

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARIA

SEDE VIÑA DEL MAR - JOSE MIGUEL CARRERA

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD DE NUEVA SUCURSAL DE BARBERIA BRUNO SPA EN LA
COMUNA DE MAIPÚ.**

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

Alumno:

Bastian Fredes Puente.

Profesor Guía:

Piero Montenegro Zamora.

2026



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN Y CONFIDENCIALIDAD DE MONOGRAFÍA A REPOSITORIO ACADÉMICO

1.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO ACADÉMICO

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

Título del trabajo: ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD DE NUEVA SUCURSAL DE BARBERIA BRUNO SPA EN LA COMUNA DE MAIPÚ.

Nombre del candidato(a): Bastian Fredes Puente

Carrera / Grado: ingeniería de Ejecución en Gestión Industrial

Campus: San Joaquín Departamento: Electrotecnia e Informática

2.- VALIDACIÓN DEL PROFESOR GUÍA/DIRECTOR DE TESIS

Yo, Piero Montenegro, en mi calidad de profesor(a) guía/director(a) del trabajo académico mencionado anteriormente **DEJO CONSTANCIA** que:

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

3.- EVALUACIÓN DE CONFIDENCIALIDAD POR PROPIEDAD INDUSTRIAL (marcar una opción)

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

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

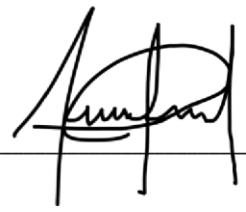
☐ 6 meses ☐ 12 meses ☐ 2 años ☐ 3 años ☐ 5 años ☐ 10 años

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

4.- FIRMAS

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

Fecha: 20-01-2026

Firma: 

Estudiante o Candidato(a):

Fecha: 20- 01-2026

Firma: 

Este formulario debe ser insertado como página 2 de la memoria o tesis, completado y firmado por estudiante y profesor(a) antes de la entrega en portal PRISMA de Biblioteca USM.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	2
CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN.....	3
1.1. DIAGNOSTICO	4
1.1.1. Antecedentes generales y específicos del proyecto	4
1.1.2. Objetivos del proyecto	6
1.1.3. Antecedentes cualitativos	6
1.1.4. Contexto de desarrollo del proyecto.....	7
1.2. METODOLOGIA.....	9
1.2.1. Definición de situación sin proyecto	9
1.2.2. Definición de situación con proyecto	9
1.2.3. Método para medición de beneficios y costos	9
1.2.4. Indicadores	10
1.2.5. Criterios de evaluación.....	10
1.2.6. Estructura de evaluación del proyecto.....	11
2. CAPÍTULO : ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO.	13
2.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO	14
2.2. ANÁLISIS DE DEMANDA ACTUAL Y FUTURA.....	14
2.2.1. Análisis de la demanda futura.....	16
2.3. VARIABLES QUE AFECTAN A LA DEMANDA	18
2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL Y FUTURA.....	20
2.5. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO	21
2.6. DETERMINACIÓN DE NIVELES DE PRECIO Y PROYECCIONES.....	22
2.6.1. Estrategia de precios para la nueva sucursal.....	23

2.7.	ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN	24
2.7.1.	Macrolocalización.....	25
2.7.2.	Microlocalización.....	26
2.8.	ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN	27
3.	CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA	30
3.1.	DESCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS.....	31
3.1.1.	Descripción de procesos.....	31
3.2.	DIAGRAMA DE FLUJO	31
3.3.	SELECCIÓN DE EQUIPOS	33
3.3.1.	Equipos y accesorios necesarios para la operación	33
3.3.2.	Tabla de equipos requeridos para realizar el servicio de barbería.	40
3.4.	PROYECTOS COMPLEMENTARIOS	42
3.5.	LAY-OUT	42
3.6.	DETERMINACIÓN DE INSUMOS, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS.....	44
3.7.	CONSUMOS DE ENERGÍA.....	46
3.7.1.	CONSUMO DE AGUA POTABLE	47
3.8.	PROGRAMAS DE TRABAJO; TURNOS Y GASTOS EN PERSONAL	48
3.9.	PERSONAL DE OPERACIONES, CARGOS, PERFILES Y SUELDOS.....	50
3.10.	INVERSIONES EN EQUIPO Y EDIFICACIONES	51
3.11.	INVERSIONES DE CAPITAL DE TRABAJO	52
3.11.1.	Evolución de la ocupación del local.....	52
3.11.2.	Comportamiento de los ingresos por servicio	53
3.11.3.	Costos fijos	54
3.11.4.	Costos variables.....	54

3.11.5.	Resumen de costos.....	55
3.11.6.	Capital de trabajo	55
3.12.	COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA.....	56
3.13.	COSTOS IMPREVISTOS	57
4.	EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	59
4.1.	CONSIDERACIONES A UTILIZAR	59
4.1.1.	Horizonte del proyecto.....	59
4.1.2.	Tasa de descuento	59
4.1.3.	Moneda a utilizar.....	64
4.1.4.	Impuestos	64
4.1.5.	Depreciaciones	65
4.2.	PROYECTO PURO	67
4.2.1.	Flujo de caja sin financiamiento	67
4.2.2.	Indicadores económicos.....	69
4.2.3.	Rentabilidad del proyecto puro.....	69
4.3.	PROYECTO CON FINANCIAMIENTO AL 25%.....	70
4.3.1.	Indicadores económicos.....	71
4.3.2.	Rentabilidad del proyecto con financiamiento al 25%.....	72
4.4.	PROYECTO CON FINANCIAMIENTO AL 50%.....	72
4.4.1.	Flujo de caja con Financiamiento	73
4.4.2.	Indicadores económicos.....	74
4.4.3.	Rentabilidad del proyecto con financiamiento	74
4.5.	PROYECTO CON FINANCIAMIENTO AL 75%.....	74
4.5.1.	Flujo de caja con financiamiento.....	75

4.5.2.	Indicadores económicos.....	76
4.5.3.	Rentabilidad del proyecto con financiamiento	76
4.6.	Resumen comparativo de indicadores económicos.....	76
4.7.	SENSIBILIZACIONES.....	77
4.7.1.	Sensibilización por ingreso	78
4.7.2.	sensibilización por egresos.....	79
CONCLUSIONES		81
BIBLIOGRAFÍA		82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2-1. Estimación de la demanda en el área de influencia.....	16
Tabla 2-2. Proyección de la demanda futura.	17
Tabla 2-3. Segmentos de mercado en barberías Maipú (2024).....	21
Tabla 2-4. Comparación de precios de servicios de barbería en Maipú.	22
Tabla 2-5. Estructura de precios y mezcla proyectada (año 1 – 2026).....	23
Tabla 2-6. Proyección de ingresos mensuales.....	24
Tabla 3-1. Equipos para realizar el servicio de barbería.	40
Tabla 3-2. Equipos para realizar el servicio de barbería.	41
Tabla 3-3. insumos mensuales.	44
Tabla 3-4. insumos mensuales.	45
Tabla 3-5. Insumos trimestrales.	45
Tabla 3-6. Insumos trimestrales	46
Tabla 3-7. Consumo de energía por aparatos electrónicos.	47
Tabla 3-8. Consumo de agua potable.....	48
Tabla 3-9. Costo por servicio contable externo.....	50
Tabla 3-10. Inversión en activos fijos.	51
Tabla 3-11. Inversión en edificaciones y adecuaciones del local.	52
Tabla 3-12. Porcentaje de ocupación del local por año	53
Tabla 3-13. Ingresos proyectados.....	53
Tabla 3-14. Costos fijos mensuales.	54
Tabla 3-15. Costos variables.....	55
Tabla 3-16. Resumen de costos.....	55
Tabla 3-17. Capital de trabajo.	55
Tabla 3-18. Gastos de puesta en marcha.	56
Tabla 3-19. Costos imprevistos.....	57
Tabla 4-1. Tasa libre de riesgo (Rf)	60
Tabla 4-2. Tasa de crecimiento anual.	61
Tabla 4-3. Base de datos de betas.....	62

Tabla 4-4. Depreciación de activos según el SII.	65
Tabla 4-5. Depreciación de los equipos que se utilizaran en la barbería.....	66
Tabla 4-6. Valor libro.	67
Tabla 4-7. Valor Residual	67
Tabla 4-8. Inversión Inicial del proyecto.....	67
Tabla 4-9. Balance proyecto puro	68
Tabla 4-10. Indicadores económicos.....	68
Tabla 4-11. Flujo de caja con financiamiento al 25%.	70
Tabla 4-12. Indicadores económicos.....	71
Tabla 4-13. Flujo económico financiado al 50%.....	73
Tabla 4-14. Indicadores económicos.....	73
Tabla 4-15. Flujo económico financiado al 75%.....	75
Tabla 4-16. Indicadores económicos.....	75
Tabla 4-17. Resumen indicadores económicos.....	77
Tabla 4-18. Variaciones de precio para VAN y TIR.	78
Tabla 4-19. Variación de egresos con respecto al VAN y TIR	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2-1. Macrolocalización de la barbería.	26
Figura 2-3. Microlocalización de la barbería	27
Figura 3-1. Diagrama de reserva y atención al cliente.	32
Figura 3-2. Máquina para cortar el cabello, Clipper Andis Master Gold.....	33
Figura 3-3. Máquina para cortar el cabello. Clipper Babyliss Boost+ Gold	34
Figura 3-4. Máquina desvelladora. Shaver Babyliss	34
Figura 3-5. Tijeras para cortar y entresacar.....	34
Figura 3-6. Porta navaja + navajas.....	35
Figura 3-7. Hojas de filo.	35
Figura 3-8. Guantes de nitrilo.	35
Figura 3-9. Secador de pelo.....	36
Figura 3-10. Toalla.	36
Figura 3-11. Peines.....	36
Figura 3-12. Rociador.....	37
Figura 3-13. Botapelo.....	37
Figura 3-14. Capa.....	37
Figura 3-15. Sillón aviador.	38
Figura 3-16. Lavapelo estático.....	38
Figura 3-17. Pechera.....	38
Figura 3-18. Futón.	39
Figura 3-19. Mueble de barbería.	39
Figura 3-20. Basurero.	39
Figura 3-21. Lay-out de la nueva sucursal de barbería.	43
Figura 4-1. Formula tasa de descuento.....	59
Figura 4-2. Formula CAGR.	61
Figura 4-3. Tabla de primas por riesgos.	63
Figura 4-4. Tasa de impuesto de primera categoría.....	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2-2. Proyección de la demanda futura.	18
Gráfico 4-1. Variación de ingreso vs VAN	78
Gráfico 4-2. Variación de egresos vs VAN.	80

RESUMEN

Keywords: Estudio de prefactibilidad, Expansión de servicios, Barbería, Evaluación económica.

El presente estudio de prefactibilidad evalúa la viabilidad técnica, comercial y económica de la apertura de una nueva sucursal de Barbería Bruno SpA en la comuna de Maipú. El proyecto surge como respuesta a la alta demanda y saturación del local actual, así como al posicionamiento alcanzado por la marca, caracterizada por un modelo de atención personalizada y una experiencia integral de servicio.

El análisis considera un horizonte de evaluación de cinco años e incorpora estudios de mercado, técnico-operativos y económicos. Desde el punto de vista del mercado, se identifica una demanda sostenida y un contexto favorable para la expansión del negocio, mientras que el análisis técnico define los requerimientos de infraestructura, equipamiento y organización necesarios para la operación de un local con siete puestos de trabajo, bajo un modelo mixto de atención directa y arriendo de puestos a barberos independientes.

La evaluación económica se realiza mediante la proyección de flujos de caja y la aplicación de los indicadores Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y Período de Recuperación de la Inversión (PRI), utilizando una tasa de descuento del 16,17 %. En el escenario de proyecto puro, el proyecto presenta un VAN positivo de 839 UF, una TIR de 22 %, superior a la tasa de descuento, y un PRI de 5 años, lo que indica que la inversión se recupera dentro del horizonte de evaluación y que el proyecto es económicamente viable.

Asimismo, al incorporar financiamiento externo, los resultados mejoran significativamente; en particular, bajo un escenario de financiamiento del 75 % de la inversión inicial, el proyecto alcanza un VAN de 1.800 UF, una TIR de 48 % y un PRI de 4 años, incrementando de manera relevante la rentabilidad del capital propio. Finalmente, el análisis de sensibilidad permite identificar los rangos de variación de ingresos y costos dentro de los cuales el proyecto mantiene su viabilidad, entregando una base sólida para la toma de decisiones de inversión.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el rubro de las barberías ha mostrado un crecimiento sostenido en Chile, impulsado por cambios en los hábitos de consumo masculino y por una mayor valoración de servicios asociados al cuidado personal y la experiencia de atención. Este contexto ha favorecido el desarrollo de modelos de negocio que combinan calidad técnica, especialización y una experiencia diferenciada para el cliente.

En este escenario, Barbería Bruno SpA ha logrado consolidar un modelo de negocio exitoso, caracterizado por una alta ocupación de sus servicios, fidelización de clientes y una operación estable. La capacidad operativa del local actual, junto con el posicionamiento alcanzado por la marca, ha motivado la evaluación de una expansión mediante la apertura de una nueva sucursal en la comuna de Maipú, con el objetivo de replicar el modelo existente y aprovechar las oportunidades del mercado local. El proyecto considera un esquema mixto de operación, donde una parte relevante de los ingresos proviene del arriendo de puestos de trabajo a barberos independientes, lo que permite diversificar las fuentes de ingreso y reducir la dependencia directa de la demanda atendida.

El objetivo general del presente estudio es evaluar la prefactibilidad y la rentabilidad económica de la apertura de una nueva sucursal de Barbería Bruno SpA en Maipú, entregando una base técnica y financiera que respalde la toma de decisiones de inversión. El análisis busca determinar si el proyecto es capaz de generar valor económico tanto en su evaluación como proyecto puro, como bajo distintos escenarios de financiamiento.

En cuanto a su alcance, el estudio aborda: (i) el diagnóstico del proyecto y la definición de la metodología de evaluación; (ii) el análisis de mercado, considerando aspectos de demanda, oferta, precios y sistema de comercialización; (iii) el análisis técnico y operativo, que define los requerimientos de infraestructura, equipamiento y organización del local; y (iv) la evaluación económica del proyecto mediante la elaboración de flujos de caja y la aplicación de los indicadores financieros Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y Período de Recuperación de la Inversión (PRI), complementados con análisis de sensibilidad orientados a evaluar la robustez del proyecto frente a variaciones en sus variables críticas.

CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN.

1.1. DIAGNOSTICO

1.1.1. Antecedentes generales y específicos del proyecto

Historia de la barbería en Chile:

Las barberías constituyen un oficio con larga trayectoria histórica que se remonta a civilizaciones antiguas, donde los barberos cumplían funciones que iban más allá del cuidado estético, abarcando incluso prácticas médicas rudimentarias. Esta tradición fue transmitida a lo largo de los siglos y llegó a Chile de la mano de la influencia europea, consolidándose en los espacios urbanos como puntos de encuentro y cuidado personal. Un ejemplo de esta herencia es la tradicional Peluquería Francesa, fundada en el Barrio Yungay de Santiago a mediados del siglo XIX, la cual se mantiene en funcionamiento hasta la actualidad con más de 150 años de historia, constituyéndose en un referente cultural y patrimonial del rubro.

Durante gran parte del siglo XX, el oficio del barbero perdió protagonismo en Chile, desplazado por peluquerías unisex y salones de belleza que captaron buena parte de la clientela masculina. Sin embargo, a partir de los años 2013 a 2015, se produjo un fenómeno de revalorización del barbero y la barbería tradicional, asociado a tendencias globales como el estilo hipster y la recuperación de la barba como un símbolo de masculinidad y cuidado estético. Este proceso dio lugar a un verdadero boom de las barberías en Chile, que se expresó en la apertura masiva de nuevos locales en las principales ciudades del país. El dinamismo del sector quedó de manifiesto en 2018, año en que el giro de “peluquerías y barberías” registró un crecimiento superior al 40% en comparación con periodos anteriores, consolidando a la barbería como un negocio rentable y en expansión.

Barberia “Bruno Spa”

En este contexto, Bruno Spa ha logrado destacarse por la calidad de su servicio y la fidelización de sus clientes, atendiendo un promedio de siete personas diarias en su local actual, con días en que la cifra es aún mayor. El sistema de atención de Bruno Spa funciona a través de una página web, donde el cliente selecciona el día, la hora y el tipo de servicio que desea contratar. Sin embargo, debido a la alta demanda, resulta difícil encontrar horarios inmediatos o cercanos. Es común que, si una persona ingresa a la página web a mitad de semana, las primeras horas disponibles

aparezcan recién para el viernes, y aun así con pocos cupos disponibles. El mismo escenario se repite los días sábado, donde la mayoría de las horas ya están tomadas y solo quedan uno o dos cupos libres. Este mecanismo refleja no solo la organización del servicio, sino también el nivel de preferencia y confianza que los clientes depositan en Bruno SpA.

El éxito alcanzado se debe a un modelo que combina cortes de cabello y barba con una experiencia integral: servicio de cortesía de bebidas, ambiente musical, asesoría de imagen, recomendaciones personalizadas y la aplicación opcional de productos capilares al finalizar cada sesión.

Los principales servicios ofrecidos por Bruno Spa son:

- **Corte de cabello normal (\$12.000):** Incluye asesoría de imagen y peinado con pomada a elección.
- **Corte de cabello (\$14.000):** Incluye asesoría de imagen, lavado y peinado con pomada a elección.
- **Corte de cabello con diseño (\$16.000):** Servicio especializado con diseño personalizado según la preferencia del cliente.
- **Perfilado de barba (\$12.000):** Diseño y perfeccionamiento de barba, nuca y patillas con técnicas avanzadas.
- **Corte de cabello y perfilado de barba (\$20.000):** Servicio integral que combina ambos procedimientos más asesoría de imagen.

La constante demanda y la sólida base de clientes fidelizados han motivado la idea de abrir una nueva sucursal, bajo la premisa de que el modelo de atención ya probado puede replicarse con éxito en otro local.

Este proyecto consiste en evaluar la factibilidad y rentabilidad de una nueva sucursal de esta barbería, mediante la adquisición de un inmueble y el arriendo de seis puestos de trabajo para barberos que serán capacitados directamente por Bruno, con el propósito que se entregue un servicio similar a lo que se entrega hoy en día en esta barbería. De esta manera, la iniciativa busca aprovechar el posicionamiento alcanzado y proyectarlo hacia una nueva sucursal que conserve los mismos estándares de calidad y servicio, garantizando la sostenibilidad y rentabilidad en el tiempo.

1.1.2. Objetivos del proyecto

1.1.2.1. Objetivo general

Evaluar la factibilidad y rentabilidad de una nueva sucursal de la barbería Bruno spA en la comuna de Maipú.

1.1.2.2. Objetivos específicos

- Analizar la situación actual de la Barbería Bruno Spa, identificando las limitaciones del local operativo y las oportunidades de expansión en la comuna de Maipú.
- Estudiar el mercado local, determinando el nivel de demanda, la competencia existente y los precios de referencia de los servicios de barbería en la zona.
- Definir los requerimientos técnicos y operativos de la nueva sucursal, incluyendo infraestructura, equipamiento y disposición de los puestos de trabajo.
- Realizar la evaluación económica y financiera del proyecto, mediante la proyección de flujos de caja y la aplicación de los indicadores VAN, TIR y PRI, con el fin de determinar su rentabilidad y viabilidad en el tiempo.

1.1.3. Antecedentes cualitativos

El cuidado personal masculino ha dejado de ser considerado un aspecto secundario para convertirse en parte de la rutina de muchos hombres en Chile. Este cambio cultural ha ampliado el perfil de los clientes que asisten a barberías: desde quienes buscan un servicio rápido y funcional hasta aquellos que valoran una experiencia más completa, donde influyen factores como el ambiente, la confianza y la atención personalizada.

En este contexto, esta barbería ha logrado consolidar una reputación diferenciada, destacándose por la fidelización de sus clientes y por el reconocimiento generado a través de la recomendación boca a boca. Esta percepción positiva constituye un activo intangible que fortalece la marca y la posiciona frente a la competencia, aportando una ventaja cualitativa.

La apertura de una nueva sucursal no solo considera el análisis económico, sino también beneficios cualitativos importantes. Entre ellos se encuentran la creación de empleo, el

fortalecimiento de un modelo de atención bien valorado por los clientes y el aporte al desarrollo local al ofrecer un servicio que se ajusta a nuevas formas de consumo masculino. Estos aspectos refuerzan la relevancia del proyecto y sirven de base para evaluar su factibilidad de manera integral.

1.1.4. Contexto de desarrollo del proyecto

1.1.4.1. Contexto general del proyecto

En la actualidad, Barbería Bruno SpA opera en un espacio completamente ambientado y equipado, ubicado en el patio de una casa. Si bien el lugar permite prestar el servicio, su superficie acotada y la demanda constante de los últimos años han impulsado la apertura de una nueva sucursal. Para ello se proyecta la compra de un local comercial en Maipú, donde trabajará Bruno junto a seis barberos adicionales. A cada profesional se le arrendará un lugar de trabajo totalmente equipado para que puedan desarrollar sus servicios.

1.1.4.2. Contexto económico

En 2022–2023, la economía chilena enfrentó inflación al alza y tasas de interés elevadas. Hoy el cuadro es distinto: en agosto de 2025 la inflación fue 4,0% y la TPM ronda el 5,0%, niveles menores que en esos años (inflación y tasas del orden de 11,6% y 7,8% en sus puntos altos). Este cambio reduce la incertidumbre y mejora las condiciones para financiar la compra del local en UF, preservando el valor real del activo. En otras palabras, el entorno es menos volátil para decisiones de inversión de varios años. (INE 2025)

A escala local, Maipú ofrece algo que el negocio necesita: mucha gente cerca y movimiento diario. Con más de 500 mil habitantes, la comuna combina barrios residenciales y buena conectividad, lo que puede favorecer el comercio local. En el rubro de las barberías la demanda es recurrente y la oferta es amplia, con evidencia de dinamismo reciente (en 2023 se abrieron 12 barberías en Maipú). (EMOL 2024)

1.1.4.3. Contexto político

Por el lado municipal, cambian las reglas y el énfasis de la fiscalización según la administración: patente, horarios de funcionamiento, uso de letreros y publicidad en la vía pública, exigencias

sanitarias y la frecuencia de inspecciones. Si el municipio endurece controles o modifica ordenanzas, eso puede significar más requisitos, plazos o costos; si los flexibiliza, te da más margen para operar.

A nivel nacional, las normas laborales y tributarias ponen el piso de costos y la forma de operar: alzas del salario mínimo, cambios en los contratos o ajustes en boletas electrónicas/IVA afectan directamente la estructura de costos y la caja.

1.1.4.4. Contexto social y cultural

Maipú es una comuna grande y diversa, con más de 500 mil habitantes. Esa escala sostiene el consumo de proximidad, gente que vive, estudia o trabaja cerca y busca resolver servicios rápidos en el barrio sin desplazamientos largos.

La recurrencia es propia del rubro: muchas personas se cortan cada 2–3 semanas, mientras otras lo hacen una vez al mes. En calidad de servicio conviven dos preferencias: un segmento busca una atención más personalizada, con más tiempo y detalle; otro prefiere resolver rápido, con un corte sencillo y eficiente. La oferta debe contemplar ambas experiencias para responder a expectativas y tiempos distintos.

1.1.4.5. Tamaño del proyecto

Para realizar el proyecto se contempla comprar un local comercial de $48 m^2$, ubicado en la comuna de Maipú. Este espacio está contemplado para la atención del cliente con siete puestos de trabajo, además de un área de almacenamiento de insumos.

La planificación del proyecto tiene como horizonte un plazo de 5 años para recuperar los gastos asociados a la compra del local comercial, sus adecuaciones y el equipamiento de la barbería. La inversión inicial es de \$130.000.000, equivalente a 3.292,34 UF.

1.1.4.6. Impactos relacionados con el proyecto

El proyecto no contempla un mayor impacto. En el ámbito físico, la estructura del local comercial ya está edificada y los ajustes interiores no generarán ruidos ni residuos significativos. Lo más relevante es el ámbito económico: se habilitarán seis puestos de trabajo, lo que implica ingresos directos y estables para los barberos, además de formalizar la actividad y aportar a la economía local mediante patente e impuestos.

1.2. METODOLOGIA

1.2.1. Definición de situación sin proyecto

Actualmente, la barbería opera en el mismo lugar desde hace algunos años, es un espacio de 27 m^2 , adecuado para que una persona pueda atender de manera tranquila y con un espacio cómodo, los clientes cuentan con una zona de espera, y la atención es un promedio de 7 clientes por día. En este escenario, los ingresos dependen exclusivamente del trabajo de Bruno, con menor visibilidad comercial por tratarse de un espacio residencial.

1.2.2. Definición de situación con proyecto

La apertura de la nueva sucursal permitirá ofrecer el mismo estilo y calidad de servicio que caracteriza a “Bruno Spa”, ahora en un espacio más amplio con varios puestos de trabajo independientes. La atención será desarrollada por barberos capacitados, en un entorno cómodo y ordenado que resguarda la experiencia del cliente. La sucursal operará de lunes a viernes de 10:00 a 20:00 horas y sábado de 09:00 a 13:00 horas, entregando más opciones y flexibilidad para agendar. El propósito es mejorar la disponibilidad, reducir tiempos de espera y fortalecer la presencia de la marca en la comuna, manteniendo la identidad de la barbería.

1.2.3. Método para medición de beneficios y costos

Beneficios (ingresos):

- Cortes realizados por Bruno
- Arriendo de puestos de trabajo a barberos.
- Venta de insumos y productos capilares.

Costos:

- Costos de inversión: gastos de puesta en marcha, capital de trabajo e imprevistos.
- Costos operacionales: servicios básicos (luz, agua, internet), insumos comunes (toallas, bebestibles, limpieza), mantención y reposiciones menores, patentes y permisos, seguros.

1.2.4. Indicadores

Para determinar la viabilidad económica del proyecto de expansión de la Barbería Bruno, se utilizarán tres indicadores financieros ampliamente aceptados en la evaluación de inversiones: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y Período de Recuperación de la Inversión (PRI). Estos indicadores permiten medir la rentabilidad, eficiencia y tiempo de retorno del capital invertido, en función de los flujos de caja proyectados.

El Valor Actual Neto (VAN) corresponde al valor presente de los flujos netos de caja que generará el proyecto durante su vida útil, descontados a una tasa que refleja el costo del capital o rentabilidad mínima esperada por los inversionistas. Este indicador permite conocer el incremento o disminución de valor que el proyecto aportará a la empresa.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de rentabilidad efectiva que el proyecto genera sobre el capital invertido, muestra qué tan rentable es el proyecto, expresado como un porcentaje anual de ganancia.

El Período de Recuperación de la Inversión (PRI), también conocido como Payback, indica el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial a través de los flujos netos de caja generados por el proyecto. Este indicador refleja el nivel de riesgo y la liquidez de la inversión.

1.2.5. Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación permiten establecer parámetros con los cuales se determinará la viabilidad económica del proyecto, utilizando los indicadores financieros previamente descritos.

Cada uno de estos indicadores ofrece una perspectiva distinta sobre la rentabilidad, el riesgo y el retorno de la inversión, por lo que su interpretación conjunta permite emitir un juicio más sólido respecto a la conveniencia del proyecto.

Criterio del VAN

- Si el $VAN > 0$, el proyecto es económicamente rentable, ya que los ingresos actualizados superan la inversión inicial y, por lo tanto, el proyecto aumenta el valor de la empresa.
- Si el $VAN = 0$, el proyecto solo recupera la inversión inicial, sin generar beneficios adicionales, por lo que su ejecución es indiferente.

- Si el VAN < 0, el proyecto no es viable, puesto que las ganancias futuras no compensan la inversión realizada.

El criterio del TIR:

- Si $TIR > r$, el proyecto es rentable y debe ejecutarse.
- Si $TIR = r$, el proyecto es indiferente.
- Si $TIR < r$, el proyecto no es conveniente, pues su rentabilidad no alcanza el nivel mínimo esperado.

Este indicador resulta especialmente útil cuando se desea comparar distintas alternativas de inversión bajo condiciones similares.

El criterio del PRI:

- Si el PRI es menor al horizonte de evaluación, el proyecto es aceptable.
- Si el PRI es mayor, el proyecto no resulta conveniente, ya que presenta mayor exposición al riesgo y menor liquidez.

1.2.6. Estructura de evaluación del proyecto

La evaluación del proyecto se estructura en cinco etapas principales, las cuales permiten analizar de manera integral la factibilidad técnica, económica y administrativa de la nueva sucursal de la barbería Bruno spa.

1.2.6.1. Diagnóstico y metodología

En esta etapa se identifican las necesidades, oportunidades y problemáticas que justifican la creación de una nueva sucursal.

Se realiza un análisis del contexto actual de la barbería, considerando factores internos (capacidad, demanda, recursos disponibles) y externos (ubicación, competencia, tendencias del rubro).

Además, se establece la metodología de evaluación que guiará el estudio, definiendo los supuestos, horizonte de evaluación, tasa de descuento, indicadores financieros (VAN, TIR, PRI) y los criterios de decisión que se aplicarán posteriormente.

1.2.6.2. Estudio de mercado

El estudio de mercado tiene por objetivo determinar la viabilidad comercial del proyecto.

Incluye el análisis de la oferta existente, la demanda potencial de servicios de barbería en la comuna de Maipú y la caracterización del público objetivo.

También se evalúan los precios de mercado, las estrategias de promoción y los posibles canales de comercialización, con el fin de proyectar los ingresos esperados del nuevo establecimiento.

1.2.6.3. Estudio técnico

En esta etapa se analizan los aspectos técnicos que servirán de base para la evaluación económica del proyecto. Se identifican los requerimientos de infraestructura, equipos, mobiliario e insumos necesarios para habilitar y operar la nueva sucursal de la Barbería Bruno en la comuna de Maipú.

1.2.6.4. Estudio económico

El estudio económico determina la viabilidad de la sucursal mediante flujos de caja proyectados y los indicadores VAN, TIR y PRI. Considera ingresos por servicios, costos operativos, inversión y capital de trabajo, usando una tasa y horizonte definidos.

2. CAPÍTULO : ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO.

2.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

El servicio que ofrece esta nueva sucursal corresponde a un concepto integral de barbería y cuidado personal masculino, enfocado en entregar una atención profesional, moderna y personalizada. El objetivo es generar una experiencia orientada al bienestar, imagen y comodidad del cliente, donde la atención personalizada y la calidad del resultado final son los elementos que marcan la diferencia.

El servicio principal comprende un bebestible de cortesía, cortes de cabello, perfilado de barba, lavado capilar y la aplicación opcional de productos especializados. El lugar de atención corresponde a un local comercial totalmente equipado para realizar el servicio, replicando el modelo exitoso de Bruno Spa: asesoría de imagen, ambiente relajado con música y recomendaciones personalizadas. Esto alinea con tendencias 2024, donde el 51% de hombres chilenos incorpora rutinas de cuidado facial (diario online 24 horas).

2.2. ANÁLISIS DE DEMANDA ACTUAL Y FUTURA

La demanda actual del local de Bruno SpA se fundamenta en datos operativos reales registrados durante 2024. Bruno atiende un promedio de 6.74 clientes diarios, con una operación de seis días laborables por semana (lunes a sábado) y un promedio de cuatro semanas mensuales, lo que genera un volumen estable de:

$$6.74 \text{ clientes/día} \times 6 \text{ días/semana} \times 4 \text{ semanas/mes} = 161.76 \text{ servicios mensuales}$$

Este nivel de atención se mantiene con agenda completa, según el sistema de citas web implementado, y refleja una base de clientes fieles que valoran la atención personalizada, la calidad del servicio y el posicionamiento premium del local. Este comportamiento demuestra que el modelo de negocio ha alcanzado una etapa de consolidación, donde la confianza y la recurrencia son factores clave de sostenibilidad.

A partir de esta base comprobada, el proyecto considera la instalación de una nueva sucursal en la comuna de Maipú, donde se replicará el mismo modelo de atención exitoso. En este nuevo local, Bruno continuará con su propio flujo de clientes, mientras que seis barberos adicionales arrendarán un puesto de trabajo totalmente equipado para realizar sus servicios de forma independiente.

Por lo tanto, la demanda del proyecto se compone de dos fuentes principales:

- Demanda directa, correspondiente a los clientes que continuarán atendiéndose con Bruno.
- Demanda indirecta o derivada, generada por los barberos que arrienden los puestos de trabajo, quienes garantizan una fuente de ingresos fija mensual para el negocio.

De acuerdo con el Censo 2024 del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), la comuna de Maipú posee 503.635 habitantes y una densidad de aproximadamente 6.700 hab/km² (INE, 2024). Según el directorio AgendaPro (2024), existen alrededor de 25-30 barberías formales en la comuna (estimación actualizada de directorios locales). Sin embargo, en el sector de El Tranque con René Olivares no se registran barberías en un radio de 1 km, lo que implica una demanda potencial insatisfecha en el área inmediata de influencia.

En el sector el tranque habitan aproximadamente 4.500 personas, de las cuales el 48,5% (2.183) corresponde a población masculina (INE, 2024; proporción nacional hombres 48,5%). A partir de fuentes como AgendaPro (2024) y Emol (2024), se observa que entre un 30% y 40% de los hombres en zonas urbanas utilizan servicios de barbería formal al menos una vez al mes. A partir de estos datos, se adopta un promedio conservador del 35%, ajustado al contexto socioeconómico medio de Maipú. Este valor equilibra los extremos de ambas estimaciones: el 30% asociado al uso de servicios formales y el 40% vinculado a barberías premium en sectores céntricos. Además, se alinea con la tendencia nacional de crecimiento del cuidado masculino (Kantar, 2024).

Con estos antecedentes, la demanda potencial se calcula de la siguiente manera:

$$2.183 \text{ hombres} \times 0,35 \text{ servicios mensuales} = 764 \text{ servicios/mes}$$

En cuanto a la frecuencia de asistencia, estudios de AgendaPro (2024) y los registros reales de Barbería Bruno SpA (2024) muestran que los clientes acuden en promedio dos veces al mes, considerando servicios de mantenimiento como cortes degradados o perfilado de barba. En Bruno SpA, la relación actual es de 161.76 servicios mensuales (un promedio de 6.74 clientes/día, atención 6 días/semana, 4 semanas/mes) y un estimado de 81 clientes al mes.

Sin embargo, para garantizar realismo y coherencia operativa, se distingue la capacidad de atención entre Bruno y los barberos en arriendo. Mientras Bruno mantiene 6.74 clientes diarios

por su agenda consolidada, los barberos independientes inician con un promedio estimado de 4 clientes diarios, considerando factores como curva de aprendizaje, captación inicial de clientela y competencia indirecta en la zona. Este valor es una estimación prudente del titular del proyecto, basada en la observación del mercado local y la experiencia operativa. (ver en la tabla 2-1)

Tabla 2-1. Estimación de la demanda en el área de influencia.

Fuente de demanda	Promedio Clientes/día	Días/semana	Semana/mes	Servicios/mes
Bruno	6.74	6	4	161.76
Barbero en arriendo	4	6	4	96
6 barberos en arriendo	28	6	4	576
Total, demanda	30.74	6	4	737.76

Fuente: elaboración propia con datos operativos de Bruno SpA 2024.

Este volumen de 737.76 servicios mensuales representa una ocupación inicial realista, equivalente aproximadamente al 65% de la capacidad teórica máxima del local (7 puestos $\times$ 6.74 servicios diarios $\times$ 24 días laborales).

La diferencia respecto a la demanda potencial estimada de 1.530 servicios mensuales refleja una estrategia conservadora, enfocada en garantizar la viabilidad operativa y un crecimiento progresivo, por sobre la maximización inmediata de la capacidad instalada.

2.2.1. Análisis de la demanda futura

La proyección de la demanda futura tiene como objetivo estimar cómo evolucionará la cantidad de servicios ofrecidos en la nueva sucursal durante sus primeros años de operación, considerando tanto factores demográficos como económicos y del mercado. Esta estimación permite evaluar la sostenibilidad del proyecto y definir su capacidad de atención en el tiempo.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas (INE, 2024), la comuna de Maipú presenta un crecimiento poblacional promedio de 1,1 % anual, lo que incrementa gradualmente la base

potencial de clientes del sector. A su vez, según Emol (2024), el rubro de barberías ha mantenido un crecimiento sostenido, con una expansión de 6,0 % anual ajustada al contexto de zonas periféricas.

Asimismo, se incorpora un 1,0 % adicional asociado a la ventaja competitiva del proyecto derivada de la ausencia de competencia directa en el sector de El Tranque con René Olivares, junto con un 1,9 % correspondiente al crecimiento del mercado de cuidado masculino en Chile (Kantar, 2024). La integración de estos factores da origen a una tasa de crecimiento anual compuesta del 10 %, utilizada como base para la proyección de la demanda futura. Esta tasa combina el efecto demográfico, el dinamismo del sector, la posición estratégica del local y la tendencia ascendente del cuidado personal masculino.

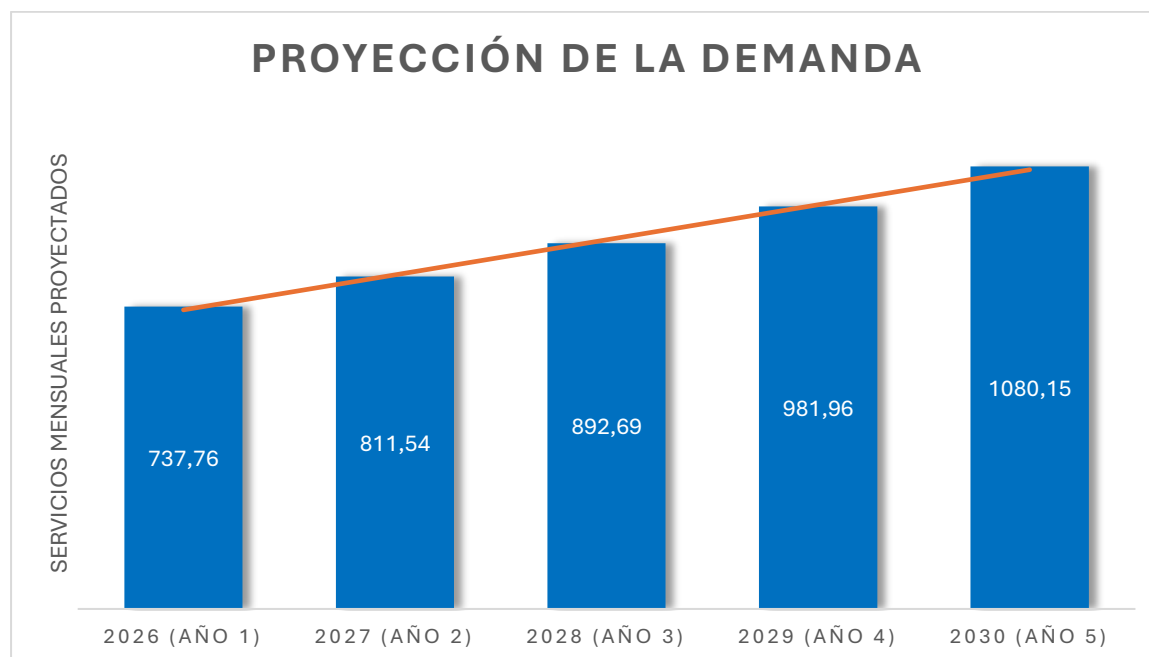
A partir de una demanda base mensual de 737,76 servicios, equivalente a la capacidad operativa estimada del proyecto, se construye la proyección de la demanda para el período 2026–2030, aplicando una tasa de crecimiento anual del 10 % sobre la demanda mensual promedio, según se presenta en la Tabla 2-2.

Tabla 2-2. Proyección de la demanda futura.

Año	Servicios/mes	Crecimiento (%)	Acumulado
2026 (año 1)	737.76	-	Base
2027 (año 2)	811.54	+10%	+10%
2028 (año 3)	892.69	+10%	+21%
2029 (año 4)	981.96	+10%	+33%
2030 (año 5)	1080.15	+10%	+46%

Fuente: elaboración propia con datos operativos de Bruno SpA 2024.

La Tabla 2-2 presenta la evolución estimada de la demanda de servicios para el periodo 2026–2030, considerando un crecimiento anual compuesto del 10 %. Esta tendencia refleja el aumento progresivo en la cantidad de servicios mensuales esperados, asociado a la expansión del negocio, la consolidación de la clientela y la incorporación gradual de nuevos barberos.



Fuente: elaboración propia.

Gráfico 2-1. Proyección de la demanda futura.

En síntesis, la demanda proyectada crece de 737.76 a 1.080.15 servicios mensuales en cinco años, un aumento acumulado del 46 %, lo que refleja un escenario realista, sostenible y alineado con la capacidad operativa del modelo de negocio. Esta proyección asegura la viabilidad del proyecto desde su implementación en 2026, con ingresos estables por arriendos y crecimiento orgánico en la demanda directa.

2.3. VARIABLES QUE AFECTAN A LA DEMANDA

La demanda por servicios de barbería está influenciada por diversas variables económicas y sociales que determinan el comportamiento de los consumidores. En el caso de la Barbería Bruno SpA, estas variables inciden directamente en el nivel de asistencia, la frecuencia de consumo y la disposición a pagar de los clientes.

Precio del producto

El precio es uno de los factores más relevantes al momento de decidir la compra de un servicio. En este proyecto, el valor de los cortes y perfilados debe mantenerse dentro del rango promedio del mercado de Maipú, asegurando competitividad sin comprometer la rentabilidad. Una

variación significativa en los precios podría afectar la fidelidad del cliente o modificar la frecuencia de visitas.

Ingreso del consumidor

El poder adquisitivo de la población de Maipú influye directamente en la demanda. A mayor nivel de ingreso, existe una mayor disposición a pagar por servicios de mejor calidad o con valor agregado, como asesoría de imagen o aplicación de productos capilares. En sectores con ingresos medios, la barbería se mantiene como un gasto accesible y recurrente dentro del presupuesto familiar.

Precio de bienes sustitutos

Los bienes o servicios sustitutos, como las peluquerías unisex o los estilistas independientes, representan alternativas para los clientes. Si el precio de estos sustitutos disminuye, algunos consumidores podrían optar por ellos, reduciendo la demanda en Bruno Spa. No obstante, la fidelización y la experiencia diferenciada de atención actúan como barreras frente a la sustitución.

Precio de bienes complementarios

Los bienes complementarios, como productos capilares (ceras, aceites o shampoos), influyen positivamente en la demanda del servicio. Una estrategia de precios adecuada para estos productos puede fortalecer la experiencia integral del cliente y aumentar su gasto promedio por visita.

Gustos y preferencias

Los cambios culturales y de estilo de vida han elevado el interés de los hombres por el cuidado personal. La tendencia actual hacia la imagen cuidada, el mantenimiento de la barba y la experiencia personalizada ha incrementado la demanda por servicios como los que ofrece Bruno Spa. Las redes sociales y las recomendaciones de clientes también impactan directamente en estas preferencias.

Impuestos

Las variaciones en impuestos o costos regulatorios, como la patente comercial y permisos municipales, pueden incidir de manera indirecta en el precio final del servicio. Aunque el impacto

en la demanda suele ser marginal, un aumento sostenido de costos tributarios podría reflejarse en ajustes de precios que reduzcan levemente la frecuencia de consumo.

2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL Y FUTURA

Oferta actual

La Barbería Bruno Spa se encuentra actualmente ubicada en Benjamín Cohen 1010, comuna de Maipú, dentro de un entorno de carácter residencial mixto, con presencia de viviendas y algunos pequeños comercios.

En un radio de aproximadamente 500 metros, se identifican tres barberías que constituyen la competencia directa del local actual:

- **Eterno Studio**, ubicada en Olimpo con Pdte. Eduardo Frei Montalva, ofrece cortes normales a \$10.000, cortes degradados a \$12.000 y cortes con barba a \$17.000.
- **Alan Barber**, en Silva Carvallo, mantiene los mismos precios base, aunque el corte con barba asciende a \$18.000.
- **Chamos Barbería y Peluquería**, ubicada en Hernán Olguín 520, ofrece cortes normales a \$10.000, cortes degradados a \$12.000 y cortes con barba a \$17.000.

Estas barberías trabajan bajo un modelo tradicional, con atención por orden de llegada.

Por su parte, Bruno Spa ha logrado consolidarse mediante una atención personalizada y una experiencia de cliente más profesional, lo que le ha permitido fidelizar a gran parte de su público.

Oferta futura

El proyecto contempla la apertura de una nueva sucursal en la intersección de El Tranque con René Olivares, Maipú, zona que presenta una composición residencial consolidada con presencia de comercio menor, pero donde no se identifican barberías actualmente operativas.

Este hecho posiciona la nueva barbería como la única oferta formal de servicios de corte y barba en el sector, entregándole una ventaja competitiva relevante al captar de forma directa la demanda local no atendida.

En términos comerciales, la ubicación proyectada ofrece mayor visibilidad, flujo vehicular y peatonal constante y acceso directo desde vías principales, lo que incrementa significativamente el potencial de captación de nuevos clientes.

2.5. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO

El mercado de barberías en la comuna de Maipú se caracteriza por una alta recurrencia en el consumo, dado que el servicio de corte de cabello y perfilado de barba forma parte de la rutina de cuidado personal de un segmento significativo de la población masculina. Según datos del INE (Censo 2024), el 35% de los hombres en zonas urbanas de nivel socioeconómico medio acude a una barbería al menos una vez al mes, con una frecuencia promedio de dos visitas mensuales en clientes fidelizados, impulsado por el auge del cuidado masculino (Informes de Expertos 2024). El comportamiento del consumidor se divide en dos segmentos principales (ver en la tabla 2-3).

Tabla 2-3. Segmentos de mercado en barberías Maipú (2024).

Segmento	% mercado	Perfil	Preferencias	Gasto promedio
Cliente funcional	60%	Hombres 25 – 45 años	Servicio rápido, económico	\$10.000 - \$12.000
Cliente experiencial	40%	Hombres 18 – 35 años, urbano profesional	Atención personalizada, ambiente premium	\$14.000 - \$20.000

Fuente: elaboración propia con Euromonitor/INE 2024

Bruno Spa se posiciona en el segundo segmento, compitiendo no solo por precio, sino por calidad, confianza y experiencia integral (bebidas, asesoría). La fidelización lograda en el local actual (promedio de 7 clientes diarios) demuestra que este modelo tiene tracción en el mercado.

El mercado muestra baja estacionalidad, con leve aumento en diciembre (15%, fiestas de fin de año) y marzo (10%, inicio laboral/escolar), pero con una base estable durante todo el año (categorías cuidado personal crecen sostenido, Kantar 2024). La digitalización del agendamiento (vía web) ha reducido la dependencia del flujo peatonal espontáneo, consolidando un modelo de demanda planificada y recurrente.

2.6. DETERMINACIÓN DE NIVELES DE PRECIO Y PROYECCIONES

La determinación de precios constituye un elemento crítico en la estrategia comercial de la nueva sucursal, ya que debe equilibrar la competitividad en el mercado local con la rentabilidad necesaria para sostener el modelo de negocio. Bruno Spa se posiciona en el segmento experiencial premium, lo que justifica precios por encima del promedio del mercado, pero respaldados por un valor agregado diferenciador: atención personalizada, bebida de cortesía, asesoría de imagen, ambiente relajado y uso de productos de alta calidad.

A continuación, se mencionan los precios de referencia en Maipú (competencia directa, actualizados 2025).

Tabla 2-4. Comparación de precios de servicios de barbería en Maipú.

Servicio	Eterno estudio	AlanBarber	Chamos	Promedio mercado	Bruno SpA
Corte normal	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$10.000	\$12.000
Corte degradado	\$12.000	\$12.000	\$12.000	\$12.000	\$14.000
Corte degradado + barba	\$17.000	\$18.000	\$17.000	\$17.500	\$20.000
Perfilado de barba	\$8.000	\$9.000	\$8.000	\$8.500	\$12.000

Fuente: Elaboración propia.

Bruno Spa opera en el cuartil superior de precios (15% a 20% vs. promedio), lo cual está plenamente justificado por su propuesta de valor diferenciada. Según Emol (2024), el segmento premium de barberías creció un 26,2% en aperturas nacionales entre 2021 y 2023, y las ventas en peluquería masculina premium aumentaron en un 9% anual (AgendaPro, 2024). Este posicionamiento permite captar al cliente experiencial (40% del mercado, ver Tabla 3), que valora la calidad sobre el precio.

2.6.1. Estrategia de precios para la nueva sucursal

Se mantendrá la misma estructura de precios vigente en el local actual, con el propósito de replicar el modelo comercial exitoso y preservar la coherencia de la marca. Los valores fueron determinados a partir de una mezcla proyectada de servicios, elaborada sobre la base del historial de atención real, lo que permite obtener un ticket promedio (Cuánto gasta en promedio un cliente en una visita) ponderado (Ajustado por la proporción (%) de cada servicio vendido) que refleja fielmente el comportamiento de la demanda.

Tabla 2-5. Estructura de precios y mezcla proyectada (año 1 – 2026)

Servicio	Precio (CLP)	% de preferencia de servicio	Ticket ponderado
Corte normal	\$12.000	20%	\$2.400
Corte degradado	\$14.000	40%	\$5.600
Corte con diseño	\$16.000	10%	\$1.600
Perfilado de barba	\$12.000	15%	\$1.800
Corte + barba	\$20.000	15%	\$3.000
Total	-	100%	\$14.400

Fuente: elaboración propia con datos históricos de atención (Bruno Spa, 2024).

El ticket promedio ponderado resultante asciende a \$14.400 por cliente, un valor que se alinea perfectamente con el segmento experiencial de ingresos medios-altos y refleja la realidad operativa del local actual, donde el predominio del corte degradado eleva el ingreso medio por visita. Este indicador será ajustado anualmente por inflación, estimada en un 4% según proyecciones del Instituto Nacional de Estadísticas (INE, 2025).

La proyección de ingresos considera dos fuentes principales: los servicios prestados directamente por Bruno, con un crecimiento del 10% anual en el número de clientes según la estimación de demanda futura presentada en la Tabla 2.

Respecto al arriendo de puestos de trabajo se proyecta una ocupación progresiva que refleja el proceso natural de posicionamiento del nuevo local: durante el primer año se espera arrendar 3

de los 6 puestos disponibles (50%), en el segundo año 5 puestos (83%), y a partir del tercer año se espera arrendar los 6 puestos de trabajo (100%).

Cada arriendo genera un ingreso fijo mensual de \$400.000, el cual se ajustará en un 5% anual por inflación, asegurando la estabilidad y el crecimiento sostenido de los ingresos del proyecto.

Tabla 2-6. Proyección de ingresos mensuales.

Año	Clientes Bruno/mes	Ticket promedio	Ingresos Bruno	Arriendos	Total, mensual
2026 (año 1)	161,76	\$14.400	\$2.329.344	\$1.200.000	\$3.529.344
2027 (año 2)	177,94	\$14.900	\$2.651.246	\$2.000.000	\$4.651.246
2028 (año 3)	195,73	\$15.426	\$3.019.325	\$2.800.000	\$5.819.325
2029 (año 4)	215,30	\$15.966	\$3.437.521	\$2.800.000	\$6.237.521
2030 (año 5)	236,83	\$16.525	\$3.913.662	\$2.800.000	\$6.713.662

Fuente: Elaboración propia. Crecimiento de clientes: 10% anual (Tabla 2). Inflación: 3,5% promedio (INE, 2025-2028). Ajuste arriendos: 5% anual.

Los ingresos proyectados muestran un crecimiento acumulado del 56 % en los tres primeros años, impulsado por el aumento progresivo de clientes y la mayor ocupación de los puestos arrendados. Durante el primer año, los arriendos representan aproximadamente el 33 % del total mensual, constituyendo una base de ingresos fijos que mitiga los riesgos asociados a variaciones en la demanda de servicios directos. Esta estructura combinada de ingresos variables (servicios de Bruno) y fijos (arriendos) asegura la viabilidad económica del proyecto desde su inicio en 2026.

2.7. ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN

La localización del proyecto es un factor fundamental para asegurar el acceso a clientes potenciales y fortalecer la operación comercial de la nueva sucursal de Barbería Bruno. La elección se basa en criterios de accesibilidad, concentración de población objetivo y presencia de servicios

complementarios en el entorno, permitiendo garantizar flujo constante de clientes y visibilidad en el sector.

Para la elección de la ubicación se consideraron los siguientes factores:

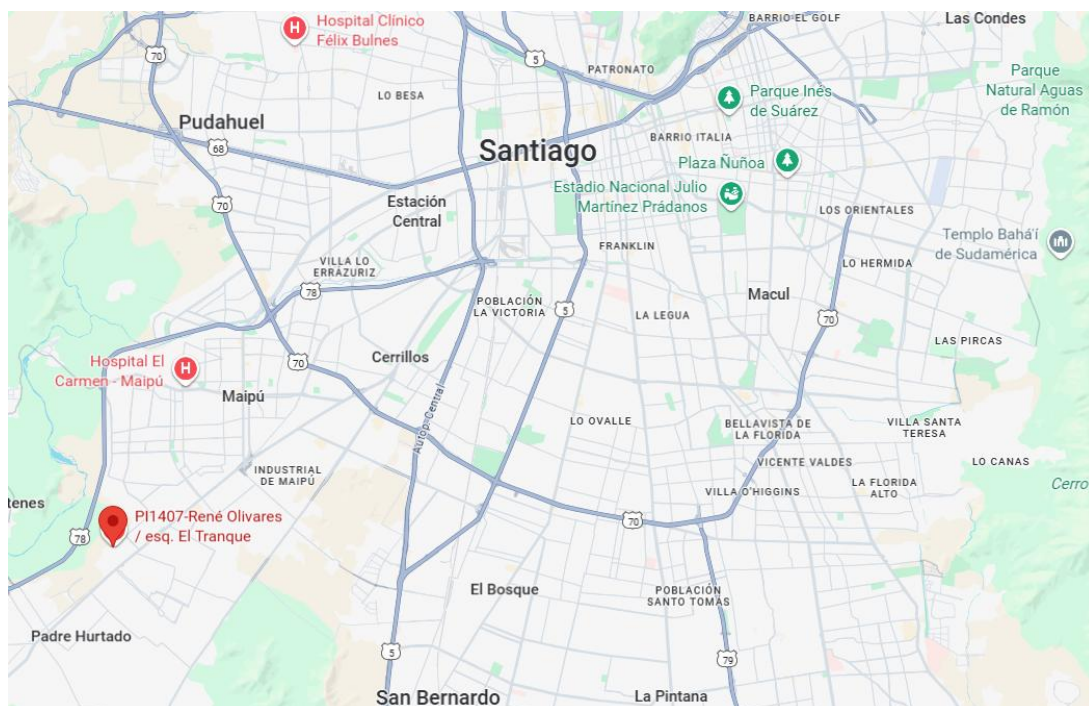
- Proximidad a los clientes
- Presencia de comercios y servicios complementarios
- Acceso y conectividad vial y peatonal
- Disponibilidad de infraestructura (agua, energía, internet, servicios sanitarios)
- Seguridad del sector
- Costos asociados a la instalación y operación del local

En el caso del presente proyecto, la localización se encuentra condicionada por la necesidad de insertar la nueva sucursal en un sector residencial con alta densidad poblacional y baja presencia de barberías formales, por lo que se seleccionó la zona de El Tranque con René Olivares, comuna de Maipú.

2.7.1. Macrolocalización

La macrolocalización se centra en el análisis del entorno regional y comunal, considerando la demanda potencial, el crecimiento demográfico y la infraestructura de transporte. La comuna de Maipú, con una población de aproximadamente 580.000 habitantes según el INE (2024), presenta una densidad de 6.700 habitantes por km² en el sector poniente, caracterizado por barrios residenciales consolidados y un segmento de ingresos medios-altos que representa el público objetivo del modelo premium de Bruno Spa. Maipú registra un crecimiento anual de la población masculina de 18 a 35 años del 1,8%, lo que asegura una base de demanda futura estable.

En comparación con otras comunas de la Región Metropolitana, Maipú destaca por su brecha en servicios de barbería premium: mientras que comunas centrales como Providencia concentran el 35% de las aperturas nacionales (Emol, 2024), las periferias residenciales como el sector El Tranque mantienen una oferta limitada, con cero barberías formales en un radio de 1 kilómetro.



Fuente: Google Maps.

Figura 2-1. Macrolocalización de la barbería.

2.7.2. Microlocalización

Dentro de la comuna de Maipú, la nueva sucursal se ubicará en el sector de El Tranque con René Olivares, zona residencial consolidada con presencia de comercio local, locomoción cercana y flujo peatonal constante. En este punto no se identifican barberías formales en un radio aproximado de 1 km, lo cual representa una oportunidad estratégica de captación de demanda insatisfecha. El área presenta buena accesibilidad, permitiendo el desplazamiento de clientes tanto a pie como en vehículos particulares, y cuenta con equipamiento urbano básico y servicios necesarios para operar el local comercial.

Figura 2-2. Microlocalización de la barbería

Para este análisis se tomarán en cuenta las componentes de las 4 P del producto, las cuales se detallan a continuación.

El producto corresponde a un servicio integral de barbería y cuidado personal masculino, enfocado en entregar cortes de cabello, perfilado de barba, lavado capilar y asesoría de imagen personalizada. El servicio incluye bebida de cortesía, ambiente cómodo, música, y atención profesional orientada a la experiencia del cliente.

El modelo busca replicar el estándar del local original, manteniendo el enfoque en la calidad técnica, trato personalizado y un espacio diferenciado dentro del rubro, donde la confianza, comodidad y experiencia son factores determinantes para la fidelización de clientes.

Precio

Los precios están definidos de acuerdo con el posicionamiento de Barbería Bruno en el segmento medio–alto experiencial, manteniendo valores por sobre el promedio de la comuna, pero justificados por la calidad del servicio y la propuesta de valor diferenciada.

La estructura de precios es la siguiente:

- Corte tradicional: \$12.000
- Corte degradado: \$14.000
- Corte + barba: \$20.000
- Perfilado de barba: \$12.000

Estos valores se encuentran alineados al mercado objetivo y garantizan una relación adecuada entre calidad y precio, permitiendo sostener la competitividad del negocio y asegurar ingresos consistentes.

Plaza

El servicio se desarrollará en un local comercial ubicado en la intersección de El Tranque con René Olivares, en la comuna de Maipú, en una zona residencial consolidada con presencia de comercio local, alto flujo peatonal y fácil acceso para clientes del sector y sus alrededores.

El local contará con siete puestos de trabajo completamente equipados, zona de espera, servicios básicos y condiciones sanitarias adecuadas, permitiendo una operación cómoda y eficiente. La ubicación estratégica facilita el acceso, visibilidad y cercanía con el público objetivo.

Promoción

Las acciones promocionales estarán orientadas principalmente al uso de medios digitales, dada la preferencia del público objetivo y el modelo de agendamiento en línea utilizado por la barbería.

La estrategia considera:

- Redes sociales
- Publicación de trabajos realizados y contenido visual
- Recomendaciones y reseñas de clientes
- Sistema de reserva vía web
- Ofertas promocionales de apertura

- Programa de fidelización orientado a clientes recurrentes

La promoción se centrará en destacar la experiencia, el resultado final del servicio, y el ambiente profesional y moderno del local, buscando generar alcance orgánico, posicionamiento local y atracción constante de nuevos clientes.

3. CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

3.1. DESCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS

En el presente trabajo se describen y analizan los aspectos técnicos y operativos asociados a la puesta en marcha de la nueva sucursal de barbería Bruno SpA en la comuna de Maipú. Se examinan los procesos de prestación del servicio, el equipamiento requerido, los insumos necesarios, el personal involucrado y las inversiones asociadas a la implementación del local, con el objetivo de asegurar un funcionamiento coherente con el posicionamiento premium de la barbería y garantizar un proceso operativo eficaz y eficiente, alineado con la demanda proyectada.

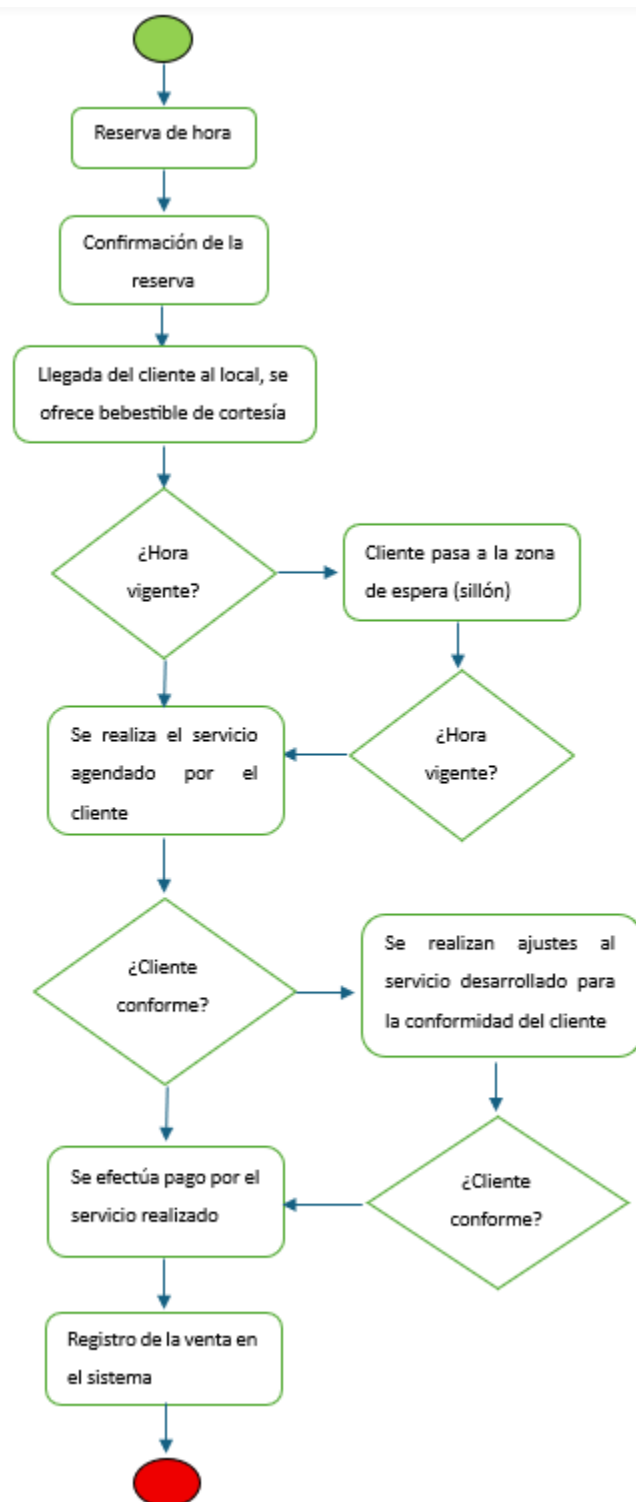
3.1.1. Descripción de procesos

El proceso inicia con la reserva de la hora, que se realiza mediante el sitio web de la barbería o de forma presencial. En esta instancia, el cliente selecciona el tipo de servicio y el horario disponible, quedando registrada la cita para organizar la programación diaria de los puestos de trabajo.

Al llegar al local, el cliente es recibido por el personal, se verifica la reserva, se ofrece un bebestible y se dirige a la zona de espera o al puesto asignado. Una vez preparada e higienizada la estación de trabajo, el barbero realiza el servicio agendado, incorporando la asesoría de imagen como parte distintiva de este modelo de trabajo. Finalizado el servicio, se revisa el resultado con el cliente y, en caso de conformidad, se efectúa el pago del servicio, mediante los medios disponibles, se registra la venta en el sistema y se fomenta, cuando es posible, programar una próxima visita.

3.2. DIAGRAMA DE FLUJO

Con el propósito de representar de manera clara y ordenada la secuencia de actividades asociadas a la prestación del servicio en la sucursal de Barbería Bruno SpA en Maipú, se elaboró un diagrama de flujo del proceso de atención al cliente (ver en la figura .



Fuente: Elaboración propia

Figura 3-1. Diagrama de reserva y atención al cliente.

3.3. SELECCIÓN DE EQUIPOS

La selección de equipos para la nueva sucursal de Barbería Bruno SpA en Maipú se realiza considerando la funcionalidad requerida para la prestación del servicio y la coherencia con el posicionamiento premium de la marca. Los criterios que se utilizan permiten asegurar estándares adecuados de calidad, durabilidad y ergonomía, contribuyendo tanto al confort del cliente como a la eficiencia del trabajo de los barberos.

3.3.1. Equipos y accesorios necesarios para la operación

Para garantizar un servicio profesional y eficiente, se requiere una dotación completa de accesorios e implementos que permitan al barbero ejecutar correctamente cada técnica de corte, afeitado y cuidado de la barba. Estos elementos son:



Fuente: Extravaganteb barber.cl

Figura 3-2. Máquina para cortar el cabello, Clipper Andis Master Gold.



Fuente: Extravagantebarber.cl

Figura 3-3. Máquina para cortar el cabello. Clipper Babylics Boost+ Gold



Fuente: Extravagantebarber.cl

Figura 3-4. Máquina desvelladora. Shaver Babylics



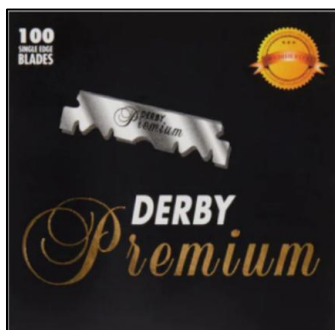
Fuente: Extravagantebarber.cl

Figura 3-5. Tijeras para cortar y entresacar.



Fuente: Extravagantebarber.cl

Figura 3-6. Porta navaja + navajas



Fuente: Extravagantebarber.cl

Figura 3-7. Hojas de filo.



Fuente: Extravagantebarber.cl

Figura 3-8. Guantes de nitrilo.



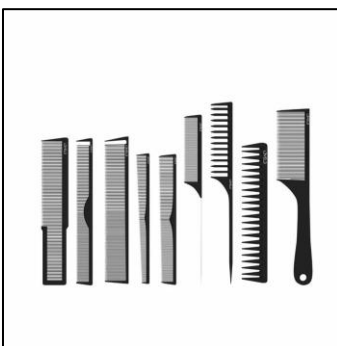
Fuente: Extravagantebarber.cl

Figura 3-9. Secador de pelo.



Fuente: Extravagantebarber.cl

Figura 3-10. Toalla.



Fuente: Extravagantebarber.cl

Figura 3-11. Peines.



Fuente: Extravagantebarber.cl

Figura 3-12. Rociador.



Fuente: Extravagantebarber.cl

Figura 3-13. Botapelo.



Fuente: Extravagantebarber.cl

Figura 3-14. Capa.



Fuente: Extravagantebarber.cl

Figura 3-15. Sillón aviador.



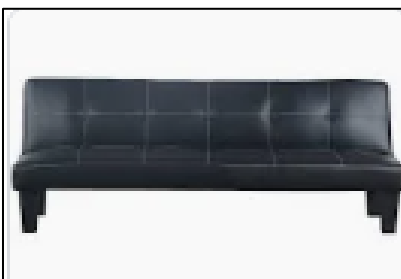
Fuente: Extravagantebarber.cl

Figura 3-16. Lavapelo estático.



Fuente: Extravagantebarber.cl

Figura 3-17. Pechera.



Fuente: Extravagantebarber.cl

Figura 3-18. Futón.



Fuente: Mercado libre.

Figura 3-19. Mueble de barbería.



Fuente: Mercado libre.

Figura 3-20. Basurero.

3.3.2. Tabla de equipos requeridos para realizar el servicio de barbería.

A continuación, se presenta el desglose de los equipos, accesorios y mobiliario necesarios para el funcionamiento de la barbería, indicando sus cantidades y valores unitarios correspondientes (ver en la tabla 3-1 y tabla 3-2).

Tabla 3-1. Equipos para realizar el servicio de barbería.

Nº	Descripción del Equipo / Accesorio	Categoría	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal	Subtotal (UF)
1	Máquina Clipper Andis Master Gold	Puesto de trabajo	7	\$229.900	\$1.609.300	40,59
2	Máquina Clipper Babyliss Boost+ Gold	Puesto de trabajo	7	\$120.000	\$840.000	21,19
3	Máquina Shaver Babyliss FX2 Gold	Puesto de trabajo	7	\$85.000	\$595.000	15,01
4	Pack Tijeras PFIFFERY 6.0" + Estuche	Puesto de trabajo	7	\$29.990	\$209.930	5,3
5	Porta Navaja + filo	Puesto de trabajo	7	\$5.000	\$35.000	0,88
6	Botapelo con talquera	Puesto de trabajo	7	\$5.000	\$35.000	0,88
7	Rociador Toni&Guy	Puesto de trabajo	7	\$5.000	\$35.000	0,88
8	Espejo redondo con mango	Puesto de trabajo	7	\$4.990	\$34.930	0,88

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3-2. Equipos para realizar el servicio de barbería.

Nº	Descripción del Equipo / Accesorio	Categoría	Cantidad	Precio Unitario	Subtotal	Subtotal (UF)
9	Pechera Level3 Apron	Puesto de trabajo	7	\$22.990	\$160.930	4,06
10	Basurero 10 Litros con pedal	Puesto de trabajo	7	\$6.490	\$45.430	1,15
11	Sillón Aviador Gold Negro	Puesto de trabajo	7	\$299.990	\$2.099.930	52,97
12	Secador Babyliss Nano Titanium x Tomb45	Operación del servicio	7	\$149.990	\$1.049.930	26,48
13	Lavapelo Estático Loza Negra	Operación del servicio	2	\$380.000	\$760.000	19,17
14	Futón Neoanis PU (sala de espera)	Mobiliario	1	\$89.990	\$89.990	2,27
15	Mueble de barbería con espejo y cajón	Mobiliario	7	\$160.000	\$1.120.000	28,25
16	Vitrina melamínica 180×60×30 negra	Mobiliario	2	\$180.000	\$360.000	9,08
17	Parlante activo 100W + Subwoofer	Ambiente	1	\$120.000	\$120.000	3,03
18	Aire acondicionado	Ambiente	1	\$500.000	\$500.000	12.62
19	Televisor LED 32–40"	Ambiente	1	\$150.000	\$150.000	3,78
20	Mini refrigerador de bebidas (vitrina)	Ambiente	1	\$109.990	\$109.990	2,93
21	Pos móvil pago tarjetas	Operación de servicio	2	\$9.990	\$18.980	0,48
TOTAL					\$9.979.340	\$251,65

Fuente: Elaboración propia.

3.4. **PROYECTOS COMPLEMENTARIOS**

La implementación de la nueva sucursal requiere además de la adquisición de equipamiento técnico, adecuaciones y mejoras en el local que permitan asegurar un funcionamiento óptimo, una experiencia de servicio premium y el cumplimiento de estándares operativos y de confort para los clientes.

Para ello, se consideran los siguientes proyectos complementarios:

- **Adecuación de puestos de barbería**, mediante instalación de mobiliario especializado, espejos de muro, estaciones de trabajo individuales y conexiones eléctricas seguras para máquinas de corte.
- **Mejoras en iluminación técnica y ambiental**, incorporando luz profesional de alta visibilidad en las zonas de corte y una iluminación más cálida y decorativa en áreas de espera, aportando al confort visual y a la estética del local.
- **Instalación de aire acondicionado** tipo split, que garantice un ambiente climatizado durante todo el año, mejorando la comodidad tanto para clientes como para barberos.
- **Implementación de sistema de audio**, destinado a generar un ambiente musical controlado, acorde con el concepto premium de la barbería.
- **Pintura, decoración interior**, incluyendo instalación de elementos decorativos, señalética corporativa y diseño que refuerce la imagen de la marca, alineado con el posicionamiento de Barbería Bruno SpA.

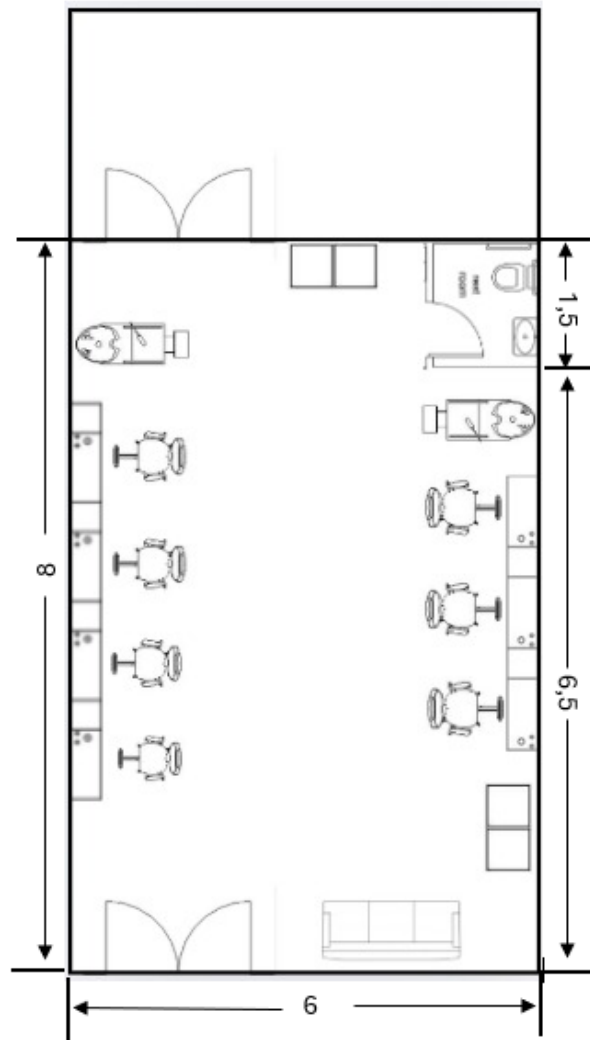
3.5. **LAY-OUT**

A continuación, se presenta el plano referencial de distribución del nuevo local de Barbería Bruno SpA, diseñado en función de un uso eficiente del espacio disponible (48 m²), la comodidad del cliente y la fluidez del trabajo del personal. Al ingresar se encuentra la zona de espera, lo que permite que el cliente permanezca en un sector cómodo sin interferir con la operación.

Las 7 estaciones de barbería se ubican enfrentadas a ambos lados del pasillo central, lo que asegura buena circulación y acceso directo entre puestos y lavapelos, los cuales se sitúan en la

parte posterior del local, próximos al baño, lo que facilita las instalaciones sanitarias y mejora la higiene del proceso.

El pasillo central mantiene un ancho suficiente para el tránsito seguro del personal y de los clientes durante el servicio.



Fuente: Elaboración propia

Figura 3-21. Lay-out de la nueva sucursal de barbería.

3.6. DETERMINACIÓN DE INSUMOS, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS

En esta sección se identifican los insumos necesarios para la operación de la nueva sucursal de barbería, junto con los productos y subproductos asociados al proceso de atención. Para este proyecto, los productos corresponden exclusivamente a los servicios entregados al cliente (cortes de cabello, perfilado de barba, entre otros) que constituyen el resultado final del proceso operativo. Los subproductos corresponden principalmente a residuos no peligrosos derivados de la actividad (pelo, cuchillas desechables usadas, residuos de envases de productos para el cabello), los cuales deben manejarse conforme a las prácticas sanitarias vigentes.

Además, se determinan los insumos requeridos para ejecutar estos servicios bajo estándares de higiene y calidad.

A continuación, se presenta la estimación de insumos necesarios para la operación, durante su primer año de funcionamiento. Estos insumos corresponden a materiales de uso directo en los servicios de barbería y a elementos de apoyo indispensables para mantener las condiciones de higiene, mantenimiento de equipos y calidad del servicio.

Tabla 3-3. insumos mensuales.

Insumo	Descripción	Cantidad mensual	Periodicidad	Proveedor	Costo mensual (CLP)	Costo mensual (UF)
Filos Derby Premium (100 unid.)	Navajas desechables	1 caja	Mensual	Extravagante / Derby	6.990	0,19
Papel cuello LEVEL3	Protección cliente	10 rollos	Mensual	Extravagante / LEVEL3	89.900	2,4
Guantes de nitrilo	Higiene y protección	10 cajas (100 unid.)	Mensual	Extravagante / HCL	100.000	2,67
Desinfectante	Sanitización superficies	2 bidones (2 L c/u)	Mensual	Extravagante / HCL	14.240	0,38
Bolsas de basura medianas	Manejo de residuos	50 unidades	Mensual	Super 10	25.000	0,67
Toallas Nova (Pack 2)	Limpieza general	10 packs	Mensual	Super 10	20.000	0,53

Fuente: Elaboración propia con valores extraídos de las páginas mencionadas en la tabla.

Tabla 3-4. insumos mensuales.

Insumo	Descripción	Cantidad mensual	Periodicidad	Proveedor	Costo mensual (CLP)	Costo mensual (UF)
Limpiador en crema	Limpieza baños	4 envases (2 L)	Mensual	Super 10	14.000	0,37
Papel higiénico (Pack 40)	Uso en baño	1 pack	Mensual	Super 10	18.790	0,5
Desodorante ambiental	Control de olores	3 aerosoles	Mensual	Super 10	9.000	0,24
Limpiador de pisos	Limpieza general	2 bidones (5 L)	Mensual	Super 10	10.000	0,27
Jabón líquido manos	Higiene clientes y barberos	4 dispensadores (1 L)	Mensual	Super 10	8.000	0,21
Cloro	Desinfección profunda	2 bidones (5 L)	Mensual	Super 10	6.000	0,16
Bebestibles	Bebidas y jugos	210 unidades (350 cc)	Mensual	Super 10	150.000	3.78
TOTAL, INSUMOS MENSUALES					\$471.920	12,37 UF

Fuente: Elaboración propia con valores extraídos de las páginas mencionadas en la tabla.

Tabla 3-5. Insumos trimestrales.

Insumos	Descripción	Periodicidad	Proveedor	Costo compra (CLP)	Costo compra (UF)
Pomadas y ceras mate	Peinado y fijación	Trimestral	Extravagante Barber / Royal Insumos	300.000	8
Shampoos y acondicionadores	Limpieza y cuidado capilar	Trimestral	Extravagante Barber / Importaciones Barber Chile	180.000	4,8
Aftershave y lociones	Hidratación post-afeitada	Trimestral	Extravagante Barber / Capilar Global	100.000	2,67

Fuente: Elaboración propia con valores extraídos de las páginas mencionadas en la tabla.

Tabla 3-6. Insumos trimestrales

Insumos	Descripción	Periodicidad	Proveedor	Costo compra (CLP)	Costo compra (UF)
Gel, laca y perfumes	Fijación y fragancias	Trimestral	Extravagante Barber / Todo Barbería Chile	80.000	2,13
Toallas y capas	Protección y secado	Trimestral	Extravagante Barber / Mercado Libre	150.000	4
Lubricantes y aceites	Mantenimiento de máquinas	Trimestral	Extravagante Barber / Comprasmart Chile	25.000	0,67
Pinzas y peines accesorios	Peinetas y pinzas	Trimestral	Extravagante Barber / Comprasmart Chile	200.000	5,33
TOTAL				\$1.035.000	28

Fuente: Elaboración propia con valores extraídos de las páginas mencionadas en la tabla.

3.7. CONSUMOS DE ENERGÍA

La operación de la nueva sucursal de Barbería Bruno SpA considera diversos equipos eléctricos asociados a la prestación del servicio de barbería, al acondicionamiento del ambiente y a los sistemas de gestión del negocio. Entre ellos destacan las máquinas de corte y secadores de cabello utilizados en los siete puestos de trabajo, el sistema de iluminación general del local, el aire acondicionado tipo split, el mini refrigerador para bebidas de cortesía, el televisor y el sistema de audio.

En la tabla se presenta la estimación del consumo energético mensual por tipo de equipo, considerando potencias típicas de mercado y el horario de funcionamiento proyectado del local (lunes a viernes de 10:00 a 20:00 horas y sábado de 09:00 a 13:00 horas). El consumo total estimado es de 1.212 kWh mensuales, lo que representa un costo de \$211.131 mensual. Este valor se utilizará posteriormente en el estudio económico como parte de los costos operacionales del proyecto (ver en la tabla 3-7).

Tabla 3-7. Consumo de energía por aparatos electrónicos.

Equipo	Cantidad	Consumo promedio (W)	Horas de uso diario	Consumo mensual (kWh)	Tarifa (\$/kWh)	Costo mensual (CLP)	Valor mensual (UF)
Secadores de cabello Babyliss	7	1.500	3	756	174,2	131.695	3,51
Máquinas de corte (clippers Andis + Babyliss)	14	30	6	60,5	174,2	10.536	0,28
Rasuradoras Shaver Babyliss FX2	7	15	4	10,1	174,2	1.756	0,05
Router/equipo red	1	12	24	8,64	174,2	1.505	0,04
Sistema de iluminación general (focos LED)	20 focos	15	9	64,8	174,2	11.288	0,3
Parlante activo + subwoofer	1	100	8	19,2	174,2	3.345	0,09
Televisor LED 32–40"	1	70	8	13,4	174,2	2.341	0,06
Mini refrigerador de bebidas (vitrina)	1	200	24	115,2	174,2	20.068	0,54
Aire acondicionado tipo split	1	1.200	6	172,8	174,2	30.102	0,8
TOTAL		3.130		1.220,6		\$212.636	5,67

Fuente: Elaboración propia

3.7.1. CONSUMO DE AGUA POTABLE

El cálculo del consumo de agua potable se realizó en función de las características operativas de la barbería, considerando el uso de lavapelos, servicios higiénicos y labores de limpieza diaria del local. La estimación se basó en el volumen de atención proyectado, el número de puestos de

trabajo y los días de operación mensual. A partir de estos supuestos, se obtuvo un consumo mensual estimado de agua, cuyos resultados se presentan en la tabla correspondiente (ver en la tabla 3-8).

Tabla 3-8. Consumo de agua potable.

Uso / Actividad	Cantidad / Frecuencia	Consumo unitario	Consumo mensual (m ³)	Tarifa (\$/m ³)	Costo mensual (CLP)	Valor mensual (UF)
Lavado de cabello (lavapelos)	1.092 lavados/mes	15 L por lavado	16,4	1.000	16.400	0,44
Uso sanitario (baños)	20 personas/día	25 L por persona	13	1.000	13.000	0,35
Limpieza general del local	Limpieza diaria	200 L por día	5,2	1.000	5.200	0,14
TOTAL			34,6 m ³		\$34.600	0,93

Fuente: Elaboración propia

3.8. PROGRAMAS DE TRABAJO; TURNOS Y GASTOS EN PERSONAL

La operación de la nueva sucursal de Barbería Bruno SpA estará compuesta por un equipo de siete barberos, incluyendo al propio Bruno, quien además de realizar servicios actúa como referente técnico y encargado natural del funcionamiento del local, sin desempeñar un rol administrativo formal ni supervisión jerárquica directa.

El modelo de trabajo corresponde a un esquema colaborativo e independiente, característico del rubro, donde cada barbero administra su agenda personal, organiza sus bloques de atención y define sus tiempos de llegada y salida en función de la demanda diaria. Por este motivo, no se establecen turnos fijos, sino una jornada abierta en la que los barberos se distribuyen de manera flexible, ajustándose a los horarios reservados por los clientes mediante la plataforma de agendamiento.

El horario general del local será de lunes a viernes desde las 10:00 hasta las 20:00 horas, y los días sábado entre 09:00 y 13:00 horas, pudiendo extenderse levemente en función del volumen de servicios agendados. Esta modalidad permite asegurar disponibilidad continua de atención sin

requerir personal adicional para cubrir turnos o reemplazos, ya que la demanda se equilibra de manera natural entre los siete profesionales disponibles.

Con el fin de mantener la identidad del servicio y asegurar un estándar homogéneo entre todos los barberos, se implementará un programa interno de capacitaciones impartidas directamente por Bruno. Estas instancias estarán orientadas a reforzar técnicas de corte, protocolos de higiene, criterios estéticos y lineamientos de atención al cliente propios de la barbería. Las capacitaciones se realizarán durante las mañanas, en el horario previo al inicio de la actividad comercial, momento en que el flujo de clientela es menor. Se estima una duración de 60 a 90 minutos por sesión, con una frecuencia de una a dos veces por semana, lo que permite fortalecer competencias sin afectar la disponibilidad operativa del local. Este proceso formativo favorece la coherencia estilística, facilita la integración de nuevos barberos y contribuye a sostener la propuesta de valor diferenciada del negocio.

No se considera personal de apoyo, como recepcionistas, auxiliares de aseo o encargados de local, dado que las funciones de limpieza básica y orden del puesto son asumidas por cada barbero al finalizar cada servicio, mientras que las tareas administrativas se gestionan directamente a través del sistema digital de reservas y pagos del propio negocio.

En cuanto a los gastos asociados al personal, el modelo de negocio contempla dos modalidades operativas:

- Servicios realizados por Bruno, cuyos ingresos se integran al flujo del negocio.
- Arriendo de puestos a barberos independientes, quienes pagan un monto mensual por el uso del espacio y operan como prestadores de servicio autónomos, sin generar costos laborales directos para la barbería.

Debido a esta estructura, no existe una planilla de remuneraciones tradicional, ya que los barberos independientes no generan gasto salarial. De esta manera, el único costo de personal propiamente tal corresponde a la participación de Bruno como prestador de servicios, cuya contribución económica se incorpora en las proyecciones de ingresos del negocio.

En síntesis, el programa de trabajo se basa en una operación flexible y eficiente, sin turnos establecidos, con siete barberos que organizan sus propias agendas dentro del horario de apertura del local. La incorporación de capacitaciones periódicas lideradas por Bruno refuerza la calidad

del servicio y consolida la identidad de la barbería, mientras que la estructura de arriendo de puestos permite minimizar los costos laborales fijos y maximizar la rentabilidad del proyecto.

3.9. PERSONAL DE OPERACIONES, CARGOS, PERFILES Y SUELDOS

La operación del local considera el siguiente personal:

- Bruno – Dueño / Barbero

Perfil: barbero experto con más de 10 años de experiencia, especializado en cortes premium y técnicas modernas. Responsable de mantener el estándar técnico y realizar capacitaciones internas.

- 6 barberos profesionales (arrendatarios de puesto)

Perfil: barberos certificados, con experiencia previa en cortes modernos y perfilado de barba. Rango de edad estimado entre 25 y 40 años, con enfoque en atención al cliente y uso adecuado de herramientas profesionales.

La modalidad de operación de los barberos es bajo un esquema de arriendo de puestos de trabajo, administrando de manera autónoma su agenda y prestación de servicios, generando ingresos propios de su productividad.

- Servicio contable externo, encargado de apoyar la gestión tributaria y contable del negocio, incluyendo declaraciones mensuales, cumplimiento de obligaciones fiscales y asesoría básica.

En la siguiente tabla se detalla el salario mensual estipulado para el cargo de contador externo.

Tabla 3-9. Costo por servicio contable externo.

Concepto	Costo mensual CLP	Costo mensual UF
Servicio contable externo	\$80.000	2,02 UF

Fuente: Elaboración propia

3.10. INVERSIONES EN EQUIPO Y EDIFICACIONES

La implementación de la nueva sucursal de Barbería Bruno SpA requiere realizar inversiones en la adquisición de un local comercial, equipamiento profesional, mobiliario especializado y adecuaciones físicas del local. Estas inversiones permiten asegurar que el espacio cumpla con los requerimientos técnicos para operar siete puestos de barbería, garantizando funcionalidad, seguridad y una experiencia de servicio consistente con el estándar premium del negocio.

Las actividades necesarias consideran:

- **Compra de un local comercial** avaluado en 3.500 UF.
- **Adecuación de los siete puestos de barbería:** instalación de espejos de muro, mobiliario individual, repisas, cajonería y puntos eléctricos seguros para el uso de máquinas de corte y secadores.
- **Instalación de iluminación técnica:** luces LED de alta visibilidad en las estaciones de trabajo y luminaria ambiental para zonas comunes.
- **Mejoras generales del local:** pintura, reparación superficial, detalles decorativos y acabados para reforzar la imagen de marca.
- **Equipamiento técnico para cada barbero:** máquinas profesionales, sillones, herramientas de corte y accesorios operativos.
- **Mobiliario complementario:** futón, vitrinas, televisor, parlante, aire acondicionado y mini refrigerador para bebidas.

Estas inversiones permiten dejar el local completamente habilitado para su funcionamiento desde el primer día, con todas las áreas operativas equipadas según las necesidades del servicio.

Tabla 3-10. Inversión en activos fijos.

Categoría	Costo total (CLP)	Costo total (UF)
Local comercial	138.792.780	3.500 UF
Equipos de barbería, ambiente y mobiliario	\$9.960.360	251,18 UF
TOTAL	148.753.140	3.751UF

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3-11. Inversión en edificaciones y adecuaciones del local.

Descripción del servicio	Cantidad	Costo (CLP)	Costo (UF)
Habilitación de 7 puestos de barbería con espejos, mobiliario y puntos eléctricos	1	\$3.200.000	80,70 UF
Instalación de iluminación técnica y ambiental	1	\$800.000	20,17 UF
Pintura, reparación estética y acabados	1	\$700.000	17,65 UF
Adecuaciones menores (ajustes eléctricos, mejoras en baños, señalética)	1	\$450.000	11,35 UF
TOTAL		\$5.150.000	129,87

Fuente: Elaboración propia

3.11. INVERSIONES DE CAPITAL DE TRABAJO

Para determinar el capital de trabajo del proyecto, resulta necesario analizar el comportamiento de los ingresos a lo largo del tiempo. En el caso de este proyecto los ingresos presentan una evolución progresiva, asociada principalmente al nivel de ocupación del local y a la consolidación de la demanda.

El modelo considera dos fuentes de ingresos:

- Los servicios realizados directamente por bruno.
- El arriendo de puestos de trabajo a barberos independientes.

Esta última fuente presenta un crecimiento gradual de ocupación, ajustándose a un proceso realista de puesta en marcha y posicionamiento del negocio en el mercado.

3.11.1. Evolución de la ocupación del local

La capacidad instalada del proyecto contempla 7 puestos de trabajos de los cuales, 6 puestos están disponibles para su arriendo. Sin embargo, no se proyecta una ocupación total desde el primer año, sino una incorporación progresiva de barberos (ver en la tabla 3-12).

Tabla 3-12. Porcentaje de ocupación del local por año

Año	Puestos arrendados	Ocupación del local
Año 1	3 de 6	50%
Año 2	5 de 6	83%
Año 3 en adelante	6 de 6	100%

Fuente: Elaboración propia

Esta progresión implica que los ingresos por arriendo aumentan de manera escalonada durante los primeros años, hasta alcanzar su nivel máximo a partir del tercer año de operación.

3.11.2. Comportamiento de los ingresos por servicio

En paralelo, los ingresos generados por los servicios prestados directamente por Bruno presentan un crecimiento sostenido en el tiempo, asociado al aumento gradual del número de clientes atendidos y al ajuste del ticket promedio (ver en la tabla 3-13).

Tabla 3-13. Ingresos proyectados.

Año	Ingresos Bruno	Arriendos	Total, mensual	Total, UF mensual
2026 (año 1)	\$2.329.344	\$1.200.000	\$3.529.344	89
2027 (año 2)	\$2.651.246	\$2.000.000	\$4.651.246	117,29
2028 (año 3)	\$3.019.325	\$2.800.000	\$5.819.325	146,75
2029 (año 4)	\$3.437.521	\$2.800.000	\$6.237.521	157,29
2030 (año 5)	\$3.913.662	\$2.800.000	\$6.713.662	169,3

Fuente: Elaboración propia

Los valores presentados reflejan el crecimiento de los ingresos no se producen de forma abrupta, sino como resultado de una mayor utilización de la capacidad instalada y de una mayor estabilidad operativa del negocio.

3.11.3. Costos fijos

En la tabla 3-14 se presentan los costos fijos mensuales asociados a la operación de la nueva sucursal de Barbería Bruno SpA. Estos costos corresponden a aquellos gastos que se generan de manera permanente y deben ser cubiertos independientemente del nivel de ocupación del local o de la cantidad de servicios prestados.

Tabla 3-14. Costos fijos mensuales.

Concepto	Descripción	Costo mensual (CLP)	Costo mensual (UF)
Energía eléctrica	Consumo base del local (iluminación, equipos, AA, etc.)	212.636	5,67
Agua potable	Consumo mensual estimado	34.600	0,93
Gas licuado	Uso en servicios y limpieza (1 balón aprox.)	27.000	2,14
Internet	Servicio fijo mensual	25.000	0,67
Servicio contable externo	Gestión tributaria y contable	80.000	2,02
Insumos mensuales	insumos	471.920	12,37
Total, costos fijos mensuales		\$851.156	\$24

Fuente: Elaboración propia

3.11.4. Costos variables

Los costos variables corresponden a aquellos gastos que se encuentran directamente relacionados con el nivel de actividad de la barbería, variando en función de la cantidad de clientes atendidos y de los servicios prestados. En este grupo se incluyen principalmente los insumos utilizados en la

prestación del servicio, tales como productos de cuidado capilar, elementos desechables, materiales de higiene, entre otros (ver en la tabla 3-15).

Tabla 3-15. Costos variables.

Costos variables	Costo trimestral (CLP)	Costo trimestral (UF)
Total, insumos de barbería (compra trimestral)	\$1.035.000	\$28

Fuente: Elaboración propia

3.11.5. Resumen de costos

En este apartado se presenta un resumen consolidado de los costos operativos del proyecto, diferenciando entre costos fijos y costos variables (ver en la tabla 3-16).

Tabla 3-16. Resumen de costos.

Tipo de costos	Costo total (CLP)	Costo total (UF)
Costos fijos	\$1.021.156	\$24
Costos variables	\$1.035.000	\$28

Fuente: Elaboración propia

3.11.6. Capital de trabajo

El capital de trabajo del proyecto se determina a partir de un flujo mensual promedio de ingresos y egresos correspondiente al primer año de operación. Para efectos de estimación, se consideran ingresos mensuales constantes, asociados a una operación estabilizada del proyecto, y costos fijos y variables promedio, lo que permite identificar el mes de mayor déficit acumulado y, con ello, el capital de trabajo requerido para asegurar la continuidad operacional.

Tabla 3-17. Capital de trabajo.

AÑO 1	MES											
CAPITAL DE TRABAJO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
TOTAL, INGRESOS	0	0	0	89	89	89	89	89	89	89	89	89
COSTOS FIJOS	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27
COSTOS VARIABLES	28			28			28			28		
SALDO	-55	-27	-27	34	62	62	34	62	62	34	62	62
SALDO ACUMULADO	-55	-82	-109	-75	-13	49	83	145	207	241	303	365
CAPITAL DE TRABAJO	-110											

Fuente: Elaboración propia

3.12. COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA

Los costos de instalación y puesta en marcha corresponden a aquellos desembolsos necesarios para habilitar administrativa, legal y operativamente la nueva sucursal de Barbería Bruno SpA antes del inicio de sus actividades comerciales. Estos costos se caracterizan por ser gastos de carácter no recurrente, ya que se incurren una sola vez al momento de iniciar el proyecto y permiten asegurar el correcto funcionamiento del negocio desde su apertura.

Dentro de este ítem se consideran los trámites municipales y legales indispensables para operar formalmente, tales como la obtención de la patente comercial, la firma electrónica y los gastos notariales asociados a la constitución y habilitación del negocio. Asimismo, se incluyen los costos vinculados a la implementación de herramientas básicas de gestión y posicionamiento inicial, como la creación del sitio web, la campaña de marketing de lanzamiento y la apertura contable inicial (ver en la tabla 3-18).

Tabla 3-18. Gastos de puesta en marcha.

Concepto	Descripción	Costo (CLP)	Costo (UF)
Marketing digital	Publicidad en redes sociales	30.000	0,76
Patente comercial	Patente municipal	70.000	0,8
TOTAL		100.000	1,56

Fuente: Elaboración propia

3.13. COSTOS IMPREVISTOS

Los costos de imprevistos corresponden a un fondo de resguardo destinado a cubrir eventuales gastos no considerados en la planificación inicial del proyecto. Estos pueden incluir reparaciones no programadas del local, reposición de equipamiento dañado, ajustes técnicos adicionales o mayores costos operacionales durante la etapa inicial de funcionamiento. Los costos imprevistos se estiman como un 10 % de la inversión inicial, con el fin de cubrir eventuales desviaciones de costos durante la etapa de implementación del proyecto.

La inversión inicial del proyecto de expansión de Barbería Bruno SpA está compuesta por los siguientes ítems:

Tabla 3-19. Costos imprevistos.

Concepto	Inversión (UF)
Inversión inicial	3.880
Costos imprevistos (10% del total)	388
Capital de trabajo	110
TOTAL, INVERSIÓN INICIAL	4.380

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 4: EVALUACIÓN ECONÓMICA

4. EVALUACIÓN ECONÓMICA

El presente capítulo tiene por objetivo evaluar la rentabilidad económica del proyecto de la nueva sucursal de barbería, a través del análisis de los flujos de caja proyectados y la aplicación de criterios financieros que permitan determinar su viabilidad en el tiempo.

4.1. CONSIDERACIONES A UTILIZAR

4.1.1. Horizonte del proyecto

El horizonte de evaluación del proyecto se define en cinco años, considerando un periodo adecuado para analizar la rentabilidad de una inversión en el rubro de servicios personales, particularmente en barberías, donde los activos principales presentan una vida útil acotada y el comportamiento de la demanda se estabiliza en el mediano plazo.

Este horizonte permite capturar el período de maduración del negocio, la estabilización de los ingresos asociados a la ocupación de los puestos de trabajo y la recuperación de la inversión inicial realizada.

4.1.2. Tasa de descuento

La tasa de descuento representa el retorno mínimo exigido por el inversionista para destinar recursos al proyecto, considerando que estos podrían ser invertidos en otra alternativa con un nivel de riesgo similar. Esta tasa se utiliza para descontar los flujos de caja futuros y evaluar la rentabilidad del proyecto.

Para calcular la tasa de descuento (R) se utiliza la formula (ver figura 4-1):

$$R = R_f + (R_m - R_f) \cdot \beta$$

Fuente: clases de evaluación de proyectos

Figura 4-1. Formula tasa de descuento

Donde:

R	Tasa de descuento
Rf	Tasa libre de riesgo
Rm	Tasa de rentabilidad de mercado
β	Constante según tipo de negocio (relación entre el riesgo del proyecto respecto al riesgo de mercado)

- Tasa libre de riesgo (Rf):

La tasa libre de riesgo (Rf) se obtiene a partir de las tasas de interés de los bonos soberanos del Banco Central de Chile en UF a 5 años. Para el cálculo se consideró el promedio de las tasas mensuales observadas entre 2020 y 2024.

Tabla 4-1. Tasa libre de riesgo (Rf)

Año	Rf Bono UF 5 años (promedio estimado)
2020	2,55%
2021	2,52%
2022	2,48%
2023	2,42%
2024	2,31%
Promedio 2020-2024	2,45%

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos del banco central

- Tasa de rentabilidad del mercado (Rm):

Para estimar la tasa de rentabilidad del mercado (Rm) se utiliza el Índice de Precios Selectivo de Acciones (IPSA), principal índice bursátil del mercado chileno, el cual refleja el comportamiento promedio de las principales acciones transadas en la Bolsa de Comercio de Santiago.

Con el objetivo de obtener una rentabilidad representativa y suavizar variaciones coyunturales, se consideran los últimos 10 años, utilizando la Tasa de Crecimiento Anual Compuesta (CAGR).

Se utiliza la fórmula del CAGR debido a que permite resumir el crecimiento total del mercado en una tasa anual equivalente, considerando el efecto de capitalización y suavizando las variaciones anuales propias del mercado accionario, lo que entrega una estimación más representativa de la rentabilidad de largo plazo.

Tabla 4-2. Tasa de crecimiento anual.

Año	IPSA
2015	3.856,90
2016	4.016,03
2017	4.954,73
2018	5.398,14
2019	4.998,00
2020	3.911,49
2021	4.405,02
2022	5.054,34
2023	5.698,10
2024	6.468,85

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Banco Central de Chile y Bolsa de Comercio de Santiago.

Fórmula utilizada:

$$CAGR = \left(\frac{\text{Valor final}}{\text{Valor inicial}} \right)^{\frac{1}{n}} - 1$$

Figura 4-2. Formula CAGR.

Fuente: clases de evaluación de proyectos

Valores para el cálculo:

- Valor inicial (2015): 3.856,90
- Valor final (2024): 6.468,85
- n: 9 años

$$CAGR = \left(\frac{6.468,85}{3.856,90} \right)^{\frac{1}{9}} - 1$$

$$CAGR = 1,678^{\frac{1}{9}} - 1$$

$$\text{CAGR} = 0,060$$

$$R_m = 6,0 \%$$

La tasa de rentabilidad del mercado (R_m) se estimó a partir del índice IPSA, considerando los valores históricos correspondientes al período 2015–2024. Para su cálculo se utilizó la tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR), obteniéndose una rentabilidad promedio anual del mercado chileno de 6,0 %, valor que será utilizado en la determinación de la tasa de descuento del proyecto.

- B (Beta del negocio):

Para este proyecto se selecciona la industria “Servicios para empresas y consumidores”, la cual agrupa negocios de servicios orientados al consumo, similares en naturaleza a una barbería, ya que presentan dependencia de la demanda, del ingreso disponible de los clientes y del contexto económico general.

Valor del beta utilizado

El valor del beta se obtiene desde la base de datos de betas por industria elaborada por Aswath Damodaran (New York University), fuente ampliamente utilizada en el ámbito académico y profesional para la estimación del riesgo sectorial.

Para la industria seleccionada, el beta correspondiente es:

$$\beta = 1,02$$

Este valor indica que el proyecto presenta un nivel de riesgo ligeramente superior al promedio del mercado, lo cual es coherente con un negocio de servicios personales como una barbería, que depende del consumo local y de la estabilidad de la demanda.

Tabla 4-3. Base de datos de betas

Industria	Número de empresas	Beta
Servicios para empresas y consumidores	162	1,02

Fuente: Base de datos de betas por industria – Aswath Damodaran (NYU Stern).

Una vez obtenido los valores la tasa de descuento es:

Rf: 2,45 %

Rm: 6 %

B: 1,02

Entonces reemplazamos los valores en la formula:

$$R = 2,45 + (6 - 2,45) * 1,02$$

R= 6,071 %.

Dado lo anterior, se obtiene que la tasa de descuento calculada mediante el modelo CAPM es de 6,07 %. Sin embargo, este resultado representa únicamente el riesgo sistemático del mercado y del sector, por lo que no incorpora de manera explícita los riesgos específicos asociados al proyecto.

En el contexto de la evaluación de proyectos, la prima por riesgo porcentual corresponde a una tasa adicional de retorno exigida por el inversionista para compensar riesgos propios del proyecto, tales como la apertura de un nuevo local, el posicionamiento en el mercado y la variabilidad de la demanda.

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 una nueva tecnología conocida
		Proyectos con información de mercado incompleta
Bajo	1%-5%	Mejoramiento de la productividad
		Expansiones en un mercado en donde es líder y lo conoce bien
Muy bajo	0%-1%	Reducción de costos
		Proyectos relativos de seguridad

Fuente: Asignatura “preparación y evaluación de proyectos”

Figura 4-3. Tabla de primas por riesgos.

Considerando la tabla de primas por riesgo, el proyecto se clasifica dentro de un nivel de riesgo mediano, el cual presenta un rango de prima entre 10 % y 20 %.

Dado que el proyecto corresponde a la implementación de una nueva sucursal de barbería, con procesos operativos conocidos, pero con incertidumbre asociada a la demanda inicial, se adopta una prima por riesgo del 15 %, valor intermedio dentro del rango establecido.

Tasa de descuento ajustada

En base a lo anterior, se define una tasa de descuento ajustada por riesgo del proyecto, la cual se obtiene sumando la prima por riesgo a la tasa libre de riesgo:

$$R_{ajustada} = R_f + \text{prima de riesgo}$$

$$R_{ajustada} = 1,17 \% + 15 \%$$

$$R_{ajustada} = 16,17 \%$$

Esta tasa será utilizada en la evaluación económica del proyecto, permitiendo analizar la sensibilidad de los indicadores frente a un mayor nivel de riesgo.

4.1.3. Moneda a utilizar

Para la evaluación económica del proyecto se utilizará la Unidad de Fomento (UF) como moneda de análisis. Esto permite expresar los flujos de caja, costos e inversiones en términos reales, eliminando el efecto de la inflación y asegurando la comparabilidad de los valores a lo largo del horizonte del proyecto.

Se considera el valor de la UF de 39.655,08.

4.1.4. Impuestos

El impuesto a la renta corresponde a una parte de las utilidades generadas por la empresa y se paga de manera anual. Para efectos de la evaluación económica del proyecto, se considera el Impuesto de Primera Categoría, aplicable a las rentas obtenidas por la actividad comercial de la barbería.

De acuerdo con la información publicada por el Servicio de Impuestos Internos (SII), para el año 2025 la tasa del Impuesto de Primera Categoría corresponde a un 25 %, según lo establecido para los contribuyentes afectos al artículo 14 letra D N°3 de la Ley sobre Impuesto a la Renta, régimen vigente a contar del año 2025.

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	16,50%
2004 hasta 2010	17%
2011 hasta 2013	20%
2014	21%
2015	22,50%
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)	25,50%
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 para contribuyentes artículo 14, letra D) N°3 LIR (Régimen creado por la Ley 21.578 de 2023)	10%
2024 para contribuyentes artículo 14, letra D) N°3 LIR (Régimen creado por la Ley 21.578 de 2023)	12,50%
2025 y siguientes para contribuyentes artículo 14, letra D) N°3 LIR (Régimen creado por la Ley 21.578 de 2023)	25%

Fuente: https://www.sii.cl/preguntass_frecuentes/renta.

Figura 4-4. Tasa de impuesto de primera categoría.

4.1.5. Depreciaciones

La depreciación corresponde a la pérdida de valor de los activos fijos producto de su uso y del paso del tiempo, pudiendo ser normal o acelerada. En este proyecto se utiliza el método de depreciación acelerada, considerando que el horizonte de evaluación es de cinco años.

Las vidas útiles de los activos se determinan a partir de la nueva tabla de vida útil de los bienes físicos del activo inmovilizado publicada por el Servicio de Impuestos Internos (SII), la cual establece vidas útiles específicas para cada tipo de activo.

Tabla 4-4. Depreciación de activos según el SII.

Tipo de activo (según SII)	Vida útil normal	Vida útil acelerada
Instalaciones en general	10	3
Local comercial	40	13
Muebles y enseres	7	2

Fuente SII: https://www.sii.cl/valores_y_fechas/tabla_vida_util_activo_inmovilizado.html

Depreciación de los equipos que se utilizaran en los servicios de barbería.

Tabla 4-5. Depreciación de los equipos que se utilizaran en la barbería.

Descripción equipo / accesorio	Valor UF	Deprec. acelerada (años)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Local comercial	3.500	13	318,18	318,18	318,18	318,18	318,18
Máquina Clipper Andis Master Gold	40,59	2	20,3	20,3	–	–	–
Máquina Clipper Babyliss Boost+	21,19	2	10,6	10,6	–	–	–
Máquina Shaver Babyliss FX2 Gold	15,01	2	7,51	7,51	–	–	–
Pack Tijeras PFIFERY 6.0 + Estuche	5,3	2	2,65	2,65	–	–	–
Porta Navaja + filo	0,88	2	0,44	0,44	–	–	–
Botapelo con talquera	0,88	2	0,44	0,44	–	–	–
Rociador Toni&Guy	0,88	2	0,44	0,44	–	–	–
Espejo redondo con mango	0,88	2	0,44	0,44	–	–	–
Basurero 10 litros con pedal	1,15	2	0,58	0,58	–	–	–
Sillón Aviador Gold Negro	52,97	2	26,49	26,49	–	–	–
Secador Babyliss Nano Titanium x Tomb45	26,48	2	13,24	13,24	–	–	–
Lavapelo Estático Loza Negra	19,17	2	9,59	9,59	–	–	–
Futón Neonais PU (sala de espera)	2,27	2	1,14	1,14	–	–	–
Mueble de barbería con espejo y cajón	28,25	2	14,13	14,13	–	–	–
Vitrina melamínica 180×60×80 negra	9,08	2	4,54	4,54	–	–	–
Parlante activo 100W + Subwoofer	3,03	2	1,52	1,52	–	–	–
Aire acondicionado	12,62	3	4,21	4,21	4,21	–	–
Televisor LED 32–40"	3,78	2	1,89	1,89	–	–	–
Mini refrigerador bebidas	2,93	2	1,47	1,47	–	–	–
POS móvil pago tarjetas	0,48	2	0,24	0,24	–	–	–
TOTAL			440,04	440,04	322,39	318,18	318,18

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4-6. Valor libro.

Valor libro
1909

Fuente: Elaboración propia

El valor residual:

- Vida útil del inmueble: 40 años
- Depreciación normal: $3.500/40 = 87,5$ UF
- Depreciación acumulada $87,5 * 5: 437,5$
- Valor residual: $3.500 - 437,5: 3.062,5$

Tabla 4-7. Valor Residual

Valor residual
3.062,5

Fuente: Elaboración propia

4.2. PROYECTO PURO

4.2.1. Flujo de caja sin financiamiento

A continuación, se detalla la inversión inicial del proyecto, junto con el flujo de caja correspondiente al proyecto puro, en el cual el inversionista se financia completamente su proyecto.

Tabla 4-8. Inversión Inicial del proyecto.

Activos fijos + instalación	\$3.880
Gastos de puesta en marcha e imprevistos	\$390
Capital de trabajo	\$110
TOTAL, UF	\$4.380

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4-9. Balance proyecto puro

Año	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		801	1.407	1.761	1.887	2.032
(-) Egresos		-52	-52	-52	-52	-52
(=) Margen		749	1.355	1.709	1.835	1.980
(-) Depreciación		-391	-391	-273	-269	-269
(+) Valor Residual						3.062
(-) Valor Libro						-2.545
(-) Intereses L.P.						
(-) Intereses C.P.						
(=) Utilidad antes de impuestos		358	964	1.436	1.566	2.227
(-) Impuestos (25%)		-89	-241	-359	-392	-557
(=) Utilidad después de Impuestos		268	723	1.077	1.175	1.670
(+) Depreciación		391	391	273	269	269
(+) Valor libro						2.545
(-) Inversion activos fijos	-3.880					
(-) Puesta en Marcha e imprevistos	-390					
(-) Capital de trabajo	-110					110
(+) Recuperacion capital de trabajo						
(-) Valor de desecho del proyecto.						
Recuperacion de IVA						
Flujo antes del financiamiento	-4.380	660	1.114	1.350	1.444	4.594
Credito Largo Plazo						
Credito Corto Plazo						
(=) Flujo de Caja	-4.380	660	1.114	1.350	1.444	4.594
(=)FC Actualizado	-4.380	568	826	861	793	2.172
(=)FC Acumulado	-4.380	-3.813	-2.987	-2.126	-1.333	839

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4-10. Indicadores económicos.

VAN	839 UF
TIR	22 %
PRI	5 año
Tasa de descuento	16,17%

Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Indicadores económicos

A continuación, se presenta el análisis del proyecto en base a los principales indicadores económicos obtenidos a partir del flujo de caja sin financiamiento, utilizando una tasa de descuento del 16,17 %, calculada mediante el modelo CAPM.

4.2.2.1. Valor Actual Neto (VAN)

El proyecto puro presenta un Valor Actual Neto (VAN) positivo de 839 UF, lo que indica que los flujos de caja futuros generados por la operación, descontados a la tasa exigida por el inversionista del 16,17 %, superan la inversión inicial realizada. Este resultado evidencia que, bajo el escenario sin financiamiento, el proyecto logra generar valor económico adicional, siendo capaz de recuperar la inversión y producir un excedente positivo al término del horizonte de evaluación.

4.2.2.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto puro alcanza un 22 %, valor superior a la tasa de descuento utilizada en la evaluación. Esto indica que la rentabilidad del proyecto es suficiente para cubrir el costo de oportunidad del capital propio, cumpliendo con la rentabilidad mínima exigida por el inversionista y confirmando la viabilidad financiera del proyecto bajo este escenario.

4.2.2.3. Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

El Período de Recuperación de la Inversión (PRI) del proyecto puro es de 5 años, lo que implica que la inversión inicial se recupera al final del horizonte de evaluación considerado. Si bien el plazo de recuperación es relativamente extenso, resulta coherente con la magnitud de la inversión inicial y con el carácter inmobiliario del proyecto, siendo aceptable desde una perspectiva de largo plazo.

4.2.3. Rentabilidad del proyecto puro

El Período de Recuperación de la Inversión (PRI) del proyecto puro es de 5 años, lo que implica que la inversión inicial se recupera al final del horizonte de evaluación considerado. Si bien el plazo

de recuperación es relativamente extenso, resulta coherente con la magnitud de la inversión inicial y con el carácter inmobiliario del proyecto, siendo aceptable desde una perspectiva de largo plazo.

El proyecto puro presenta resultados financieros positivos, lo que se explica principalmente por una estructura de costos operacionales baja, tanto en costos fijos como variables, lo que permite una generación sostenida de flujos de caja positivos durante la operación del proyecto.

4.3. PROYECTO CON FINANCIAMIENTO AL 25%

A continuación, se analizan los principales indicadores económicos del proyecto considerando un financiamiento externo equivalente al 25 % de la inversión inicial, manteniendo una tasa de descuento del 16,17 %, calculada mediante el modelo CAPM. Flujo de caja con Financiamiento

Tabla 4-11. Flujo de caja con financiamiento al 25%.

Año	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		801	1.407	1.761	1.887	2.032
(-) Egresos		-52	-52	-52	-52	-52
(=) Margen		749	1.355	1.709	1.835	1.980
(-) Depreciación		-391	-391	-273	-269	-269
(+) Valor Residual						3.062
(-) Valor Libro						-2.545
(-) Intereses L.P.		-157	-134	-108	-77	-42
(-) Intereses C.P.						
(=) Utilidad antes de impuestos		201	830	1.328	1.489	2.185
(-) Impuestos (25%)		-50	-207	-332	-372	-546
(=) Utilidad después de Impuestos		150	622	996	1.117	1.639
(+) Depreciación		391	391	273	269	269
(-) Inversiones	-4.270					
(+) Valor Libro						2.545
(+) Créditos L.P.	1.095					
(+) Créditos C.P.						
(-) Amortizaciones de créditos L.P.		-159	-184	-214	-249	-289
(-) Amortizaciones de créditos C.P.						
(+/-) Capital de trabajo	-110					110
(=) Flujo de Caja	-3.285	383	829	1.055	1.137	4.275
(=)FC Actualizado	-3.285	330	614	673	624	2.020
(=)FC Acumulado	-3.285	-2.956	-2.341	-1.668	-1.044	976

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4-12. Indicadores económicos.

VAN	976 UF
TIR	25 %
PRI	5 año
Tasa de descuento	16,17%

Fuente: Elaboración propia

4.3.1. Indicadores económicos

4.3.1.1. Valor Actual Neto (VAN)

El proyecto con financiamiento al 25 % presenta un Valor Actual Neto (VAN) positivo de 976 UF, lo que indica que los flujos de caja futuros, descontados a la tasa exigida por el inversionista, superan ampliamente la inversión inicial neta. Este resultado evidencia que, bajo este esquema de financiamiento, el proyecto genera un mayor valor económico en comparación con el proyecto puro.

4.3.1.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) alcanza un 25 %, valor significativamente superior a la tasa de descuento del 16,17 %. Esto demuestra que la rentabilidad del proyecto financiado es elevada y que el uso de deuda permite potenciar el rendimiento del capital propio, fortaleciendo el atractivo financiero del proyecto.

4.3.1.3. Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

El Período de Recuperación de la Inversión (PRI) es de 5 años, lo que implica que la inversión inicial se recupera dentro del horizonte de evaluación considerado. Si bien el plazo de recuperación es similar al del proyecto puro, el mayor nivel de flujos netos generados bajo este escenario refuerza la solidez financiera del proyecto.

4.3.2. Rentabilidad del proyecto con financiamiento al 25%

En función de los indicadores obtenidos, el proyecto con financiamiento al 25 % resulta rentable, presentando un VAN considerablemente superior y una TIR muy por sobre la tasa de descuento. Este desempeño se explica por la reducción del desembolso inicial de capital propio y por el aprovechamiento del efecto del financiamiento en la estructura de costos financieros del proyecto.

En consecuencia, la incorporación de financiamiento permite optimizar la estructura de capital, mejorar los indicadores de rentabilidad y aumentar el valor económico generado, manteniendo una recuperación de la inversión dentro de un plazo aceptable.

4.4. PROYECTO CON FINANCIAMIENTO AL 50%

El flujo de caja con financiamiento al 50% incorpora los ingresos y egresos operacionales del proyecto, junto con los efectos del endeudamiento sobre la rentabilidad del inversionista. En este escenario, la inversión inicial se divide entre aporte propio y crédito, registrándose el desembolso neto de capital y la entrada por financiamiento.

4.4.1. Flujo de caja con Financiamiento**Tabla 4-13.** Flujo económico financiado al 50%.

Año	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		801	1.407	1.761	1.887	2.032
(-) Egresos		-52	-52	-52	-52	-52
(=) Margen		749	1.355	1.709	1.835	1.980
(-) Depreciación		-391	-391	-273	-269	-269
(+) Valor Residual						3.062
(-) Valor Libro						-2.545
(-) Intereses L.P.		-354	-303	-243	-174	-93
(-) Intereses C.P.						
(=) Utilidad antes de impuestos		4	662	1.192	1.392	2.133
(-) Impuestos (25%)		-1	-165	-298	-348	-533
(=) Utilidad después de Impuestos		3	496	894	1.044	1.600
(+) Depreciación		391	391	273	269	269
(-) Inversiones	-4.270					
(+) Valor Libro						2.545
(+) Créditos L.P.	2.190					
(+) Créditos C.P.						
(-) Amortizaciones de créditos L.P.		-317	-369	-428	-498	-578
(-) Amortizaciones de créditos C.P.						
(+/-) Capital de trabajo	-110					110
(=) Flujo de Caja	-2.190	77	519	739	816	3.947
(=)FC Actualizado	-2.190	66	384	472	448	1.865
(=)FC Acumulado	-2.190	-2.124	-1.740	-1.269	-821	1.045

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4-14. Indicadores económicos.

VAN	1.045
TIR	28 %
PRI	5
Tasa de descuento	16,17%

Fuente: Elaboración propia

4.4.2. Indicadores económicos

4.4.2.1. Valor Actual Neto (VAN)

El proyecto con financiamiento al 50 % presenta un Valor Actual Neto (VAN) positivo de 1.388 UF, lo que indica que los flujos de caja futuros, descontados a la tasa exigida por el inversionista, superan ampliamente la inversión inicial de capital propio. Este resultado evidencia que el proyecto genera un alto nivel de valor económico bajo este esquema de financiamiento.

4.4.2.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto alcanza un 32 %, valor considerablemente superior a la tasa de descuento del 16,17 %. Esto confirma que el aumento del nivel de financiamiento potencia la rentabilidad del capital propio, generando un efecto de apalancamiento financiero positivo y fortaleciendo el atractivo del proyecto desde el punto de vista económico.

4.4.2.3. Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

El Período de Recuperación de la Inversión (PRI) es de 5 años, lo que implica que la inversión inicial se recupera antes del término del horizonte de evaluación.

4.4.3. Rentabilidad del proyecto con financiamiento

En función de los indicadores obtenidos, el proyecto con financiamiento al 50 % resulta altamente rentable, presentando un VAN elevado, una TIR muy por encima de la tasa de descuento y un período de recuperación más corto. Este desempeño se explica por una reducción significativa del aporte de capital propio, junto con una estructura de costos operacionales acotada y flujos de caja estables durante la operación.

4.5. PROYECTO CON FINANCIAMIENTO AL 75%

El flujo de caja con financiamiento al 75 % incorpora los ingresos y egresos operacionales del proyecto, junto con los efectos del endeudamiento sobre la rentabilidad del inversionista. En este

escenario, la inversión inicial se financia mayoritariamente mediante crédito, registrándose un menor desembolso de capital propio y una mayor entrada por financiamiento externo.

4.5.1. Flujo de caja con financiamiento

Tabla 4-15. Flujo económico financiado al 75%.

Año	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		801	1.407	1.761	1.887	2.032
(-) Egresos		-52	-52	-52	-52	-52
(=) Margen		749	1.355	1.709	1.835	1.980
(-) Depreciación		-391	-391	-273	-269	-269
(+) Valor Residual						3.062
(-) Valor Libro						-2.545
(-) Intereses L.P.		-531	-454	-365	-261	-140
(-) Intereses C.P.			-215			
(=) Utilidad antes de impuestos		-173	295	1.071	1.305	2.087
(-) Impuestos (25%)		43	-74	-268	-326	-522
(=) Utilidad después de Impuestos		-130	221	803	979	1.565
(+) Depreciación		391	391	273	269	269
(-) Inversiones	-4.270					
(+) Valor Libro						2.545
(+) Créditos L.P.	3.285					
(+) Créditos C.P.		215				
(-) Amortizaciones de créditos L.P.		-476	-553	-643	-746	-867
(-) Amortizaciones de créditos C.P.						
(+/-) Capital de trabajo	-110					110
(=) Flujo de Caja	-1.095	0	59	434	502	3.623
(=)FC Actualizado	-1.095	0	44	277	276	1.712
(=)FC Acumulado	-1.095	-1.095	-1.051	-774	-499	1.213

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4-16. Indicadores económicos.

VAN	1.213 UF
TIR	37 %
PRI	5 año
Tasa de descuento	16,17%

Fuente: Elaboración propia

4.5.2. Indicadores económicos

4.5.2.1. Valor Actual Neto (VAN)

El proyecto con financiamiento al 75 % presenta un Valor Actual Neto (VAN) positivo de 1.800 UF, lo que indica que los flujos de caja futuros, descontados a la tasa exigida por el inversionista, superan ampliamente la inversión inicial de capital propio. Este resultado evidencia que el proyecto continúa generando valor económico bajo un alto nivel de apalancamiento financiero.

4.5.2.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto alcanza un 48 %, valor muy superior a la tasa de descuento del 16,17 %. Este resultado confirma que el aumento del financiamiento potencia de manera significativa la rentabilidad del capital propio, intensificando el efecto de apalancamiento financiero y elevando el atractivo del proyecto desde el punto de vista económico.

4.5.2.3. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El Período de Recuperación de la Inversión (PRI) es de 5 años, lo que implica que la inversión inicial se recupera al término del horizonte de evaluación.

4.5.3. Rentabilidad del proyecto con financiamiento

En función de los indicadores obtenidos, el proyecto con financiamiento al 75 % resulta altamente rentable, presentando un VAN positivo elevado, una TIR significativamente superior a la tasa de descuento y un período de recuperación reducido. Este desempeño se explica por una disminución sustancial del aporte de capital propio, junto con una estructura de costos operacionales acotada y flujos de caja estables durante la operación.

4.6. Resumen comparativo de indicadores económicos

Con el objetivo de comparar el desempeño económico del proyecto bajo distintas estructuras de financiamiento, la Tabla 4.17 resume los principales indicadores económicos obtenidos —Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y Período de Recuperación de la Inversión (PRI)—

para el escenario de proyecto puro y para niveles crecientes de financiamiento externo (ver tabla 4-17).

Tabla 4-17. Resumen indicadores económicos.

Escenario de financiamiento	VAN (UF)	TIR (%)	PRI (años)
Proyecto puro	839	22%	5
Financiamiento 25 %	942	24 %	5
Financiamiento 50 %	1045	28 %	5
Financiamiento 75 %	1.213	37 %	5

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran que el proyecto es económicamente viable en todos los escenarios analizados, presentando VAN positivo y TIR superior a la tasa de descuento exigida. Asimismo, se observa que a medida que aumenta el nivel de financiamiento externo, el VAN y la TIR se incrementan de forma significativa, mientras que el PRI se mantiene constante en cinco años hasta el 50 % de financiamiento y se reduce a cuatro años en el escenario de financiamiento del 75 %. Esto evidencia que un mayor grado de apalancamiento financiero mejora la rentabilidad del capital propio, siendo el escenario de financiamiento al 75 % el que presenta el mejor desempeño económico.

4.7. SENSIBILIZACIONES

El análisis de sensibilización tiene por objetivo evaluar la robustez económica del proyecto frente a variaciones en variables críticas, permitiendo identificar los factores que ejercen mayor influencia sobre los resultados financieros. A través de este análisis, se busca determinar cómo cambios en parámetros clave afectan el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), así como establecer los umbrales críticos a partir de los cuales el proyecto deja de generar valor económico.

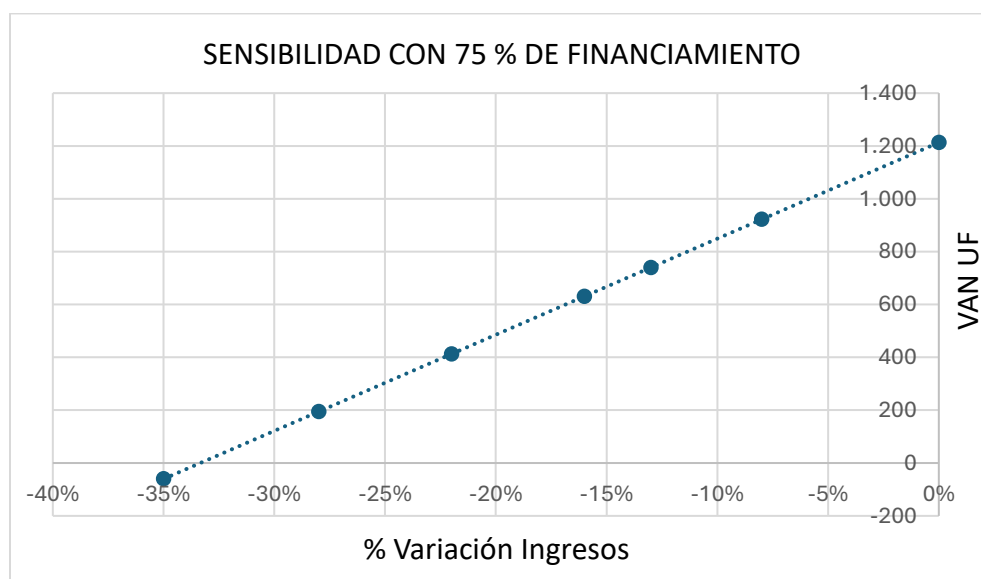
4.7.1. Sensibilización por ingreso

En esta sección se analiza el comportamiento del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) frente a variaciones porcentuales en los ingresos del proyecto. El análisis se desarrolla considerando un horizonte de evaluación de 5 años y un financiamiento externo del 75 %, manteniendo constante la estructura de costos, la inversión inicial y las condiciones de financiamiento.

Tabla 4-18. Variaciones de precio para VAN y TIR.

Variacion de Ingreso	VAN	TIR
0%	1.213	37%
-8%	922	32%
-13%	740	29%
-16%	631	27%
-22%	413	23%
-28%	194	19%
-35%	-60	15%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4-1. Variación de ingreso vs VAN

Se puede observar que los ingresos del proyecto pueden disminuir hasta aproximadamente entre un 28% - 35% del valor base para obtener un VAN igual a cero.

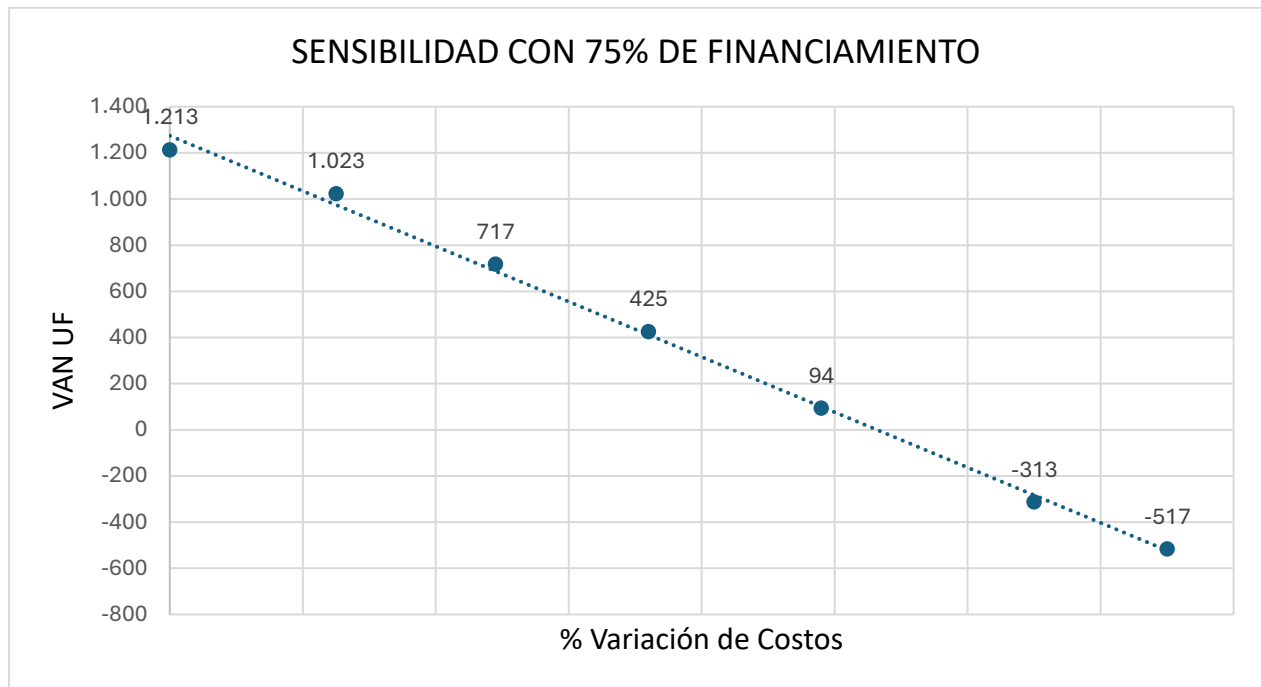
4.7.2. sensibilización por egresos

en esta sección, se proporciona un análisis de las variaciones en el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR) en función de las fluctuaciones porcentuales en los egresos (costos fijos más costos variables) del proyecto a lo largo del horizonte de 5 años, considerando un financiamiento del 75% y se indica el valor en el cual el VAN se igual a cero.

Tabla 4-19. Variación de egresos con respecto al VAN y TIR

Variación de Costos (fijos + variables)	VAN	TIR
0%	1.213	37%
250%	1.023	33%
490%	717	28%
720%	425	23%
980%	94	18%
1300%	-313	11%
1500%	-517	7%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4-2. Variación de egresos vs VAN.

Se puede apreciar en las ilustraciones que los egresos pueden entre 980 % - 1300 % para obtener un VAN igual a cero.

CONCLUSIONES

A partir del desarrollo del presente estudio de prefactibilidad, se concluye que la apertura de una nueva sucursal de Barbería Bruno SpA en la comuna de Maipú es técnica y económicamente viable. En el escenario de proyecto puro, sin financiamiento externo, el proyecto genera flujos de caja positivos durante el horizonte de evaluación, alcanzando un Valor Actual Neto (VAN) de 839 UF, una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 22 %, superior a la tasa de descuento del 16,17 %, y un Período de Recuperación de la Inversión (PRI) de 5 años, lo que evidencia la capacidad del proyecto para generar valor económico con recursos propios y recuperar la inversión dentro del horizonte de evaluación.

La incorporación de financiamiento externo permite mejorar de manera significativa los indicadores de rentabilidad del proyecto. En particular, bajo una estructura de financiamiento del 75 %, el proyecto alcanza un VAN de 1.213 UF, una TIR de 37 % y un PRI de 5 años, reduciendo el esfuerzo de inversión inicial del inversionista y aumentando de manera relevante la rentabilidad del capital propio. Los resultados confirman que el financiamiento actúa como un mecanismo de optimización financiera, manteniendo la viabilidad del proyecto bajo distintos niveles de apalancamiento.

Los resultados económicos obtenidos se explican principalmente por una estructura de costos operacionales acotada, tanto en costos fijos como variables, y por un modelo de ingresos basado en la prestación directa de servicios y en el arriendo de puestos de trabajo, lo que contribuye a estabilizar los flujos de caja y a disminuir la dependencia directa de la demanda atendida por el titular del proyecto.

Finalmente, el análisis de sensibilidad demuestra que el proyecto mantiene su viabilidad frente a variaciones razonables en los ingresos y los egresos operacionales, identificándose umbrales críticos que permiten evaluar el riesgo asociado a cambios en las condiciones de mercado. En conjunto, los resultados de la evaluación económica, los flujos de caja proyectados y el análisis de sensibilidad respaldan la ejecución del proyecto, entregando una base sólida para su implementación, así como para una eventual etapa de factibilidad o expansión futura.

BIBLIOGRAFÍA

AgendaPro. (2024). Directorio de barberías en Maipú.

<https://www.agendapro.com/cl/barberias/maipu>

Emol. (2024, 15 de marzo). <https://www.emol.com/noticias/Economia/2024/03/15/barberias-premium-crecimiento>

Instituto Nacional de Estadísticas. (2024). <https://www.ine.cl/estadisticas/sociales/censos-de-poblacion-y-vivienda>

Instituto Nacional de Estadísticas. (2025). Proyecciones de inflación anual 2025-2028. INE Chile. <https://www.ine.cl/proyecciones/economicas>

Kantar. (2024). Informe omnicanalidad en cuidado personal: Chile 2024. <https://www.kantar.com/latin-america/informes/cuidado-personal-omnicanal>

Servicio de Impuestos Internos. (2025). Impuesto de Primera Categoría. https://www.sii.cl/ayudas/ayudas_por_servicios/1956-impuesto-primera-categoria-1961.html

Servicio de Impuestos Internos. (2025). Tabla de vida útil normal de los bienes físicos del activo inmovilizado. https://www.sii.cl/valores_y_fechas/vida_util_2020.htm

Servicio de Impuestos Internos. (2025). Valores históricos de la Unidad de Fomento (UF). https://www.sii.cl/valores_y_fechas/uf/uf2025.htm

Banco Central de Chile. (2025). Indicadores económicos y estadísticas financieras. <https://www.bcentral.cl/web/banco-central/areas/estadisticas>

Damodaran, A. (2025). Betas by sector. NYU Stern School of Business. https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

ANEXOS

Anexo 1. Noticias de Barberías

EMOLTV Streaming y entrevistas: La programación de este martes 20 de enero en EmoITV

Más de 400 barberías abrieron en 2023: Cerca de la mitad se concentra en el RM

Santiago lidera el ranking con 32, seguida por Viña del Mar y Providencia con 14 cada una. Hace una semana, la contralora (s) advirtió sobre una posible relación con el crimen organizado.

21 de Abril de 2024 | 08:05 | Emol

57    



El Mercurio

La cifra llama la atención en un país donde la economía no se caracteriza precisamente hoy por su dinamismo: 402 empresas con el nombre "barber" o "barbería" fueron constituidas en 2023 en el Registro de Empresas y Sociedades del Ministerio de Economía, en base a un análisis realizado por "El Mercurio". Estos negocios han crecido sostenidamente durante los últimos tres años, generando inquietud ciudadana y la advertencia de la contralora (s), Dorothy Pérez, de que algunos de estos podrían funcionar como fachada del crimen organizado, pues cierran en horas de la madrugada e incluso tienen servicio de "delivery". Cuando se compara con años anteriores se observa que en 2021 fueron 317 los establecimientos abiertos con esa denominación y al año siguiente, 348. En todo ese periodo, el fenómeno se ha concentrado principalmente en la **Región Metropolitana, en donde solo en 2023 se inauguraron 198 nuevas barberías, seguida por Valparaíso, con 49, Biobío, con 31, y La Araucanía, con 23.** "El número en crecimiento se nota que no corresponde a la situación económica del país (...). Lo que la contralora dice es una verdad, se ve a luces que es así. Tenemos municipalidades que otorgan patentes a cinco barberías en una misma cuadra. Eso es ilógico, por decir lo menos", comenta Juan Carlos Gatica, vicepresidente de la Confederación Nacional Gremial de Peluqueros y Estilistas de Chile (Congrepech). Coincide Sergio Morales, coordinador del Observatorio del Comercio ilícito y Seguridad de la Cámara Nacional de Comercio (CNC), quien dice que lo que se está haciendo en muchos casos es "blanquear platas mediante boletas a través de servicios que son un disfraz para poder ingresar al mercado ilícito (...). Algo está pasando y hay que depurar entre quienes están trabajando de manera legítima y aquellos que no lo están haciendo".

Lee más en [El Mercurio](#).

RECOMENDADOS EMOL



Rodrigo Vera, el alcalde de Penco "emocionado" por el daño de los incendios y que se enfrentó al Gobierno el domingo

103



Lirquén, 80% destruido: Historia de la localidad transformada en la zona cero de la tragedia

78



Futuro oficialismo analiza ofensiva por fallo de la Suprema que eliminó rebajas de condena en casos de DD.HH.

108



¿Gobierno?, ¿Oficialismo?, ¿La familia?, ¿Quién instaló la ahora falsa tesis por activismo de la muerte de Julia Churil?

348

MIRADA GLOBAL



Anexo 2. Cotización remodelación de barbería



Don Joel - Reparación y Construcción

Cotización de Servicios

Fecha: 20-11-2025

Cliente: Bastián Fredes Puente

Dirección: Maipù, Santiago, Chile

Contacto: bastian.fredes@correo.cl

Descripción del Servicio	Cantidad	Precio (CLP)
Habilitación de 4 puestos de barbería con espejos y muebles	4	2.625.000
Habilitación de zona para venta de cerveza con lavacopas	1	900.000
Instalación de iluminación adecuada para cada área	1	800.000
Pintura, decoración y acabados modernos	1	700.000
TOTAL		5.025.000

Nota: Esta cotización es válida por 30 días a partir de la fecha de emisión.

Para más información, visite nuestra página web o contáctenos directamente.