidad de los insumos requeridos, especialmente en rubros como florería y tiendas de artesanía. Asimismo, el emprendimiento requiere la colaboración de profesionales especializados, tales como terapeutas holísticos, que aporten valor a la experiencia ofrecida. Entre los aliados estratégicos más relevantes se consideran centros de bienestar, coaches de vida, organizadores de bodas (wedding planners) y espacios de eventos íntimos, los cuales pueden funcionar como canales de referencia mutua. En el ámbito digital, es clave establecer relaciones con plataformas de hosting web, servicios de pago en línea y herramientas tecnológicas que faciliten la operación del negocio.

Estructura de Costos

La estructura de costos del emprendimiento contempla tanto gastos fijos como variables, indispensables para el funcionamiento sostenido del servicio. Entre los costos fijos se incluyen la remuneración o asignación mensual para la facilitadora principal (fundadora), las inversiones en marketing digital, el mantenimiento del sitio web y los gastos administrativos generales. Por su parte,

los costos variables comprenden los honorarios por ceremonia de facilitadores externos, los insumos específicos utilizados en cada celebración, y los gastos asociados al transporte para la prestación del servicio a domicilio. Esta clasificación permite identificar con claridad los principales desembolsos requeridos para la operación del modelo de negocio y su capacidad de generar ingresos sostenibles.

Estrategias de Marketing y Comercialización

Para lograr una adecuada visibilidad, diferenciación y captación de clientes en la Región Metropolitana, se plantean diversas estrategias de marketing orientadas al posicionamiento del emprendimiento. En primer lugar, se propone un posicionamiento de marca que transmita autenticidad, sentido, profesionalismo y cercanía, con un nombre y una identidad visual que evoquen intimidad emocional y conexión simbólica. A ello se suma una estrategia de marketing de contenidos, mediante la creación de videos, infografías y testimonios centrados en el valor de los rituales y celebraciones con sentido, lo cual permite educar al mercado y atraer al público objetivo.

La presencia activa en redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok será clave para mostrar ejemplos de ceremonias (con autorización del cliente), compartir historias de transformación y ejecutar campañas segmentadas por intereses y ubicación geográfica. Complementariamente, se implementarán técnicas de SEO y SEM para optimizar el posicionamiento en buscadores mediante palabras clave como “ceremonias simbólicas Santiago” o “rituales a domicilio Chile”, incluyendo campañas de Google Ads para lograr una mayor visibilidad en etapas iniciales.

Asimismo, se fomentarán alianzas estratégicas con profesionales del ámbito del bienestar, terapeutas, psicólogos, organizadores de eventos y centros holísticos, que puedan generar referencias cruzadas. Para aprovechar el efecto boca a boca, se incentivará a los clientes satisfechos a dejar reseñas y testimonios en plataformas digitales. Finalmente, se contempla la realización de eventos de muestra y webinars, como actividades demostrativas dirigidas a potenciales clientes o aliados estratégicos, donde se presentarán los conceptos y beneficios de las celebraciones simbólicas personalizadas.

Plan de Lanzamiento e Hitos Clave de los 3 primeros meses

El plan de lanzamiento contempla una estrategia progresiva orientada a consolidar la base operativa del emprendimiento, generar visibilidad en el mercado y captar a los primeros clientes. Este proceso considera una ejecución en tres etapas fundamentales durante los primeros meses de funcionamiento.

Mes 1: Preparación operativa y Comunicacional

Durante el primer mes, el foco estará puesto en establecer la infraestructura básica del emprendimiento. Se desarrollará y publicará la página web, incluyendo su diseño, contenido institucional, formulario de contacto y sistema de reservas. En paralelo, se crearán perfiles profesionales en redes sociales (Instagram, Facebook), y se definirá el portafolio inicial de ceremonias, junto con la preparación de los materiales simbólicos base. Además, se formalizará la estructura legal del negocio mediante su inscripción y la obtención de los permisos municipales requeridos. Este mes también contempla la generación de contenido inicial para el blog y redes sociales, tales como publicaciones informativas, narrativas simbólicas y explicaciones sobre el servicio ofrecido.

Mes 2: Activación de Visibilidad y Redes Estratégicas

El segundo mes estará orientado a posicionar la marca en el entorno digital y construir redes de colaboración. Se lanzará una campaña de marketing digital de alcance inicial, utilizando anuncios segmentados en redes sociales (Facebook Ads, Instagram Ads), además de implementar estrategias básicas de SEO para mejorar el posicionamiento web. En simultáneo, se iniciará el contacto con potenciales aliados estratégicos, como terapeutas holísticos, centros de bienestar, organizadores de eventos y wedding planners. También se gestionarán entrevistas con medios de nicho o colaboraciones con micro-influencers del mundo del bienestar, con el fin de generar visibilidad

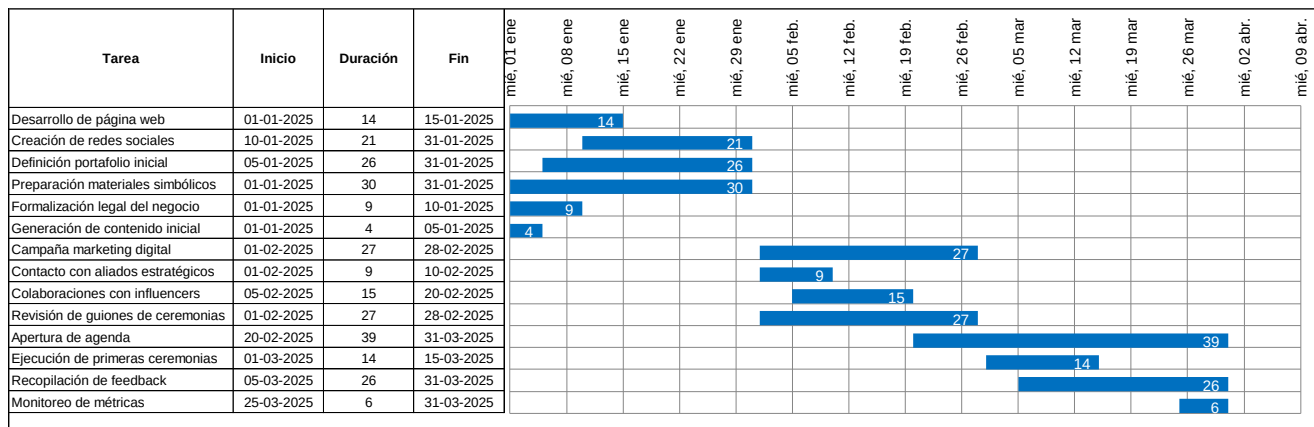
orgánica. Esta etapa incluirá la revisión y mejora de los guiones de ceremonias, incorporando retroalimentación preliminar.

Mes 3: Inicio Comercial y Validación de Servicio

En el tercer mes se dará inicio a la oferta formal del servicio en el mercado. Se abrirá la agenda para consultas y reservas, y se ejecutarán las primeras ceremonias simbólicas a domicilio. Esta etapa es clave para comenzar a recopilar feedback directo de los primeros clientes, documentar testimonios, y evaluar la percepción del servicio. A su vez, se monitorearán indicadores clave como tasa de conversión, alcance de campañas y satisfacción del cliente, con el objetivo de ajustar rápidamente las estrategias comerciales y operativas. El desarrollo de esta fase permitirá validar la propuesta de valor en condiciones reales y sentar las bases para el escalamiento progresivo del negocio.

Imagen 8:

Carta Gantt



Nota. Elaboración propia

PROYECCIÓN FINANCIERA Y EVALUACIÓN DE LA OPORTUNIDAD COMERCIAL

El presente capítulo tiene como propósito fundamental evaluar la viabilidad económica del emprendimiento. Para ello, se realizará una proyección de los flujos de caja del proyecto en un horizonte de tiempo determinado, se calcularán los indicadores de rentabilidad clave (Valor Actual Neto - VAN y Tasa Interna de Retorno - TIR), y se llevará a cabo un análisis de sensibilidad para comprender la robustez de la inversión ante variaciones en los supuestos críticos.

Supuestos de Proyección

Para la elaboración de las proyecciones financieras, se han establecido los siguientes supuestos clave, que se basan en los hallazgos del estudio de mercado (Capítulo 4) y las decisiones estratégicas delineadas en el modelo de negocio (Capítulo 5).

Horizonte de Proyección: Se ha establecido un horizonte de evaluación de cinco años (desde el Año 1 al Año 5), considerado un periodo adecuado para evaluar la rentabilidad a mediano plazo de un emprendimiento en crecimiento. El Año 0 representa el momento de la inversión inicial.

Moneda: Todas las proyecciones se expresan en pesos chilenos.

Inflación: Para simplificar el modelo y enfocar el análisis en el valor real de los flujos, se ha asumido una proyección en valores reales (sin considerar efectos de inflación) para ingresos y costos. Esto implica que los precios y costos unitarios se mantendrán constantes en términos de poder adquisitivo durante el horizonte de proyección.

Inversión Inicial: Se considera una única inversión inicial en el Año 0, previa al inicio de las operaciones.

Crecimiento de Ventas: Se proyecta un volumen de ventas constante de 160 eventos anuales para todos los años del horizonte de evaluación en este capítulo. Este supuesto se basa en la penetración

esperada en el mercado objetivo, considerando la capacidad operativa inicial y la estrategia de marketing propuesta.

Precio promedio por evento: El precio promedio por evento se ha fijado en \$190.000. Este valor ha sido validado por el estudio de mercado, donde el 66% del público objetivo femenino y el 58.8% del público masculino muestran disposición a pagar en un rango de precios que incluye este monto (Capítulo 4).

Tasa de descuento (costo de oportunidad): La tasa de descuento utilizada para la evaluación de los flujos de caja es del 20% anual. Esta tasa, es superior a las tasas de descuento de proyectos convencionales de empresas establecidas, se justifica por el riesgo inherente a un emprendimiento en fase inicial. Dado que el proyecto se financia con capital propio de la fundadora y no recurre a deuda externa, ni cotiza en bolsa. Esta tasa representa el costo de oportunidad del capital invertido, es decir, el rendimiento mínimo exigido por el inversor para compensar el riesgo asumido y el valor temporal del dinero, considerándose una tasa de mercado para inversiones de riesgo similar en el contexto chileno.

Estimación de la inversión inicial

La inversión inicial representa el desembolso de capital necesario para poner en marcha el emprendimiento, previo al inicio de las operaciones. Esta se compone principalmente de activos fijos y capital de trabajo inicial.

Tabla 1

Inversión inicial

Concepto	Precio
Materiales para rituales (velas, piedras, inciensos, telas, etc.)	\$300.000
Publicidad y marketing digital (redes sociales, página web)	\$600.000
Equipamiento básico (Cojines, alfombra)	\$400.000
Patente municipal	\$57.000
Total inversión inicial	\$1.357.000

Nota. Elaboración propia

Proyección de Ingresos y Costos Operacional

Proyección de Ingresos Anuales

Basado en el supuesto de 160 eventos anuales a un precio promedio de \$190.000, por evento, los ingresos anuales proyectados para el emprendimiento son:

Tabla 2

Proyección de eventos para el primer año

Meses	Total
Mes 1	10
Mes 2	10
Mes 3	10
Mes 4	10
Mes 5	10
Mes 6	15
Mes 7	15
Mes 8	15
Mes 9	15
Mes 10	15
Mes 11	15
Mes 12	20
Total	160

Nota. Elaboración propia

Los resultados de la proyección de eventos para el primer año, presentados en la Tabla 2, indican un crecimiento constante de ceremonias mensuales, culminando en un total de 160 eventos anuales. Este aumento gradual en la demanda inicial es un reflejo de la estrategia de marketing y de la fase de sensibilización del mercado, que espera consolidarse en los meses finales del periodo.

A continuación, la Tabla 3 presenta la proyección de los ingresos anuales esperados para el emprendimiento. Esta cifra se calcula a partir del volumen de ceremonias proyectadas y el precio promedio por evento, reflejando el potencial de generación de valor del negocio.

Tabla 3

Ventas anuales

Total de ceremonias al año	Precio por ceremonia	Total
160	\$190.000	\$30.400.000

Nota. Elaboración propia

Esta cifra se mantendrá constante a lo largo de los cinco años de proyección bajo los supuestos establecidos.

Proyección de Costos Operacionales Anuales

Los costos operacionales se dividen en fijos y variables, como se detalló en el Modelo de Negocio (Capítulo 5).

Tabla 4

Costos fijos mensuales y anuales

Concepto	Valor mensual	meses	valor anual
Marketing digital	\$200.000	12	\$2.400.000
Mantenimiento página web	\$50.000	12	\$600.000
Otros gastos administrativos	\$50.000	12	\$600.000
Sueldo facilitador/a (fundadora en la fase inicial)	\$1.300.000	12	21.960.000
Total			\$24.960.000

Nota. Elaboración propia

Tabla 5

Costos variables

Concepto	Precio por evento	Eventos anuales	Total ventas anual
Traslados	\$10.000	160	\$1.600.000
Insumos	\$7.000	160	\$1.120.000
Otros gastos	\$5.000	160	\$800.000
Total costos variables			\$3.520.000

Nota. Elaboración propia

Honorarios Variables

Representa un costo variable por la contratación de apoyo para un volumen de 40 ceremonias o servicios especializados anuales. Este costo es adicional al sueldo de la fundadora para apoyar la operación en momentos de mayor demanda o para servicios específicos.

Tabla 6

Honorarios personal externo

Honorarios variables	Ceremonias	Honorarios terapeuta	Total
Mes 6 al 11	30	\$30.000	\$900.000
Mes 12	10	\$30.000	\$300.000
Total honorarios variables			\$1.200.000

Nota. Elaboración propia

Proyección de Flujos de Caja Netos

Con base en las proyecciones de ingresos y costos, se construyen los flujos de caja netos anuales para el horizonte de evaluación de cinco años. Se asume que el flujo de caja neto operativo se mantiene constante anualmente, dado que los ingresos y costos anuales son constantes bajo los supuestos.

Evaluación Financiera: VAN y TIR

Con los flujos de caja proyectados y la tasa de descuento definida, se procede al cálculo del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) para evaluar la rentabilidad y viabilidad del emprendimiento.

Cálculo del VAN y TIR

Utilizando para el VAN una tasa de descuento del 20%:

Tabla 7:

Resultados VAN y TIR

VAN	TIR
\$796.241	44,69%

Nota. Elaboración propia

Dado que el VAN es positivo (\$796.241) el proyecto de celebraciones simbólicas a domicilio es financieramente viable y generará valor para la inversionista, superando la rentabilidad mínima exigida del 20% anual.

La TIR del proyecto es de 44,69% Dado que esta tasa es superior a la tasa de descuento del 20% exigida, el proyecto es altamente rentable y atractivo desde una perspectiva financiera. Indica que la inversión inicial se recupera rápidamente y genera un rendimiento excepcional sobre el capital invertido.

Análisis de Sensibilidad del VAN

Un análisis de sensibilidad permite evaluar cómo los indicadores de rentabilidad (VAN y TIR) se ven afectados por cambios en las variables críticas del proyecto. Se ha considerado la variación en la tasa de descuento para demostrar la robustez del VAN.

Tabla 8:

Resultado del análisis de sensibilidad del VAN

Tasa de Descuento	VAN	
10%	\$	1.372.366
15%	\$	1.056.552
20%	\$	796.241
30%	\$	396.610
40%	\$	108.318

Nota. Elaboración propia

A una tasa de descuento inferior se hace evidente que el riesgo es menor y el VAN superior al calculado previamente.

Al calcular con una tasa de descuento de 30% y 40% respectivamente, el VAN permanece fuertemente positivo, demostrando que el proyecto sigue siendo atractivo incluso si el costo de capital o el riesgo percibido aumentan. Lo que indica su notable capacidad para generar valor.

Análisis de Sensibilidad de la TIR

La TIR de 44,69% es alta. Esto significa que el proyecto puede soportar un aumento significativo en la tasa de descuento o un deterioro considerable en los flujos de caja antes de dejar de ser rentable (es decir, antes de que su VAN se vuelva negativo). Esta alta TIR confiere una gran solidez financiera al proyecto.

Conclusión del Plan Financiera

El análisis financiero del emprendimiento de "Celebraciones simbólicas a domicilio, en la Región Metropolitana de Chile", demuestra una sólida viabilidad económica. Los indicadores claves de rentabilidad, el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno, arrojan resultados altamente positivos y superiores a las tasas de rendimiento exigidas para un emprendimiento de esta naturaleza.

El VAN de \$796.241 a una tasa de descuento del 20% confirma que el proyecto genera un valor significativo por encima del costo de capital. Por su parte, una TIR de 44,69% indica que el proyecto ofrece un rendimiento sobre la inversión inicial, posicionándolo como una oportunidad de negocio extremadamente atractiva. El análisis de sensibilidad válida la robustez de esta viabilidad, mostrando que el proyecto mantiene un VAN positivo incluso frente a escenarios con tasas de descuento considerablemente más elevadas.

Si bien las proyecciones se basan en supuestos, la robustez de los indicadores financieros sugiere que el emprendimiento tiene un margen de maniobra considerable ante posibles desviaciones en los ingresos o costos, lo que lo convierte en una propuesta de inversión altamente prometedora.

ESCALAMIENTO DEL NEGOCIO

El presente capítulo explora las posibilidades de crecimiento y expansión del emprendimiento de celebraciones simbólicas a domicilio, analizando diferentes escenarios de escalamiento de ventas, la incorporación de nuevos servicios con sus respectivos precios, la expansión del equipo de facilitadores y la proyección de su impacto en el flujo de caja.

Escenarios de Crecimiento en Ventas

El modelo financiero inicial (Capítulo 6) se basó en un volumen constante de 160 eventos anuales, considerado un nivel conservador y de lanzamiento. Para el análisis de escalamiento, se analizarán dos escenarios de crecimiento:

Escenario Moderado (Crecimiento del 10% anual): Se proyecta un crecimiento del 10% anual, en el número de eventos de ceremonias a domicilio a partir del Año 2. Este escenario refleja una expansión orgánica a través de las referencias de los clientes, marketing digital y consolidación de alianzas.

Escenario Optimista (Crecimiento del 20% anual): Se proyecta un crecimiento del 20% anual en el número de eventos de ceremonias a domicilio a partir del Año 2. Este escenario asume una fuerte aceptación del mercado, campañas de marketing muy exitosas y una rápida expansión de la capacidad operativa.

Tabla 9

Proyección en número de eventos

Año	Escenario base	Escenario moderado	Escenario optimista	Precio ceremonia	Venta anual en un escenario optimista
1	160	160	160	\$190,000	\$30,400,000
2	160	176	192	\$190,000	\$36,480,000
3	160	194	230	\$190,000	\$43,700,000
4	160	214	276	\$190,000	\$52,440,000
5	160	235	331	\$190,000	\$62,890,000

Nota. Elaboración propia

Incorporación de Servicios Complementarios

Para diversificar las fuentes de ingresos y aumentar el ticket promedio por cliente, se propone la integración gradual de servicios adicionales a partir del Año 2. Estos servicios buscan enriquecer la experiencia de la ceremonia y aprovechar las oportunidades de venta cruzada, así como captar nuevos segmentos interesados en la filosofía del emprendimiento.

Incorporación de nuevas Ceremonias

Estos servicios profundizan la oferta de valor y responden a necesidades específicas o intereses particulares dentro de la tendencia de bienestar.

Ceremonia del Cacao

Es un ritual ancestral, que utiliza el cacao ceremonial como una medicina para abrir el corazón y fomentar la conexión interior y grupal. Puede integrarse como parte de una celebración simbólica o como un taller independiente. El precio incluye la preparación, el cacao y la facilitación para un grupo de hasta 10 personas. Precio: \$120.000

Matrimonios Simbólicos

Ceremonia que incluye la personalización del rito (Unión de Manos, Arena, Luz, Plantación de Árbol, Cápsula del Tiempo), enfatizando la flexibilidad y el valor agregado de la personalización profunda que ya ha sido validada por el mercado. Si se requieren materiales muy específicos y de alto costo para estos rituales, esto se gestionaría como un costo adicional directo al cliente. Precio \$190.000

Proyección ceremonias del cacao y matrimonios simbólicos

Escenario Moderado: Se proyecta un crecimiento del 10% anual a partir del Año 3.

Escenario Optimista: Se proyecta un crecimiento del 20% anual en el número de eventos.

Tabla 10

Proyección eventos en un escenario moderado

Ceremonia	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ceremonia del Cacao	10	11	12	13
Matrimonio Simbólico	15	17	18	20

Nota. Elaboración propia

Tabla 11

Proyección de eventos en un escenario Optimista

Ceremonia	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ceremonia del Cacao	10	12	14	17
Matrimonio Simbólico	15	18	22	26

Nota. Elaboración propia

Tabla 12

Ingresos para un escenario optimista

Ceremonia	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ceremonia del cacao	\$1.200.000	\$1.440.000	\$1.728.000	\$2.073.600
Matrimonio simbólico	\$2.850.000	\$3.420.000	\$4.104.000	\$4.924.800
Total	\$4.050.000	\$4.860.000	\$5.832.000	\$6.998.400

Nota. Elaboración propia

Productos adicionales

Este servicio busca ofrecer una opción de alimentos envasados y bebidas ligeras, saludables y convenientes para complementar la ceremonia íntima en el hogar. Además se ofrece la alternativa de agregar un pequeño souvenir personalizado para cada invitado.

Tabla de Picoteo: Productos envasados (galletas, frutas, aceitunas, humus), adecuada para un ambiente íntimo y pequeño. Se ofrece como adicional, no como un servicio de catering completo.

Souvenir: Es un objeto que se regala o se recibe para recordar la experiencia en particular.

Tabla 13

Precios productos complementarios

Componente	UM	Precio
Tabla de picoteo sencilla	Por tabla	\$70.000
Botella de jugo natural	Unidad	\$12.000
Botella de limonada	Unidad	\$10.000
Arriendo de copas	Por evento	\$8.000
Souvenir	Unidad	\$4.000

Nota. Elaboración propia

Proyección productos complementarios en un escenario optimista

La proyección

se realiza en base a la experiencia actual de terapias de reiki y a la solicitud de nuevos servicios de clientes.

- Se estima que un 17% de los clientes optarán por la tabla de picoteo
- Un 12% por el bebestible natural
- Un 10% por la botella de limonadas
- Un 10% por el arriendo de copas
- Un 25% por paquete de souvenir (asumiendo que cada evento tiene 10 invitados)

Tabla 14

Ingresos proyectados por productos complementarios año 2

Componente	Eventos anuales	Proyección	Eventos proyectados	Precio	Total
Tabla de picoteo	192	17%	33	\$ 70.000	\$ 2.284.800
Jugos naturales	192	12%	23	\$ 12.000	\$ 276.480
Limonada	192	10%	19	\$ 10.000	\$ 192.000
Arriendo de copas	192	10%	19	\$ 8.000	\$ 153.600
Suvenir	192	25%	480	\$ 4.000	\$ 1.920.000
Ingresos anuales					\$ 4.826.880

Nota. Elaboración propia

Tabla 15

Ingresos proyectados por productos complementarios año 3

Componente	Eventos anuales	Proyección	Eventos proyectados	Precio	Total
Tabla de picoteo	230	17%	39	\$ 70.000	\$ 2.737.000
Jugos naturales	230	12%	28	\$ 12.000	\$ 331.200
Limonada	230	10%	23	\$ 10.000	\$ 230.000
Arriendo de copas	230	10%	23	\$ 8.000	\$ 184.000
Suvenir	230	25%	575	\$ 4.000	\$ 2.300.000
Ingresos anuales					\$ 5.782.200

Nota. Elaboración propia

Tabla 16

Ingresos proyectados por productos complementarios año 4

Componente	Eventos anuales	Proyección	Eventos proyectados	Precio	Total
Tabla de picoteo	276	17%	47	\$ 70.000	\$ 3.284.400
Jugos naturales	276	12%	33	\$ 12.000	\$ 397.440
Limonada	276	10%	28	\$ 10.000	\$ 276.000
Arriendo de copas	276	10%	28	\$ 8.000	\$ 220.800
Suvenir	276	25%	690	\$ 4.000	\$ 2.760.000

Ingresos anuales	\$ 6.938.640
------------------	--------------

Nota. Elaboración propia

Tabla 17

Ingresos proyectados por productos complementarios año 5

Componente	Eventos anuales	Proyección	Eventos proyectados	Precio	Total
Tabla de picoteo	331	17%	56	\$ 70.000	\$ 3.938.900
Jugos naturales	331	12%	40	\$ 12.000	\$ 476.640
Limonada	331	10%	33	\$ 10.000	\$ 331.000
Arriendo de copas	331	10%	33	\$ 8.000	\$ 264.800
Suvenir	331	25%	828	\$ 4.000	\$ 3.310.000
Ingresos anuales					\$ 8.321.340

Nota. Elaboración propia

Expansión del Equipo de Facilitadores y Sueldos de la Fundadora

Incorporación Facilitadores de ceremonias

El crecimiento en la cantidad de eventos y la diversificación de servicios, requerirán una expansión de la capacidad operativa, principalmente a través de la incorporación de más facilitadores.

Tabla 18

Contratación en escenario optimista

Año	Total eventos	Eventos por facilitadora	Costo	Total
Año 1	160	40	\$30,000	\$1,200,000
Año 2	217	77	\$35,000	\$2,695,000
Año 3	260	120	\$35,000	\$4,200,000
Año 4	312	172	\$35,000	\$6,020,000
Año 5	374	234	\$35,000	\$8,197,000

Nota. Elaboración propia

Tabla 19

Sueldo de la fundadora

Año	Mensual	Anual
Año 1	\$ 1.800.000	\$ 21.600.000
Año 2	\$ 2.100.000	\$ 25.200.000
Año 3	\$ 2.500.000	\$ 30.000.000
Año 4	\$ 3.000.000	\$ 36.000.000
Año 5	\$ 3.500.000	\$ 42.000.000

Nota. Elaboración propia

Proyección de Flujo de Caja con Escalamiento

Para ilustrar el impacto del escalamiento, se presentará el flujo de caja para el escenario optimista, que incorpora el mayor crecimiento en eventos y los ingresos de los nuevos servicios, así como los costos asociados a la contratación de facilitadores adicionales y un mayor gasto en marketing.

Costos Adicionales por Expansión

- Costo de la ceremonia del cacao: Se estima un costo del 25% del precio de venta del servicio
- Tabla de picoteo : Se estima un costo del 40% del precio de venta para la tabla de picoteo
- Costo del bebestible natural: 40% del ingreso del bebestible
- Costo limonada: 50% del ingreso.
- Costo de Suvenires: 85% del ingreso del regalo
- Mayor Gasto en Marketing Digital: Se asume un incremento de \$500.000 CLP anuales en marketing (total \$2.900.000 anuales a partir del Año 2
- Costos de Facilitadores Externos: Calculados como se detalló en la tabla Nro. 19
- Gastos Fijos Anuales (ajuste por sueldo fundadora)

Tabla 20

Proyección de flujos de cajas en un escenario optimista

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Inicial	\$ 1.357.000	-	-	-	-	-
Ingresos Eventos (Base)	-	\$ 30.400.000	\$ 36.480.000	\$ 43.700.000	\$ 52.440.000	\$ 62.890.000
Ingresos Nuevas ceremonias	-	-	\$ 4.050.000	\$ 4.860.000	\$ 5.832.000	\$ 6.998.400
Ingresos Nuevos Servicios	-	-	\$ 4.826.880	\$ 5.782.200	\$ 6.938.640	\$ 8.321.340
TOTAL INGRESOS		\$ 30.400.000	\$ 45.356.880	\$ 54.342.200	\$ 65.210.640	\$ 78.209.740
Costos Fijos Anuales	-	\$ -25.200.000	\$ -28.800.000	\$ -33.600.000	\$ -39.600.000	\$ -45.600.000
Costos Variables Materiales (Base)	-	\$ -3.520.000	\$ -4.774.000	\$ -5.720.000	\$ -6.864.000	\$ -8.232.400
Costo Picoteo	-	-	\$ -913.920	\$ -1.094.800	\$ -1.313.760	\$ -1.575.560
Costo Bebestible Natural	-	-	\$ -110.592	\$ -132.480	\$ -158.976	\$ -190.656
Costo Espumante	-	-	\$ -96.000	\$ -115.000	\$ -138.000	\$ -165.500
Costo Souvenirs	-	-	\$ -1.536.000	\$ -1.840.000	\$ -2.208.000	\$ -2.648.000
Costo Ceremonia Cacao	-	-	\$ -300.000	\$ -360.000	\$ -432.000	\$ -518.400
Costo Facilitadores Externos	-	\$ -1.200.000	\$ -2.695.000	\$ -4.200.000	\$ -6.020.000	\$ -8.197.000
Marketing Digital Aumentado	-	-	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000	\$ -500.000
TOTAL COSTOS	-	\$ -29.920.000	\$ -39.725.512	\$ -47.562.280	\$ -57.234.736	\$ -67.627.516
FLUJO DE CAJA NETO	\$ -1.357.000	\$ 480.000	\$ 5.631.368	\$ 6.779.920	\$ 7.975.904	\$ 10.582.224

Nota. Elaboración propia

Tabla 21:

VAN Y TIR

VNP	\$16.333.400
VAN	\$14.976.400
TIR	182,79%

Nota. Elaboración propia

Viabilidad Financiera Comprobada: Los indicadores VAN y TIR demuestran de manera concluyente que el proyecto es financieramente viable y altamente atractivo.

Potencial de Nuevas Líneas de Negocio: La introducción de servicios complementarios como la tabla de picoteo, bebestibles y las nuevas ceremonias, junto con el aumento en su tasa de adopción,

contribuye de forma significativa a la diversificación de ingresos y al aumento del ticket promedio por cliente.

La estructura de costos y la propuesta de valor del negocio permiten una escalabilidad natural al poder atender un mayor volumen de clientes sin un incremento proporcionalmente significativo en los costos fijos, lo que potencia la rentabilidad a medida que aumenta la demanda.

En síntesis, los resultados financieros validan la solidez del modelo de negocio propuesto, proyectando un crecimiento sostenible y una atractiva generación de valor a mediano y largo plazo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente capítulo finaliza la investigación con una síntesis de los hallazgos más relevantes, respondiendo a la pregunta de investigación planteada. Se presentan las conclusiones generales derivadas del estudio de mercado y la evaluación financiera, se identifican las principales oportunidades comerciales y, finalmente, se ofrecen recomendaciones estratégicas para la implementación del emprendimiento, junto con las limitaciones del estudio y futuras líneas de investigación.

Conclusiones Generales

La evaluación exhaustiva de la viabilidad de un emprendimiento de "Celebraciones simbólicas a domicilio en la RM de Chile", a través de un robusto estudio de mercado y un análisis de factibilidad financiera, permite concluir de manera afirmativa sobre la existencia de una oportunidad comercial significativa y altamente rentable. Los principales hallazgos que sustentan esta conclusión son:

Existencia de una Demanda Insatisfecha y en Crecimiento

El análisis del macroentorno (PESTEL) reveló una clara tendencia socio-cultural hacia la búsqueda de experiencias personalizadas, significativas y con un componente de bienestar y espiritualidad laica. Esta tendencia se traduce en una creciente demanda por celebraciones que trasciendan lo convencional y se centren en la conexión emocional y el propósito. La investigación primaria, tanto cualitativa (entrevistas) como cuantitativa (encuestas), validó esta inclinación, mostrando un alto porcentaje de interés en el público objetivo por conmemorar hitos vitales de manera íntima y personalizada, con una fuerte predominancia en el segmento femenino.

Aceptación del Concepto y Disposición a Pagar

Si bien el concepto de "celebraciones simbólicas" puede requerir cierta educación de mercado, el estudio demostró una alta disposición a participar en este tipo de ceremonias y, crucialmente, una clara aceptación del rango de precios propuesto. Esto valida la estrategia de valor-precio del emprendimiento, posicionándolo en un segmento dispuesto a invertir en experiencias de alta calidad y significado.

Oportunidades de Diferenciación en un Mercado Informal

El análisis de la competencia evidenció que el mercado actual de celebraciones personalizadas presenta una alta informalidad y una carencia de estructuras empresariales sólidas. Esta situación ofrece una ventaja competitiva clave para el emprendimiento propuesto, que puede diferenciarse por su profesionalismo, la calidad de su servicio, la personalización profunda y su estructura formal.

Sólida Viabilidad Financiera

Los indicadores de evaluación económica (VAN y TIR) arrojan resultados favorables. Un VAN de 14.976.400 a una tasa de descuento del 20% anual indica que el proyecto generará un valor que supera el costo de oportunidad del capital. Más aún, una TIR del 182.79% refleja una rentabilidad que posiciona el proyecto como una inversión atractiva y con un margen de seguridad frente a posibles fluctuaciones del mercado. El análisis de sensibilidad confirmó la robustez de estos indicadores, demostrando que el proyecto mantiene su viabilidad incluso ante escenarios más exigentes de costo de capital.

Modelo de Negocio Coherente y Sostenible

El Business Model Canvas articuló un modelo de negocio cohesivo, que integra una propuesta de valor única, canales de distribución pertinentes, una clara estructura de costos y fuentes de

ingresos, así como recursos y actividades clave. La operación a domicilio minimiza costos fijos y maximiza la comodidad del cliente, contribuyendo a la sostenibilidad y eficiencia del modelo.

En síntesis, este estudio concluye que el emprendimiento de celebraciones simbólicas a domicilio en la Región Metropolitana de Chile no solo satisface una necesidad emergente en el mercado, sino que también presenta un modelo de negocio viable y financieramente muy atractivo, con un alto potencial de éxito y crecimiento.

Oportunidades Comerciales Identificadas

La investigación ha permitido identificar varias oportunidades comerciales que el emprendimiento debe capitalizar:

Segmento de Mercado Desatendido: Existe un nicho de mercado de consumidores que buscan alternativas a las celebraciones tradicionales y que valoran lo íntimo y significativo. Este segmento está dispuesto a pagar por servicios especializados y personalizados.

Diferenciación por Profesionalismo y Calidad: La informalidad de gran parte de la competencia directa permite al emprendimiento establecerse como la opción de referencia en cuanto a calidad, seriedad, estructura y experiencia del cliente.

Diversificación de Servicios: La oferta inicial de celebraciones simbólicas para diversos hitos (cumpleaños, aniversarios, ritos de paso, entre otros) ofrece una ventaja sobre competidores de nicho, permitiendo una mayor captación de mercado y flujos de ingresos estables a lo largo del año.

Aprovechamiento de Canales Digitales: La alta penetración de internet y redes sociales en el público objetivo de la RM ofrece un canal eficiente y rentable para la promoción, captación de clientes y comunicación directa.

Limitaciones del Estudio

Si bien el presente estudio ha sido exhaustivo en su alcance, es importante reconocer ciertas limitaciones que podrían influir en la generalización de sus hallazgos:

Sensibilidad a Supuestos: Las proyecciones financieras se basan en supuestos de ventas y costos que, aunque razonables y basados en la investigación, están sujetos a las condiciones futuras del mercado y a la capacidad de ejecución del emprendimiento.

Naturaleza del Nicho: El mercado de "celebraciones simbólicas" es aún emergente en Chile, lo que implica que la demanda real podría requerir un período inicial de educación y sensibilización del consumidor más intenso de lo proyectado.

Análisis de Competencia en un Contexto de Informalidad: La identificación y análisis de la competencia se vio limitada por la naturaleza informal de muchos actores, lo que dificulta obtener información detallada sobre sus operaciones y modelos de negocio.

Recomendaciones para el emprendimiento

Con base en los hallazgos y conclusiones de este estudio, se proponen las siguientes recomendaciones estratégicas para la implementación exitosa del emprendimiento:

Educación del Mercado y Marketing de Contenidos: Dada la naturaleza emergente del servicio, es crucial invertir en una estrategia robusta de marketing de contenidos. Se recomienda crear y difundir activamente información a través de un blog, redes sociales y webinars sobre el valor, la diversidad y el significado de las celebraciones simbólicas. Esto ayudará a sensibilizar al público y a generar demanda.

Construcción de marca profesional y confianza: Priorizar la construcción de una marca que irradie profesionalismo, autenticidad y confianza. Esto incluye una página web intuitiva y de alta calidad, testimonios de clientes satisfechos, y una comunicación coherente que refleje la seriedad y el cuidado en cada detalle del servicio.

Desarrollo y gestión de alianzas estratégicas: Establecer y nutrir relaciones con terapeutas holísticos, centros de bienestar, comunidades espirituales (laicas), wedding planners y otros profesionales afines. Estas alianzas pueden ser una fuente invaluable de referidos y de co-creación de experiencias.

Enfoque en la experiencia del cliente y personalización: Mantener la promesa de una personalización profunda en cada etapa del proceso, desde la consulta inicial hasta la ejecución de la ceremonia. Recopilar activamente el feedback de los clientes para mejorar continuamente el servicio y fomentar la fidelización y el boca a boca positivo.

Gestión financiera proactiva: Monitorear constantemente los ingresos y costos reales versus las proyecciones. Realizar revisiones periódicas de precios y estructura de costos para adaptarse a las condiciones del mercado y mantener la rentabilidad proyectada. Considerar la posibilidad de reinvertir las utilidades iniciales para financiar el crecimiento sin recurrir a deuda externa.

Plan de escalabilidad a mediano plazo: A medida que el emprendimiento crezca, se recomienda desarrollar un plan para la incorporación de nuevos facilitadores capacitados y estandarizar la metodología de diseño de ceremonias. Esto permitirá escalar el negocio sin comprometer la calidad y la personalización que son su propuesta de valor.

Exploración de nuevos nichos o paquetes premium: Una vez consolidado el servicio base, investigar la posibilidad de introducir paquetes premium o dirigirse a segmentos de mercado de mayor poder adquisitivo, ofreciendo experiencias aún más exclusivas o con elementos de lujo (ej., catering gourmet, retiros de un día, locaciones especiales).

Gestión financiera rigurosa y monitoreo de KPIs: Implementar un sistema de control financiero que permita monitorear de cerca los ingresos, costos y márgenes. Realizar proyecciones periódicas y ajustar la estrategia de precios o de costos según sea necesario para mantener la rentabilidad y aprovechar el potencial de crecimiento financiero.

Futuras Líneas de Investigación: Para complementar este estudio y explorar el potencial de crecimiento del emprendimiento, se sugieren las siguientes líneas de investigación futuras

Estudio de Elasticidad Precio de la Demanda: Realizar una investigación más profunda sobre cómo variaría la demanda del servicio ante diferentes puntos de precio, para optimizar la estrategia de fijación de precios y maximizar los ingresos.

Investigación sobre Expansión Geográfica: Evaluar la viabilidad de replicar el modelo de negocio en otras ciudades o regiones de Chile con características demográficas y socio-culturales similares a la Región Metropolitana.

Análisis Detallado de Segmentos de Mercado Específicos: Profundizar en las necesidades y preferencias de nichos aún más específicos dentro del mercado objetivo (ej., parejas sin hijos, familias con adolescentes, comunidades LGTBQ+), para desarrollar ofertas de servicio híper-personalizadas.

ANEXOS

Anexo N°1: Entrevista aplicada

Ficha sociodemográfica del entrevistado/a

1. Edad:
2. Comuna de residencial
3. Ocupación actual y profesión:
4. Ingreso per cápita mensual:
 - a) Menor a \$1.000.000
 - b) Entre \$1.000.001 y \$2.500.000
 - c) Mayor a \$2.500.000

Hábitos y experiencias previas en celebraciones

5. ¿Le gusta asistir a eventos de celebración o conmemoración? ¿Por qué?
6. ¿A cuántas celebraciones asistió aproximadamente el último año?
7. ¿Qué tipo de celebraciones predominan en su experiencia (ej.: tradicionales, temáticas, simbólicas, etc.)?

Percepción y disposición hacia ceremonias simbólicas

8. ¿Conoce o ha participado en algún tipo de ceremonia simbólica o espiritual (como rituales, bendiciones, meditación grupal)? ¿Cuál?
9. ¿Qué opina de este tipo de experiencias enfocadas en la introspección, el cierre de ciclos o la celebración consciente?
10. ¿Le interesaría participar como protagonista o persona homenajeada en una ceremonia de este tipo?

Preferencias específicas

11. Si pudiera elegir una ceremonia personalizada, ¿cuál le resulta más atractiva? (puede elegir más de una):

- a) Ceremonia del cacao
- b) Meditación guiada
- c) Ceremonia con los 4 elementos (agua, aire, tierra y fuego)
- d) Lluvia de bendiciones
- e) Ritual con musicoterapia o tambor
- f) Ceremonia floral (con pétalos o símbolos visuales)

Valor Percibido y disposición de pago

12. Si la ceremonia fuera realizada en su casa o en un lugar que usted elija, con una duración de 1 hora, facilitadora especializada, decoración e implementación simbólica incluida para 10 personas:

¿Cuánto estaría dispuesta/o a invertir en esta experiencia?

- a) \$80.000 a \$100.000
- b) \$100.001 a \$150.000
- c) \$150.001 a \$200.000
- d) \$200.001 a \$250.000

Anexo N°2: Encuesta de mercado para celebraciones simbólicas personalizadas

Esta encuesta es parte de un estudio de mercado y estrategias comerciales para optar al grado de Magíster en Gestión Empresarial de la USM. Se busca evaluar la factibilidad de una microempresa de "Celebraciones Simbólicas Personalizadas"

Tu participación es esencial para comprender las expectativas del mercado y diseñar un proyecto innovador.

Nombre

Correo electrónico

Teléfono (+56)

Comuna de Residencia

¿Con que genero te identifica?

- ☐ femenino
- ☐ Masculino
- ☐ Ninguno de los anteriores/prefiero no decirlo

Edad

- ☐ Entre 18 y 29 años
- ☐ Entre 30 y 39 años
- ☐ Entre 40 y 49 años
- ☐ 50 años y mas

Actividad Actual

- ☐ Estudiante universitario
- ☐ Estudiante técnico
- ☐ Profesional Universitario

- ☐ Técnico profesional
- ☐ Trabajador/a con oficio
- ☐ Otro:

Número de personas que conforman el hogar

Ingreso total del hogar

- ☐ Entre 0 y \$1.000.000
- ☐ Entre \$1.000.001 y \$2.000.000
- ☐ Entre \$2.000.000 y \$4.000.000
- ☐ Sobre \$4.000.000

Las Ceremonias simbólicas son rituales ancestrales que marcan un momento importante de la vida.

Comenzar una nueva etapa en un momento íntimo, con tus seres queridos, donde recibes simbólicamente un nuevo período con energías renovadas, peticiones, ofrendas y buenos deseos.

Ejemplo: Matrimonios simbólicos, rituales de cierre de año.

¿Has escuchado de ellas?

- ☐ Nunca he escuchado sobre ellas
- ☐ He oído hablar, pero no sé mucho
- ☐ Conozco en qué consisten, pero nunca he participado
- ☐ He participado en alguna
- ☐ He organizado o dirigido alguna

Si tuvieras la oportunidad de conmemorar un hito importante a través de una ceremonia personalizada.

¿Te gustaría vivir la experiencia?

- ☐ Sí, definitivamente me gustaría vivir esa experiencia.
- ☐ Tal vez, pero necesitaría más información.
- ☐ Encuesta aplicada

REFERENCIAS

- Banco Central. (2025). *Banco Central*. Recuperado el 2025, de https://si3.bcentral.cl/Siete/ES/Siete/Cuadro/CAP_CCNN/MN_CCNN76/CCNN2018_PIB_REGIONAL/637899744282781812?cbFechaInicio=2013&cbFechaTermino=2025&cbFrecuencia=ANUAL&cbCalculo=NONE&cbFechaBase=
- Bolaños, & Vallejo. (2025). *Manual para la elaboración de proyectos de integración curricular*. CID - Centro de Investigación y desarrollo.
- Brealey, R., Myers, S., & Allen, F. (2010). *Principios de finanzas corporativas* (9 ed.). McGraw-Hill.
- Gitman, L. &. (2015). *Principles of Managerial Finance* (14 ed.). Pearson.
- Global Wellness. (2024). *Economy Monitor*. Obtenido de globalwellnessinstitute.org: <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/2024-global-wellness-economy-monitor/>
- Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K. R., & Angwin, D. (2017). *Exploring Strategy*. Pearson Education.
- Levini et al. (2021). Obtenido de <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7911682/>
- Malhotra, N. (2015). *Investigación de mercados* (7 ed.). Pearson Educación.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de Modelos de Negocio*. Deusto ediciones.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de Modelos de Negocio*. Deuster ediciones .
- Porter, M. (1980). *strategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. CECSA.
- Ross, Westerfield, & Jordan. (2018). *Fundamentals of corporate finance* (11 ed.). McGraw-Hill education.
- Ross, Westerfield, & Jordan. (2019). *Fundamentals of Corporate Finance* (12 ed.). McGraw-Hill Education.
- Upbizor S.L. (2025). *www.upbizor.com*. Recuperado el 10 de julio de 2025, de <https://www.upbizor.com/estrategia-financiera/van-y-tir>