



UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA

**"ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA CREAR E INSTALAR UN CENTRO ESTÉTICO
EN LA CIUDAD DE VIÑA DEL MAR"**

Trabajo de Titulación para Optar al Título
Profesional de Ingeniero de Ejecución en
Gestión Industrial

Alumno:
Rubén Antonio Manzano Martínez

Profesor:
Sr. Gabriel Jara Bulnes

SEDE VIÑA DEL MAR-JOSÉ MIGUEL CARRERA

2023

RESUMEN

KEYWORDS: CENTRO ESTÉTICO

En el presente trabajo, se desarrollará el proyecto de "Estudio de prefactibilidad para crear e instalar la empresa **Soin du Corps** un centro estético en la ciudad de Viña del Mar"

El objetivo principal de este proyecto es poder evaluar la instalación de un modelo de gestión dentro de este negocio que se desempeña en el área de estética.

El proyecto evaluará las herramientas necesarias para llevar a cabo esta instalación, y la efectividad que se pueda presentar en base a la reducción de los costos del servicio. Desde el punto de vista organizacional se intervendrá directamente las instalaciones del local, generando nuevas adquisiciones e inversiones que serán contabilizadas dentro de una evaluación técnica. Las evaluaciones del proyecto se dividirán en cinco fases fundamentales, que son: la primera es el análisis de prefactibilidad de mercado, en la que se realizará un estudio de las reales posibilidades de reducir los costos de los servicios abarcados. La segunda fase análisis de prefactibilidad técnica, en la que se identifica, dimensiona y cotiza el equipamiento requerido, de acuerdo al proceso del servicio y etapas del proyecto. Por otra parte, es fundamental poder implementar un proyecto con capacidad potencial, para generar un plus dentro del mercado. La prefactibilidad técnica debe ser evaluada con el objetivo de tener en consideración la mayor información posible de lo que se requiere e intervendrá. Otra fase identificará temas administrativos, societarios y ambientales del proyecto. La quinta y última fase es la evaluación económica en donde se determinará la rentabilidad y si cumple o no con los objetivos esperados por el proyecto.

El objetivo principal de este proyecto es poder evaluar la instalación de un modelo de gestión dentro de este negocio que se desempeña en el área de estética.

En el Capítulo 1, se indica el diagnóstico y la metodología a aplicar durante el desarrollo del proyecto. Que implica en las ideas generales, situación antes de proyecto y como determinar el curso de este.

En el Capítulo 2, se expone el análisis de demanda actual y futura, además de los tipos de servicios que se realizaran dentro del local, y con ello el comportamiento del mercado en el que se desarrolla este proyecto.

En el Capítulo 3, se determina la prefactibilidad técnica ligada al proyecto, indicando los procesos que conllevan cada uno de los servicios entregados dentro del local, con un enfoque técnico. Por otro lado, se aborda la forma en que se instalará el modelo de gestión mediante el método de PORTER dentro de este negocio.

En el Capítulo 4, se definirán los elementos relacionados a trámites administrativos para el desarrollo del proyecto, además de los aspectos legales que puedan tener impacto al momento de poner en marcha el proyecto.

En el Capítulo 5, se exponen los resultados obtenidos de las evaluaciones anteriores y sus elementos. La evaluación del proyecto es realizada en cuatro posibles situaciones, en donde se varía el financiamiento de este. Proyecto sin financiamiento, proyecto con financiamiento externo solicitando un 25%, 50% y 75%.

El horizonte del proyecto será de 5 años la tasa de descuento se utiliza para actualizar los flujos de dinero en el proyecto durante los diferentes periodos, esta es igual a la tasa de retorno que el inversor obtendría en los proyectos e inversiones de capital, también llamada costo de capital.

Al evaluar las distintas opciones y variables enmarcadas en el proyecto, se ha logra concluir que es un proyecto atractivo, capaz de generar liquidez y solvencia para la empresa. Se observa, que en todos los análisis y estudios realizados existe viabilidad y factibilidad para desarrollar el proyecto, por lo que es recomendable llevarlo a cabo y se debiese invertir en él.

La mejor alternativa para este proyecto, presenta un VAN de 2015,92 UF, TIR de 357% y un PRI en el año 1 en el flujo con financiamiento externo en un 75% a través de una entidad crediticia.

ÍNDICE

INTRODUCCION	1
CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN	3
1.1. DIAGNÓSTICO	4
1.1.1. Antecedentes generales y específicos del proyecto	4
1.1.2. Objetivos del proyecto	5
1.1.2.1. Objetivo general del Proyecto	5
1.1.2.2. Objetivo Específico del proyecto.....	5
1.1.3. Antecedentes cualitativos	5
1.1.3. Contexto de desarrollo del proyecto	6
1.1.4.1. Contexto general.....	7
1.1.4.2. Contexto Económico	7
1.1.4.3. Contexto social.....	7
1.1.4.4. Encuesta	8
1.1.5. Tamaño del proyecto	9
1.1.6 Impactos relacionados con el proyecto	10
1.2. METODOLOGÍA	10
1.2.1. Definición de situación sin proyecto.....	10
1.2.2. Definición de situación con proyecto	11
1.2.3. Análisis de separabilidad	12
1.2.4. Método para medición de beneficios y costos	12
1.2.5. Indicadores.....	12
1.2.5.1. Valor actualizado neto (VAN).....	12
1.2.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)	13
1.2.5.3. Período de recuperación de la inversión (PRI)	13
1.2.6. Criterios de evaluación.....	14
1.2.7. Estructura de evaluación del proyecto	15
1.2.7.1. Estudio de mercado.....	15
1.2.7.1.1. Datos de mercado	16
1.2.7.2. Estudio técnico	16
1.2.7.3. Estudio legal.....	16
1.2.7.4. Estudio económico	17

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO	18
2. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD	19
2.1. Definición De Producto	19
2.1.1. Corte de pelo.....	20
2.1.2. Tintura de pelo total	20
2.1.3. Aplicación de visos	20
2.1.4. Aplicación de mechas.....	21
2.1.5. Masajes capilares	21
2.1.6. Alisados.....	21
2.1.7. Podología clínica	21
2.1.8. Masaje descontracturante	22
2.2. ANÁLISIS DE DEMANDA ACTUAL Y FUTURA	22
2.2.1. Clientes	22
2.3. VARIABLES QUE AFECTAN A LA DEMANDA	26
2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL Y FUTURA.....	28
2.4.1. Variables macroeconómicas.....	32
2.4.2. Variables microeconómicas.....	32
2.4.3. Variables técnicas	33
2.5. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO	33
2.5.1. Análisis del medio externo	33
2.5.1.1 Identificación de macro segmentos de la Industria	34
2.5.1.2. Análisis de fuerzas competitivas del sector (Análisis de PORTER)	35
2.5.1.2.1. Amenaza de nuevos competidores – Potenciales entrantes.....	35
2.5.1.2.2. Rivalidad entre compañías existentes	36
2.5.1.2.3. Sustitutos	36
2.5.1.2.4. Poder de negociación de los Compradores.....	37
2.5.1.2.5. Poder de negociación de los Proveedores	37
2.6. DETERMINACIÓN DE NIVELES DE PRECIO Y PROYECCIONES.....	38
2.7. ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN	41
2.7.1. Disponibilidad de infraestructura	41
2.7.2. Ambiente comercial	41
2.7.3. Proximidad a los clientes	41
2.8. ANÁLISIS SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN	41

2.8.1.	Producto/Servicio.....	42
2.8.2.	Precio	42
2.8.3.	Promociones	42
2.8.3.	Contacto.....	42
CAPÍTULO 3:	ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA	44
3.1.	Descripción y Selección de Procesos.....	45
3.1.1.	Procedimiento corte de Cabello	45
3.1.2.	Procedimiento de tintura de pelo total	46
3.1.3.	Procedimiento aplicación de visos	46
3.1.4.	Procedimiento aplicación de mechas	47
3.1.5.	Podología clínica.....	47
3.1.6.	Masoterapia	47
3.2.	DIAGRAMA DE FLUJO	48
3.3.	SELECCIÓN DE EQUIPOS	49
3.3.1.	Sillón de Peluquería.....	49
3.3.2.	Lavapelos de Peluquería.....	50
3.3.3.	Climazon de Peluquería	51
3.4.	PROYECTOS COMPLEMENTARIOS	51
3.5.	LAY-OUT	52
3.6.	DETERMINACIÓN DE INSUMOS, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS.	53
3.6.1.	Insumos.....	53
3.7.	CONSUMOS DE ENERGÍA Y SERVICIOS.....	54
3.7.1.	Consumo de energía electricidad	54
3.7.2.	Consumo de agua potable	55
3.8.	PROGRAMAS DE TRABAJO	56
3.9.	JORNADA DE TRABAJO	56
3.10.	PERSONAL DE OPERACIONES, CARGOS, PERFILES Y SUELDOS.	57
3.10.1.	Descripción de Cargo	57
3.10.1.	Sueldos.....	61
3.11.	INVERSIONES EN EQUIPOS Y EDIFICACIONES	61
3.11.1.	Inversión equipos y mobiliario	61
3.11.2.	Remodelación	62
3.12.	INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO.....	62

3.13.	COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	63
3.14.	COSTOS DE IMPREVISTOS.....	64
CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA FINANCIERA Y AMBIENTAL.....		65
4.1.	PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y AMBIENTAL	66
4.1.1.	Personal	66
4.1.2.	Estructura organizacional.....	66
4.1.3.	Sistemas de información administrativos.....	67
4.1.4.	Sistemas de información mantención	67
4.2.	LEGAL	67
4.2.1.	Marco legal vigente nacional	67
4.2.2.	Políticas de desarrollo industrial	68
4.2.3.	Aspectos legales del giro del proyecto	70
4.2.3.1	Constitución de una sociedad	70
4.2.3.2.	Inicio de actividades	70
4.2.3.3.	Timbraje de Documentos	71
4.2.3.4.	Obtención de Patente Comercial	71
4.2.4.	Incentivos.....	71
4.2.5.	Aspectos laborales	72
4.2.6.	Costos asociados al cumplimiento de la legislación vigente	72
4.2.6.1.	Intangibles.....	72
4.2.6.2.	Tangibles	73
4.3.	SOCIETARIA.....	74
4.3.1.	Relación entre los inversionistas	74
4.3.2.	Estructura societaria	74
4.3.3.	Estimación del gasto para dar forma a la estructura societaria	75
4.4.	TRIBUTARIA	75
4.4.1.	Sistema Tributario y Mecanismos de Determinación de Gasto en impuestos	75
4.4.2.	Mecanismo de determinación de gasto en impuesto	77
4.5.	PREFACTIBILIDAD FINANCIERA	79
4.5.1.	Fuentes de financiamiento	79
4.5.2.	Instituciones crediticias	79
4.5.2.1.	Instituciones Privadas	79

4.5.2.2. Instituciones Publicas	80
4.6. AMBIENTAL.....	80
CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN ECONÓMICA	82
5.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA	83
5.1.1. Ingresos.....	83
5.1.1.1. Demanda Unitaria	83
5.1.1.2. Ingresos UF	84
5.1.2. Egresos.....	84
5.1.2.1. Costos Fijos	84
5.1.2.1. Costos Variables	85
5.2. CONSIDERACIONES A UTILIZAR	87
5.2.1. Impuesto.....	88
5.2.2. Horizonte del proyecto.....	88
5.2.3. Condiciones Crediticias.....	88
5.2.4. Depreciaciones.....	88
5.2.5. Análisis de riesgos	89
5.3. PROYECTO PURO	91
5.3.1. Flujo de caja sin financiamiento externo.....	92
5.4. PROYECTO FINANCIADO.....	93
5.4.1. Cuota del financiamiento externo del 25%	93
5.4.1.1. Amortización de financiamiento del 25%	93
5.4.1.2. Flujo de caja con financiamiento del 25%	94
5.4.2. Cuota del financiamiento externo del 50%	95
5.4.2.1. Amortización de financiamiento del 50%	95
5.4.2.2. Flujo de caja con financiamiento del 50%	96
5.4.3. Cuota del financiamiento externo del 75%	97
5.4.3.1. Amortización de financiamiento del 75%	97
5.4.3.2. Flujo de caja con financiamiento del 75%	98
5.6. SENSIBILIZACIONES	99
5.6.1. Sensibilización por Ingresos.....	99
5.6.2. Sensibilización por Costos Variables	100
5.6.3. Determinación de puntos de corte	101
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	102

CONCLUSIONES.....	103
RECOMENDACIONES.....	106
Bibliografía.....	107

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 GRUPO ETARIO EN VIÑA DEL MAR.....	6
TABLA 2 CLASIFICACIÓN POR INGRESO ANUAL DE VENTAS Y/O SERVICIOS.	9
TABLA 3 CLASIFICACIÓN POR CANTIDAD DE TRABAJADORES.....	9
TABLA 4 PRODUCTOS OFRECIDOS EN PELUQUERÍA.....	19
TABLA 5 PRODUCTOS OFRECIDOS EN PELUQUERÍA.....	20
TABLA 6 : PRODUCTOS OFRECIDOS EN PODOLOGÍA	20
TABLA 7 RANGO ETARIO RESULTADO PARA ORIENTAR A CLIENTE OBJETIVO	24
TABLA 8 PREGUNTA ORIENTADA A QUE SERVICIOS SON MÁS SOLICITADOS.....	25
TABLA 9 DEMANDA PROYECTADA	27
TABLA 10 HISTÓRICO TINTURA DE PELO	29
TABLA 11 PROYECCIÓN DE VENTAS EN LOS PRÓXIMOS PERIODOS	30
TABLA 12 HISTÓRICO ALISADOS.....	30
TABLA 13 PROYECCIÓN DE VENTAS EN LOS PRÓXIMOS PERIODOS	31
TABLA 14 PRECIOS COMPETENCIA	39
TABLA 15 COTIZACIONES SILLÓN DE PELUQUERÍA	49
TABLA 16 COTIZACIONES LAVAPELOS PELUQUERÍA	50
TABLA 17 COTIZACIONES CLIMAZON	51
TABLA 18 INSUMOS MENSUALES CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS.....	53
TABLA 19 CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICO CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS	55
TABLA 20 CONSUMO DE AGUA POTABLE CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS.....	56
TABLA 21 SUELDOS CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS.....	61
TABLA 22 EQUIPOS CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS	61
TABLA 23 COSTO DE REMODELACIÓN.....	62
TABLA 24 CALCULO DE CAPITAL DE TRABAJO EN UF DE CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORP.....	63
TABLA 25 INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS.....	64
TABLA 26 IMPREVISTO 10% CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS	64
TABLA 27 LAS TASAS DE PRIMERA CATEGORÍA, SON LAS SIGUIENTES:	78
TABLA 28 INGRESOS PROYECTADOS CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS	84
TABLA 29 EGRESOS PROYECTADOS CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS.....	87
TABLA 30 DEPRECIACIONES CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS	89
TABLA 31 ANÁLISIS DE RIESGOS CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS.....	90
TABLA 32 PRIMA DE RIESGO EN VIRTUD DE NIVEL DE RIESGO	91
TABLA 33 EXPLICACIÓN COMO OBTENER RENTABILIDAD ESPERADA CON LA PRIMA DE RIESGO	91
TABLA 34 FLUJO SIN FINANCIAMIENTO EXTERNO CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS.....	92
TABLA 35 DETERMINACIÓN DE LA CUOTA DE ACUERDO AL CRÉDITO 25% CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS	93
TABLA 36 AMORTIZACIÓN FINANCIAMIENTO DE50% CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS.....	93
TABLA 37 FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO DEL 25% DE CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS.....	94
TABLA 38 DETERMINACIÓN DE LA CUOTA DE ACUERDO AL CRÉDITO 50% CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS	95
TABLA 39 AMORTIZACIÓN FINANCIAMIENTO DE50% CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS.....	95
TABLA 40 FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO DEL 50% DE CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS.....	96

TABLA 41 DETERMINACIÓN DE LA CUOTA DE ACUERDO AL CRÉDITO 75% CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS	97
TABLA 42 AMORTIZACIÓN FINANCIAMIENTO DE 50% CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS	97
TABLA 43 FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO DEL 75% DE CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS.....	98
TABLA 44 SENSIBILIZACIÓN DE INGRESOS CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS.....	99
TABLA 45 SENSIBILIZACIÓN DE LOS COSTOS VARIABLES DEL CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS	100

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 LOGOTIPO DE SOIN DU CORPS	4
ILUSTRACIÓN 2 DIAGRAMA DE FLUJO CENTRO ESTÉTICO " SOIN DU CORPS "	48
ILUSTRACIÓN 3 LAYOUT CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS	52
ILUSTRACIÓN 4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS	66

ÍNDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO 1 RANGO ETARIO RESULTADO PARA ORIENTAR A CLIENTE OBJETIVO	25
GRÁFICO 2 RESULTADO DE SERVICIOS MÁS SOLICITADOS	26
GRÁFICO 3 HISTÓRICO VENTAS CORTE DE PELO.....	29
GRÁFICO 4 HISTÓRICO TINTURA DE PELO	30
GRÁFICO 5 ALISADOS.....	31
GRÁFICO 6 SENSIBILIZACIÓN DE INGRESOS CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS.....	100
GRÁFICO 7 SENSIBILIZACIÓN DE LOS COSTOS VARIABLES DEL CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS	101

ÍNDICE DE FORMULAS

FÓRMULA 1 FORMULA VAN.....	13
FÓRMULA 2 FORMULA DEL TIR	13
FÓRMULA 3 FORMULA DEL PRI	14
FÓRMULA 4 FORMULA PARA CALCULAR EL TAMAÑO DE MUESTRA FINITA.....	23
FÓRMULA 5 DESARROLLO FÓRMULA.....	24
FÓRMULA 6 RENTABILIDAD	38
FORMULA 7 FORMULA PARA DETERMINAR LA TASA DE RETORNO	89
FORMULA 8 VALOR CUOTA FINANCIAMIENTO 25% CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS.....	93
FORMULA 9 VALOR CUOTA FINANCIAMIENTO 50% CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS.....	95
FORMULA 10 VALOR CUOTA FINANCIAMIENTO 75% CENTRO ESTÉTICO SOIN DU CORPS.....	97

INTRODUCCION

Las peluquerías son un negocio que en un comienzo eran fácil administrarlas. Al ir introduciendo nuevos servicios se fue haciendo más imperioso el tener un sistema de gestión fuerte y con la capacidad de adaptarse a los cambios que requiere el mercado.

Sin embargo, la alta rentabilidad del negocio, la creciente demanda y la influencia de las tendencias del mercado han provocado que este negocio este evolucionando desde una simple peluquería a salones de belleza y últimamente centros de estéticas totales.

Los centros de estéticas han presentado un fuerte crecimiento en el transcurso de los años, se ha generado una alta fragmentación de la industria provocando la creación de distintos posicionamientos y modelos de negocio dentro del rubro.

Hoy en día, la mayoría de los salones generan altos niveles de rentabilidad, provocado por un aumento en la demanda de la industria. Lo que generó que los dueños se hayan preocupado más en el aumento de clientes que en la calidad de la atención y en la creación de valor por medio del servicio. Esto ha sido fuertemente influenciado por una falta de profesionalización de los colaboradores, mal manejo de la saturación y otros temas operativos como la limpieza.

Se realizará un proyecto de Centro de Estética con los siguientes servicios:

1. Peluquería
2. Podología
3. Masoterapia

Constará de Peluquería en donde “se atiende al cliente, potenciando su imagen personal, asegurándole el cuidado y embellecimiento del cabello y cuero cabelludo, así como los servicios que presta la peluquería, procurándose el estilo apropiado a sus gustos y necesidades”, (Trabajastur, s.f., pág. 1) este será el servicio base como base.

Pero también tendrá Podología “La podología es la ciencia sanitaria que tiene por objeto el estudio de las enfermedades y alteraciones que afectan al pie. Es la ciencia que abarca el diagnóstico y tratamiento de las afecciones y deformidades de los pies, mediante las técnicas terapéuticas propias de su disciplina. (colegiopodologoscantabria, pág. 1).

Masoterapia “En masoterapia, un profesional médico capacitado y certificado (masajista) manipula los tejidos blandos del cuerpo (músculo, tejido conectivo, tendones, ligamentos y piel). El masajista utiliza diferentes grados de presión y movimiento. Por lo general, el masaje se considera parte de la medicina integral. Los centros médicos lo ofrecen cada vez más como tratamiento, junto con el tratamiento estándar. Se puede utilizar para una amplia gama de afecciones médicas. Los estudios sobre los beneficios del masaje han demostrado que este puede: Ayudar a reducir el estrés, Disminuir el dolor y la tensión muscular, Aumentar la relajación, Mejorar la función inmunológica” (Clinica Mayo, pág. 1).

En el centro de Estética se realizará la venta de todos los tratamientos de belleza y por último un área de venta de café y colaciones ya que por lo general los tratamientos constan de varias horas y ahí tendremos un cliente cautivo

Por lo anterior, los puntos para lograr una diferenciación en el mercado deberán ser:

- Atención y servicio al cliente distintivo y homogéneo,
- Una imagen innovadora y profesionalización de los empleados por medio de una estandarización.
- Gestionar los tipos de servicio para lograr una reducción de demora por cliente eso conlleva a disminución de saturación y flexibilidad debido a que el cliente tendrá la opción de seleccionar horarios y espacios para atenderse.

CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

En la primera etapa de este estudio se destacan los aspectos generales y situación actual, en el que se pretende desarrollar este proyecto.

1.1. DIAGNÓSTICO

1.1.1. Antecedentes generales y específicos del proyecto

Dentro del mercado existe un gran número de pequeñas y medianas empresas que emprenden sus negocios sin clasificar y normalizar de manera efectiva las cadenas de valor en sus respectivos rubros. Es por esta razón que se propone la idea de realizar un análisis de *“Prefactibilidad Para Crear E Instalar Un Centro Estético En La Ciudad De Viña Del Mar”*. El análisis que se indica, es específicamente realizar compra de equipos, modificación de ser necesario de instalaciones, materiales y esquematizar los costos para cada uno de los servicios que se realizan, para de esta forma poder realizar una rotación de stock eficaz, eliminar tiempos muertos, y con ello conseguir reducción de costos. Este centro de estética se ubica en una vivienda de carácter comercial en el centro de Viña del Mar. Por otro lado, se analizarán todas las inversiones necesarias para que este negocio tenga una puesta en marcha eficiente. El personal será detallado más adelante dentro del capítulo 4.

Ilustración 1 Logotipo de Soin du Corps



1.1.2. Objetivos del proyecto

A continuación, se detallan los antecedentes que conforman el diagnóstico del proyecto:

1.1.2.1. Objetivo general del Proyecto

Crear un Centro de Estética Integral.

1.1.2.2. Objetivo Específico del proyecto

- Crear un análisis estratégico para establecer las distintas oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas del negocio.
- Elaborar una investigación de mercado para obtener los mercados potenciales.
- Desarrollar Plan Comercial y de Marketing para aumentar la venta de los servicios ofrecidos.
- Desarrollar plan de Operaciones que apunte a la eficacia de los procesos internos de la empresa.
- Desarrollar plan Financiero que permita analizar las posibles vías de financiamiento del negocio.

1.1.3. Antecedentes cualitativos

Se realizará el estudio de mercado sobre oferta y demanda en relación a Centros de Estética.

La industria de los centros de estética, ha ido tenido un crecimiento exponencial a nivel mundial en las últimas décadas ofreciendo productos y servicios cada vez más completos, avanzados y diversos. Lo que antes era un lujo de pocas personas, hoy es una práctica que cada vez más mujeres y hombres están adoptando como un

hábito, convirtiéndose en algo cada vez más integrado. En un principio los únicos locales que ofrecían el servicio similar como un anexo y no una especialidad eran las peluquerías y las únicas personas que lo solicitaban eran aquellas que tenían tiempo y presupuesto suficiente para adquirirlo como lujo.

Claramente la ubicación es una de las cualidades importantes que debe presentar el proyecto. El lugar escogido es la comuna de Viña del Mar esta cuenta con una población total de según censo 2017 fue de 334.248 habitantes con una proyección de un 9.04% al 2021 fue de 364.472 habitantes, como se muestra en tabla 1 Biblioteca del Congreso Nacional, (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, pág. 1).

Tabla 1 Grupo Etario en Viña del Mar

Viña del Mar Indicadores 2021		
Población por Grupos de Edad		
Grupo Edad	Censo 2017	Proyección 2021
0 a 14	55.186	57.514
15 a 29	86.801	88.281
30 a 44	63.245	73.809
45 a 64	79.388	85.405
65 o mas	49.628	59.463
Total	334.248	364.472

Fuente: Biblioteca del Congreso Nacional (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, pág. 3)

1.1.3. Contexto de desarrollo del proyecto

A continuación, se detallan el contexto en que se desarrolla el proyecto de Centro de Estética.

1.1.4.1. Contexto general

El proyecto se enmarca en el contexto de una economía que presenta una inflación al alza, y que se estima una contracción económica durante el año 2023. De acuerdo al Banco Mundial en Chile las difíciles condiciones macroeconómicas y el fin de muchos de los bonos o transferencia se proyecta que la pobreza aumente exponencialmente. (Banco Mundial, s.f., pág. 1)

1.1.4.2. Contexto Económico

A partir del siguiente análisis es que se busca identificar los principales factores que afectarán el entorno del proyecto, obteniendo de esto oportunidades y posibles amenazas que afectan al proyecto en el mediano y largo plazo, con el objetivo de generar una estrategia que permita competir con el entorno.

Las fuerzas económicas afectan al mercado en su conjunto, a su vez, a las empresas a generar ingresos para así lograr la tasa de utilidades proyectadas y esperadas. Los factores más destacados en este microambiente son el desempleo, el Producto Interno Bruto, el Índice de precios al consumidor (IPC) e Inflación y el Índice de Percepción del Consumidor.

1.1.4.3. Contexto social

En este factor se debe tener presente cambios a nivel poblacional, en el nivel de ingresos y en las preferencias en las modas que influyen en el nivel de consumo. Es por ello por lo que a continuación se describirán y analizar algunas de las variables:

- Cambios en el nivel de ingresos: Para analizar las condiciones de vida de los chilenos, se toma como referencia los ingresos medios y la situación

económica de los hogares. El sueldo mínimo anterior era de \$400.000, pero a partir de enero de 2023 se reajustó a \$410.000 para trabajadores de entre 18 y 65 años (para menores de edad y adultos mayores, es de \$261.092). El alza del sueldo mínimo ocurrió gracias a un acuerdo entre el Gobierno y la Central Unitaria de Trabajadores (CUT), en el que se estableció el aumento si se cerraba el año 2022 con una inflación sobre el 7%. El Índice de Precios al Consumidor (IPC) registró un alza de 12,5% para el último periodo, lo que hizo que se concretara el alza del salario mínimo.

- Cambios en el nivel poblacional: Respecto a la variable poblacional, se desglosará demográficamente a nivel nacional y regional.

- ❖ **Chile.** Según CENSO 2017, la población total en Chile fue de 17.574.003 habitantes, distribuidos en un 51% de mujeres y un 49% de hombres. Datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), proyecta la población al año 2020 en 19.458.310 habitantes. La población femenina sería de 9.859.209 mujeres, equivalente a un 50,6% del total, frente a los 9.599.101 hombres, equivalente al 49,3%.

- ❖ **Viña del Mar.** Según CENSO 2017, la población total en Viña del Mar fue de 334.248 habitantes, distribuidos en 175.579 correspondiente a un 52.5% de mujeres y 158.669 correspondiente a un 47.5% de hombres. Datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), proyecta la población al año 2020 en 361.371 habitantes. La población femenina sería de 186.395 de mujeres, equivalente a un 51,6% del total, frente a los 174.976 hombres, equivalente al 48,4%.

1.1.4.4. Encuesta

Se recopilará información necesaria para el centro estético **SOIN DU CORPS**, mediante la aplicación de una encuesta de tipo descriptiva la que permitirá obtener información sobre la situación del posible cliente, en la cual buscaremos obtener datos relevantes al problema que se identifica anteriormente enfocada en la

necesidad que la empresa suplirá. El medio de captura de la información de los entrevistados será a través de encuestas online o web la cual contendrá preguntas cerradas y no vinculantes entre sí, ya que los encuestados deberán responder entre las opciones de respuesta que nosotros brindaremos, se utilizará este tipo de preguntas para obtener resultados más sencillos a la hora de cuantificarlos para llevarlos a un análisis estadístico.

1.1.5. Tamaño del proyecto

Para llevar a cabo un proyecto de esta magnitud se debe determinar el tamaño necesario para poder determinar la demanda proyectada para ver el mercado interesado en la compra de nuestros servicios.

El tamaño será determinado en base a la ley 20.416, la que fija normas especiales para las empresas de menor tamaño, se expresa mejor las tablas 2 y 3.

Tabla 2 Clasificación por ingreso anual de ventas y/o servicios.

Tamaño empresa	Clasificación por ventas
Micro	0 – 2.400UF
Pequeña	2.400,01UF – 25.000UF
Mediana	25.000,01UF – 100.000UF
Grande	100.000,01UF y más

Fuente: Criterios de clasificación del Estatuto Pyme (TURISMO, 2014, pág. 2)

Tabla 3 Clasificación por cantidad de trabajadores

Tamaño empresa	Clasificación por empleo
Micro	0 – 9
Pequeña	10-25
Mediana	26-200
Grande	201 y mas

Fuente: Criterios de clasificación del Estatuto Pyme (TURISMO, 2014, pág. 2)

Por lo que el proyecto tomando en cuenta las ventas proyectadas y la cantidad de empleados cae en la categoría de microempresa. Además, del horizonte estimado del proyecto es de cinco años.

Para establecer el proyecto teniendo en cuenta que está en la categoría de microempresa, lo primero es el arriendo de un espacio para la instalación de las maquinarias e infraestructura necesaria, para la comodidad de los trabajadores y clientes que asistan al centro de estética.

1.1.6 Impactos relacionados con el proyecto

El proyecto busca crear un centro estético, principalmente orientado a la satisfacción de los clientes este será el principal objetivo impacto, esto se obtendrá mediante la gestión, tanto económica, financiera, de administración, etc.

Además, se generarán empleos tanto masculinos como femeninos para profesionales del área de la estética integral.

1.2. METODOLOGÍA

Se indica las definiciones con y sin proyecto, además como serán medidas los beneficios:

1.2.1. Definición de situación sin proyecto

En Viña del Mar existen Centros estéticos ubicados en los sectores alejados del centro, en un radio de aproximadamente un kilómetro a la redonda existen varios establecimientos que se dedican al rubo de belleza física algunos de ellos son, Vermelho, Centro de belleza, Barberia Black Sheep, Peluquería Susi Santander, Peluquería Estética Capilar, Centro de Belleza Hender Style Peluquería, Salón de Belleza Bella Donna, PeluRock Hair Salón & Barber Shop, Salón de Belleza Muhler.

Actualmente existe un auge en esta actividad, se puede notar por la gran cantidad de pequeñas peluquerías informales en los hogares. Así como también peluquerías en locales al interior de galerías.

Al contrario de las antes mencionadas el proyecto estará dirigido a satisfacer el cuerpo integral, por lo cual nuestra imagen será de una atención global.

Al no existir un proyecto anterior significa que todos los procesos internos y externos además como los costos de productos y servicios que dice relación con el proyecto junto con los estados financieros y sus respectivos flujos positivos o negativos sino se ejecuta el proyecto será cero.

1.2.2. Definición de situación con proyecto

Al momento de generar el proyecto y poder instalar el centro de estética se considerará todo tipo de gastos de inicio de actividades y puesta en marcha, así como todos los costos que se incurran durante el análisis del proyecto, también las utilidades reflejadas en los estados de resultados corresponderán al proyecto de la instalación del centro de estética **SOIN DU CORPS**.

El centro estético estará disponible todo el año, descontando festivos y con horarios de atención es de lunes a jueves de 10:00 a 13:00 horas y luego de 14:00 a 18:00 horas. Viernes y sábado de 10:00 a 13:00 horas y luego de 14:00 a 19:30 horas, completando las 45 horas semanales, lo cual permite la sostenida demanda para este tipo de proyecto. Se debe hacer mención que en este momento se encuentra en el senado un proyecto de ley que reduce la jornada del trabajo de 45 a 40 horas, que de ser aprobada será comenzará a regir en forma gradual hasta llegar al 2028, por lo cual para evitar errores legislativos nos haremos asesorar con la inspección del trabajo correspondiente.

1.2.3. Análisis de separabilidad

Se busca definir si es factible dividir el proyecto en partes individuales para poder evaluar de modo más claro. Para este tipo de proyecto se presta más de un servicio, en este caso corresponden a Peluquería, Masoterapia y Podología. Estos fueron ya explicados y definidos anteriormente en Introducción pagina 1 y 2, apartado seis al ocho.

No descartando en un futuro poder realizar nuevos proyectos de factibilidad para lograr una mejora si el mercado lo requiere.

1.2.4. Método para medición de beneficios y costos

Los beneficios que entregará el proyecto en fase operativa, corresponden a ingresos por concepto de la venta de los distintos servicios y la participación de los clientes en el proceso, no existen ingresos por otros servicios.

Los costos son diversos, y están referidos principalmente a la inversión inicial, por la infraestructura, equipamiento necesario para el proyecto, gastos de puesta en marcha y capital de trabajo. También los costos operativos corresponden a remuneraciones, insumos, servicios, luz, agua, etc.

1.2.5. Indicadores

Para determinar la viabilidad del proyecto, se utilizarán los siguientes indicadores:

1.2.5.1. Valor actualizado neto (VAN)

El valor actualizado neto le indica al inversionista el valor presente de un determinado número de flujos de cajas futuros, es decir, actualizar mediante una

tasa los flujos de cajas para conocer el valor monetario que será comparada con la inversión realizada. La fórmula se muestra a continuación.

Fórmula 1 Formula VAN

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+i)^t} - I_0$$

En donde:

F_t es el flujo de caja futuro

n es el número de periodos

i es interés

i₀ es el valor de la inversión inicial.

1.2.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Esta herramienta determina la rentabilidad del inversionista en base al flujo que genere el proyecto. También se puede definir, como el valor de la tasa de descuento para que el VAN de un proyecto sea igual a 0. Y sus resultados se interpretan identificando “r” como el costo de oportunidad. Como muestra la fórmula 2.

Fórmula 2 Formula del TIR

$$TIR = \sum_{t=0}^n \frac{F_t}{(1+i)^t} = 0$$

En donde:

F_n es el flujo de caja en el periodo n

n es el número de periodos

i es el valor de la inversión inicial.

1.2.5.3. Período de recuperación de la inversión (PRI)

El período de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial. Para calcular el PRI podemos usar la siguiente formula:

Fórmula 3 Formula del PRI

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Donde:

a es el año inmediatamente anterior en que se recupera la inversión

b inversión inicial

c flujo efectivo acumulado del año inmediatamente anterior en que se recupera la inversión

d flujo efectivo del año que se recupera la inversión.

1.2.6. Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación se encuentran relacionados con la interpretación que se entrega a través de los indicadores de VAN, TIR, PRI.

1.2.6.1. Criterio evaluación de flujo de caja neta (VAN).

El primer criterio a analizar será el VAN, si este es mayor o igual a cero el proyecto se aceptará, de lo contrario se rechazará. El valor actualizado neto le indica al inversionista el valor presente de un determinado número de flujos de cajas futuros, es decir, actualizar mediante una tasa los flujos de cajas para conocer el valor monetario que será comparada con la inversión realizada.

1.2.6.2. Criterio evaluación tasa interna de retorno (TIR)

Se analizará el criterio de evaluación de la tasa interna de retorno. Esta tasa permite descontar los flujos netos de la operación de un proyecto igualándolos a la inversión inicial para determinar si el proyecto se encuentra en función de una única tasa de

rendimiento anual, en donde la totalidad de los beneficios actualizados sean exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual, por lo tanto, TIR mide la rentabilidad interna de los fondos que han sido invertidos en el proyecto.

El criterio a utilizar será definido de la siguiente manera:

- Se aceptará el proyecto con $TIR \geq$ Tasa de descuento.
- Se rechazará el proyecto con $TIR <$ Tasa de descuento.

1.2.6.3. Criterio evaluación período recuperación de la inversión (PRI)

El criterio de decisión se reduce a determinar si el período de recuperación del proyecto es menor o igual que el período de evaluación del proyecto. El PRI no considera todos los flujos de fondos de proyecto, ya que ignora aquellos que se producen con posterioridad al plazo de recuperación de la inversión, es decir, PRI determina el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial del proyecto; resultado que se debe comparar con la cifra que sugiere el inversionista.

Si aconteciera de esa manera; el proyecto se deberá aceptar, de lo contrario el proyecto se deberá rechazar. El proyecto tiene un horizonte de 5 años.

1.2.7. Estructura de evaluación del proyecto

Para poder desarrollar este proyecto se determinará la siguiente estructura, con el objeto de expresar de manera más realista posible todos los puntos que conllevan la realización de este

1.2.7.1. Estudio de mercado

La realización de un estudio de mercado permitirá conocer a que publico objetivo nos debemos centrar para que nuestro producto tenga una buena acogida y nos brinde una posición competitiva.

Para esto será necesario enfocarse en tres áreas.

1.2.7.1.1. Datos de mercado

Es un estudio en el que se destaca, la viabilidad que presenta el negocio con respecto al servicio que entrega en la comunidad actual; detallando en totalidad los tipos de servicios que se realizan, en el establecimiento. Además, se considera el tipo de demanda a la que está sujeta y a los precios que se cobrara por dicho servicio.

1.2.7.2. Estudio técnico

Este estudio determina los implementos que se necesitan, para que el negocio opere con normalidad. En el caso de nuestro proyecto se buscará analizar si los equipamientos existentes generan mayores costos por servicio en comparación a otros equipos de distinta calidad. Con esto se realizará un análisis de costo por servicio considerando todas las variables que existen por servicio.

Además, se especificará el espacio físico en el que está inmerso el local, mediante Layout.

1.2.7.3. Estudio legal

Se investigarán los procedimientos legales y disposiciones vigentes para la realización del proyecto. Se buscará información en la Municipalidad de Viña del Mar, para los permisos de construcción o modificación.

Conjuntamente, el servicio público, como Servicio Impuestos Internos; brindarán las regulaciones necesarias para operar comercialmente.

1.2.7.4. Estudio económico

En este último capítulo, trata de estudiar si la inversión que se quiere realizar será rentable o no, si los resultados arrojan que la inversión no se debe hacer, se debe tomar otra alternativa o evaluar qué más puede convenir financieramente a la empresa o emprendedor de acuerdo a sus políticas.

El análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación, así obtendrán indicadores que servirán para decidir la realización o no del proyecto.

Se toma y genera los flujos de cajas, con los datos obtenidos, dando paso a las últimas conclusiones del proyecto.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

2. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD

El análisis de prefactibilidad de mercado es la herramienta por la cual se podrá estimar la demanda probable que el proyecto puede satisfacer.

Además, sirve para pronosticar los ingresos en distintos periodos de la vida útil del proyecto se requiere de los aspectos básicos de un estudio de mercado, tales como:

- Análisis de demanda actual y futura
- Análisis de la oferta actual y futura
- Análisis del sistema de comercialización del proyecto

2.1. Definición De Producto

El servicio que entregara el negocio, tiene relación con las áreas de estética, masoterapia y podología.

Los principales productos ofrecidos en el mercado regional se muestran en las tablas 4,5 y 6.

Tabla 4 Productos Ofrecidos en Peluquería

PRODUCTOS PELUQUERIA	PRODUCTOS PELUQUERIA	PRODUCTOS PELUQUERIA
Corte Cabello Largo	Masaje Cabello largo Brushing Botox	Peinados
Corte Cabello con máquina	Masaje Cabello Corto Brushing Botox	Moños Simple
Corte Cabello con tijera	Brushing	Moños Elaborado
Corte Cabello con degrade	Tintura Cabello Corto	Decoloración
Corte de Barba Corta	Tintura Cabello largo	Tintura Babylights largo
Corte de Barba Larga	Tintura Crecimiento	Tintura Babylights Corto
Lavado Cabello Corto	Tintura Global	Alisado Queratina cabello
Lavado Cabello Largo	Baño de Color Cabello Melena	Alisado Queratina cabello
Lavado más Brushing	Baño de Color Cabello Largo	Masaje Cabello largo Botox
Masaje Melena	Visos Cabello Corto	Masaje Cabello Corto Botox
Masaje Cabello largo	Visos Cabello largo	Masaje Cabello largo Brushing
Masaje Cabello Corto	Mechas simples	Mechas Cabello largo
Masaje Cabello extra largo	Mechas Cabello Corto	

Fuente: En base a la oferta de la Región.

Tabla 5 Productos Ofrecidos en Peluquería

PRODUCTOS MASOTERAPIA
Masaje descontracturante
Masaje relajación
Masaje craneal
Masaje palmar o podal

Fuente: En base a la oferta de la Región.

Tabla 6 : Productos Ofrecidos en Podología

PRODUCTOS PODOLOGÍA
Podología clínica atención básica pulido y limpieza
Podología pie diabético

Fuente: En base a la oferta de la Región.

A continuación, se detallan algunos servicios.

2.1.1. Corte de pelo

Se realizan servicios de corte de pelo en el local. El cual consiste en recortar el cabello del cliente en base a sus solicitudes. En este tipo de servicio se destacan tres tipos de corte:

- Corte dama.
- Corte varón.
- Corte militar.

2.1.2. Tintura de pelo total

Aplicación de tintura colorante solicitado por el cliente, en la totalidad del cabello. Cabe destacar que, en este tipo de servicio, depende principalmente en el largo y volumen presentado por el cliente.

2.1.3. Aplicación de visos

Muy similar al servicio de tintura de cabello, en el que se aplica colorante solamente a pequeñas porciones de cabello del cliente.

2.1.4. Aplicación de mechas

La aplicación de mechas comprende en la tintura de porciones de cabellos más grandes en comparación a los visos.

Por lo que el proceso de servicio de este último es distinto ya que se aplica con trozos de papel metálico.

2.1.5. Masajes capilares

Masajes con utilización de productos, que entregan propiedades hidratantes y reconstructivas para el cabello.

2.1.6. Alisados

Aplicación de químicos al cabello, que permite que mantenga una forma lisa sin friz. Existen distintos tipos de alisados, que dependen netamente en el tipo de producto que se aplique.

El alisado con formol, requiere que el cliente no se lave el cabello después de aplicado el producto, por 3 días.

Por otro lado, el Brasil cacao, no requiere este cuidado. Por lo que el cabello queda inmediatamente listo después de la aplicación pequeñas porciones de cabello del cliente.

2.1.7. Podología clínica

En el local existirá un servicio de podología clínica, el cual consiste en el mantenimiento, corte y cuidado de los pies.

2.1.8. Masaje descontracturante

Otro de los servicios con el constara el centro es la masoterapia

Parte de esto es por ejemplo el masaje descontracturante este se realiza con el fin de relajar la musculatura y disolver las contracturas ocasionadas por malas posturas, falta de descanso, vida muy sedentaria o lo que se ha denominado como la enfermedad moderna el estrés.

Todos los servicios anteriormente detallados serán realizados por personal debidamente calificados y certificados por el Ministerio de Salud, mayor detalle referente al aspecto legal se encuentra en el capítulo 4 apartado 4.2.6.1., se trabajará además con todos los utensilios esterilizados y sellados a través de una autoclave cuyo operador también estará debidamente inscrito y autorizado por el MINSAL, lo cual resaltarán el grado de profesionalismo con el cual el centro se logrará diferenciar de los otros.

2.2. ANÁLISIS DE DEMANDA ACTUAL Y FUTURA

Estos últimos años la demanda en el área de estética ha ido en aumento. Históricamente las mujeres son las asiduas a pagar por su cuidado tanto capilar como corporal.

La demanda actual y futura la basaremos en los datos obtenidos de la competencia.

2.2.1. Clientes

Para poder entender cómo será la demanda futura podemos apoyarnos en encuesta que se realizará en base a un muestreo probabilístico, para que esta tenga una validez estadística se necesita que una cantidad mínima de personas del universo objetivo la responda para poder entender cuál será nuestro mercado objetivo.

Este se obtiene mediante la fórmula matemática. Mas específicamente para obtener el tamaño de la muestra “n” tenemos la siguiente expresión.

Fórmula 4 Formula para calcular el tamaño de muestra finita

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

n= Es el tamaño de la muestra buscado

N= Es el tamaño de la población o universo objetivo.

Z= Parámetro estadístico que depende el nivel de confianza, las puntuaciones más comunes para Z son:

- 90% Puntuación Z= 1,645
- 95% Puntuación Z= 1,96
- 99% Puntuación Z= 2,576

e= Error de estimación máximo aceptado.

p= Probabilidad que ocurra el evento estudiado (éxito)

q= (1-p) Probabilidad que no ocurra el evento estudiado.

Se utilizarán los siguientes datos para las Variables.

N= Serán los rangos etarios de 18 a más de 40 años

Z= Parámetro de nivel de confianza, 95% cuya puntuación es 1,96.

e= Error de estimación máximo aceptado será 0.1

p= Probabilidad que ocurra el evento típicamente es de 50%

q= (1-p) Probabilidad que no ocurra el evento es el 50%

El rango etario fue escogido en virtud a que en este tramo se encuentra la mayor cantidad de población y su consiguiente proyección de la densidad poblacional de 1309 habitantes por kilómetro cuadrado al 2021.

Con los datos obtenidos se realiza el siguiente desarrollo de la fórmula.

Fórmula 5 Desarrollo fórmula

$$n = \frac{1309 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,1^2 * (1309 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} = 89,539$$

El resultado es 89,539 se debe redondear ya que son personas, por lo tanto, el número de personas a encuestar es de 90 para tener una confiabilidad de un 95%.

Como se indicó, la encuesta se concentrará en el rango etario de quienes tienen poder adquisitivo y a su vez son mayores de edad por tal motivo la encuesta comienza en con la edad mínima de dieciocho años.

Esta consta de siete preguntas.

1. ¿Vive en la comuna de Viña del Mar?
2. ¿Le interesaría un Centro Estético en el centro de Viña del Mar (¿peluquería, podología, masoterapia?
3. ¿Conoce un centro de estética en viña del mar?
4. Si usted ha utilizado los servicios de otros Centros de Estética ¿cómo fue su experiencia?
5. Si usted ha asistido a un centro responda, que es lo que más le llamo la atención respecto al servicio prestado.

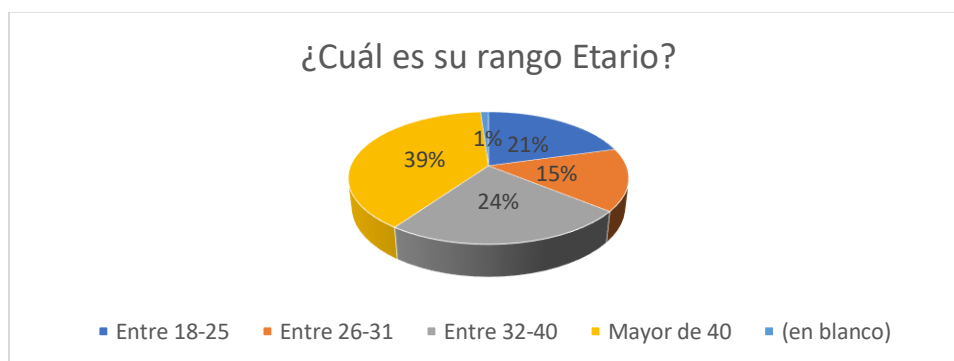
Se desarrollaron las últimas dos preguntas

6. ¿Cuál es su rango Etario?

Tabla 7 Rango Etario resultado para orientar a cliente objetivo

Etiquetas de fila	¿Cuál es su rango Etario?
Entre 18-25	19
Entre 26-31	14
Entre 32-40	22
Mayor de 40	36
(en blanco)	1
Total, general	92

Fuente: Encuesta de elaboración propia.

Gráfico 1 Rango Etario resultado para orientar a cliente objetivo

Fuente: Encuesta de elaboración propia.

7.- ¿Qué servicios de peluquería son más solicitados?

Tabla 8 Pregunta orientada a que servicios son más solicitados

Servicios	Cantidad
Corte de Cabello	40
Corte de Barba	7
Lavado cabello	10
Tintura de Cabello	24
Visos de Cabello	15
Balayage	10
Alisado Queratina	7
Masaje Cabello	7
Masaje Cabello con Botox	1
Masaje Cabello con Brushing	3
Mechas	18
Masaje Descontracturante	8
Masaje Relajación	18
Masaje Craneal	8
Masaje Palmar o Podal	5
Podología clínica atención básica pulido y limpieza	24
Podología Pie Diabético	9
Total, general	214

Fuente: Encuesta de elaboración propia.

Gráfico 2 Resultado de Servicios más Solicitados



Fuente: Encuesta de elaboración propia.

Se debe hacer una observación respecto a la encuesta, debido al tiempo y costos asociados esta podría tener cierto sesgo y no ser confiable al 95% con un margen de error del 5%. Por lo cual si bien está incluida en la evaluación del proyecto no será determinante para el análisis, mayor detalle será explicado en la conclusión.

2.3. VARIABLES QUE AFECTAN A LA DEMANDA

En el área de belleza generalmente la demanda presenta una cierta variabilidad, principalmente a la estacionalidad que existe en los periodos.

Por ejemplo, la gente suele realizarse mayores cuidados en el cabello en primavera-verano que en otoño-invierno. Así también como la masoterapia.

En el caso de podología, la demanda existe una tendencia similar a los servicios antes mencionados.

La demanda de los servicios será representada anualmente por año en la siguiente tabla.

Tabla 9 *Demanda proyectada*

Cantidades de Servicios vendidos (Q) por años					
Producto	1	2	3	4	5
Corte Cabello Largo	170	190	164	191	187
Corte Cabello con maquina	179	193	172	184	160
Corte Cabello con tijera	179	129	159	162	162
Corte Cabello con degrade	175	192	182	194	160
Corte de Barba Corta	182	179	179	187	166
Corte de Barba Larga	169	175	177	190	162
Lavado Cabello Corto	163	189	140	185	163
Lavado Cabello Largo	190	159	179	188	153
Lavado más Brushing	158	159	160	145	185
Masaje Melena	187	195	176	164	149
Masaje Cabello largo	175	177	203	188	174
Masaje Cabello Corto	142	160	167	165	175
Masaje Cabello largo Botox	178	183	185	155	175
Masaje Cabello Corto Botox	172	170	201	169	180
Masaje Cabello extra largo	183	176	152	201	162
Masaje Cabello largo Brushing	179	163	171	129	177
Masaje Cabello Corto Brushing	193	156	177	190	161
Masaje Cabello largo Brushing Botox	180	177	172	161	154
Masaje Cabello Corto Brushing Botox	150	154	172	196	160
Brushing	175	199	167	200	167
Tintura Cabello Corto	156	219	170	172	158
Tintura Cabello largo	162	149	149	197	171
Tintura Crecimiento	165	185	160	188	142
tintura Global	162	163	194	151	173
Baño de Color Cabello Melena	187	177	181	170	144
Baño de Color Cabello Largo	178	169	183	184	168
Visos Cabello Corto	157	170	174	191	147
Visos Cabello largo	147	186	148	168	147
Mechas simples	158	179	157	174	169
Mechas Cabello Corto	178	178	211	175	177
Mechas Cabello largo	197	157	166	173	146
Balayage	180	148	162	154	187
Alisado Queratina cabello Corto	165	157	172	156	156
Alisado Queratina cabello Largo	166	144	174	208	158
Peinados	183	153	173	167	155
Moños Simple	167	163	187	168	169
Moños Elaborado	185	180	166	205	154
Decoloración	130	201	173	137	168
Tintura Babylights largo	185	193	179	118	133
Tintura Babylights Corto	150	185	178	122	144
Masaje descontracturante	168	185	192	151	127
Masaje relajación	180	193	187	222	143
Masaje craneal	149	176	147	192	171
Masaje palmar o podal	178	175	163	159	147
Podología clínica atención básica pulido y limpieza	164	176	194	160	172
Podología pie diabético	185	158	186	148	160
Total, por año	7861	7994	7981	7954	7418

Fuente: Entrevista en centro estético L'femme.

2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL Y FUTURA

Al ser un negocio ligado a la innovación de modas, existen grandes variaciones en temporadas, ya sea por tipos de técnicas o productos que se soliciten.

En el centro de Viña del Mar, existen varios centros de belleza entre los cuales podemos señalar Vermelho, Barberia Black Sheep, Peluquería Susi Santander, Peluquería Estética Capilar, Centro de Belleza Hender Style Peluquería, Salón de Belleza Bella Donna, PeluRock Hair Salón & Barber Shop, Salón de Belleza Muhler.

Esto es atractivo ya que el público objetivo tendrá un cierto acostumbramiento y no estarán a menos de 10 minutos entre los Centros de Estéticas y el proyecto.

El proyecto al tener gran cantidad de servicios tomaremos solo algunos esto para realizar el análisis de la oferta actual y la proyectaremos a los años del estudio.

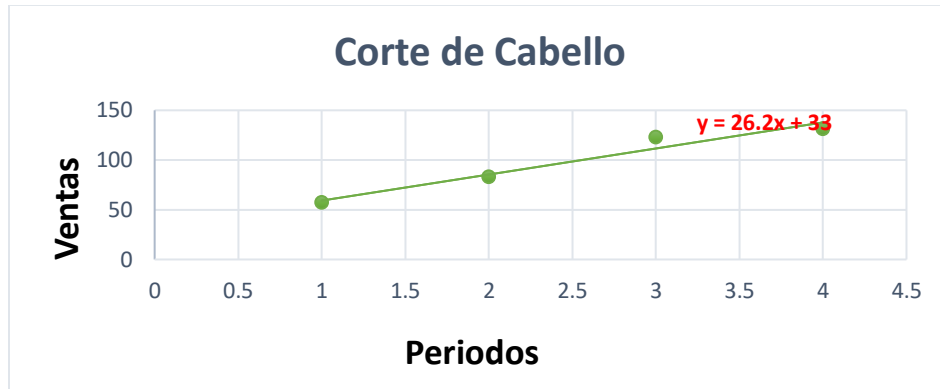
El método será en base a los datos históricos obtenidos del centro estético Salón L'femme, de acuerdo a lo observado son Corte de Cabello, Tintura de Pelo, Visos, Mechas, Masajes Capilares, Alisados. Se debe indicar que este centro estético además posee servicios de podología y masoterapia, por lo cual el proyecto apuntara a un mercado similar al suyo. Los datos fueron tomados de este solo centro de estética ya que de acuerdo a la entrevista realizada y su vasta trayectoria se encuentra entre una de las más antiguas de la zona.

Además, hay que indicar las proyecciones pueden variar en la medida que el mercado actualmente en constante fluctuaciones debido a la pandemia en curso, inflación y la posible recesión.

Tabla 9 Historial Corte de pelo

Corte de Cabello		
Año	Periodo	Ventas
2018	1	57
2019	2	83
2020	3	123
2021	4	131

Fuente: Entrevista en centro estético L'femme.

Gráfico 3 Histórico ventas corte de pelo

Fuente: Entrevista en centro estético L'femme.

Tabla 10 Proyección de Ventas en los próximos periodos

Corte de Cabello		
Año	Periodo	Ventas
2018	1	57
2019	2	83
2020	3	123
2021	4	131
2022	5	164
2023	6	190
2024	7	216
2025	8	243

Fuente: Entrevista en centro estético L'femme.

Tabla 10 Histórico Tintura de Pelo

Tintura de pelo		
Año	Periodo	Ventas
2018	1	61
2019	2	69
2020	3	126
2021	4	132

Fuente: Entrevista en centro estético L'femme.

Gráfico 4 Histórico Tintura de Pelo

Fuente: Entrevista en centro estético L'femme.

Tabla 11 Proyección de Ventas en los próximos periodos

Tintura de pelo		
Año	Periodo	Ventas
2018	1	61
2019	2	69
2020	3	126
2021	4	132
2022	5	165
2023	6	192
2024	7	219
2025	8	246

Fuente: Entrevista en centro estético L'femme.

Tabla 12 Histórico Alisados

Alisados		
Periodo	año	Ventas
1	2018	60
2	2019	73
3	2020	133
4	2021	145

Fuente: Entrevista en centro estético L'femme.

Tabla 13 Proyección de Ventas en los próximos periodos

Alisados		
Periodo	año	Ventas
1	2018	60
2	2019	73
3	2020	133
4	2021	145
5	2022	182
6	2023	213
7	2024	245
8	2025	276

Fuente: Entrevista en centro estético L'femme.

Gráfico 5 Alisados

Fuente: Entrevista en centro estético L'femme.

Los servicios ofrecidos claramente están enfocados a personas que posean los recursos necesarios para adquirirlo. Se debe considerar que las personas con mayores ingresos por lo general se consideran con los gustos, preferencias, deseos y necesidades de los consumidores, este proyecto en particular apunta su mercado objetivo al consumidor racional el cual basa sus decisiones en variables como calidad, profesionalismo, precio, oportuna entrega de estos.

Se debe hacer la mención que este mismo análisis se realizara con todos los servicios involucrados en el proyecto.

2.4.1. **Variables macroeconómicas**

- Crecimiento económico del país: De acuerdo al banco mundial el crecimiento del país el medido por el PIB real en el 2022 se ralentizo en aproximadamente un 1,9%. En relación al año 2023 en virtud a las políticas de estímulo debido a las condiciones financieras más estrictas y la constante incertidumbre política a nivel nacional, es por esto y además la eliminación de los retiros, y condiciones del mercado más estrictas tendrán un debilitamiento del mercado hasta mediados del 2024. (Banco Mundial, s.f., pág. 2)
- Crisis económica internacional: La incertidumbre mundial con las nuevas variantes del COVID, la desaceleración producto de elevada inflación a nivel mundial, la invasión de Rusia a Ucrania provoco una inestabilidad en Europa y Asia, esto incide en forma negativa en los mercados de capitales mundiales lo cual repercutirá en nuestra economía. (Euronews, s.f., pág. 1)
- Variación del dólar: El precio del dólar en Chile es regulado por el Banco Central, este durante el 2022 y a causa de una gran variación del valor del tipo de cambio en un corto periodo de tiempo implemento una intervención cambiaria, esto consiguió una liquidez. De acuerdo al diario financiero el último mes del 2022 cerro en un promedio de 875.47 pesos, proyectando para fines de 2023 un promedio de 870 pesos. Esto es si no existen cambios significativos durante el año. (Diario Financiero, s.f., pág. 1)

2.4.2. **Variables microeconómicas**

- Niveles de recursos: Se refiere a la disponibilidad de productos para realizar los servicios propios del proyecto.
- Competencia del mercado externo del servicio, en función del precio y desarrollo de este.
- Niveles de servicio: Que el proyecto tenga la capacidad de satisfacer la demanda solicitada.

- Precio del servicio en cuanto a la oferta del mercado: Los precios serán fijados por un promedio de los precios de la competencia.
- Si los ingresos de los consumidores disminuyen frente al servicio, la demanda disminuye

2.4.3. **Variables técnicas**

- Mal servicio o defectos de este afectaría la demanda futura: El centro estético debe procurar tener un servicio rápido y de calidad para poder obtener reconocimiento entre los clientes y sea recomendado, con el fin de obtener fidelización de estos.
- Venta de productos defectuosos o fuera de norma: Se debe crear un sistema logístico fuerte para poder tener más de un proveedor para evitar quiebres de stock en los insumos.

2.5. **COMPORTAMIENTO DEL MERCADO**

Este punto es sumamente importante ya que es la forma de saber cómo se comporta el mercado y poder conocer el tipo de mercado en donde esta interactuando.

Por eso es imprescindible entender las variables que se presentan ahora y en futuro comprendiendo esto podemos realizar acciones de forma de prever y minimizar los riesgos.

Por lo anterior utilizaremos el análisis mediante esta herramienta se podrá analizar la situación competitiva del proyecto.

2.5.1. **Análisis del medio externo**

Principales actores de la industria.

La industria en la que se encuentra los centros de belleza corresponde a la venta de productos que giran en el ámbito de la imagen tales como: Corte Cabello Largo, Corte de Barba, Masaje Cabello, Tintura Cabello, Visos Cabello, Mechas, Alisado cabello con Queratina, Masajes de relajación, Masaje descontracturante, Podología clínica atención básica pulido y limpieza, etc.

Los principales actores de esta industria son:

- **Competidores:** Corresponden a los centros estéticos ubicados en el área de viña del mar: Amarna Centro Médico y estético, Vermelho centro de Belleza, Salón L'femme, Salón Aegis, Centro estética Florencia Joli, entre otras. Su mayor competencia es mediante la calidad en el servicio.
- **Sustitutos:** Corresponden a las peluquerías tradicionales: Peluquería Palumbo, Peluquería Stilo, Peluquería Ibáñez, etc.
- **Proveedores:** Los principales proveedores corresponden a las empresas relacionadas con el área cosmetológica y de salud, además de los proveedores de equipos de oficinas y empresas software para la creación de página web del centro estético y su mantención, ofrecen una gama de productos para colaborar en una operación eficiente.
- **Consumidores:** Personas del sector de viñas del Mar de un nivel socioeconómico alto y medio alto

2.5.1.1 Identificación de macro segmentos de la Industria

La industria de tratamientos faciales y corporales, masajes relajantes o servicios de maquillaje, micropigmentación y depilación, se puede segmentar de acuerdo a distintos criterios, por lo cual se utiliza las estrategias de segmentación usualmente empleadas:

- **Segmentación geográfica:** Comuna del Viña del Mar, para este caso sector centro.

- **Segmentación socioeconómica:** De acuerdo a estratos sociales de segmentos y/o Quintiles, se orientarán sector socioeconómico medio alto, alto
- **Segmentación demográfica:** La variable a considerar es la edad: mayores de 18 años.
- **Segmentación conductual:** Personas que prefieren comprar los servicios con una mayor comodidad, privilegiando la imagen, por sobre el precio

2.5.1.2. Análisis de fuerzas competitivas del sector (Análisis de PORTER)

Para el análisis del entorno competitivo de la industria, se realizará mediante el análisis de PORTER.

2.5.1.2.1. Amenaza de nuevos competidores – Potenciales entrantes

- **Economías de escala:** Esto obligaría entonces a los nuevos competidores a tener una buena gestión de gastos, activos, etc., que permitan tener estructuras de costos eficientes considerando el momento actual de la economía tanto a nivel país como internacionalmente.

Baja barrera de entrada, dado que los nuevos competidores les sería muy fácil realizar economía.

- **Experiencias y curvas de aprendizaje:** existe una barrera alta de entrada media, dado que nuevos competidores pueden adquirir experiencia y aprendizaje en un plazo largo, donde es importante entender técnicas específicas que se adquieren con estudios y practica de manera aprender a utilizar los utensilios, herramientas, etc.
- **Diferenciación de producto:** existe una barrera de entrada media porque, al ser un Centro de Estético en la entrega de servicios de conveniencia no hay diferenciación, si lo hay en la entrega del servicio al cliente dando la importancia que corresponda.
- **Requerimientos de Capital:** existe una barrera baja de entrada debido a que el monto de inversión que implica en infraestructura, logística y tecnología es bajo.

- **Acceso a canales de distribución:** se considera que existe una baja barrera, dado que existen bastantes canales de distribución ya establecidos.

2.5.1.2.2. Rivalidad entre compañías existentes

- **Número y poder de competidores:** existe una rivalidad baja, dado que es una industria con muchos competidores de los cuales solo pocos de ellos tienen un alto poder.
- **Crecimiento de la industria:** Existe una alta rivalidad dado que la industria está en constante crecimiento e innovación y se considera bienes de consumo de alta necesidad en el segmento al cual se enfoca.
- **Costos fijos o de almacenaje:** baja rivalidad entre los competidores, ya que existen bajos costos de almacenaje, dado su formato de alta rotación.
- **Diferenciación y costos de cambio:** existen costos altos de cambio para los consumidores, dado que los productos son percibidos como algo significativo en su peluquero, lo que significa que existe una alta rivalidad entre las compañías existentes.
- **Barreras de salida:** existen bajas barreras de salida en términos de inversiones, dado que es fácil la reventa de activos. Además, no existen interrelaciones estratégicas con otras empresas, ni restricciones gubernamentales ni sociales, por lo que se genera facilidad al salir de la industria en ese aspecto.

2.5.1.2.3. Sustitutos

- **Precio – Desempeño:** Existe un poder medio de los sustitutos, ya que las peluquerías ofrecen mejores precios, aunque con menor variedad mayores tiempos de espera, por lo que no necesariamente los clientes que privilegian la comodidad se cambiarán.

- **Bajos costos de cambio:** No existen grandes costos cambiarse de un sustituto a otro, aunque existen grandes diferencias en el servicio entregado por Centro de Estética y los sustitutos, por lo que se concluye un poder medio de costos de cambio.

2.5.1.2.4. Poder de negociación de los Compradores

- **Concentración de compradores:** Baja concentración de los consumidores los cuales compran pequeños volúmenes, por lo que su poder de negociación es bajo.
- **Fracción de los ingresos:** Existe un poder medio ya que están propensos a gastar los recursos necesarios para comprar a precios favorables y selectivamente.
- **Productos estándar o no diferenciados:** El poder de los compradores es bajo ya que si bien es cierto ellos deciden en un comienzo con quien se atenderán, dependerá del servicio prestado y calidad del profesional su fidelidad.
- **Bajos costos de cambio:** A los compradores no les produce grandes costos cambiarse de un producto a otro ni de un competidor a otro, salvo por las diferencias en tiempo y comodidad del servicio entregado, lo que implica que existe un poder medio en este aspecto.

2.5.1.2.5. Poder de negociación de los Proveedores

- **Concentración de los proveedores:** Los fabricantes de productos tienen un alto poder dado que sus clientes son fragmentados por lo que negocian en forma independiente. Además, existen factores externos que obligan a los proveedores a alzar los precios en sus productos, como es la fluctuación del dólar y la actual inflación. De esta manera, se concluye que existe un alto poder de los proveedores en este aspecto.
- **Importancia de la industria como proveedor:** Los fabricantes de productos y cadenas de implementos de salud tienen un bajo poder de negociación, dado que

no existen costos de cambios elevados y se ofrecen servicios y productos similares entre ellos.

- **Proveedores poco diferenciados:** Los fabricantes de productos de cosmetologías y peluquería, así como los proveedores de productos del área salud son poco diferenciados entre ellos en sus productos y servicios, por lo que permite elegir entre uno u otro proveedor. En conclusión, existe un bajo poder de los proveedores en este aspecto, ya que hay muchos, por ejemplo: PRIMONT, KALLOS, GENUS, PREFACE, KOSSWELL, WELLA, HIPERTIN, etcétera.
- **Amenaza de integración hacia adelante:** Es muy poco probable que los fabricantes de productos de cosmetologías y peluquería, así como los proveedores de productos del área salud generen una integración vertical hacia adelante, ya que existiría una rivalidad directa con sus propios clientes ocasionando una disminución significativa en la demanda, lo que podría ocasionar la pérdida del negocio original. Por lo tanto, el poder es bajo en este aspecto.

2.6. DETERMINACIÓN DE NIVELES DE PRECIO Y PROYECCIONES

Para determinar los niveles de precios que serán ofertados, deben primar dos factores.

El primero se enfoca en la rentabilidad obtenida que se medirá de acuerdo a los beneficios que obtendremos, ósea el objetivo del proyecto es generar utilidades. O sea, La rentabilidad hace referencia a los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión.

Se Obtiene mediante la siguiente formula.

Fórmula 6 Rentabilidad

$$r = \frac{P - C}{P} * 100$$

En donde:

R Es la rentabilidad que queremos calcular y nos referiremos a ella en términos de porcentaje.

P Es el precio al que estas vendiendo el producto a tus clientes.

C Es el costo; es decir, a cuanto compras tú el producto que quieres vender, o cuanto te cuesta producir un producto en caso de que seas un fabricante.

El segundo, la oferta del precio mismo enfocada a la clientela, quien debe obtener la satisfacción de que lo pagado es justo por lo recibido.

Los precios de los productos difieren por tipo de servicio, tipo de diseño.

La estrategia de precios se basará en los conceptos de rentabilidad, costos y oferta actual de la competencia.

Por lo tanto, los siguientes factores serán considerados para el precio del servicio: conceptos de competencia, niveles de promoción, retorno de la inversión y calidad del producto entregado.

Se reajustarán los precios de acuerdo al IPC anualmente los dos primeros años hasta posicionarse en el mercado, una vez posicionado y de acuerdo a un nuevo estudio de mercado se determinará el aumento.

Tabla 14 Precios Competencia

Producto	Precios competencia			Precio
	Salón L'femme	Salón Aegis	Vermelho	Soin du Corps
Corte Cabello Largo	\$ 8.000	\$ 9.000	\$ 10.000	\$ 9.000
Corte Cabello con maquina	\$ 7.000	\$ 5.000	\$ 6.000	\$ 6.000
Corte Cabello con tijera	\$ 7.500	\$ 6.500	\$ 7.000	\$ 7.000
Corte Cabello con degrade	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 5.000	\$ 6.333
Corte de Barba Corta	\$ 6.000	\$ 6.500	-----	\$ 6.250
Corte de Barba Larga	\$ 9.000	\$ 8.000	-----	\$ 8.500
Lavado Cabello Corto	\$ 3.500	\$ 4.000	\$ 4.500	\$ 4.000
Lavado Cabello Largo	\$ 6.000	\$ 5.500	\$ 5.000	\$ 5.500
Lavado más Brushing	\$ 12.000	\$ 13.000	\$ 10.000	\$ 11.667
Masaje Melena	\$ 14.000	\$ 13.000	\$ 12.000	\$ 13.000

Masaje Cabello largo	\$ 18.000	\$ 20.000	\$ 19.000	\$ 19.000
Masaje Cabello Corto	\$ 9.000	\$ 8.000	\$ 7.000	\$ 8.000
Masaje Cabello largo Botox	\$ 23.000	\$ 22.000	\$ 25.000	\$ 23.333
Masaje Cabello Corto Botox	\$ 18.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 19.333
Masaje Cabello extra largo	\$ 29.000	\$ 30.000	\$ 35.000	\$ 31.333
Masaje Cabello largo Brushing	\$ 22.000	\$ 30.000	\$ 32.000	\$ 28.000
Masaje Cabello Corto Brushing	\$ 18.000	\$ 20.000	\$ 22.000	\$ 20.000
Masaje Cabello largo Brushing Botox	\$ 22.000	\$ 20.000	\$ 21.000	\$ 21.000
Masaje Cabello Corto Brushing Botox	\$ 17.000	\$ 18.000	\$ 15.000	\$ 16.667
Brushing	\$ 10.000	\$ 15.000	\$ 16.000	\$ 13.667
Tintura Cabello Corto	\$ 15.000	\$ 18.000	\$ 15.000	\$ 16.000
Tintura Cabello largo	\$ 20.000	\$ 22.000	\$ 20.000	\$ 20.667
Tintura Crecimiento	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 25.000	\$ 21.667
Tintura Global	\$ 25.000	\$ 23.000	\$ 20.000	\$ 22.667
Baño de Color Cabello Melena	\$ 15.000	\$ 14.000	\$ 17.000	\$ 15.333
Baño de Color Cabello Largo	\$ 20.000	\$ 22.000	\$ 20.000	\$ 20.667
Visos Cabello Corto	\$ 35.000	\$ 30.000	\$ 34.000	\$ 33.000
Visos Cabello largo	\$ 45.000	\$ 40.000	\$ 35.000	\$ 40.000
Mechas simples	\$ 10.000	\$ 8.000	\$ 9.000	\$ 9.000
Mechas Cabello Corto	\$ 45.000	\$ 40.000	\$ 50.000	\$ 45.000
Mechas Cabello largo	\$ 57.000	\$ 55.000	\$ 52.000	\$ 54.667
Balayage	\$ 80.000	\$ 90.000	\$ 80.000	\$ 83.333
Alisado Queratina cabello Corto	\$ 25.000	\$ 35.000	\$ 30.000	\$ 30.000
Alisado Queratina cabello Largo	\$ 30.000	\$ 25.000	\$ 40.000	\$ 31.667
Peinados	\$ 15.000	\$ 10.000	\$ 20.000	\$ 15.000
Moños Simple	\$ 20.000	\$ 15.000	\$ 22.000	\$ 19.000
Moños Elaborado	\$ 25.000	\$ 20.000	\$ 30.000	\$ 25.000
Decoloración	\$ 25.000	\$ 20.000	\$ 30.000	\$ 25.000
Tintura Babylights largo	\$ 80.000	\$ 90.000	\$ 70.000	\$ 80.000
Tintura Babylights Corto	\$ 60.000	\$ 70.000	\$ 50.000	\$ 60.000
Masaje descontracturante	\$ 30.000	-----	-----	\$ 30.000
Masaje relajación	\$ 30.000	\$ 25.000	\$ 30.000	\$ 28.333
Masaje craneal	\$ 20.000	-----	-----	\$ 20.000
Masaje palmar o podal	\$ 20.000	-----	-----	\$ 20.000
Podología clínica atención básica pulido y limpieza	\$ 15.000	\$ 20.000	-----	\$ 17.500
Podología pie diabético	\$ 20.000	-----	-----	\$ 20.000

Fuente: Elaboración propia en base a precios competencia registradas en los meses de septiembre, octubre 2022.

2.7. ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN

La comuna de Viña del Mar, es principalmente la zona que abarca este negocio. Esta población concentra su actividad diaria en las cercanías del centro de la comuna.

Por su parte el centro de estética específicamente se ubica en la calle Von Schroeders N°21 viña del mar. Como se menciona más adelante su cercanía a playas, casinos y centros de reunión otorga la opción de atraer clientes casuales.

2.7.1. Disponibilidad de infraestructura

Transporte, acceso La ubicación cuenta con fácil acceso, transporte principalmente todo el día ya sea por medio de colectivos o microbuses locales.

Su infraestructura será modificada y adaptada para que el negocio pueda desempeñar su ejercicio.

2.7.2. Ambiente comercial

En cuanto a este ítem, la ubicación del centro de estética cuenta con cercanía a un colegio, casino, los negocios del centro se ubican aproximadamente a 700 mts. de distancia.

2.7.3. Proximidad a los clientes

Al ubicarse en una zona concurrida por los habitantes de la comuna, existe una alta proximidad con el cliente.

2.8. ANÁLISIS SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

Para el análisis del sistema de comercialización se debe ver la forma cómo el negocio crea un contacto con el cliente, y el contexto de la ejecución del servicio.

2.8.1. Producto/Servicio

El servicio de estética especializado en cabello, cuidado profesional en pies. Son los conceptos principales para definir lo que se está vendiendo. Se busca generar una diferenciación principalmente por el trato que se da con el cliente y como se coordinan las horas para sus respectivos servicios.

2.8.2. Precio

Los precios serán establecidos mediante comparación con la competencia para tener un punto de partida.

Este será un promedio de los centros que se encuentran más cercanos al centro de estética.

Desviarse mucho de este valor, puede aumentar la demanda del servicio o en caso contrario generar perdidas. Por esta situación se seguirá manteniendo los precios establecidos, y a su vez se buscará fidelizar la mayor cantidad de clientes. El aumento del precio será siempre y cuando el mercado lo permita, o se genere una innovación con nuevos productos o estilos.

2.8.3. Promociones

Principalmente las promociones se realizan a clientes nuevos y antiguos ofreciéndoles descuentos, atenciones especiales, facilidad de coordinación de horas, o incluso prioridad para atenciones. Además de la coordinación de promociones según los eventos que se hagan en la comuna.

2.8.3. Contacto

El contacto que existe con el cliente, puede ser de tres formas.

- Físico (que el cliente se acerque al negocio)

- Vía telefónica (que el cliente se comuniqué por fono, y así aclarar las dudas)
- Web (mediante redes sociales).

Entre los tres tipos de contacto, la que más ayuda para el negocio es la opción web, ya que los futuros clientes, pueden ver de manera gráfica los trabajos que se realizan en el local, asimismo con la respuesta de cualquier duda que se pueda presentar.

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

3. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

En este capítulo se describirá los procesos y variantes que afectan a la determinación de un proyecto para la creación de un Centro de Estética Integral promoviendo gratos ambientes y ofreciendo un servicio personalizado e innovando, y una grata experiencia a la hora de comprar, todos estos argumentos con el fin de satisfacer los requerimientos de los clientes.

3.1. Descripción y Selección de Procesos

El cliente al momento de acudir al negocio puede coordinar su servicio previamente mediante reserva de hora o solicitarlo en el instante.

A continuación, se detallará los procesos que se llevaran a cabo en el establecimiento **Soin du Corps**.

3.1.1. Procedimiento corte de Cabello

El cliente o clienta por medio de reserva de hora o directamente acercándose al centro de estética, solicita corte de cabello en base a sus necesidades.

Las cuales pueden aplicar diversos estilos o incluso diferentes implementos para llevarlo a cabo, como utilización de tijeras, navaja o maquina cortadora de pelo.

Para el negocio se destaca tres tipos de corte:

- **Corte dama:** servicio femenino, en el que se maneja principalmente los largos de cabello que quiere intervenir. Por lo que se requiere un mayor nivel de experticia según los requerimientos del cliente.
- **Corte varón:** servicio dirigido al público masculino, generalmente con menor complejidad o tiempo empleado en comparación con el corte femenino, por la cantidad de pelo que se interviene.
- **Corte militar:** servicio especial a funcionarios de instituciones, lo cuales solicitan un corte de pelo único y uniforme. Aunque implica un mayor tiempo de servicio.

Para todos estos tipos de servicios existen variaciones en conformidad del cliente; tales como lavado, masaje capilar o incluso aplicación de productos de peinado.

3.1.2. Procedimiento de tintura de pelo total

Para los tipos de servicio en que se realice tintura de pelo se debe empezar por determinar el porcentaje de pelo canoso en el cliente, para poder realizar la mezcla del tono base. Con esto listo, la estilista realiza la mezcla que consiste en tintura con agua oxigenada, generalmente se aplica un tubo de tintura, que corresponde al agua.

Con la mezcla realizada se aplica directamente al cabello del cliente, considerando principalmente, si se trata de un cabello virgen (nunca antes teñido), o previamente teñido. Si se trata de un pelo virgen la mezcla se debe aplicar cerca de la raíz de este. Luego de la aplicación en todo el cabello, se debe esperar 20 minutos para aplicar el resto de la mezcla en las raíces.

En caso contrario si se trata de un cabello teñido, primero se aplica la mezcla a la raíz, se espera los 20 minutos, para nuevamente aplicar el contenido en el resto del pelo. En total se debe dejar al cliente con 40 minutos de aplicación de la tintura además con el uso del climazon “Es un aparato que permite reducir el tiempo de absorción del tinte y de cualquier otro tratamiento de peluquería como las mechas. Facilita el trabajo y agiliza el trabajo en una peluquería, lo que será favorable tanto para el propio negocio como para el cliente”. (The Beautycorner, s.f., pág. 3)

Una vez finalizado el procedimiento, se lava y seca el cabello.

El total de este servicio aproximadamente toma de 1 hora a 1 hora y media.

3.1.3. Procedimiento aplicación de visos

Tiene un inicio muy similar al procedimiento de tintura de cabello total. Primero se calcula el porcentaje de pelo canoso y la mezcla de tintura, para luego aplicar un gorro plástico al cliente, que cuenta con orificios en los que se extrae pequeñas porciones de cabello. Puede llevar entre 2 y 3 horas. La cantidad de tiempo exacta va a depender del largo del cabello, el color de base y la técnica elegida para hacerlo. Las dos técnicas más populares para hacer reflejos son la de gorra y la de papel aluminio. La técnica de gorra suele llevar más tiempo porque pasar los

mechones por los agujeros de la gorra es un trabajo de mucha paciencia y precisión. Además, al sacar las mechas por los agujeros, veces se enreda el pelo y hay que tratar de desenredar sin desarmar todo.

3.1.4. Procedimiento aplicación de mechas

Igualmente se determina el porcentaje de cabello canoso y se realiza la mezcla correspondiente de tintura. A diferencia que, en los visos, se sectoriza el cabello con papel metálico y se decolora cada una de estas porciones. Se mantiene el pelo con esta decoloración por 40 minutos aplicando el climazon. Una vez con este tiempo transcurrido se procede a realizar un lavado, en la que se retira el decolorante e inmediatamente se tiñe el cabello. Con el cabello teñido se mantiene un reposo por 15 minutos, para finalmente lavar el cabello y terminar con el procedimiento. El tiempo medio de este servicio es de 3 horas.

3.1.5. Podología clínica

El procedimiento de la podología implica en primera instancia, determinar por medio de una inspección visual, lo que se va a realizar específicamente en el pie. Luego se rellena una ficha indicando el estado actual del paciente al momento de ingresar a local, y lo que se va a intervenir. Este documento es firmado por el paciente antes de empezar. Con la ficha firmada se procede a realizar corte, pulido y desinfectado de la uña del pie. El tiempo medio de duración del servicio fluctúa entre 1 hora y 2 horas según la complejidad que presente el cliente.

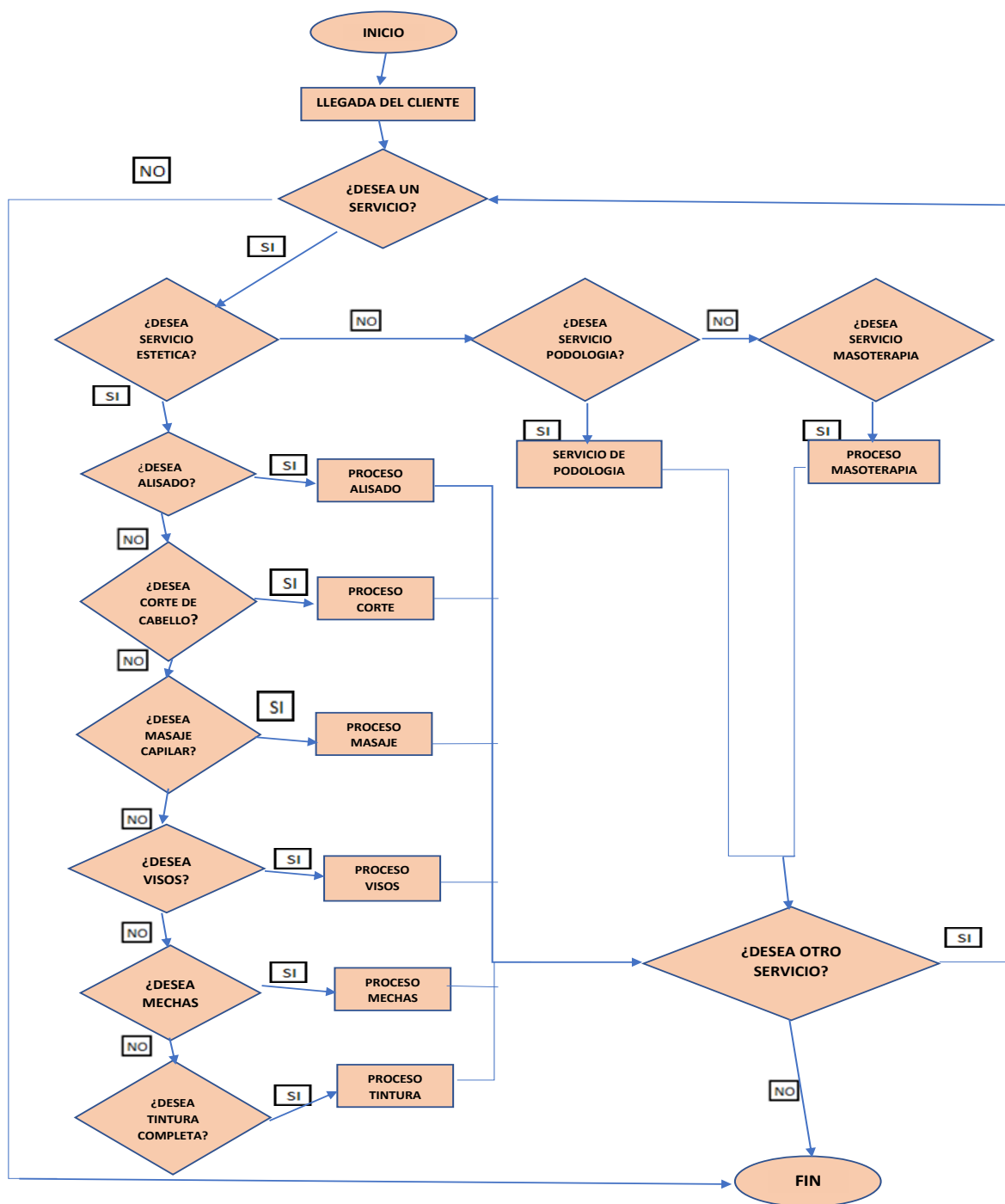
3.1.6. Masoterapia

El procedimiento de masoterapia, consta de un profesional capacitado y certificado (masajista) manipula los tejidos blandos del cuerpo (músculo, tejido conectivo, tendones, ligamentos y piel). El masajista utiliza diferentes grados de presión y movimiento. Por lo general, el masaje se considera parte de la medicina integral. Actualmente muchas personas necesitan de esta técnica para ayudar en su salud corporal y psicológica.

3.2. DIAGRAMA DE FLUJO

Diagrama de flujo que detalla la cadena en que se entrega el servicio al cliente

Ilustración 2 Diagrama de flujo centro Estético " Soin du Corps "



Fuente: Creación propia mediante Word Office (office, s.f.)

3.3. SELECCIÓN DE EQUIPOS

Los equipos para realizar los servicios ya están establecidos, sin embargo, se determinará cada uno de ellos. Para luego cotizar si existen en el mercado equipos con mejor desempeño; con la finalidad de reducir costos de operación.

De acuerdo a las cotizaciones se realizará una comparación con los tres equipos que influirán más en el costo de inversión inicial. El método será por promedios ponderados, en los que se evalúa cada ítem del equipo de 1 a 3.

3.3.1. Sillón de Peluquería



Tabla 15 Cotizaciones Sillón de Peluquería

SILLON DE PELUQUERÍA							
Ripley				BELPRO			
Especificaciones			Ponderación	Especificaciones			Ponderación
Ancho	57,5	cms	2	Ancho	62	cms	3
Largo	57,5	cms	2	Largo	60	cms	3
Alto	107	cms	3	Alto	80	cms	1
Peso	40	Kilos	2	Peso	37	Kilos	3
Garantía	3	meses	2	Garantía	4	meses	3
Valor CLP	\$ 345.900	CLP	2	Valor CLP	\$ 329.900	CLP	3
Valor UF	9,93	UF		Valor UF	9,48	UF	
			13				16

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a cotizaciones realizadas

3.3.2. Lavapelos de Peluquería



Tabla 16 Cotizaciones Lavapelos Peluquería

LAVAPELOS PELUQUERIA							
IMPORTADORABZZLTDA				BELPRO			
Especificaciones			Ponderación	Especificaciones			Ponderación
Ancho	54	cms	2	Ancho	60	cms	3
Largo	120	cms	3	Largo	120	cms	3
Alto	93	cms	2	Alto	100	cms	3
Peso	60	Kilos	3	Peso	70	Kilos	2
Garantía	3	meses	3	Garantía	3	meses	3
Valor CLP	\$ 299.990	CLP	3	Valor CLP	\$ 399.900	CLP	1
Valor UF	8,62	UF		Valor UF	11,49	UF	
			16				15

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a cotizaciones realizadas

3.3.3. Climazon de Peluquería



Tabla 17 Cotizaciones Climazon

CLIMAZON							
BELPRO				LASVALENTINAS.CL			
Especificaciones			Ponderación	Especificaciones			Ponderación
Ancho	56	cms	2	Ancho	60	cms	3
Potencia	1350	w	3	Potencia	1300	w	2
Alto	100	cms	3	Alto	95	cms	2
Peso	9	Kilos	2	Peso	8,3	Kilos	3
Garantía	12	meses	3	Garantía	6	meses	1
Valor CLP	\$ 198.900	CLP	3	Valor CLP	\$ 299.900	CLP	1
Valor UF	5,71	UF		Valor UF	8,61	UF	
			16				12

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a cotizaciones realizadas

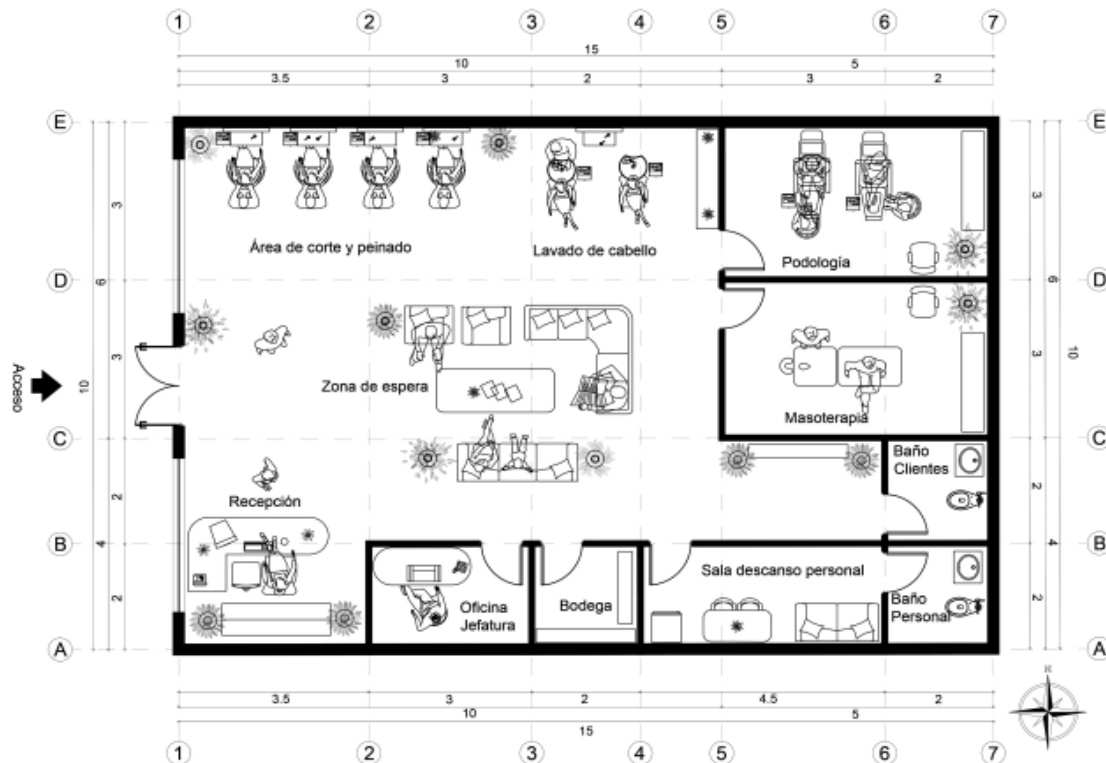
3.4. PROYECTOS COMPLEMENTARIOS

En el proyecto, previamente mencionado no se contemplan proyectos complementarios.

3.5. LAY-OUT

A continuación, se detalla el Layout del centro de estética que se ubica en la calle Von Schroeders N°21 viña del mar. Se puede apreciar la disposición del espacio, que cuenta con área de recepción, otra destinada a la peluquería, una habitación especial para el desarrollo de las actividades de podología clínica y otra para la actividad de masoterapia como también un baño para clientes y una habitación para el descanso del personal.

Ilustración 3 Layout centro estético SOIN DU CORP ubicada en la calle Von Schroeders N°21 viña del mar.



Fuente: elaboración propia en página web (AUTOCAT, s.f.)

3.6. DETERMINACIÓN DE INSUMOS, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS.

A continuación, se detalla el sistema de trabajo que tendrá el centro estético, indicando y definiendo insumos, la jornada laboral, jornada extraordinaria y gastos en personal.

3.6.1. Insumos

Los insumos utilizados para el desarrollo de las actividades, están detallados en las siguientes tablas. Cabe mencionar que los valores indicados, es la proyección estimada a usar mensualmente durante el primer año.

Tabla 18 Insumos mensuales centro estético SOIN DU CORPS

Insumos				
Productos	Valor	Cantidad	Mensual	UF
espejos manuales	\$ 6.000	2	\$ 12.000	0,34
pocillos de tintura	\$ 2.000	10	\$ 20.000	0,57
brochas de aplicación de tintura	\$ 2.900	10	\$ 29.000	0,83
peinetas de aplicación de tintura	\$ 1.990	15	\$ 29.850	0,86
mezclador para tinturas	\$ 3.000	20	\$ 60.000	1,72
-capas de tintura (distintos grosores de cuello)	\$ 2.990	20	\$ 59.800	1,72
-capas de corte de cabello adultos	\$ 3.490	15	\$ 52.350	1,50
-capas de corte para niños/as	\$ 2.990	10	\$ 29.900	0,86
-toallas blancas para cabello	\$ 4.990	20	\$ 99.800	2,87
-toallas negras para cabello	\$ 4.990	20	\$ 99.800	2,87
-shampoo hidratante	\$13.900	15	\$208.500	5,99
-shampoo de limpieza	\$19.900	10	\$199.000	5,72
-shampoo tonalizante	\$13.900	10	\$139.000	3,99
-shampoo anti residuos	\$17.900	10	\$179.000	5,14
-guantes negros de nitrilo	\$19.900	10	\$199.000	5,72
-tijeras micro dentadas	\$15.900	5	\$ 79.500	2,28
-tijeras filo navaja	\$19.500	5	\$ 97.500	2,80
-tijeras pulidoras	\$19.900	5	\$ 99.500	2,86
-navajin	\$ 2.890	5	\$ 14.450	0,42

-navajas	\$ 3.890	5	\$ 19.450	0,56
-navajin con protección	\$18.900	5	\$ 94.500	2,71
-tinturas tradicionales	\$ 6.500	20	\$130.000	3,73
-tinturas de fantasía	\$ 8.900	20	\$178.000	5,11
-oxidantes 10-20-30 y 40 vol.	\$ 1.590	20	\$ 31.800	0,91
-decolorante	\$19.900	10	\$199.000	5,72
-papel de mecha	\$19.400	10	\$194.000	5,57
-gorra de visos	\$ 7.990	5	\$ 39.950	1,15
-crema de peinar	\$ 2.500	30	\$ 75.000	2,15
-serum	\$ 3.500	25	\$ 87.500	2,51
-cera modeladora	\$ 6.590	10	\$ 65.900	1,89
-gel	\$ 2.890	30	\$ 86.700	2,49
-mousse	\$ 3.290	30	\$ 98.700	2,83
-laca	\$ 2.590	25	\$ 64.750	1,86
-elásticos de trenza transparentes	\$ 900	20	\$ 18.000	0,52
-secador de cabello	\$ 5.500	2	\$ 11.000	0,32
-rizador de cabello	\$29.900	2	\$ 59.800	1,72
-alisadora (plancha de cabello)	\$39.900	2	\$ 79.800	2,29
-roseador	\$ 1.990	3	\$ 5.970	0,17
			\$3.247.770	93,28

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a cotizaciones realizadas

3.7. CONSUMOS DE ENERGÍA Y SERVICIOS

El consumo de energía y servicios está dado por las características de la comercialización de productos, por lo cual se requerirá de energía eléctrica, aguas, alarma, teléfono e internet. A fin de satisfacer el consumo de energía eléctrica de los equipos se considera disponer de energía monofásica convencional de 220[v], la cual cuenta el local elegido. La potencia requerida corresponde a alumbrado que incluye letrero luminoso, y equipamiento en general.

3.7.1. Consumo de energía electricidad

El valor de la energía a pagar se puede definir como:

Servicio eléctrico = Administración del servicio + Transporte de electricidad + Electricidad consumida. Para la comuna de Viña del Mar los valores son los

siguientes: Administración del servicio = 1.324,39 (CLP) Transporte de electricidad = 21,131 (CLP) Electricidad consumida = (varía según equipos involucrados) * valor KW/h (144,444 CLP).

Tabla 19 Consumo de Energía Eléctrico centro estético SOIN DU CORPS

Valor KWH	\$144,444				
Equipos	Consumo W	Horas demandadas por servicio	Consumo por servicio	Costo por cada servicio	UF
Máquina de cortar pelo	9	0,5	4,50	\$650	0,02
Secador de pelo	2400	0,4	960,00	\$138.666	3,96
Ondulador	45	0,25	11,25	\$1.625	0,05
Plancha cabello	45	0,25	11,25	\$1.625	0,05
Climazon	950	0,8	760,00	\$109.777	3,14
Vaporizador	650	0,8	520,00	\$75.111	2,15
Pulidor de uñas (podología)	5	0,8	4,00	\$578	0,02
Total				\$328.032	9,37

Fuente: Creación datos consumo mensual (Creacion Propia)

3.7.2. Consumo de agua potable

El valor del agua a pagar se puede definir como:

Servicio de agua = Cargo fijo + alcantarillado + agua potable. Para la comuna de Viña del Mar los valores son los siguientes: Cargo fijo = 1460 (CLP), alcantarillado 788,62 (CLP), Agua potable = (varía según equipos involucrados) * valor \$/[m³] (369,60 CLP).

Tabla 20 Consumo de agua potable centro estético SOIN DU CORPS

valor \$/[m ³]	\$ 369,60				
Equipos	Consumo litros	Horas demandadas por servicio	Consumo por servicio	Costo por cada servicio	UF
Lavado de pelos	20	3,5	70	\$25.872	0,74
Lavados Eliminación de Tinte	40	1,5	60	\$22.176	0,64
Lavados Eliminación de Mechas	60	1,5	90	\$33.264	0,96
Lavados Permanente	40	2,5	100	\$36.960	1,06
Lavamanos de sumado ambos baños	30	6,5	195	\$72.072	2,07
Inodoro sumado ambos baños	20	5,3	106	\$39.178	1,13
Total				\$229.522	6,59

Fuente: Creación datos consumo mensual (Creacion Propia)

3.8. PROGRAMAS DE TRABAJO

Dentro del centro de estética **SOIN DU CORPS**, constara con un personal compuesto por siete trabajadores. Un jefe de local, una recepcionista, dos estilistas, un masoterapeuta, un podólogo y un junior, que realizan los servicios en conjunto durante la semana.

3.9. JORNADA DE TRABAJO

El centro estético **SOIN DU CORPS** estará disponible todo el año, descontando festivos y con horarios de atención es de lunes a jueves de 10:00 a 13:00 horas y luego de 14:00 a 18:00 horas. Viernes y sábado de 10:00 a 13:00 horas y luego de 14:00 a 19:30 horas, completando las 45 horas semanales, lo cual permite la sostenida demanda para este tipo de proyecto. Como se mencionó anteriormente si el proyecto de ley que disminuye la jornada de trabajo a 40 hrs semanales, se solicitara la asesoría de la inspección del trabajo para no incurrir en faltas legales.

3.10. PERSONAL DE OPERACIONES, CARGOS, PERFILES Y SUELDOS.

Se indica cantidad necesaria para funcionar, descripción de los cargos, perfil acorde a las funciones y sueldos de acuerdo al mercado.

3.10.1. Descripción de Cargo

Este tiene relación con explicar cuál es la dependencia de los distintos cargos, una descripción de sus tareas y funciones, las especificaciones respecto sus conocimientos, el medio ambiente de su lugar de trabajo, además de los riesgos inherentes al puesto.

JEFE DE LOCAL

Dependencia	De los Socios
Supervisión	Seis personas: Un(a) recepcionista, dos Estilistas, un(a) podólogo(a), un Masoterapeuta, un junior.
Funciones y Tareas: ❖ Coordinar con el equipo de trabajo la ejecución de las tareas. ❖ Supervisar la continuidad diaria del servicio ❖ Supervisar el cumplimiento de los estándares del local ❖ Realizar las actividades de administración del personal.	
Especificaciones del puesto: ❖ Conocimiento: Office, conceptos básicos de Contabilidad ❖ Experiencia: Gestión de contabilidad general y administración de personal. ❖ Habilidades: Liderazgo en equipos de trabajos, trabajo en equipo, orientación al cliente, capacidad de análisis, orientación a los resultados medidos por los KPI	
Medio ambiente: ❖ Estación de trabajo será oficina con luminosidad artificial y ruido ambiente.	
Riesgo: ❖ Contracturas musculares. ❖ Tendinitis y esguince ❖ Enfrentas asaltos y robos.	

RECEPCIONISTA

Dependencia	Del jefe de Local
Funciones y Tareas: ❖ Saludar al cliente según protocolo interno. ❖ Procurar las relaciones sociales con los actuales y los potenciales clientes. ❖ Alta coordinación y buen trato con clientes externos e internos. ❖ Gestionar reservas por teléfono y personalmente ❖ Recibir pago por los servicios realizados. ❖ En caso de requerir otro servicio debe coordinar con el personal adecuado.	
Especificaciones del puesto: ❖ Conocimiento: Office, manejar conceptos de redes sociales. ❖ Experiencia: Coordinación de actividades. ❖ Habilidades: Capacidad de trabajar en equipo, con el objeto de poder saber tiempos y realizar la coordinación con los clientes agendados y los clientes.	
Medio ambiente: ❖ Estación de trabajo será mesón de recepción, computador, sistemas de pago ya sea manual o sistemática, con luminosidad artificial y ruido ambiente.	
Riesgo: ❖ Contracturas musculares. ❖ Tendinitis y esguince ❖ Enfrentas asaltos y robos.	

ESTILISTA

Dependencia	Del jefe de Local
Funciones y Tareas: ❖ Saludar al cliente según protocolo interno. ❖ Realizar el servicio agendado y solicitado por el cliente. ❖ Indicar al recepcionista el término del servicio del cliente señalando si necesita otro servicio. ❖ Despedirse del cliente según protocolo interno.	
Especificaciones del puesto: ❖ Conocimiento: Tener el título profesional de la Carrera, en un establecimiento debidamente reconocido. ❖ Habilidades: Mejorar e innovar la imagen del cliente. Para ello, no solo es importante dominar técnicas de vanguardia en corte, color y peinado, también es necesario conocer qué estilos quedan mejor a cada tipo de facciones, forma de la cara, tipo de cabello, color de ojos y tipo de piel, e incluso la personalidad. Solo así se logran los mejores resultados y la satisfacción del cliente.	
Medio ambiente: ❖ Estación de trabajo será de aproximadamente 2.5 m² con luminosidad artificial y ruido ambiente.	
Riesgo: ❖ Contracturas musculares. ❖ Tendinitis y esguince. ❖ Exposición a químicos ❖ Enfrentas asaltos y robos.	

PODÓLOGO

Dependencia	Del jefe de Local
Funciones y Tareas: ❖ Saludar al cliente según protocolo interno. ❖ Realizar el servicio agendado y solicitado por el cliente. ❖ Indicar al recepcionista el término del servicio del cliente señalando si necesita otro servicio. ❖ Despedirse del cliente según protocolo interno.	
Especificaciones del puesto: ❖ Conocimiento: Egresado de la Escuela de Podología de la Asociación de Podólogos de Chile, o de cursos de podología impartidos por otras entidades, y que estén en posesión de la autorización correspondiente, otorgada por Minsal. ❖ Habilidades: Son funciones del podólogo atender a la higiene y confort de los pies, pudiendo corregir alteraciones cutáneas y ungueales, tales como: ▪ Tratamiento conservador de uña encarnada. ▪ Tratamiento de hiperqueratosis simples. ▪ Masaje manual de los pies. ▪ Recorte y pulimento de uñas. ▪ Y otras que no requieren el uso de medios cruentos, intervenciones quirúrgicas o medicamentos de prescripción médica.	
Medio ambiente: ❖ Estación de trabajo será de aproximadamente 3.5 m² con luminosidad artificial y ruido ambiente.	
Riesgo: ❖ Contracturas musculares. ❖ Tendinitis y esguince ❖ Enfrentas asaltos y robos.	

MASOTERAPIA

Dependencia	Del jefe de Local
Funciones y Tareas: ❖ Saludar al cliente según protocolo interno. ❖ Realizar el servicio agendado y solicitado por el cliente. ❖ Indicar al recepcionista el término del servicio del cliente señalando si necesita otro servicio. ❖ Despedirse del cliente según protocolo interno.	
Especificaciones del puesto: ❖ Conocimiento: Egresado de un centro reconocido por el Minsal y que entrega un numero de registro. El Ministerio de Salud no exige ningún examen a la gente que estudia Masoterapia en Chile. ❖ Habilidades: El uso de distintas técnicas de masaje con fines terapéuticos, esto es, para el tratamiento de enfermedades y lesiones: en este caso, es una técnica integrada dentro de la fisioterapia. Como son por ejemplos: ▪ El masaje terapéutico.	

▪ El masaje transverso profundo. ▪ El drenaje linfático manual terapéutico. ▪ La liberación miofascial. ▪ El masaje deportivo. ▪ El masaje del tejido conjuntivo. ▪ Técnicas neuro-musculares.
<u>Medio ambiente:</u> ❖ Estación de trabajo será de aproximadamente 3.5 m² con luminosidad artificial y ruido ambiente.
<u>Riesgo:</u> ❖ Contracturas musculares. ❖ Tendinitis y esguince ❖ Enfrentas asaltos y robos.

JUNIOR

Dependencia	Del jefe de Local
<u>Funciones y Tareas:</u> ❖ Saludar al cliente según protocolo interno. ❖ Realizar el aseo y mantener el orden. ❖ Despedirse del cliente según protocolo interno.	
<u>Especificaciones del puesto:</u> ❖ Conocimiento: Estudios completos de enseñanza media. ❖ Habilidades: Se requiere ▪ Buena capacidad visual y auditiva ▪ Buen estado físico ▪ Capacidad para expresarse con claridad ▪ Buenas relaciones interpersonales.	
<u>Medio ambiente:</u> ❖ Lugar de trabajo será el local con luminosidad artificial y luz natural además del ruido ambiente.	
<u>Riesgo:</u> ❖ Contracturas musculares. ❖ Tendinitis, torceduras y esguince. ❖ Enfrentas asaltos y robos.	

3.11.2. Sueldos

Los sueldos serán fijados de acuerdo al mercado.

Tabla 21 Sueldos centro estético SOIN DU CORPS

Sueldos				
Cargo	Calor en CLP	Cantidad	Total	UF
Jefe Local	\$ 700.000	1	\$ 700.000	20,10
Recepcionista	\$ 472.878	1	\$ 472.878	13,58
Estilista	\$ 600.000	2	\$ 1.200.000	34,47
Podólogo	\$ 600.000	1	\$ 600.000	17,23
Maso terapeuta	\$ 550.000	1	\$ 550.000	15,80
Junior	\$ 497.593	1	\$ 497.593	14,29
Total			\$ 4.020.471	115,47

Fuente: Talent.com (Talent.com)

3.12. INVERSIONES EN EQUIPOS Y EDIFICACIONES

Para poder poner en marcha el proyecto se necesitan realizar inversiones en compra de equipos, también realizar las modificaciones en la infraestructura de del local para adaptarla a las necesidades.

3.12.2. Inversión equipos y mobiliario

Para el desarrollo del proyecto se requiere efectuar inversiones y otros gastos los cuales se detallan.

Tabla 22 Equipos centro estético SOIN DU CORPS

Activos fijos				
Equipo	P. Unitario	Cant.	Total, CLP	Total, UF
Teléfono Inteligente	\$ 190.000	1	\$ 190.000	5,46
Escritorio	\$ 115.000	1	\$ 115.000	3,30
Estante libros	\$ 74.990	1	\$ 74.990	2,15
Silla Escritorio	\$ 129.000	1	\$ 129.000	3,71
Silla Mesón	\$ 124.000	1	\$ 124.000	3,56
Notebook	\$ 500.000	2	\$ 1.000.000	28,72
Cámara Seguridad	\$ 100.000	1	\$ 100.000	2,87

Sillón de Peluquería	\$ 329.990	2	\$ 659.980	18,96
Silla de corte para niños	\$ 175.900	1	\$ 175.900	5,05
Muebles “asistentes”	\$ 59.990	4	\$ 239.960	6,89
Secador de pedestal	\$ 169.990	1	\$ 169.990	4,88
Climazon	\$ 198.900	1	\$ 198.900	5,71
Sillones para sala de espera	\$ 229.000	1	\$ 229.000	6,58
Lava pelos (mueble de lavado)	\$ 229.900	1	\$ 229.900	6,60
Espejo Mural	\$ 199.000	2	\$ 398.000	11,43
Televisor 32”	\$ 180.000	2	\$ 360.000	10,34
TOTALES			\$ 4.394.620	126,22

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a costos en distintas páginas de internet.

3.12.3. Remodelación

Para el acondicionamiento del local como centro estético SOIN DU CORPS se solicitó a un contratista especialista evaluar los arreglos y mejoras necesarias para el correcto estado del lugar antes de la puesta en marcha.

Tabla 23 Costo de Remodelación

Remodelación			
Costo pintura		Valor	UF
Total, Materiales		\$ 549.000	\$ 15,77
Mano de obra		\$ 375.000	\$ 10,77
Costo Instalación Eléctrica		Valor	UF
Instalaciones eléctricas obra vendida		\$ 500.000	\$ 14,36
Revisión de red		\$ 200.000	\$ 5,74
Costo remodelación estructural interior Materiales y Mano de Obra			
Superficie M ²	Mano de obra por M ²	Valor	UF
152	13500	\$ 2.052.000	\$ 58,94
Costo Total de Remodelación		\$ 3.676.000	\$ 105,58

Fuente: Elaboración propia de acuerdo a costos en distintas páginas de internet.

3.12. INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO

Para calcular el Capital de Trabajo se realizará en UF, mediante el método del déficit máximo acumulado.

Una inversión fundamental para el éxito o fracaso de un negocio es la que se debe hacer en capital de trabajo. El proyecto si no contempla la inversión en el capital necesario para financiar los desfases de caja durante su operación, probablemente fracase.

Se debe hacer mención que el mes de enero el monto del costo fijo es mayor ya que está incluido el monto del mes de garantía del arriendo.

El cálculo y resultado de la obtención de capital de trabajo se puede ver en la tabla 24.

Tabla 24 Cálculo de Capital de Trabajo en UF de centro estético SOIN DU CORP

MES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Octubre	Nov.	Dic.
% Estimación	1%	1%	3%	4%	5%	6%	10%	11%	12%	13%	16%	18%
Ingresos	40,49	40,49	121,46	161,94	202,43	242,91	404,86	445,34	485,83	526,31	647,77	728,74
Costos Fijos	207,08	179,80	179,80	179,80	179,80	179,80	179,80	179,80	179,80	179,80	179,80	179,80
Costos Variables	0,93	0,93	2,80	3,73	4,66	5,60	9,33	10,26	11,19	12,13	14,92	16,79
Saldo	-167,53	-140,25	-61,14	-21,59	17,96	57,52	215,73	255,28	294,83	334,39	453,04	532,15
Saldo Acumulado	-167,53	-307,78	-368,92	-390,51	-372,54	-315,02	-99,29	155,99	450,82	785,21	1238,25	1770,40

Capital de trabajo (UF)	390,51
-------------------------	--------

Fuente: Elaboración propia en base al estudio de prefactibilidad técnica

3.13. COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA

El acondicionamiento del local está dentro de los costos de instalación, dentro del cual se incluye habilitación de oficina para administración, materiales de trabajo, mano de obra, marketing y gastos municipales (patente municipal y gastos notariales). El valor del arriendo corresponde a 27,29 UF mensual y fue considerado en el Capital de trabajo como se indica en el capítulo 3 apartado 3.12 inciso tercero.

Tabla 25 *Instalación y puesta en marcha centro estético SOIN DU CORPS*

PUESTA EN MARCHA		
Servicio	Valor	UF
Abogado	\$ 80.000	2,30
Notaría	\$ 150.000	4,31
Registro de Marca	\$ 183.471	5,27
Inscripción registro comercio de conservador de Bienes Raíces	\$ 70.000	2,01
Publicación Diario Oficial	\$ 95.000	2,73
Patente Comercial	\$ 95.500	2,74
Remodelación	\$ 3.676.000	105,58
	\$ 4.349.971	124,94
CAPITAL DE TRABAJO		
Capital de Trabajo obtenido mediante el Déficit Máximo Acumulado	\$13.596.469	390,51
Total, de inversión inicial	\$17.946.440	515,44

Fuente: Elaboración propia en base al estudio de prefactibilidad técnica

3.14. COSTOS DE IMPREVISTOS

Una vez que determinado el valor de costo de puesta en marcha, remodelación y capital de trabajo corresponden a los costos no considerados y que podrían ser necesarios para llevar a cabo el proyecto. El criterio para definir el costo de imprevisto será un porcentaje de la inversión total. En este caso será de un 10%.

Tabla 26 *Imprevisto 10% centro estético SOIN DU CORPS*

Inversión Inicial	\$ 17.946.440	515,44
Imprevisto 10%	\$ 1.794.644	51,54
Total, de inversión inicial	\$ 19.741.084	566,99

Fuente: Elaboración propia en base al estudio de prefactibilidad técnica

**CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA,
LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA FINANCIERA Y AMBIENTAL**

4.1. PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y AMBIENTAL

4.1.1. Personal

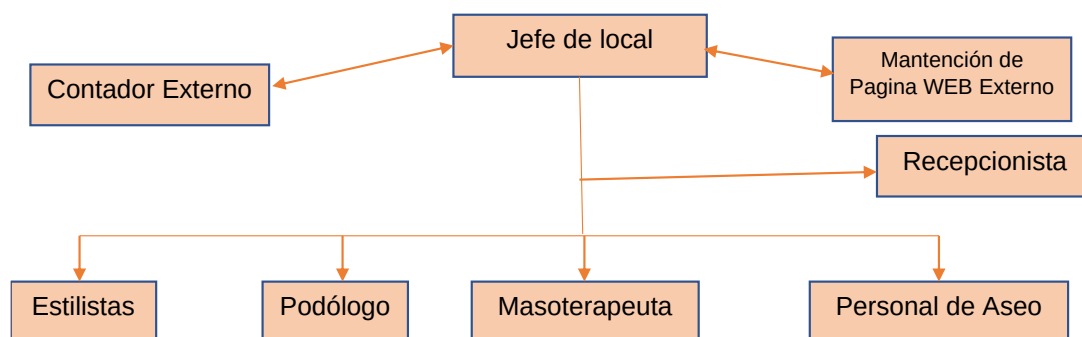
El personal requerido para este proyecto es de siete personas.

- Un jefe de local,
- Un recepcionista
- Un personal de aseo
- Dos estilistas
- Un podólogo
- Un masoterapeuta

4.1.2. Estructura organizacional

La estructura organizacional del centro estético **SOIN DU CORPS** se caracterizará por la relación entre jefaturas y colaboradores cercana y la toma de decisiones se hará ágil y por poseer pocos niveles jerárquicos y con tareas definidas en términos generales. Esta estructura posee las áreas fundamentales con sus respectivos responsables para que el proyecto opere de la forma más fluida, donde en su parte superior se encuentra el Directorio compuesto por los Socios y las otras áreas.

Ilustración 4 Estructura organizacional del centro estético SOIN DU CORPS



Fuente: Elaboración propia.

El o los Socios son quienes toman las decisiones estrategias y mantienen las relaciones comerciales con los proveedores y empresas externas tales como empresas, la atención de la página web será por parte de la recepcionista, la creación y posterior mantención será por parte de una empresa externa de esta página en donde se realizará la publicidad y la reserva de hora para los distintos servicios. Mientras que en la operación diaria está a cargo del jefe de local es quien lidera al equipo de trabajo realizando el alineamiento de la empresa haciendo la bajada de las estrategias planteadas por los socios, controla tanto la atención como la calidad de los servicios prestados y son quienes participan activamente en el diseño de las propuestas y vinculación con los clientes. Además, se tendrá una asesoría contable externa.

4.1.3. Sistemas de información administrativos

La persona encargada de la creación de la página Web será una empresa externa.

4.1.4. Sistemas de información mantención

La misma empresa encargada de la creación será quien realizará la mantención mensual de la página Web.

4.2. LEGAL

En este ítem se desarrolla el marco legal al que está inmerso la organización y bajo qué tipo de amparo de la ley está sujeta.

4.2.1. Marco legal vigente nacional

El país está basado en la constitución, leyes, reglamentos, decretos y costumbres, entre otros y determina diversas condiciones que se traducen en normativas permisivas o negativas que de alguna manera afecten el desarrollo del proyecto. Ahora se estudiará el funcionamiento o desarrollo del proyecto, sin infringir las leyes vigentes.

Debemos tener en cuenta que en Chile hoy en día existen algunas instituciones que ayudan a las PYMES como por ejemplo son SERCOTEC, CORFO, etc., y algunos programas que también aportan en el desarrollo industrial son el Capital semilla,

Capital abeja, Yo emprendo, incluyendo Banco estado con un crédito especial para emprendedores entre otros.

4.2.2. Políticas de desarrollo industrial

Se creará una estrategia de desarrollo para la implementación del negocio que consiste en: planificar, coordinar e implementar las actividades necesarias para colocar el local en operación en temporadas bajas de consumo del mercado objetivo (marzo, abril, mayo), y comenzar en funcionamiento en la temporada de alto flujo vehicular y peatonal permitiendo sacar máximo provecho al plan de marketing y los recursos. El siguiente listado son las tareas que deben ser realizadas para la puesta en marcha del negocio, ordenadas con secuencia lógica para la correcta implementación y se considera realizar de manera paralela las tareas que no son dependientes unas de otras y que no afecten al orden para agilizar la implementación:

- Para poder solicitar los permisos en la municipalidad se debe haber realizado y presentar los siguientes documentos en la municipalidad:

- Formulario de solicitud de autorización de Funcionamiento o Patente.
- Documento que acredite el título por el que se ocupa el inmueble para tu negocio.
- Declaración de inicio de actividades ante el SII.

Adquirir la figura legal de la empresa, de forma de poder obtener RUT de la compañía y comenzar a efectuar compra aprovechando el IVA crédito.

- Declaración jurada del Capital Propio Tributario de la empresa.
- Declaración jurada del número de trabajadores que tiene cada sucursal u oficina de tu empresa, en caso de poseer más de una.

- Las Sociedades o EIRL deben acompañar copia de la escritora de constitución, constancia de la Inscripción en el Registro de comercio del Conservador de Bienes Raíces y la publicación del Extracto de la Escritura en el diario oficial.

- Las Personas Naturales deben presentar una fotocopia de su Cédula de Identidad.

- Ver en la municipalidad de Viña del Mar los documentos necesarios:
 - Certificado de Informaciones Previas
 - Certificado Municipal de Zonificación
 - Permiso de Edificación
 - Recepción Definitiva de Obra
 - Declaración Interior de Gas
 - Declaración Eléctrica Interior
 - Autorización Sanitaria
 - Informe Sanitario
 - Clasificación Industrial
 - Declaración de Emisiones Atmosféricas
 - Aprobación de Proyecto de Sistema de Tratamiento de Residuos Industriales

Líquidos

- Disposición Final de Residuos Industriales Líquidos (RILES)
- Generación, almacenamiento y disposición final de Residuos Industriales

Sólidos

- Patente Municipal

- Luego se solicitan los permisos sanitarios correspondientes para comenzar con la inversión en la infraestructura.
- Tramitación del derecho de marca, su inscripción y propiedad intelectual del negocio. En paralelo, se arrienda el terreno y se acondiciona la instalación.
- Comprar las maquinarias, mobiliarios y lo necesario para comenzar a operar.
- En paralelo, realizar la búsqueda y selección de personal (se revisan los trámites para contratación laboral),
- realizar los trámites bancarios de la empresa y solicitar el desarrollo de la página web y redes sociales con el fin de que esté habilitada al inicio de la inauguración, para que los links de estos canales comunicacionales.
- Inspección del Trabajo, ente fiscalizador en materia laboral. El proyecto deberá contemplar contratos y las exigencias propias de mismo, a fin de dar cumplimiento a las normas impuestas

Una vez que la instalación se encuentre habilitada con todos los equipos para el funcionamiento, se realiza una prueba de todos los procesos para garantizar un buen funcionamiento logístico.

4.2.3. Aspectos legales del giro del proyecto

Para la formación de una empresa, la municipalidad correspondiente debe otorgar una patente comercial. Para obtenerla se deben realizar una serie de trámites los cuales se van realizando por etapas.

- Constitución de una sociedad
- Iniciación de actividades
- Timbraje de documentos
- Obtención de patente comercial

4.2.3.1 Constitución de una sociedad

El proyecto centro estético **SOIN DU CORPS** será una sociedad de responsabilidad limitada (Son sociedades de personas en que los socios responden hasta el monto de sus aportes). La sociedad de responsabilidad limitada sea civil o comercial es siempre solemne, debe constar en escritura pública redactada por un abogado y firmada frente a un ministro de fe para estos casos un Notario, dicha escritura se lleva e inscribe en el conservador de bienes raíces correspondiente en este caso corresponde al Conservador de Bienes Raíces de Viña del Mar, una vez obtenida la inscripción se solicita un extracto con el que se debe inscribir en el Registro de Comercio y publicarse en el Diario Oficial.

Para poder realizar el inicio de actividades en la municipalidad de Viña del Mar, el timbraje de documentos físicos como ademes contar con los folios autorizados por SII para la emisión de boletas, facturas, notas de créditos y débitos electrónicas.

4.2.3.2. Inicio de actividades

Al registrarse en el Servicio de Impuestos Internos, se obtiene un RUT, el cual permitirá realizar cualquier tipo de actividad comercial.

Se realiza una declaración que debe contener una declaración de naturaleza y el monto del capital de la empresa los que son realizados al solicitar el formulario 4415 “inscripción I Rol único Tributario y/o Declaración de inicio de actividades”.

4.2.3.3. Timbraje de Documentos

En el servicio de impuestos internos se legalizan los documentos que acreditarán las distintas operaciones comerciales.

Para realizar este trámite se utiliza el formulario 3230 y el RUT de la empresa.

Se solicita formulario 29 correspondiente a la declaración mensual de IVA.

4.2.3.4. Obtención de Patente Comercial

Documentación para la obtención de la patente:

- Escritura de constitución de sociedad, protocolización del extracto y publicación en el diario oficial.
- Inicio de actividades en el SII.
- Documentación que acredite el título por el cual se ocupará la propiedad, contrato de arriendo y/o certificado de dominio.
- Informe de factibilidad, permiso de edificación, recepción final del inmueble donde se desarrollará el negocio, que es otorgado por la dirección de obras de la municipalidad.
- Informe sanitario del seremi de salud.
- Declaración jurada del capital propio tributario de la empresa.
- El pago de la patente se cancela de manera anual, con posibilidad de pago en dos cuotas, una cada semestre.

4.2.4. Incentivos

En un comienzo no habrá incentivos fuera de los que ya brinda la empresa (para que el período de recuperación de capital, también llamado Payback sea el más corto posible), que son salariales y desarrollo de carrera a sus Colaboradores. Todos los colaboradores poseen incentivos monetarios tales como remuneración y

bonos, en cuanto a éstos últimos todos los Colaboradores reciben aguinaldo de fiestas patrias y navidad correspondiente a \$90.000 brutos por cada evento. El incentivo de desarrollo de carrera a sus Colaboradores corresponde a generar oportunidades a sus Colabores destacados por su gestión y habilidades para desempeñar nuevos cargos, ya sea en el local de Viña de Mar o en futuros locales. Por otro lado, los incentivos monetarios como las remuneraciones y bonos serán fijados a valor mercado y de forma clara. Las decisiones en base a los incentivos monetarios serán tomadas bajo un sistema centralizado, registrando y controlándose estrechamente en un solo lugar, manteniendo un mayor control de los incentivos a nivel compañía para que así no se produzcan inequidades injustas.

4.2.5. Aspectos laborales

El proyecto estará bajo la normativa chilena DFL N°1 del Código del Trabajo, en donde se señala todo lo relacionado a:

-Contrato individual de trabajo y capacitación laboral: remuneraciones, jornada laboral, permisos, feriados.

-Protección de los trabajadores: Seguro contra accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, protección a la maternidad, entre otros. Además de los derechos y obligaciones tanto del empleador como del trabajador.

El asesoramiento será con la inspección del trabajo pertinente para no incurrir en ninguna falta de tipo legal ni previsional.

4.2.6. Costos asociados al cumplimiento de la legislación vigente

Podemos dividir los costos en dos tipos.

4.2.6.1. Intangibles

Considerando que el negocio es desarrollado desde cero, es necesario tener una serie de documentos legales que permitan operar partiendo por el gasto inicial, para

registrar una marca en INAPI (Instituto Nacional de Propiedad Industrial), el cual tendría un costo de 3 UTM equivalente a \$183.471. (INAPI, pág. 4). Se toma UTM del mes de diciembre de 2022 por un valor de 61.157 CLP.

Se debe considerar los gatos notariales y de asesoría de un abogado para la redacción de la escritura.

Una vez inscrita la empresa es momento de generar el Rut de la compañía, lo cual se puede realizar directamente desde la página del SII, sin costo alguno. Una vez realizado la escritura e ingresada en el conservador de bienes raíces, luego se debe contemplar la publicación en el diario oficial.

Por ser considerado como un centro de belleza el proyecto está regulado por el Decreto Supremo N° 244 de 1975, y el Servicio Nacional de Salud supervisa su funcionamiento.

Según políticas gubernamentales, la normativa para la constitución y funcionamiento de cualquier establecimiento de belleza se establece en según el Decreto N°88 de MINSAL, el cual aprueba el reglamento para ejercer las actividades de cosmetología, el cual entró en vigor en 1981. De igual modo, en el año 2011, se procedió a actualizar la ley N° 20.494 de 2011, que agiliza trámites para el inicio de actividades de nuevas empresas, que permitiría una iniciación de actividades de empresas nuevas de forma mucho más expedita. Otra ley que beneficia la formación de la empresa es la ley N° 20.659 de 2013, que permite la constitución de una empresa en un día, reduciendo costos de crear y modificar sociedades.

4.2.6.2. Tangibles

Considerando que son aquellas inversiones serán utilizados en el proceso de transformación o sirven de apoyo previo a la puesta en marcha del proyecto. Una vez adquirido el contrato de arriendo con la empresa arrendadora, se hace necesario la adaptación de las habitaciones, hall de recepción de la clientela y otras adaptaciones. Por otro lado, se requiere invertir en equipamiento administrativo,

como también para prestar los servicios en sí, además de los insumos para el control COVID y la prestación de servicios. Se considera como parte de la inversión inicial las adecuaciones que se le deberán realizar al local para que este pueda quedar operativo, estos guardan relación con la separación de los boxes, baño, bodega y hall de recepción del público, junto con la instalación de aire acondicionado, cerámicas y pintura.

4.3. SOCIETARIA

En esta etapa del estudio, se debe establecer el tipo de sociedad más adecuada para los inversionistas, la cual comenzará el negocio y los trámites a seguir para así cumplir con la legalidad que exige el proyecto.

4.3.1. Relación entre los inversionistas

La constitución de la sociedad determina la situación contractual de los accionistas, inversionistas o socios del proyecto. El caso de este proyecto, será de sociedad anónima, entendiéndose esto, que, por cada socio, la responsabilidad de cada uno estará directamente ligada en forma proporcional al monto de su inversión, situación que queda escriturada públicamente. Cabe destacar, que los socios pueden administrar sus intereses por sí mismos o por terceros elegidos según acuerdo mutuo y que de los mismos deben recibir cada mes los resultados del desarrollo y evolución de la empresa.

4.3.2. Estructura societaria

La sociedad será constituida por una estructura de sociedad anónima del tipo cerrada, lo que significa que está constituida por un grupo de accionistas y dueños.

La regulación en Chile al respecto de su gestión es a través del SII mediante la declaración de pagos y tributos.

4.3.3. Estimación del gasto para dar forma a la estructura societaria

La conformación de la estructura societaria permite la existencia legal de ésta y es requisito fundamental para el ingreso al sistema tributario. A fin de dar forma a esta estructura, se estima un monto correspondiente al capital social y que será canalizado dependiendo del sistema que será elegido para el financiamiento del proyecto.

Para los efectos de cálculo de costo del proyecto, se estima un monto asociado a los siguientes factores relacionados con la formación de la estructura societaria:

- Gasto en abogado, a fin de dar asesoría jurídica y legal a la estructura societaria.
- Gastos en conservador de bienes raíces, necesarios para la inscripción de la estructura societaria
- Gastos notariales, deben ser realizados para la autenticación de los estamentos de la estructura societaria.
- Gasto de publicación de escritura en diario oficial.

4.4. TRIBUTARIA

En este ítem se desarrolla el sistema tributario y se explicara los principales aspectos que afectan a las pymes y pequeñas empresas.

4.4.1. Sistema Tributario y Mecanismos de Determinación de Gasto en impuestos

Chile, tiene un conjunto de las normas legales, procedimientos y organismos públicos destinados al cobro de impuestos.

Estos los podemos dividir en dos ramas:

- Impuestos Directos: Aquellos que gravan o afectan la obtención de la renta o riqueza en manos del sujeto que la obtiene.
- Impuestos Indirectos: afectan la manifestación de la riqueza, gravando, actos y/o contratos. En Chile se tienen diferentes impuestos, pero los más importantes son el impuesto a la renta e impuesto al valor agregado.

El sistema tributario chileno descansa sobre una serie de principios jurídicos, dentro de los cuales destacan el principio de legalidad tributaria, igualdad o equidad tributaria, control administrativo y jurisdiccional de los actos de la administración tributaria, no discriminación arbitraria, no afectación del derecho de propiedad en su esencia e irretroactividad de la ley tributaria.

Algunas de las leyes en la que se sientan las bases del sistema tributario son:

- Código Tributario, contenido en el DL 830 del 27.12.1974, publicado en el D.O. el 31.12.1974. Establece las normas básicas sobre fiscalización de la tributación fiscal interna, forma en que se relaciona el ente fiscalizador con el contribuyente, derechos fundamentales de éste, qué es la contabilidad y cómo se debe llevar, plazos de prescripción de 3 o 6 años, según su artículo 200, procedimientos de impugnación ante el SII, ya sea a través del artículo 6 letra b) N.º 5, ya sea a través de la Reposición Administrativa Voluntaria (RAV) contemplado en el artículo 123 bis, se regulan además los procedimientos de Reclamación Judicial (Artículos 123 y siguientes), en el artículo 93.
- Ley sobre Impuesto a la Renta. DL 824 del 31.12.1974. Establece los elementos esenciales de la obligación tributaria, concepto de Renta, Ingresos no Renta, exenciones, precios de transferencia, regulación de la doble tributación internacional, regímenes de tributación, royalty minero, forma en que se determina la base imponible, obligación de presentar declaraciones,

obligación de llevar contabilidad, tipos de contabilidad, obligación de efectuar los pagos provisionales mensuales obligatorios o voluntarios, mecanismo de devolución, presunciones vinculadas a la falta de acreditación de ingresos que acrediten los gastos de vida o inversión, obligaciones vinculadas a proporcionar información contable y tributaria.

- Ley sobre Impuestos a las Ventas y Servicios. DL 825 31.12.1975. Establece una serie de impuestos entre los que se encuentra el IVA, impuesto al valor agregado. Hecho gravado: venta y servicios, actos asimilados, exenciones, base imponible, tasa, obligación de declaración mensual, obligaciones registrales y documentales, devolución de crédito fiscal a los exportadores, cambio de sujeto, etc...
- Ley sobre Impuesto de Timbres y Estampillas, DL 3475. Grava las operaciones de crédito que se encuentren documentadas.
- Ley sobre Impuesto a las herencias, asignaciones y donaciones. Ley 16.271.
- Ley sobre cumplimiento tributario. Establece incentivos de naturaleza administrativa para el pago del IVA. Ley 18.320.

4.4.2. Mecanismo de determinación de gasto en impuesto

En Chile se usa un concepto amplio de renta. Para la ley tributaria chilena, renta son todos los beneficios, utilidades e incrementos de patrimonio que se perciban o devenguen, cualquiera que sea su naturaleza, origen o denominación (art. 2 n.º 1 de la L.I.R.). Esta amplitud se ve acotada por los llamados "ingresos no constitutivos de renta" del art. 17 de la L.I.R., que establece qué incrementos de patrimonio no constituyen renta. Fuera de estos casos, todo incremento patrimonial es renta, y se verá gravado con algún impuesto a la misma.

Como empresa debemos tener en claro que tendremos al menos según el decreto de ley 824 tres obligaciones.

- IVA: Impuesto al Valor Agregado, correspondientes a las compras y ventas realizadas durante el mes, este impuesto equivale al 19%
- IGC: Impuesto Global Complementario, según sea, afectará a los miembros de la sociedad de acuerdo a las ganancias obtenidas en el período.
- PPM: Pagos Provisionales, este monto se determina porcentualmente de acuerdo a los ingresos brutos mensuales devengados o percibidos.

Y para poder dar cumplimiento en forma completa debemos tener en cuenta que al final del año contable debemos aplicar el impuesto a las utilidades antes de impuesto para el año 2023 es de 25%.

Tabla 27 Las tasas de Primera Categoría, son las siguientes:

Años comerciales en que se aplica la tasa de Primera Categoría.	Tasas de Primera Categoría
1977 al 1990	10%
1991 al 2001	15%
2002	16%
2003	16,5%
2004 hasta 2010	17%
2011 hasta 2013	20%
2014	21%
2015	22,5%
2016	24%
2017 y siguientes, para Contribuyentes del Artículo 14, letra A) LIR (Régimen creado por la Ley 20.780 de 2014)	25%
2017 para Contribuyentes sujetos al Artículo 14, letra B) LIR (Régimen creado por la Ley 20.780 de 2014)	25,5%
2018 y 2019, para Contribuyentes sujetos al Artículo 14, letra B) LIR (Régimen creado por la Ley 20.780 de 2014)	27%
2020 y siguientes para contribuyentes sujetos al artículo 14, letra A) LIR (Régimen creado por la Ley 21.210 de 2020)	27%
2020, 2021 y 2022 para contribuyentes artículo 14, letra D) N°3 LIR (Régimen creado por la Ley 21.210 de 2020)	10%
2023 y siguientes para contribuyentes artículo 14, letra D) N°3 LIR (Régimen creado por la Ley 21.210 de 2020)	25%

Fuente: https://www.sii.cl/preguntas_frecuentes/renta (SII, s.f.)

4.5. PREFACTIBILIDAD FINANCIERA

Se realiza un análisis financiero de las distintas fuentes de financiamiento con las que se puede contar para la realización del proyecto ya sea a través de financiamiento propio o por parte de créditos por medio de un banco.

4.5.1. Fuentes de financiamiento

Las fuentes de financiamiento existentes en Chile son principalmente dos, puede ser a través de financiamiento propio o privado.

El primero hace referencia al capital que aportan los socios al momento de constituir la sociedad; en cambio, el financiamiento privado corresponde a los aportes generados por agentes externos a la sociedad, los cuales pueden ser bancos, cooperativas, crowdfunding, fondos o programas para emprendedores, fondos gubernamentales, capitales de riesgo, entre otro

4.5.2. Instituciones crediticias

Las instituciones crediticias se pueden dividir en dos grandes grupos: instituciones privadas e instituciones públicas, a continuación, se indican algunas instituciones pertenecientes a cada grupo.

4.5.2.1. Instituciones Privadas

Bancos: Entidades financieras de crédito, realizan el trabajo de control y la administración del dinero. Los bancos más conocidos en el mercado chileno son: Banco

Estado, Banco de Chile, Banco Itaú, Banco Santander, Banco de Créditos e Inversiones (BCI), entre otros.

Cooperativas: Operan de la misma forma que los bancos, pero son asociaciones autónomas creadas por personas unidas voluntariamente. Las cooperativas presentes en el país son: Coopeuch, Detacoop, entre otras.

Capital de Riesgo: En este tipo de financiamiento buscan empresas o personas con ideas en etapas tempranas o empresas ya formadas en busca de expansión o consolidación, ya que las empresas que proporcionan el capital buscan participación en el proyecto. Los más conocidos son: Chile Ventures, Endurance Ventures, Aurus, entre otros.

Crowdfunding: Es un sistema que funciona en línea, que conecta empresas o personas que buscan levantar proyectos con usuarios que requieren financiamiento. Funcionan a través de cuatro mecanismos principales que son donaciones, recompensas, préstamos y aporte de capital. Los más reconocidos son: Crowdfunfing.cl, Idea.me, Catapultame.cl, entre otros.

4.5.2.2. Instituciones Publicas

CORFO: Es una agencia del gobierno que depende del ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Busca apoyar el emprendimiento, competitividad e innovación en el país.

INDAP: Es un servicio dependiente del Ministerio de Agricultura que busca promover el desarrollo económico, social y tecnológico de los pequeños productores agrícolas y campesinos.

SERCOTEC: Es un programa que busca brindar apoyo a las micro y pequeñas empresas de cualquier sector económico, el único requisito es que las ventas netas anuales sean igual o inferior a 25.000 UF.

4.6. AMBIENTAL

Según los informes generados por las entidades gubernamentales del medio ambiente de Chile, no se considera un impacto ambiental masivo, asociado a la

generación del proyecto de centro estético **SOIN DU CORPS**, debido a que no existe generación de desechos tóxicos, residuos peligrosos , dióxido de carbono, generalmente los residuos son cartones y/o plásticos estos desechos, producidos a lo largo del proyecto, serán eliminados y retirados como basura doméstica (servicio que otorga la comuna), o generar un plan auxiliar para poder almacenar y transportar a recintos de reciclaje para evitar el impacto ambiental que se genera.

Todo el funcionamiento que dice relación con el centro estético se encuentra normado en su totalidad por Reglamento N° 88 de 1980, "Reglamento para el ejercicio de las actividades de cosmetología".

CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN ECONÓMICA

5.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA

En este capítulo se realizará la evaluación económica del proyecto haciendo un análisis de todos los factores económicos que intervienen en su desarrollo para establecer su factibilidad de ejecución.

La moneda a utilizar será la Unida de Fomento (UF), ya que en esta se encuentra la variación de la inflación por lo cual es mucho más fácil actualizar los valores no importando el tiempo que paso entre las actualizaciones.

5.1.1. Ingresos

Los ingresos anuales por ventas serán calculados en base a la demanda futura tanto la capacidad productiva (oferta) proyectada para el horizonte del proyecto de cinco años y el precio de introducción del producto considerado a partir de los establecidos en el mercado. Esto fue explicado en el capítulo 2, apartado 2.8.2.

5.1.1.1. Demanda Unitaria

La demanda unitaria se refiere a una situación en la que el cambio en el precio de un producto o servicio tiene un efecto proporcional en la cantidad demandada.

Se obtiene:

- Mediante una proyección en base a la entrevista a la dueña de Salón L'femme y registros históricos de este, muestran tendencias mensuales de la cantidad de servicios.
- Cantidad de cada uno de los servicios anuales, se suman y obtiene la demanda de todos los servicios por año.

- Se debe hacer una observación respecto a cada uno de los años del proyecto no presenta un aumento ascendente constante ya que es en función a los servicios realizados.

5.1.1.2. Ingresos UF

Es el importe de la prestación de servicios que son el objeto del tráfico de la empresa. Comprende también otros ingresos, variación de existencias y beneficios del ejercicio. Sera

Tabla 28 Ingresos proyectados centro estético SOIN DU CORPS

Ingreso Proyectado					
Años	1	2	3	4	5
Demanda unitaria Cantidad	7861	7994	7981	7954	7418
Ingresos CLP	\$ 140.960.822	\$ 142.302.709	\$ 153.164.866	\$ 156.486.048	\$159.755.636
Ingresos UF	4048,55	4087,09	4399,07	4494,46	4588,36

Fuente: Elaboración propia en base al estudio de prefactibilidad técnica

5.1.2. Egresos

En esta sección definirán todos los egresos que tenga el proyecto en concepto de costos y gastos relacionados a las actividades de la empresa.

Son todos los egresos (costos y gastos) causados directamente por el proceso centro estético **SOIN DU CORPS**, entre éstos se encuentran costos de producción:

5.1.2.1. Costos Fijos

Los costos fijos serán todos los gastos que son constantes, es decir, que no cambian durante un periodo determinado, sin importar el volumen de producción.

Podemos diferenciar dos tipos de costos.

Discrecionales: Se refieren a los costos fijos que pueden disminuir o crecer sin que esto afecte a la producción de la empresa. Un ejemplo es los gastos de Marketing. (DRIP Capital, Drip Capital Inc. USA, s.f., pág. 2)

Comprometidos: Estos costos no pueden tener alguna modificación, ya que, si eso pasara, la producción se vería afectada. Un ejemplo puede ser los sueldos de los trabajadores. (DRIP Capital, Drip Capital Inc. USA, s.f., pág. 2)

Los costos fijos considerados en este proyecto son:

- Energía Eléctrica
- Agua
- Arriendo
- Mantención página Web
- Asesoría contable
- Patente Comercial
- Marketing
- Alarma Verisure
- Teléfono e Internet
- Sueldos

5.1.2.1. Costos Variables

Serán los costos que varían según la cantidad de mercancía que se produzca. Si la realización de servicios es mayor, los costos variables también lo harán.

Algunas características de los costos variables son:

- Pueden ser controlados a corto plazo.
- Son costos que dependen del volumen de producción de una empresa.
- Son proporcionales a la actividad.

Tipos de costos variables

Proporcional: Estos costos están estrictamente relacionados con el nivel de producción. (DRIP Capital, Drip Capital Inc. USA, s.f., pág. 3)

Progresivo: Costos que varían proporcionalmente a lo producido. Por ejemplo, la mano de obra en las empresas que pagan a sus trabajadores por hora. Mientras más horas trabajan, ganarán más. (DRIP Capital, Drip Capital Inc. USA, s.f., pág. 3)

Regresivo: Son todos los costos que son inversos al nivel de producción. Mientras más producción, menos costo. Un ejemplo es el de la compra de materia prima por mayoreo. (DRIP Capital, Drip Capital Inc. USA, s.f., pág. 3)

Los costos variables considerados en este proyecto son:

- Espejos Manuales
- Pocillos De Tintura
- Brochas De Aplicación De Tintura
- Peinetas De Aplicación De Tintura
- Mezclador Para Tinturas
- Capas De Tintura (Distintos Grosos De Cuello)
- Capas De Corte De Cabello Adultos (Distintos Grosos De Cuello)
- Capas De Corte Para Niños/As
- Toallas Blancas Para Cabello
- Toallas Negras Para Cabello
- Shampoo Hidratante
- Shampoo De Limpieza
- Shampoo Tonalizante
- Shampoo Anti Residuos
- Guantes Negros De Nitrilo
- Tijeras Micro Dentadas
- Tijeras Filo Navaja
- Tijeras Pulidoras
- Navajin
- Navajas
- Navajin Con Protección
- Tinturas Tradicionales
- Tinturas De Fantasía
- Oxidantes 10-20-30 Y 40 Vol.
- Decolorante
- Papel De Mecha
- Gorra De Visos
- Crema De Peinar
- Serum
- Cera Modeladora
- Gel

- Mousse
- Laca
- Elásticos De Trenza Transparentes
- Secador De Cabello
- Rizador De Cabello
- Alisadora (Plancha De Cabello)
- Roseador

Esto queda valorado en UF en la tabla 28.

Tabla 29 Egresos proyectados centro estético SOIN DU CORPS

Egresos Proyectados					
Años	1	2	3	4	5
Fijos UF	2157,59	2157,59	2157,59	2157,59	2157,59
Variables UF	1119,36	1141,74	1164,58	1187,87	1211,63
Costo UF	3276,94	3299,33	3322,16	3345,45	3369,21

Fuente: Elaboración propia en base al estudio de prefactibilidad técnica

5.2. CONSIDEREACIONES A UTILIZAR

El proyecto será evaluado en diversas modalidades, esto indica que se evaluará la viabilidad del proyecto por medio de flujo de caja puro, como con financiamiento externo de 25%, 50% y 75%. La moneda a utilizar será la unidad de fomento (UF) con el valor al 01/12/2022 de 34817,58. (SII, pág. 12)

Con la creación del flujo de caja se determinarán los índices económicos como el VAN (valor actual neto), TIR (tasa interna retorno) y PRI (periodo de inversión) estos indicadores demuestran en forma confiable los resultados económicos calculados para la evaluación del proyecto.

El horizonte del proyecto será de 5 años, la tasa de descuento se utiliza para actualizar los flujos de dinero en el proyecto durante los diferentes periodos, esta es igual a la tasa de retorno que el inversor obtendría en los proyectos e inversiones de capital, también llamada costo de capital.

5.2.1. **Impuesto**

El servicio de impuestos internos indica que los impuestos que deben pagar los contribuyentes que explotan el mercado de arrendamiento, es el siguiente:

- Impuestos a la Renta de Primera categoría (25% año 2023)

Se hace presente que a contar del Año Tributario 2023 y siguientes, la tasa general del Impuesto de Primera Categoría a aplicar a cualquiera renta clasificada en dicha categoría, será de un 25% se aplican a los contribuyentes sujetos al Régimen Tributario establecido en la letra D) del artículo 14 N°3 de la LIR a la base de la renta retirada o distribuida para la aplicación de los Impuestos Global Complementario o Adicional, con imputación o deducción parcial del crédito por Impuesto de Primera Categoría establecido en la letra B) del artículo 14 de la LIR a la base de la renta retirada o distribuida para la aplicación de los Impuestos Global Complementario o Adicional, con imputación o deducción parcial del crédito por Impuesto de Primera Categoría.

5.2.2. **Horizonte del proyecto**

El horizonte de este proyecto se contempla en un plazo de 5 años para realizar las mediciones de la efectividad de este.

5.2.3. **Condiciones Crediticias**

Para la evaluación crediticia se opta por el crédito para pequeñas empresas del Banco Estado con una tasa anual de 18,72% y un plazo de 5 años

5.2.4. **Depreciaciones**

Por efectos de amortiguar el impuesto, se realizará una depreciación de los activos de carácter acelerada, por lo que en la siguiente tabla.

Tabla 30 Depreciaciones centro estético SOIN DU CORPS

Activo	Valor Compra	Cantidad de unidades	Valor total	Valor en UF	Depreciación Acelerada	Valor por año	Años					Valor libro	Valor Venta	Valor Venta UF
							1	2	3	4	5			
Teléfono Inteligente	\$190.000	1	\$ 190.000	5,46	2	2,73	2,73	2,73	0	0	0	0,00	\$ 57.000	1,64
Escritorio	\$115.000	1	\$ 115.000	3,30	2	1,65	1,65	1,65	0	0	0	0,00	\$ 34.500	0,99
Estante libros	\$ 74.990	1	\$ 74.990	2,15	2	1,08	1,08	1,08	0	0	0	0,00	\$ 22.497	0,65
Silla Escritorio	\$129.000	1	\$ 129.000	3,71	2	1,85	1,85	1,85	0	0	0	0,00	\$ 38.700	1,11
Silla Mesón	\$124.000	1	\$ 124.000	3,56	2	1,78	1,78	1,78	0	0	0	0,00	\$ 37.200	1,07
Notebook	\$500.000	2	\$1.000.000	28,72	2	14,36	14,36	14,36	0	0	0	0,00	\$300.000	8,62
Cámara Seguridad	\$100.000	1	\$ 100.000	2,87	2	1,44	1,44	1,44	0	0	0	0,00	\$ 30.000	0,86
Sillón de Peluquería	\$329.990	2	\$ 659.980	18,96	2	9,48	9,48	9,48	0	0	0	0,00	\$197.994	5,69
Silla de corte para niños	\$175.900	1	\$ 175.900	5,05	2	2,53	2,53	2,53	0	0	0	0,00	\$ 52.770	1,52
Muebles "asistentes"	\$ 59.990	4	\$ 239.960	6,89	2	3,45	3,45	3,45	0	0	0	0,00	\$ 71.988	2,07
Secador de pedestal	\$169.990	1	\$ 169.990	4,88	2	2,44	2,44	2,44	0	0	0	0,00	\$ 50.997	1,46
Climazon	\$198.900	1	\$ 198.900	5,71	2	2,86	2,86	2,86	0	0	0	0,00	\$ 59.670	1,71
Sillones para sala de espera	\$229.000	1	\$ 229.000	6,58	2	3,29	3,29	3,29	0	0	0	0,00	\$ 68.700	1,97
Lava pelos	\$ 29.900	1	\$ 229.900	6,60	2	3,30	3,30	3,30	0	0	0	0,00	\$ 68.970	1,98
Espejo Mural	\$199.000	2	\$ 398.000	11,43	2	5,72	5,72	5,72	0	0	0	0,00	\$119.400	3,43
Televisor 32"	\$180.000	2	\$ 360.000	10,34	2	5,17	5,17	5,17	0	0	0	0,00	\$108.000	3,10
							63,11	63,11	0,00	0,00	0,00	0,00		37,87

Fuente: Elaboración propia en base al estudio de prefactibilidad técnica

5.2.5. Análisis de riesgos

Para valorar un proyecto de inversión se necesita saber la tasa de descuento, que es la rentabilidad mínima que se le exige al proyecto. Para el cálculo de la tasa de descuento se utilizará el Modelo de Valoración del Precio de los activos Financieros o Capital Asset Pricing Model (conocido como modelo CAPM) que es una de las herramientas más utilizadas en el área financiera para determinar la tasa de retorno requerida para un cierto activo. A continuación, se detalla la fórmula:

Formula 7 Formula para determinar la tasa de retorno

$$E_i = R_f + B_i(E_m - R_f)$$

Donde:

Ei: rentabilidad esperada de una inversión.

Rf: el rendimiento de un activo libre de riesgo.

Bi: beta de una inversión, o la volatilidad de una inversión en relación con el mercado en general.

Em: el retorno esperado de mercado.

Los datos en el proyecto del centro estético SOIN DU CORPS son los siguientes:

Rf: 0,61%, lo que corresponde a la tasa libre de riesgo que está de acuerdo a Bonos del Banco Central a 5 años.

Bi: 1,17 Para el valor de beta se toma como referencia Centro de Salud ya que ambos están regulados por el Decreto Supremo N° 244 de 1975. (Betas por sector)

Em: 4,30% considerando el promedio de la variación del rendimiento en el mercado, que en el caso de Chile sería el IPSA.

Reemplazando la ecuación se tiene:

Tabla 31 *Análisis de Riesgos centro estético SOIN DU CORPS*

Tasa libre de Riesgo	0,61%
Tasa de Mercado	4,30%
Beta	1,17
Tasa de Descuento	4,93%

Fuente: Elaboración propia en base al estudio de prefactibilidad técnica

Por lo tanto, la tasa de descuento que da el proyecto bajo el método CAPM es de un 4,93%, lo cual, es un valor muy bajo y poco atractivo para los inversionistas, por lo tanto, se procede a obtener la tasa de descuento de la siguiente manera.

En este caso se sumará la tasa libre de riesgo señala por el banco central (Banco Central Chile, s.f.), indicada en la siguiente tabla.

Tabla 32 Prima de riesgo en virtud de Nivel de Riesgo

Nivel de Riesgo	Prima por Riesgo	Ejemplos
Alto	Sobre 20%	Desarrollo de nuevos productos
		Proyectos que usan conceptos muy novedosos
		Contratos Internacionales
Mediano	10%-20%	Proyectos algo fuera del giro de la empresa
		Procesos nuevos que no han sido completamente investigados
Promedio	5%-10%	Incremento de la capacidad de producción
		Implementación de nueva tecnología conocida
		Proyectos nuevos con información de Mercado
Bajo	1%-5%	Mejoramiento de la producción
		Expansión en un mercado donde se es líder
Muy Bajo	0%-1%	Reducción de costos
		Proyectos relativos de seguridad

Fuente: Elaboración propia en base al estudio de prefactibilidad técnica

Al ser un proyecto de nivel de riesgo promedio y con la finalidad de aumentar la capacidad de venta de se elige un valor de un 5% de prima de riesgo, esto sumando la tasa libre de riesgo, lo cual es de 4,93% valor promedio, da un valor de 9,93%.

Queda explicado en la siguiente tabla:

Tabla 33 Explicación como obtener Rentabilidad Esperada con la prima de riesgo

Nivel de Riesgo	Prima por riesgo	Tasa de Descuento	Rentabilidad Esperada
Promedio	5%	4,93%	9,93%

Fuente: Elaboración propia en base al estudio de prefactibilidad técnica

5.3. PROYECTO PURO

Es aquel proyecto financiado con recursos del inversionista, sin financiamiento externo, por lo tanto, no hay intereses por créditos ni amortizaciones.

5.3.1. Flujo de caja sin financiamiento externo

A continuación, se muestra el flujo de caja para el proyecto sin financiamiento externo.

Tabla 34 Flujo sin financiamiento externo centro estético SOIN DU CORPS

Tasa de Descuentos (%)		9,93%				
Año	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		4048,55	4087,09	4399,07	4494,46	4588,36
(-) Costos Fijos		-2157,59	-2157,59	-2157,59	-2157,59	-2157,59
(-) Costos Variables		-1119,36	-1141,74	-1164,58	-1187,87	-1211,63
(=) Margen		771,61	787,77	1076,90	1149,00	1219,15
(-) Depreciación		-63,11	-63,11	0	0	0
(+) Valor Residual						37,87
(-) Valor Libro						
(-) Intereses L.P.						
(-) Intereses L.C.						
(=) Utilidad antes de impuestos		708,50	724,66	1076,90	1149,00	1257,01
(-) Impuestos (25%)		-177,13	-181,16	-269,23	-287,25	-314,25
(=) Utilidad Después de impuestos		531,38	543,49	807,68	861,75	942,76
(+) Depreciación		63,11	63,11	0,00	0,00	0,00
(+) Valor Libro						
(+) Créditos L.P.						
(+) Créditos C.P.						
(-) Amortizaciones Créditos L.P.						
(-) Amortizaciones Créditos C.P.						
(-)Costos de puesta en marcha.	-19,36					
(-)remodelación	-105,58					
(-)Imprevisto 10%	-51,54					
(+/-) Capital de Trabajo	-390,51					390,51
(=) Flujo de Caja	-566,99	594,49	606,60	807,68	861,75	1333,27
(=) F.C. Actualizado	-566,99	540,80	501,99	608,02	590,15	830,59
(=) F.C. Acumulado	-566,99	-26,19	475,80	1083,82	1673,97	1914,42

VAN	1914,42
TIR	113%
PRI	2

Fuente: elaboración propia en base a datos obtenidos por el estudio

5.4. **PROYECTO FINANCIADO**

Parte de este estudio también consiste en determinar qué tipo de financiamiento puede permitir un mejor desarrollo del proyecto, al momento de realizar la inversión inicial. Por ello que se presenta el caso con financiamiento de un 25%, 50% y 75% de la inversión inicial por medio de un banco externo.

5.4.1. **Cuota del financiamiento externo del 25%**

El monto del financiamiento solicitado corresponde a 141,75 UF.

Para el cálculo de valor de la cuota con un 9,75% de interés anual, se reemplazan los datos en la fórmula del PMT definida anteriormente, tal como se muestra a continuación:

Formula 8 Valor cuota financiamiento 25% centro estético SOIN DU CORPS

$$R = \frac{1 - (1 + 0,0975)^{-5}}{0,0975} = 3,82$$

Fuente: elaboración propia en base a datos obtenidos por el estudio

Tabla 35 Determinación de la cuota de acuerdo al crédito 25% centro estético SOIN DU CORPS

Valor crédito	Valor R	CLP	UF
\$ 4.935.271	3,82	\$1.293.608	37,15

Fuente: elaboración propia en base a datos obtenidos por el estudio

5.4.1.1. **Amortización de financiamiento del 25%**

Se muestra la tabla de amortización con financiamiento externo 25%:

Tabla 36 Amortización financiamiento de 50% centro estético SOIN DU CORPS

N° cuota	Capital inicial	interés	cuota	Amortización	Capital final
1	141,75	13,82	37,15	23,33	118,41
2	118,41	11,55	37,15	25,61	92,80
3	92,80	9,05	37,15	28,11	64,70
4	64,70	6,31	37,15	30,85	33,85
5	33,85	3,30	37,15	33,85	0,00

Fuente: elaboración propia en base a datos obtenidos por el estudio

5.4.1.2. Flujo de caja con financiamiento del 25%

A continuación se muestra el flujo de caja para el proyecto con financiamiento externo de 25%.

Tabla 37 *Flujo de caja con financiamiento del 25% de centro estético SOIN DU CORPS*

Tasa de Descuentos (%)		9,93%				
Año	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		4048,55	4087,09	4399,07	4494,46	4588,36
(-) Costos Fijos		-2157,59	-2157,59	-2157,59	-2157,59	-2157,59
(-) Costos Variables		-1119,36	-1141,74	-1164,58	-1187,87	-1211,63
(=) Margen		771,61	787,77	1076,90	1149,00	1219,15
(-) Depreciación		-63,11	-63,11	0	0	0
(+) Valor Residual						37,87
(-) Valor Libro						
(-) Intereses L.P.		-13,82	-11,55	-9,05	-6,31	-3,30
(-) Intereses C.P.						
(=) Utilidad antes de impuestos		694,68	713,11	1067,86	1142,69	1253,71
(-) Impuestos (25%)		-173,67	-178,28	-266,96	-285,67	-313,43
(=) Utilidad Despues de impuestos		521,01	534,83	800,89	857,02	940,29
(+) Depreciación		63,11	63,11	0,00	0,00	0,00
(+) Valor Libro						0,00
(+) Créditos L.P.	141,75					
(+) Créditos C.P.						
(-) Amortizaciones Creditos L.P.		-23,33	-25,61	-28,11	-30,85	-33,85
(-) Amortizaciones Creditos C.P.						
(-)Costos de puesta en marcha.	-19,36					
(-)remodelacion	-105,58					
(-)Imprevisto 10%	-51,54					
(+/-) Capital de Trabajo	-390,51					390,51
(=) Flujo de Caja	-425,24	560,79	572,33	772,79	826,17	1296,94
(=) F.C. Actualizado	-425,24	510,14	473,63	581,76	565,78	807,96
(=) F.C. Acumulado	-425,24	84,90	558,53	1140,29	1706,07	1948,25

VAN	1948,25
TIR	142%
PRI	1

Fuente: elaboración propia en base a datos obtenidos por el estudio

5.4.2. Cuota del financiamiento externo del 50%

El monto del financiamiento solicitado corresponde a 283,49 UF.

Para el cálculo de valor de la cuota con un 9,75% de interés anual, se reemplazan los datos en la fórmula del PMT definida anteriormente, tal como se muestra a continuación:

Formula 9 Valor cuota financiamiento 50% centro estético SOIN DU CORPS

$$R = \frac{1 - (1 + 0,0975)^{-5}}{0,0975} = 3,82$$

Fuente: elaboración propia en base a datos obtenidos por el estudio

Tabla 38 Determinación de la cuota de acuerdo al crédito 50% centro estético SOIN DU CORPS

Valor crédito	Valor R	CLP	UF
\$ 9.870.542	3,82	\$2.587.215	74,31

Fuente: elaboración propia en base a datos obtenidos por el estudio

5.4.2.1. Amortización de financiamiento del 50%

Se muestra la tabla de amortización con financiamiento externo 50%:

Tabla 39 Amortización financiamiento de 50% centro estético SOIN DU CORPS

N° cuota	Capital inicial	interés	cuota	Amortización	Capital final
1	283,49	27,64	74,31	46,67	236,83
2	236,83	23,09	74,31	51,22	185,61
3	185,61	18,10	74,31	56,21	129,40
4	129,40	12,62	74,31	61,69	67,71
5	67,71	6,60	74,31	67,71	0,00

Fuente: elaboración propia en base a datos obtenidos por el estudio

5.4.2.2. Flujo de caja con financiamiento del 50%

A continuación se muestra el flujo de caja para el proyecto con financiamiento externo de 50%.

Tabla 40 Flujo de caja con financiamiento del 50% de centro estético SOIN DU CORPS

Tasa de Descuentos (%)		9,93%				
Año	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		4048,55	4087,09	4399,07	4494,46	4588,36
(-) Costos Fijos		-2157,59	-2157,59	-2157,59	-2157,59	-2157,59
(-) Costos Variables		-1119,36	-1141,74	-1164,58	-1187,87	-1211,63
(=) Margen		771,61	787,77	1076,90	1149,00	1219,15
(-) Depreciación		-63,11	-63,11	0	0	0
(+) Valor Residual						37,87
(-) Valor Libro						
(-) Intereses L.P.		-27,64	-23,09	-18,10	-12,62	-6,60
(-) Intereses C.P.						
(=) Utilidad antes de impuestos		680,86	701,57	1058,81	1136,38	1250,41
(-) Impuestos (25%)		-170,22	-175,39	-264,70	-284,10	-312,60
(=) Utilidad Después de impuestos		510,65	526,17	794,11	852,29	937,81
(+) Depreciación		63,11	63,11	0,00	0,00	0,00
(+) Valor Libro						0,00
(+) Créditos L.P.	283,49					
(+) Créditos C.P.						
(-) Amortizaciones Créditos L.P.		-46,67	-51,22	-56,21	-61,69	-67,71
(-) Amortizaciones Créditos C.P.						
(-)Costos de puesta en marcha.	-19,36					
(-)remodelación	-105,58					
(-)Imprevisto 10%	-51,54					
(+/-) Capital de Trabajo	-390,51					390,51
(=) Flujo de Caja	-283,49	527,09	538,07	737,89	790,60	1260,61
(=) F.C. Actualizado	-283,49	479,49	445,27	555,49	541,42	785,33
(=) F.C. Acumulado	-283,49	196,00	641,27	1196,76	1738,18	1982,09

VAN	1982,09
TIR	196%
PRI	1

Fuente: elaboración propia en base a datos obtenidos por el estudio

5.4.3. Cuota del financiamiento externo del 75%

El monto del financiamiento solicitado corresponde a 425,24 UF.

Para el cálculo de valor de la cuota con un 9,75% de interés anual, se reemplazan los datos en la fórmula del PMT definida anteriormente, tal como se muestra a continuación:

Formula 10 Valor cuota financiamiento 75% centro estético SOIN DU CORPS

$$R = \frac{1 - (1 + 0,0975)^{-5}}{0,0975} = 3,82$$

Fuente: elaboración propia en base a datos obtenidos por el estudio

Tabla 41 Determinación de la cuota de acuerdo al crédito 75% centro estético SOIN DU CORPS

Valor crédito	Valor R	CLP	UF
\$14.805.813	3,82	\$3.880.823	111,46

Fuente: elaboración propia en base a datos obtenidos por el estudio

5.4.3.1. Amortización de financiamiento del 75%

Se muestra la tabla de amortización con financiamiento externo 75%:

Tabla 42 Amortización financiamiento de 50% centro estético SOIN DU CORPS

N° cuota	Capital inicial	interés	cuota	Amortización	Capital final
1	425,24	41,46	111,46	70,00	355,24
2	355,24	34,64	111,46	76,83	278,41
3	278,41	27,15	111,46	84,32	194,10
4	194,10	18,92	111,46	92,54	101,56
5	101,56	9,90	111,46	101,56	0,00

Fuente: elaboración propia en base a datos obtenidos por el estudio

5.4.3.2. Flujo de caja con financiamiento del 75%

A continuación se muestra el flujo de caja para el proyecto con financiamiento externo de 75%.

Tabla 43 Flujo de caja con financiamiento del 75% de centro estético SOIN DU CORPS

Tasa de Descuentos (%)		9,93%				
Año	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		4048,55	4087,09	4399,07	4494,46	4588,36
(-) Costos Fijos		-2157,59	-2157,59	-2157,59	-2157,59	-2157,59
(-) Costos Variables		-1119,36	-1141,74	-1164,58	-1187,87	-1211,63
(=) Margen		771,61	787,77	1076,90	1149,00	1219,15
(-) Depreciación		-63,11	-63,11	0	0	0
(+) Valor Residual						37,87
(-) Valor Libro						
(-) Intereses L.P.		-41,46	-34,64	-27,15	-18,92	-9,90
(-) Intereses C.P.			0,00	0,00	0	0
(=) Utilidad antes de impuestos		667,04	690,02	1049,76	1130,08	1247,11
(-) Impuestos (25%)		-166,76	-172,51	-262,44	-282,52	-311,78
(=) Utilidad Después de impuestos		500,28	517,52	787,32	847,56	935,33
(+) Depreciación		63,11	63,11	0,00	0,00	0,00
(+) Valor Libro						0,00
(+) Créditos L.P.	425,24					
(+) Créditos C.P.						
(-) Amortizaciones Créditos L.P.		-70,00	-76,83	-84,32	-92,54	-101,56
(-) Amortizaciones Créditos C.P.						
(-)Costos de puesta en marcha.	-19,36					
(-)remodelación	-105,58					
(-)Imprevisto 10%	-51,54					
(+/-) Capital de Trabajo	-390,51					390,51
(=) Flujo de Caja	-141,75	493,39	503,80	703,00	755,02	1224,28
(=) F.C. Actualizado	-141,75	448,83	416,91	529,22	517,05	762,70
(=) F.C. Acumulado	-141,75	307,09	724,00	1253,22	1770,28	2015,92

VAN	2015,92
TIR	357%
PRI	1

Fuente: elaboración propia en base a datos obtenidos por el estudio

5.6. SENSIBILIZACIONES

Este análisis sirve para determinar cuánto pueden variar los ingresos y egresos para que el proyecto siga siendo rentable.

El escenario para llevar a cabo esta sensibilización es con el flujo de caja puro.

Para la sensibilización se consideran las siguientes variables:

- Ingresos: La variable a sensibilizar es el precio de los servicios del centro estético **SOIN DU CORPS**
- Costos Variables: Ya que estos representan uno de los costos importantes y que fluctúan de acuerdo a la demanda.

5.6.1. Sensibilización por Ingresos

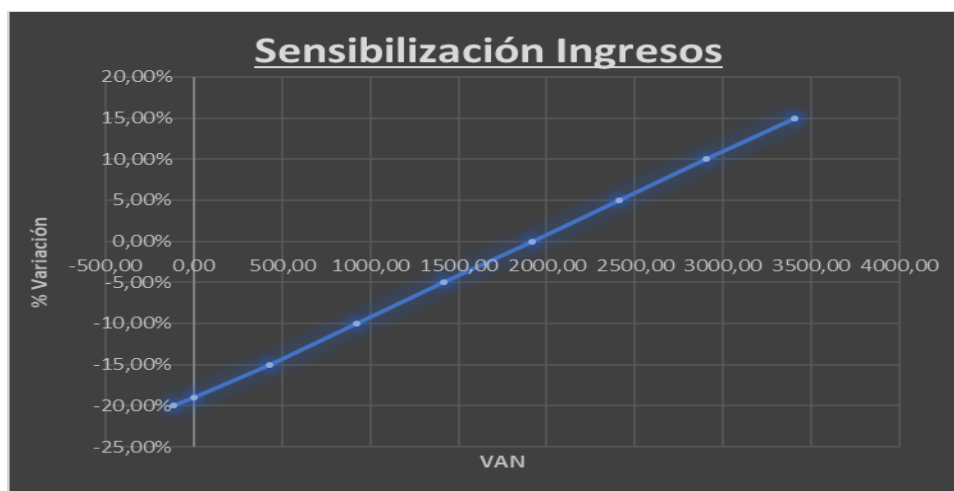
La sensibilidad según la variable en el valor del precio de los servicios del centro estético **SOIN DU CORPS**, tiene por objeto determinar la importancia de esa variable en el comportamiento del VAN, esto se demuestra en la tabla y grafico del resultado de la sensibilización.

Tabla 44 Sensibilización de Ingresos centro estético SOIN DU CORPS

Sensibilización Ingresos	
VAN	% Variación
3403,39	15,00%
2907,6	10,00%
2410,74	5,00%
1914,42	0,00%
1418,1	-5,00%
921,77	-10,00%
425,45	-15,00%
-2,00	-19,05%
-113,08	-20,00%

Punto de Corte	
VAR	% Variación
-2,00	-19,05%

Fuente: Elaboración propia en base a Sensibilización de los ingresos.

Gráfico 6 Sensibilización de Ingresos centro estético SOIN DU CORPS

Fuente: Elaboración propia en base a Sensibilización de los ingresos.

5.6.2. Sensibilización por Costos Variables

La sensibilidad de los costos Variables del centro estético **SOIN DU CORPS**, tiene como objetivo determinar qué tan importante es esta variable en el comportamiento del VAN, esto se demuestra en la tabla y grafico del resultado de la sensibilización.

Tabla 45 Sensibilización de los costos Variables del centro estético SOIN DU CORPS

Sensibilización Costos Variables	
VAN	% Variación
-323,93	80,00%
-5,25	70,00%
296,84	60,00%
836,03	40,00%
1375,23	20,00%
1914,42	0,00%
2453,61	-20,00%
2992,81	-40,00%
3532,00	-60,00%
4071,19	-80,00%

Punto de Corte	
VAN	% Variación
-5,25	70,00%

Fuente: Elaboración propia en base a Sensibilización de los costos variables.

Gráfico 7 Sensibilización de los costos Variables del centro estético SOIN DU CORPS



Fuente: Elaboración propia en base a Sensibilización de los ingresos.

5.6.3. Determinación de puntos de corte

Como es posible observar si se mantuviesen los costos y los ingresos se redujeran en un 19.05% respecto del ingreso base, el VAN comenzaría a ser negativa. Por el contrario si aumentan los costos variables que dependen netamente de la demanda en un 70% el VAN sería negativo.

Con las sensibilizaciones realizadas se puede determinar que el proyecto de instalación del modelo de gestión del centro estético **SOIN DU CORPS**, no presenta factores críticos que puedan poner en riesgo la viabilidad de este. Es por ello que no existe un mayor riesgo en la ejecución porque se interviene un negocio operativo con una inversión relativamente baja.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El objetivo fundamental de este trabajo de título fue evaluar el proyecto planteado; la implementación de un modelo de gestión para un centro de estética en la ciudad de Viña Del Mar. Cuyo nombre será centro estético SOIN DU CORPS.

Luego de haber efectuado el estudio de prefactibilidad, se determinó que es un proyecto factible de llevar a cabo, dado que realmente existe la necesidad y el mercado suficiente para este tipo de servicios.

El mercado al cual está destinado el servicio, es decir, el cuidado del cuerpo, es uno de los sectores de mayor crecimiento de la economía de Chile, lo que garantiza que más consumidores acceden a adquirir este tipo de bienes, permitiendo esto presagiar un negocio constante y de crecimiento.

El escenario que presenta el cuidado del cuerpo, permite un buen destino para el mercado de servicios, ya que en Chile se ha hecho muy fácil poder acceder a tendencias internacionales.

Si bien el mercado actual de este servicio está cubierto en la ciudad de Viña del Mar, esto no quita la posibilidad de poder insertarse a este con un servicio de calidad y precios competitivos, donde la oferta actual no siempre es capaz de cumplir a cabalidad con los tiempos pactados, lo que genera molestia en algunos casos por la pérdida de tiempo y el costo que ello puede implicar.

El proyecto presenta rentabilidades que permiten recuperar la inversión en 1 año, por lo que se torna atractivo para el inversionista.

Respecto al estudio técnico del proyecto, se concluyó que el proyecto también es viable. Esto en respuesta a que todos los equipos y maquinarias necesarias para desarrollarlo, están disponibles dentro y fuera del país. Lo anterior atiende, a que las tecnologías requeridas pueden ser adquiridas. Por otra parte, se estima que el

servicio puede desarrollarse sin inconvenientes, no presentando dificultades para abastecerse de insumos y energía.

En cuanto al ámbito legal, el proyecto debe cumplir ciertas exigencias aplicables a cualquier empresa y otras particulares del giro a desarrollar. En este sentido, la empresa deberá cumplir con toda la normativa vigente, en relación a pago de impuestos, tributos, reglamento municipal, salud, laboral y ambiental. Sin embargo, todos estos requerimientos pueden ser cumplidos a cabalidad y desde el punto de vista legal no existe impedimento para desarrollar la empresa y el servicio especificado.

Anterior a la evaluación económica, se destaca la viabilidad financiera del proyecto, esto se refiere a que existen fuentes de financiamiento, ya sea instituciones bancarias o inversionistas. Si bien es cierto el contexto económico se presenta con incertidumbres a nivel internacional con la pandemia aun sin controlar. Y a nivel nacional con la creciente inflación y posible contracción del mercado, además de la inestabilidad social y de inversión. Aun así es posible la realización del proyecto.

Respecto al estudio económico, se observó que el proyecto genera indicadores favorables en cuanto al VAN, TIR y PRI. Además se recomienda utilizar la modalidad del financiamiento de 75%, dado que esta evaluación es la que genera los mejores indicadores.

Después de haber evaluado las distintas opciones y variables enmarcadas en el proyecto, se ha logrado concluir que es un proyecto atractivo, capaz de generar liquidez y solvencia para la empresa. Se observa además, que en todos los análisis y estudios realizados existe viabilidad y factibilidad para desarrollar el proyecto, por lo que es recomendable llevarlo a cabo y se debiese invertir en él.

Finalmente se expresa como última evaluación que al sensibilizar los ingresos del proyecto, ellos podrían disminuir en un 19% y seguiría siendo rentable. Para el caso

de los costos, estos podrían incrementarse hasta en un 70% y el proyecto aún se observa rentable, por lo que de ser necesario podría considerarse aumentar la remuneración de los trabajadores en el caso de obtener los ingresos esperados o contratar más personal en caso que la demanda del servicio así lo requiera.

RECOMENDACIONES

Para las futuras encuestas la elaboración para este tipo de servicios se recomienda que por lo menos sean elaborados con cuatro meses de antelación a la fecha en que se pretende analizar y esta debe ser publicada en redes sociales como Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter y WhatsApp con este último fue con quien se tuvo mayor éxito en las respuestas luego de que personas relativamente conocidas colaboraran.

Del análisis del mercado se recomienda considerando la competitividad y la homogeneidad de los servicios generar una diferenciación de la propuesta de valor primero generando ingresos constantes a partir de planes mensuales, esto permite además de asegurar un ingreso mensual, aumentar el costo de cambio de los consumidores ya que se lograra una fidelización y no se fugarán una vez pagado el mes y mejorando la cercanía con los clientes a través de asesorías, recomendaciones y control de la evolución de los pacientes a lo largo del tiempo.

Los precios deben ser acorde el estándar de mercado, se demostró a través del análisis del Mercado que en un futuro debe ser apoyada con encuestas. En cuanto a la promoción es importante ser un agente activo en redes sociales y la página web, ya que el aumento de las redes sociales producto de la pandemia aumento exponencialmente y ahora se utiliza para informarse y comprar, para ello existen empresas dedicadas a este tipo de marketing digital. Por último, el canal debe ser directo, es decir que no existan intermediarios entre los clientes y la empresa, ya que el servicio es de interacción física y no puede quedar en manos de terceros.

Económicamente el negocio es rentable, aun así, se recomienda implementar nuevos proyectos una vez que superada la pandemia y bajen los costos de insumos, materiales, etcétera. Dado que se observó que los costos de personal, arriendo y marketing equivalen al gran parte de los costos totales, al no poder reducir los gastos de personal y arriendo, se recomienda reducir los costos de marketing tradicional (es decir publicidad impresa), ya que los costos son más altos y menos masivos que el digital.

Bibliografía

AUTOCAT. (s.f.).

Banco Central Chile. (s.f.). Obtenido de

https://si3.bcentral.cl/Siete/ES/Siete/Cuadro/CAP_TASA_INTERES/MN_TASA_INTERES_09/TPM_C1

Banco Mundial. (s.f.). Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/chile/overview>

Banco Mundial. (s.f.). Obtenido de

<https://www.bancomundial.org/es/country/chile/overview#:~:text=El%20PIB%20real%20se%20contrajo,interanuales%20en%20junio%20de%202023.>

Banco Mundial. (s.f.). Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/chile/overview>

Betas por sector. (s.f.). Obtenido de

https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (s.f.). Indicadores demográficos Viña del Mar. Obtenido de

https://www.bcn.cl/siit/reportescomunales/comunas_v.html?anno=2021&idcom=5109

Clinic, M. (s.f.). Masoterapia. Obtenido de <https://www.mayoclinic.org/es-es/tests-procedures/massage-therapy/about/pac-20384595>

Clinica Mayo. (s.f.). Obtenido de <https://www.mayoclinic.org/es-es/tests-procedures/massage-therapy/about/pac-20384595>

colegiopodologoscantabria. (s.f.). Podología. Obtenido de

<https://colegiopodologoscantabria.com/que-es-la-podologia/>

Creacion Propia. (s.f.).

Diario Financiero. (s.f.). Obtenido de <https://www.df.cl/mercados/bolsa-monedas/dolar-hoykj8>

DRIP Capital. (s.f.). *Drip Capital Inc. USA.* (C. M. Dueñas, Productor) Obtenido de

<https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/finanzas-guias/costos-fijos-y-variables>

DRIP Capital. (s.f.). *Drip Capital Inc. USA.* (C. M. Dueñas, Productor) Obtenido de

<https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/finanzas-guias/costos-fijos-y-variables>

DRIP Capital. (s.f.). *Drip Capital Inc. USA.* (C. M. Dueñas, Productor) Obtenido de

<https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/finanzas-guias/costos-fijos-y-variables>

Euronews. (s.f.). Obtenido de <https://es.euronews.com/2022/12/23/resumen-del-ano-2022-una-crisis-economica-mundial-provocada-por-la-energia-y-la-escasez-al>

INAPI. (s.f.). Obtenido de <https://www.inapi.cl/marcas/para-informarse?acordeon=3>

office, C. p. (s.f.).

questionpro. (2022). Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/tama%C3%B1o-de-la-muestra.html>: <https://www.questionpro.com/es/tama%C3%B1o-de-la-muestra.html>

SII. (s.f.). Obtenido de https://www.sii.cl/valores_y_fechas/uf/uf2022.htm

SII. (s.f.). *SII preguntas_frecuentes/renta/*. Obtenido de https://www.sii.cl/preguntas_frecuentes/renta/001_002_4708.htm

Talent.com. (s.f.). Obtenido de <https://cl.talent.com>

The Beautycorner. (s.f.). Obtenido de <https://thebeautycorner.eu/climazonas-peluqueria/>

Trabajastur. (s.f.). Obtenido de <https://trabajastur.asturias.es/-/oficial-de-peluqueria-necesidades>.

TURISMO, M. D. (2014). *Criterios de clasificación del Estatuto Pyme*. Obtenido de <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2014/04/Boletin-Revision-Clasificacion-Estatuto-Pyme.pdf>