

**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
SEDE VIÑA DEL MAR - JOSÉ MIGUEL CARRERA**

**ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD DE CREAR
DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS PARA LA DEFENSA
PERSONAL FEMENINA, EN LA CIUDAD DE VIÑA DEL
MAR.**

Trabajo de Titulación para optar al
Título Profesional de Ingeniero
de Ejecución en GESTIÓN INDUSTRIAL

Alumna: Paula Andrea Navarro Bohme

Profesor guía: Gabriel Jara

RESUMEN

KEYWORDS: TIENDA DE PRODUCTOS DE AUTODEFENSA PERSONAL FEMENINA.

El presente trabajo de título tiene como objetivo principal a estudiar la creación de una tienda de productos para la defensa personal femenina, orientándose en la diferenciación de los productos. El informe se divide en 5 capítulos.

Capítulo I: “Diagnóstico y metodología de evaluación”; esta etapa es donde se ven los antecedentes generales del proyecto, sus objetivos y contexto del desarrollo del proyecto. Luego se analiza la situación con y sin proyecto, manteniendo prematuramente la idea de cómo debería desarrollarse la puesta en marcha de la tienda de productos para la autodefensa. Por último, se entregan los criterios de evaluación financiera. Detallando los indicadores a utilizar.

Capítulo II: “Análisis de prefactibilidad de mercado”; aquí se presenta el método a utilizar para generar proyecciones de demanda actual y futura, se realiza una encuesta que ayudará a estimar la demanda del proyecto, mediante el análisis de mercado actual. También se genera la información de localización que aporta el desarrollo del análisis de estimación de demanda, evaluando ventajas y desventajas

Capítulo III: “Análisis de prefactibilidad técnica”; en este capítulo se estudian los aspectos técnicos que se requieren para llevar a cabo el proyecto, como la cuantificación de los insumos, procesos críticos, capital de trabajo. LAY OUT. Teniendo una inversión inicial de 664,75 UF.

Capítulo IV: “Análisis de prefactibilidad administrativa, legal, societaria, tributaria, financiera y ambiental”; se establecerán las estructuras organizacionales describiendo colaboradores, sus cargos y los perfiles necesarios para desarrollar el trabajo requerido, también se verá la forma de sociedad que será la empresa, su parte financiera y los aspectos legales del proyecto.

Capítulo V: “Evaluación económica”; en esta última parte del proyecto se realizará la evaluación económica, es decir, si el proyecto tiene factibilidad de ejecución, el análisis se lleva mediante un estudio de 3 flujos de caja, de distintos tipos, ya sea el primero como proyecto puro, con financiamiento del 50% o 75%, para así ver que flujo nos da mejor indicio de proyecto.

Finalmente se presentan las conclusiones, donde el resultado arrojado por el análisis económico determinó que, a partir de los 3 tipos de financiamiento, el proyecto financiado externamente en un 75% es el que presenta una mayor rentabilidad respecto de los otros proyectos analizados con financiamiento externo del 50% y/o el proyecto puro. Aunque su recuperación de inversión se dará en el tercer año, observando los flujos reflejados en el presente informe. Cabe señalar también que el VAN en este flujo es mayor que en los anteriormente descritos, siendo de 1.216,89, respecto al del 50% que fue de 1.204,46 y el puro un 1.179,61.

ÍNDICE

Contenido

| | |
|--|----|
| UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA | 1 |
| RESUMEN | 2 |
| INTRODUCCIÓN..... | 7 |
| CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN..... | 8 |
| 1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN | 9 |
| 1.1 DIAGNÓSTICO..... | 9 |
| 1.1.2. Objetivos del proyecto | 11 |
| 1.1.3. Antecedentes cualitativos | 11 |
| 1.1.4 Contexto de desarrollo del proyecto..... | 12 |
| 1.1.5 Tamaño del proyecto | 13 |
| 1.1.6. Impactos relacionados con el proyecto | 14 |
| 1.2 METODOLOGÍA | 14 |
| CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO..... | 19 |
| 2. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO..... | 21 |
| 2.1 Definición del producto..... | 21 |
| 2.2 ANÁLISIS DE DEMANDA ACTUAL Y FUTURA..... | 22 |
| 2.3 Variables que afectan a la demanda..... | 36 |
| 2.4 Análisis de la oferta actual y futura..... | 38 |
| 2.5. Comportamiento del mercado | 39 |
| 2.6. Determinación de niveles de precio y proyecciones | 41 |
| 2.7 Análisis de localización..... | 43 |

| | |
|--|----|
| 2.8. Análisis del sistema de comercialización | 47 |
| CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA..... | 50 |
| 3. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA..... | 51 |
| 3.1 Descripción y selección de procesos | 51 |
| 3.2. Diagrama de flujo de proceso..... | 53 |
| 3.3 SELECCIÓN DE EQUIPOS..... | 54 |
| 3.4 Lay out..... | 59 |
| 3.5 Determinación de insumos, productos y subproductos | 60 |
| 3.6 Consumos de energía | 63 |
| 3.7 Programa de trabajo; turnos y gastos en personal | 66 |
| 3.8 Personal de operaciones, cargos perfiles y sueldos..... | 66 |
| 3.9 Inversiones en equipo y edificaciones..... | 67 |
| 3.10 Inversiones en capital de trabajo | 70 |
| 3.11 Costos de instalación y puesta en marcha | 71 |
| 3.12 Costos de imprevistos | 72 |
| 3.13 Tabla resumen inversión inicial..... | 73 |
| CAPITULO 4: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y AMBIENTAL | 74 |
| 4. ANALISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y AMBIENTAL..... | 75 |
| 4.1 Prefactibilidad administrativa | 75 |
| 4.2 Legal..... | 79 |
| 4.3 Societaria..... | 83 |
| 4.4 Tributaria | 84 |

| | |
|---|-----|
| 4.5. Financiera | 85 |
| 4.6. Ambiental | 89 |
| CAPITULO 5: EVALUACIÓN ECONÓMICA | 93 |
| 5. EVALUACIÓN ECONÓMICA..... | 94 |
| 5.1. Consideraciones a utilizar | 94 |
| 5.2 Proyecto puro | 102 |
| 5.3 Proyecto con financiamiento externo | 104 |
| 5.4 Sensibilizaciones | 111 |
| CONCLUSIÓN | 116 |
| BIBLIOGRAFÍA | 117 |

INTRODUCCIÓN

Cada vez son más los casos de violencia de género hacia las mujeres que se vive en la actualidad, esta es una de las razones principales por las que cualquier mujer debería estar preparada para defenderse ante cualquier adversario en el momento en que lo llegue a necesitar con un kit de defensa.

Existen cada vez más casos de violencia hacia las mujeres, ya sea física o sexual, es por eso que la defensa personal para mujeres debe ser algo primordial en sus vidas y debe de tomarse con seriedad. Es importante estar preparada en estos tiempos tan inciertos.

La defensa es de ayuda vital para las mujeres que día a día están en desventaja ante un ataque físico, y no es necesario saber artes marciales o alguna otra actividad de defensa para poder evitar tales ataques, si no que se necesita un poco de ingenio para persuadir al atacante. Es por eso por lo que toda mujer debería cargar con ella artículos de defensa personal, como método de defensa en caso de sufrir algún acoso, robo con intimidación, etc., y se tenga que recurrir al uso de los productos.

El proyecto consiste en crear una tienda de artículos de defensa personal femenina ubicada en la ciudad de Viña del Mar y contaría con todos los implementos necesarios para que las mujeres se sientan seguras al transitar en las calles. También se contará con envíos a todo el país, a través de empresas externas como por ejemplo Starken, o Chile Express, o a comodidad del cliente.

Los costos de los productos serán de acuerdo con el tipo de producto, necesidad del consumidor y, por otro lado, para satisfacer a la demanda.



UNIVERSIDAD TÉCNICA
FEDERICO SANTA MARÍA

8

CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

1.1 DIAGNÓSTICO

1.1.1 Antecedentes generales y específicos del proyecto

Cabe destacar que cada 8 de marzo, se realizan varias actividades, como lucha en contra de la violencia hacia las mujeres “Cuando se trata de seguridad, la violencia ejercida contra las mujeres se da tanto en el espacio privado como en el público, y hay delitos específicos que tienen direccionalidad de género en tanto las mujeres tienen más probabilidades de ser víctimas sólo por ser mujeres. La violencia de género debe ser considerada un problema de seguridad que, por lo demás, muchas veces incluye situaciones, experiencias y comportamientos que no son delitos (y por ende se escapan a las mediciones tradicionales), pero que generan temor e inseguridad”. (Diario el desconcierto 07/03/2021), a continuación, Figura 1 correspondiente a una Marcha del 8M.



Fuente: Diario el desconcierto

Figura 1: Marcha 8M

“La seguridad pública, que se ha constituido por años como una de las principales preocupaciones de la población en Chile, y que a su vez es considerada como materia prioritaria en la agenda pública, también representa un área que sigue reproduciendo la violencia contra las mujeres y disidencias. No todas las personas sufren la inseguridad y la violencia de la misma manera. Según cifras del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género, al 4 de marzo de este año se han registrado 7 femicidios consumados y 24 femicidios frustrados. Por su parte, la Red Chilena Contra la Violencia hacia las Mujeres, por su parte, ha contabilizado 10 femicidios en lo que va del año. Estas cifras siguen una tendencia al alza que viene reproduciéndose en los últimos años en Chile y en el resto del mundo. Los datos de la XVI Encuesta Nacional Urbana de Seguridad Ciudadana (ENUSC) del año 2019, realizada por el INE, no sólo evidencian que las mujeres (10,5%) son proporcionalmente más víctimas de delitos que los hombres (7,2%) en base al indicador de victimización personal, sino que sienten más temor en los espacios públicos. En sintonía con esto, de acuerdo con las cifras de la IV Encuesta Nacional de Violencia contra la Mujer en el Ámbito Intrafamiliar y Otros Espacios, al observar el indicador de mujeres que han sido víctimas de violencia en el espacio público durante los últimos doce meses, es posible identificar un aumento significativo en los últimos años (de un 8,1% en el 2017 a un 17,9% en el 2020). Cuando se trata de Delitos de Mayor Connotación Social (DMCS) para el año 2020, las cifras de casos policiales indican que son los hombres quienes son mayoritariamente víctimas (65,1% del total), pero también victimarios (72,4%). Sin embargo, al observar la distribución específica de los delitos, las mujeres representan el mayor porcentaje de víctimas para los casos de violaciones (89,5% del total) y violencia intrafamiliar (79,4% del total)”. (Diario el desconcierto 07/03/2021).

1.1.2. Objetivos del proyecto

1.1.2.1. Objetivo General del proyecto

- Crear una tienda de productos para la defensa personal femenina, especializada en la diferenciación de los productos.

1.1.2.2. Objetivos Específicos del proyecto

- Incentivar las compras de productos para la defensa femenina como líder en innovación.
- Instalar tienda para la actividad.
- Diferenciarse de la competencia.
- Fomentar el tema de la defensa personal femenina y su seguridad.
- Entregar un servicio al alcance de muchas personas.

1.1.3. Antecedentes cualitativos

Es sabido a nivel de país que, los delitos siguen creciendo de forma acelerada, y en el caso de las mujeres no queda atrás, cada vez son más casos los de violencia de género. A nivel de país no hay mucha seguridad o si es que la hay no hay mucha atención hacia este tema dejando a la víctima como un caso más de violencia, desprotegiéndola y lo que es aún peor, que se victimice al victimario, culpando a la víctima del porqué estaba sola en ese lugar, que hizo ella para que el victimario actuara de esa forma, como es que andaba vestida, si estaba provocando, toda esta serie de argumentos demuestra que la palabra y el testimonio de la mujer no tienen mucho valor.

1.1.4 Contexto de desarrollo del proyecto

La ciudadanía femenina y masculina se siente de distinta forma al salir de su hogar. *“Por cada 100 hombres en Chile que declaran percibir inseguridad en los siguientes lugares hay, 169 mujeres que perciben inseguridad en un taxi, 123 en un paradero, 145 en micros, 127 en las calles de su barrio, 143 en centros comerciales y 123 en terminales de buses”*. (XVI Encuesta Nacional Urbana de Seguridad Ciudadana 2019).

“Llama cuando llegues”. “Trata de no salir de noche”. “No camines por lugares solos”. “¿Llegaste bien a tu casa?”. “Anota la patente del taxi antes de subir”. Todas aquellas frases son comunes entre mujeres. Una forma de cuidado y protección frente a un peligro. Porque ellas, sin importar la edad, suelen sentir miedo en la ciudad. (Paulina Sepúlveda, 04/03/2021).

Según los datos INE muestran que no se trata de una sensación de inseguridad o apreciación sin fundamento. Efectivamente las mujeres son más víctima de delitos que los hombres en las calles.

Cabe destacar que toda la información acerca de la violencia de género va en crecimiento y que cada año, el miedo se apodera aún más de las víctimas y posibles víctimas.

El desarrollo del proyecto se efectuará en la Ciudad de Viña del Mar, para así poder obtener un gran alcance para la mayor parte de la población de dicha ciudad y región, para luego ir creciendo respecto a la demanda y éxito del proyecto. A continuación, la figura que corresponde a información de Seguridad ciudadana y de género.



Fuente:

ine.cl

(2024)

Figura 2: Seguridad ciudadana y de género.

1.1.5 Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto se necesita realizar un estimado de la inversión, primero el arriendo, de forma que se realicen mejoras sanitarias, estéticas y estructurales de forma muy superficiales. Según el mercado de arriendos en el sector están alrededor de 20 a 200 UF, y en arreglos estéticos, sanitarios y estructurales se espera una inversión de no más de 200 UF. Con respecto a la compra de equipos se estima en 50 UF. En cuanto al personal, se requerirán 4 personas de forma preliminar (buscando profundizar más adelante en ello, como una pequeña empresa).

1.1.6. Impactos relacionados con el proyecto

Los impactos del proyecto son dar una experiencia distinta, además de brindar seguridad a la ciudadanía femenina, por otro lado, esto ayudará a concientizar y dar énfasis a que la seguridad y defensa de la mujer debería ser cuestión de cada día e implementarse desde que son pequeñas.

Por otro lado, cautivar a la clientela con productos personalizados, femeninos y de fácil uso. Incentivando de esta forma la autodefensa, con lo llamativos que son estos productos, adecuados para la femineidad y la propia seguridad.

1.2 METODOLOGÍA

1.2.1. Definición de situación actual en Viña del Mar

Al ser las mujeres el principal motivo sobre este proyecto ya que, ‘‘Lamentablemente la violencia de género y en particular la violencia sexual, indica la abogada de Corporación Humanas, está muy enraizada en la cultura patriarcal y por mucho tiempo ha permanecido invisible incluso por las propias víctimas’’. ‘‘Algo que en las generaciones más jóvenes han puesto como tema en lo público y que partió por la preocupación de la violencia sexual en el ámbito estudiantil y la revolución feminista de 2018, que puso un tema tan grave como la violencia sexual y reveló que era transversal en las distintas instituciones, eso ha implicado conciencia en los riesgos, pero no cambios en medidas de prevención ni en las políticas públicas’’. (Paulina Sepúlveda, 04/03/2021). Algo de lo que se desprende la sería

incertidumbre que se presenta no sólo en la ciudad de Viña del Mar, sino también, a lo largo de todo Chile, como así lo menciona la Encuesta Nacional Urbana de Seguridad Ciudadana (Hermosilla, 2023), donde señala que la percepción de la gente respecto de inseguridad es de un 90.6%. (BioBíoChile, 2023).

1.2.2. Definición de situación con proyecto

De la situación señalada en el punto anterior, se puede inferir que se hace fundamental el crear una tienda de artículos de defensa personal para que las personas puedan obtener este tipo de productos exclusivos y regulados con el fin de, si bien su nombre lo menciona, es el de un bienestar al sentirse protegidos. Pero, además de ello con un plus potenciador que es la diferenciación de estos. Y no sólo por lo estético, sino por el poder identificarse con ellos a gusto del cliente. Por lo cual, resulta ser más atractivo al público objetivo, el cual en este caso tiene una inspiración femenina.

La tienda estará ubicada en Viña del Mar, con estilización y ambiente femenino, que permitirá elevar la experiencia de compra, además se hará publicidad a través de redes sociales, tanto Instagram y TikTok, que esta última es fuertemente visitada, donde las personas pasan bastante tiempo viendo videos, ya sean de música, personas influyentes, comedia, entre otros también están los anuncios y recomendaciones de productos, lo cual esta tienda estaría en el tipo de recomendaciones. Esta tienda abrirá sus puertas en los siguientes horarios; lunes a viernes de 11:00 a 19:00 y sábados de 12:00 a 17:00 horas.

1.2.3. Método para medición de beneficios y costos

Cuando el proyecto esté en sus funciones, los ingresos serán a través de la venta de estos artículos.

Los costos asociados al proyecto son:

- Costos de inversión: Son la compra de equipos, remodelación, gastos de puesta en marcha, capital de trabajo, imprevistos entre otros.
- Costos operacionales: Son el pago de remuneraciones, materia prima, compra de productos y gastos operacionales en general.

1.2.4 Indicadores

Se utilizarán indicadores que sirven como criterios para realizar los análisis de viabilidad del proyecto. Los indicadores por utilizar serán:

1.2.4.1 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Este es el cálculo del periodo de recuperación de la inversión o payback. Es el periodo de tiempo para que el flujo de caja del proyecto cubra el monto de la inversión. Este debe ser menor o igual al horizonte del proyecto.

1.2.4.2. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN consiste en actualizar los flujos del proyecto a tiempo presente, a partir de la tasa de descuento dada por el inversionista. Ese es el indicador más utilizado para evaluar proyectos.

En este caso se debe considerar que, si el VAN es mayor o igual a 0, el proyecto es aceptado y si el VAN es menor que 0 el proyecto es rechazado.

1.2.4.3 Tasa Interno de Retorno (TIR)

El TIR sirve para evaluar si el proyecto se encuentra en función de una única tasa de rendimiento anual, en donde la totalidad de los beneficios actualizados sean exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. Aquí el criterio será, si la TIR es mayor a la tasa de descuento, el proyecto es aceptado o si la TIR es menor a la tasa de descuento el proyecto es rechazado.

1.2.5. Criterios de evaluación

El criterio de evaluación de proyecto será desde el punto de vista económico, se aceptará si el $VAN \geq 0$, con un periodo de recuperación de la inversión de 5 años.

1.2.6. Estructura de evaluación del proyecto

Para llevar a cabo el proyecto es necesario seguir una estructura que consiste en:

1.2.6.1 Diagnóstico y Metodología

Aquí se establecen los objetivos del proyecto y se aportan ideas generales y específicas. Se establecen posibles beneficios y los costos que se pueden desarrollar en el inicio y la vida del proyecto.

1.2.6.2 Análisis de Prefactibilidad de Mercado

En esta etapa se comienzan a realizar análisis más profundos como la determinación de la demanda, oferta actual y futura. Se estiman proyecciones de precio, se define la locación en relación con la demanda y la segmentación del mercado.

1.2.6.3 Análisis de prefactibilidad técnica

Este análisis es el encargado de verificar la viabilidad técnica de la elaboración del proyecto, las inversiones necesarias para realizar dicha producción tanto en tecnología, infraestructura como en personal y materiales.

Este estudio es realizado solo teniendo los datos de estudio de mercado. Teniendo los datos obtenidos como base para la realización de las evaluaciones económicas necesarias.

Por último, se establece el proceso productivo que se representara en el diagrama de flujo, donde se podrán identificar los elementos requeridos para el desarrollo eficiente de las actividades del servicio a ofrecer.

1.2.6.4 Análisis de prefactibilidad administrativa, legal, societaria, tributaria, financiera y ambiental

En esta parte de la estructura se deben estudiar las condiciones legales y normativas vigentes para la aplicación del proyecto, para esto se considerarán las normas municipales, servicio de impuestos internos, requisitos comunitarios y demás.

1.2.6.5 Evaluación económica

Acá se aclara si la inversión que se realizará será rentable o no. Con este estudio se deberá determinar cuántos recursos serán necesarios para la realización, expresados en moneda actual, UF.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA
FEDERICO SANTA MARÍA

2. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

El análisis de prefactibilidad del mercado consiste en identificar que tan probable es que un producto o servicio, en este caso la tienda de artículos de autodefensa personal, en la ciudad de Viña del Mar, tenga éxito, ya que se estima el porcentaje de la demanda.

2.1 Definición del producto

El producto en sí sería una variedad de productos de autodefensa, pero en este caso sería su presentación, es decir, el personalizado que son, además del toque femenino, que lo diferencia de los productos tradicionales en cuanto a artículos de defensa personal.

Los productos van desde llaveros, alarmas, anillos autodefensa, gas pimienta, manopla, corta cinturón y rompe vidrio, entre otros. Además, respecto de la garantía legal, según (Consumidor, sernac.cl, 2024), si se compra un producto nuevo y sale defectuoso, el cliente tendrá 3 opciones dentro de un período de 6 meses desde que se entregó, dentro de las cuales se señalan: devolución del dinero, cambio del producto o reparación gratuita. Por supuesto, el cliente deberá presentar la boleta o comprobante de pago que acredite la compra. Sin embargo, esta garantía no es válida en caso de que el producto no le gustó.

A continuación, en la tabla 2-1 se muestra la definición del proyecto.

Tabla 1: Definición de proyecto.

| | |
|------------------|--|
| Nombre | “Defensa rosa” |
| Producto | Venta de artículos y productos de defensa personal femenina. |
| Servicio | Tienda de artículos de defensa personal. |
| Localidad | V región, Viña del Mar. |
| Rubro | Comercio al por menor de artículos de defensa. |
| Tipo de proyecto | Proyecto empresa. |

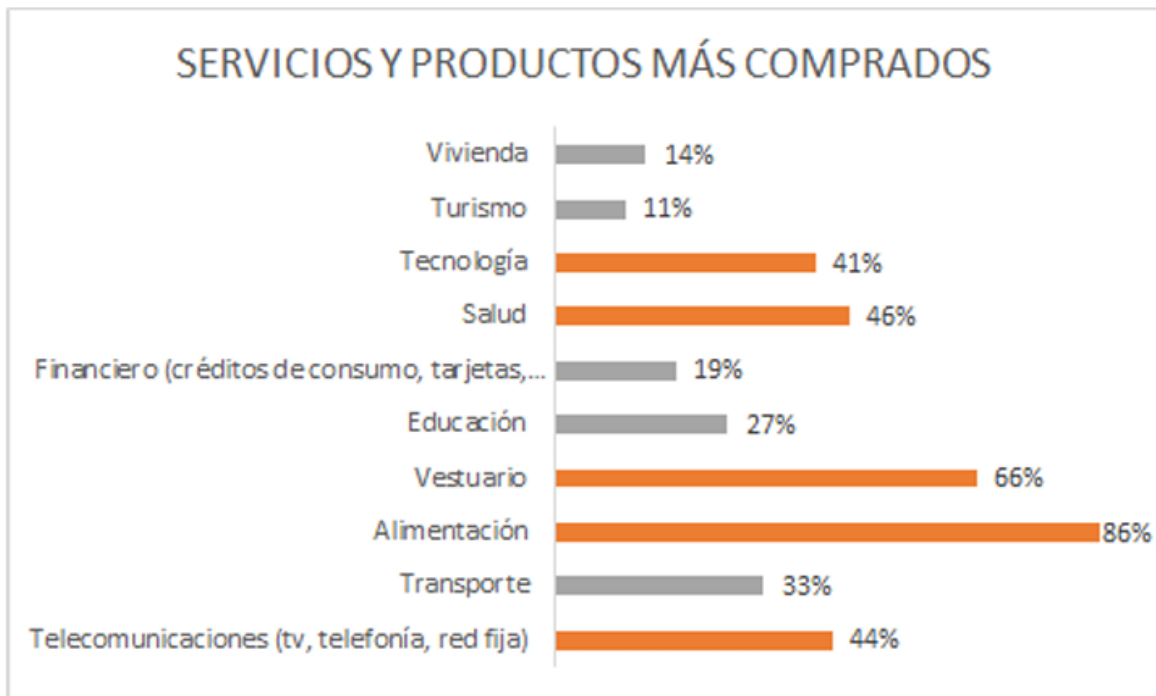
Fuente: Elaboración propia en base a Excel. (2024)

2.2 ANÁLISIS DE DEMANDA ACTUAL Y FUTURA

Según (CHAIN, 2011), uno de los principales aspectos económicos que explican el comportamiento del mercado cuando se trata de un proyecto de inversión que se evalúa, corresponde a como se comporta la demanda, oferta, costos y la maximización de beneficios. En consecuencia, explica que la demanda del mercado responde a los requerimientos o necesidades que realizan los consumidores. Y por otro lado la oferta es lo que los productores de bienes o servicios desean libremente ofertar en el mercado. Por lo cual, se debe tener en cuenta variables tales como: Ingreso de los consumidores. Cantidad de consumidores, Gustos y preferencias, Expectativas, entre otros. Por ende, cada consumidor tiene preferencias variadas, según una encuesta realizada por SERNAC en Chile, las mujeres respecto al

mercado y frente a la pregunta N° 4 de dicha encuesta sobre si cree que los servicios que ofrece el mercado incluyen sus necesidades, responden en un 33% que No, 43% A veces y 24% que Sí. (Consumidor, sernac.cl, 2011), donde también se relaciona fuertemente el siguiente cuadro:

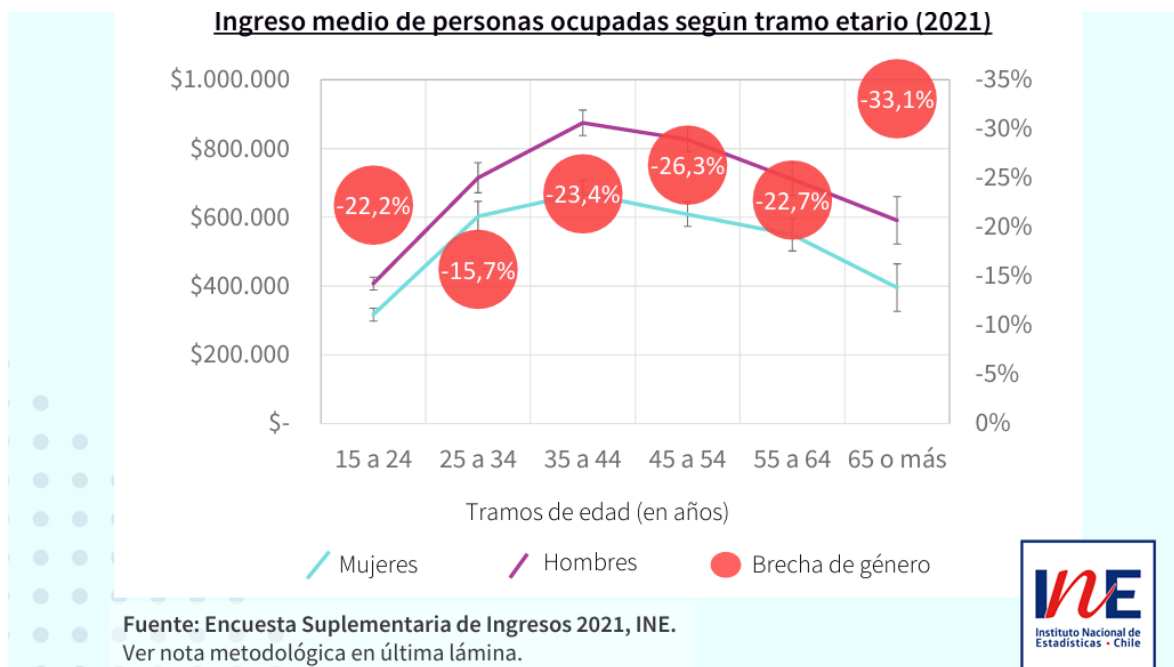
Cuadro: Pregunta 3: ¿Cuáles son los productos y/o servicios que más compras y/o contratas?



Fuente: (Consumidor, sernac.cl, 2011)

Lo que indica, que si bien los productos de defensa personal, los cuales, pertenecerían a la categoría de Seguridad, no aparecen dentro de los más comprados en este estudio, sí se necesitan frente a las expectativas que tiene la demanda de seguridad en un ambiente con un alto nivel de incertidumbre en este sentido. Y lo cual es otro factor relevante para determinar la demanda de estos productos. Por otro lado, respecto a los ingresos de las mujeres, en esta misma encuesta se trata el tema de los prejuicios sobre estas al creerse que no tienen la capacidad económica sobre ciertos temas y/o independencia en ellos. Sin embargo, aunque

como lo presenta el siguiente cuadro: Ingreso medio de personas ocupadas según tramo etario (2011)



Fuente: (Estadística-Chile, 2023)

Indica que, existiendo una brecha en cuanto a ingresos de hombres y mujeres, estas corresponden al mismo nivel de personas ocupadas y a sus ingresos provenientes de lo que es su ocupación principal. De esto, se desprende que existe una capacidad de adquirir recursos y por ende bienes y/o servicios tales como los que se presentan en este informe.

2.2.1 Demanda actual

La autodefensa es un tema primordial hoy en día, y caminar segura en las calles un derecho. Situaciones de peligro podemos tener en cada momento o lugar. Al comprar el kit de defensa personal, se llevan elementos que persuaden al atacante, haciéndolo dudar en su acción, o alertando a más personas de alrededor.

Cifras oficiales, como lo indica (Salud, 2021), una de cada 3 mujeres ha sufrido una agresión, ya sea, de forma física o sexual en su vida. Esto, visibiliza los peligros a los que se enfrentan no sólo ellas, sino todos hoy en día con el alto nivel de delincuencia y violencia en aumento, como lo refleja (Delito, 2023), sólo en la ciudad de Viña del Mar durante 2023, se cometieron 9.001 delitos violentos y 256 delitos asociados a armas. Por lo que, tanto en la calle, como en el hogar, ya es algo que no se puede tomar a la ligera, sobre todo si se quiere vivir sin miedo.

La población objetiva que se quiere como alcance del proyecto se encuentra en la V región de Valparaíso. La ciudad de Viña del Mar, que es la comuna donde se realizará el proyecto, es centro del comercio en la región junto con Valparaíso, muchas personas aledañas van a comprar a la ciudad jardín.

A continuación, en la tabla 2-3 se entregará información con respecto a la cantidad de población e indicadores de ingresos de la V región según la fuente INE, que obtuvo los datos a través del censo del año 2017.

Tabla 2: Población en la V región Valparaíso.

| POBLACIÓN | CENSO AÑO 2017 | PROYECCIÓN HACIA 2021 |
|--------------------------|----------------|--------------------------|
| POBLACIÓN TOTAL | 1.815.902 | 1.979.373 |
| POBLACION ZONA URBANA | 1.652.575 | 1.814.427 |
| POBLACION ZONA RURAL | 163.327 | 164.946 |
| MUJER | 935.687 | 1.011.365 |
| HOMBRE | 880.215 | 968.008 |

Fuente: INE (2024).

Tabla 3: Indicadores de ingreso en la región de Valparaíso.

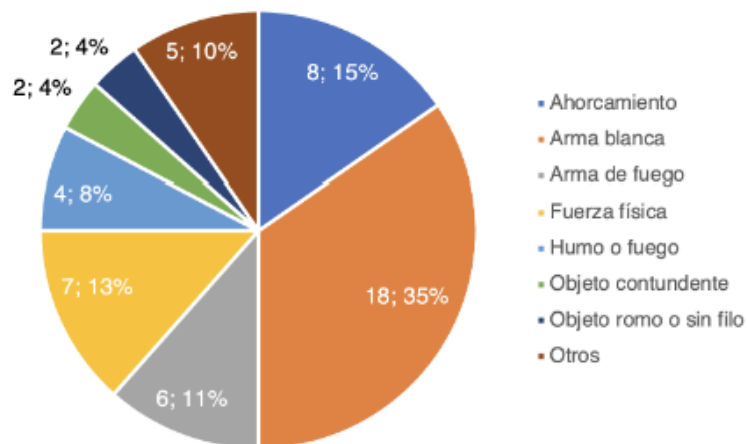
| INDICADORES DE INGRESO | AÑO 2017 |
|--|-----------|
| INGRESO AUTÓNOMO PROMEDIO (NOV 2017) | \$822.175 |
| SUBSIDIOS MONETARIOS PROMEDIO DEL HOGAR (NOV 2017) | \$30.365 |

Fuente: INE (2024).

Por otro lado, según el censo 2017 la población de mujeres en la comuna de Viña del Mar es de 190.878, correspondiente al 51,7% de la población total en la ciudad del Viña del Mar.

2.2.2 Homicidios con perspectiva de género

De acuerdo a UNODC Y ONU mujeres, durante el año 2021, el 56% de las mujeres asesinadas fueron por sus parejas o familiares, a nivel mundial 4 de cada 10 mujeres asesinadas no registran datos del victimario, ni el contexto del porqué ocurre su muerte.



Fuente: DMEST, Ministerio Público de Chile.

Figura 3: Tipo de arma que utilizan para consumar el femicidio.

A partir de estos datos, se puede deducir que el peligro hacia las mujeres es inmenso y que 4 de cada 10 mujeres sufren algún tipo de agresión de una persona extraña, ya sea utilizando armas o fuerza física del atacante.

2.2.3 Demanda futura

La demanda futura es una proyección estimando cuánto se venderá o cuántos ingresos se generará. Según (Estadística, 2024), entre 2022 y 2017 la tasa media anual de crecimiento respecto de la población se fue de 1.0. Lo que, indica que existe un aumento constante, puesto que, la población está creciendo 1% cada año durante el período de dos censos.

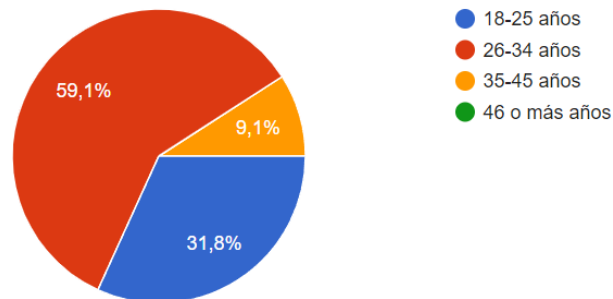
2.2.3.1 Encuesta

Según la última encuesta IPSOS, las mujeres se sienten muy inseguras en la calle. Por eso, cada vez son más las que buscan aprender algún tipo de defensa, entre ellos, el uso de armas.

Por otro lado, se realizó una encuesta de fuente propia con criterios cualitativos, de los cuales autores como: (Lincoln, 1999) describen, como, por ejemplo, la credibilidad en base a la obtención de datos e interpretación del investigador, la transferibilidad la cual indica en qué medida los resultados se pueden aplicar a otros contextos o grupos, ya que, la encuesta se aplica de forma tal que el encuestado responde en base a sus propias situaciones vividas. Por otro lado, esto también se relaciona con el criterio de confirmabilidad, puesto que, las aplicaciones utilizadas en esta reflejan que los resultados no fueron moldeados por el

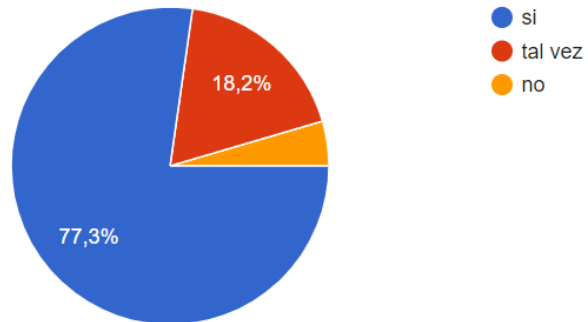
investigador, ya que, son aplicaciones externas como Instagram y WhatsApp. Y donde, además, se presenta la autenticidad, porque muestra la honestidad y precisión, que representan las experiencias de los participantes. En este sentido, fueron considerados, el rango de edad y percepción con 9 preguntas a más de 97 personas de la quinta región (entre Viña del mar y Valparaíso), dirigida principalmente, hacia las personas por redes sociales, y como se mencionó anteriormente, la difusión fue a través de las plataformas de Instagram y WhatsApp, durante el mes de septiembre de 2023. A continuación, las preguntas con sus respectivos gráficos de acuerdo con la preferencia por alternativas.

- Pregunta 1. Señale su edad.



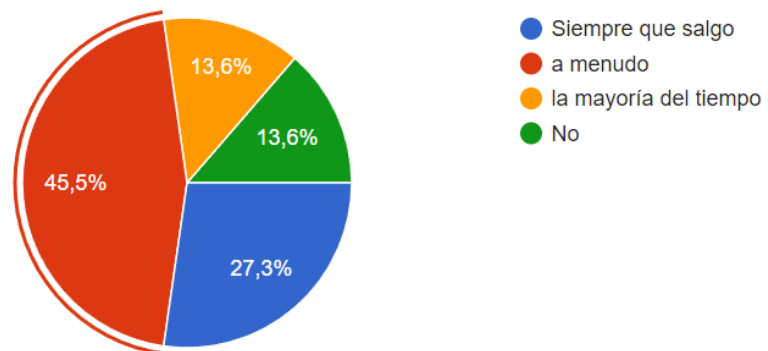
Fuente: Elaboración propia.

- Pregunta 2. ¿Usted se ha sentido en una situación de acoso o peligro en su vida?



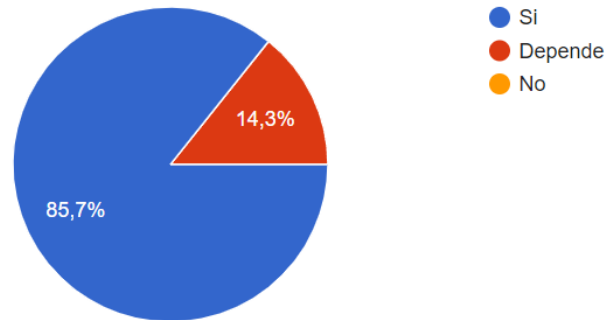
Fuente: Elaboración propia.

- Pregunta 3. ¿Usted se siente insegura en su día a día?



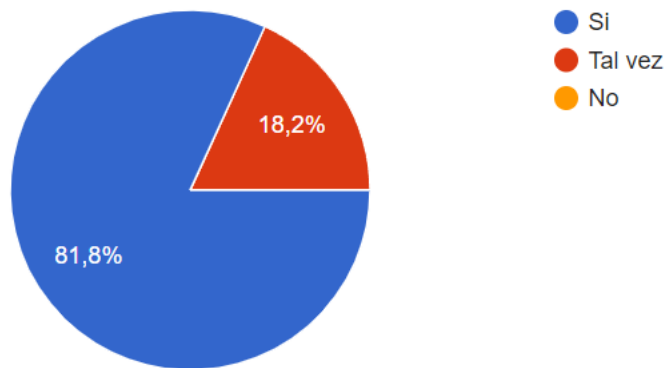
Fuente: Elaboración propia.

- Pregunta 4. ¿Le interesaría utilizar artículos de defensa personal?



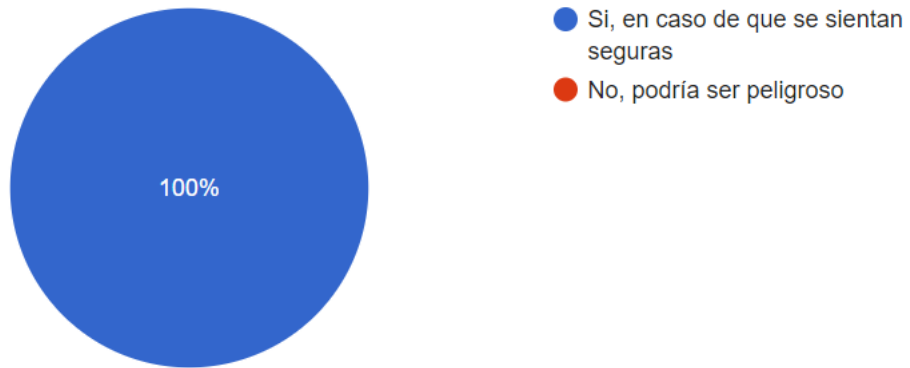
Fuente: Elaboración propia.

- Pregunta 5. ¿Se sentiría más segura utilizando algún artículo de defensa personal?



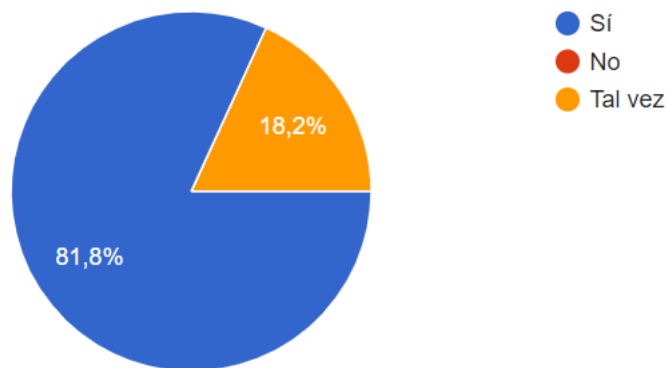
Fuente: Elaboración propia en base a Formularios Google. (2024)

- Pregunta 6. ¿Recomendaría a otra persona utilizar algún artículo de defensa personal?



Fuente: Elaboración propia.

- Pregunta 7. ¿cree que es necesario que las mujeres en particular utilicen estos productos para sentirse seguras?



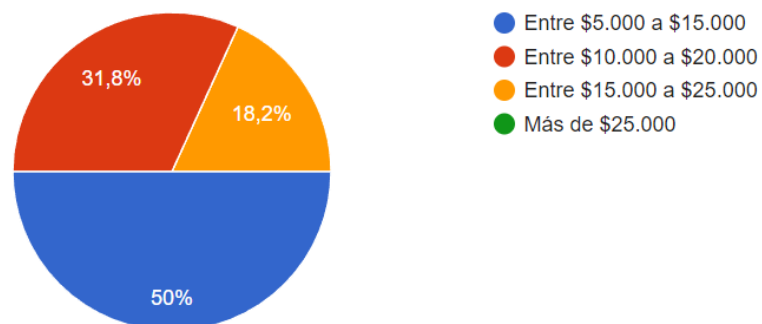
Fuente: Elaboración propia.

- Pregunta 8. ¿Conoce algún elemento o producto de defensa personal?

| |
|--|
| Manoplas, gas pimienta, electrochock |
| Manopla, gas pimienta. |
| Gas pimienta, manoplas, corta vidrios, cuchilla. |
| manopla, corta pluma, gas pimienta |
| Cuchillo etc |
| No |
| Gas pimienta, llaveros de defensa personal |
| Llaveros, lápices, Gas pimienta, etc |
| manopla |

Fuente: Elaboración propia.

- Pregunta 9. Por un kit de defensa personal, ¿cuánto está dispuesta a pagar?



Fuente: Elaboración propia.

Se puede concluir con los resultados de la encuesta que más de un 80% de las personas cree que para las mujeres es necesario usar artículos de defensa personal. La pregunta con respecto al precio de estos productos como un kit ayudarán a realizar la determinación de niveles de precio y proyecciones.

Se estima según proyecciones, en este caso el total de 10 productos, 2 artículos una persona compra al año los clientes de esta tienda.

Por otro lado, para realizar la estimación de la demanda, se realizan una serie de filtros para llegar al resultado más cercano.

- A. Primer filtro 369.303 es el total de ciudadanos en Viña del Mar.
- B. Segundo filtro es que el 59,4% de la población de Viña del Mar tiene entre 26 a 34 años, además en su totalidad recomendaría ocupar algún elemento o producto de protección personal.
- C. Tercer filtro, el 60,7% de personas están interesadas en el modelo de negocio, el cual equivale al 225.494 de la población de Viña del Mar. De esta estimación, el cual de esta información solo el 20,6 tiene entre 30 a 40 años aproximadamente según datos del reporte comunal de la ciudad Jardín. (SII, 2024)
- D. Cuarto filtro. De esta información obtenida y teniendo en cuenta la cantidad de clientes que podría tener el local comercial, además de su tamaño de tienda se deduce que habrá 1000 ventas al año, con un incremento de 5% ventas cada año debido al crecimiento y el interés que las persona tendría en utilizar, comprar algún producto.

La tasa de crecimiento de peligro contra la mujer es de un 38% entre 15 a 65 años, señala haber sufrido algún tipo de violencia en algún momento en su vida. 1 de cada 3 mujeres declara haber sido víctima de algún tipo de violencia por parte de su pareja o expareja, esto es aproximadamente 3 millones de mujeres en Chile. (Chileagenda2030).

Según el estudio Ipsos realizado por Julieta Garagay y Javiera Stuardo (Stuardo, 2023), con fecha de publicación el 25/03/2023, el 85% de las personas cree que la sensación de inseguridad ha aumentado en un solo año. Además, un 95% de las mujeres en esta encuesta ha decidido adoptar alguna medida para evitar ser víctimas de la delincuencia, así como portar objetos de valor en la vía pública. Todo esto quiere decir que, siete de cada diez mujeres temen salir de sus casas.

A partir de estos datos se puede realizar y formar el modelo de negocio, que la principal causa y del porqué, es el crecimiento de violencia de género. Este modelo de negocio tiene como fin, fomentar la autodefensa personal, instruir y ayudar a cómo actuar ante un ataque y que una buena reacción, puede salvar la vida cuando se encuentren en peligro. Por otro lado, la caracterización y diferenciación de los productos, que sean más llamativos y femeninos, atraerá todo tipo de público interesado en estos productos.

Tabla 4: Estimación de la demanda.

| INGRESOS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|-------|-------|--------|--------|--------|
| | | (+5%) | (+10%) | (+15%) | (+20%) |
| Estimación de la demanda de clientes | 2.683 | 2.817 | 3.099 | 3.563 | 4.276 |
| Estimación de la demanda en cantidad de artículos (clientes*2 artículos) | 6.708 | 7.043 | 7.747 | 8.909 | 10.691 |

Fuente: Elaboración propia en base a Excel. (2024)

La proyección de la demanda de artículos de defensa personal femenina, serían 2.683 compradores al año, con una estimación de compra de al menos 1 artículo por clienta, de cualquier tipo.

La estimación de la demanda crecerá un 5% cada año, debido al interés de las mujeres en portar algún arma de defensa personal o practicar algún deporte como método de defensa según lo revelado en la Encuesta Nacional Urbana de Seguridad Ciudadana (Hermosilla, 2023), donde señala que la percepción de la gente respecto de inseguridad es de un 90.6%. (BioBíoChile, 2023) y los datos revelados con anterioridad a la tabla de estimación de la demanda. (horas, 2024)

2.2.4. Capacidad productiva

Se utilizará el sistema de revisión continua para controlar el stock de la tienda, la idea de este proyecto es tener siempre una cantidad fija de cada artículo en exhibición, y así mantener el interés de las personas por el uso de estos productos.

2.3 Variables que afectan a la demanda

Los factores que afectan la demanda son:

- La violencia contra las mujeres.
- El crecimiento de casos de ataques de género.

- La poca credibilidad del tema.
- La victimización del victimario.
- La sociedad patriarcal que aún existe.

De otra parte, se han construido clasificaciones de los femicidios, todos asesinatos misóginos o por razones de odio contra las mujeres, entre las que destacan, (Toledo, P.,2009):

- a) **Femicidio íntimo:** cometidos por hombres con quien la víctima tenía o tuvo una relación íntima, familiar, de convivencia o afines a éstas.
- b) **Femicidio no íntimo:** aquellos cometidos por hombres con quienes la víctima no tenía dichas relaciones.
- c) **Femicidio por conexión:** Hace referencia a las mujeres que fueron asesinadas ‘en la línea de fuego’ de un hombre tratando de matar a una mujer. Este es el caso de mujeres parientes, niñas u otras mujeres que trataron de intervenir o que simplemente fueron atrapadas en la acción del femicida.

El apoyo entre mujeres que se tiene hoy en día, por ejemplo; campañas ‘yo te creo’, ‘no estás sola’, entre otras, ayuda a que mujeres alcen la voz, quieran luchar y aprender a defenderse ya sea en deportes o con artículos de defensa personal.



Fuente: spacexstore.cl. (2024)

Figura 3: Llavero defensa personal mujer.

2.4 Análisis de la oferta actual y futura

La oferta de venta de artículos de defensa personal en Chile principalmente es vía online y a través de la plataforma Instagram, donde se pueden encontrar variedad de proveedores, como por ejemplo, la tienda “defense4girls” en Instagram, con página web: www.defense4girls.cl. También, se encuentra la tienda online “Ideamos3D” en esta plataforma, entre otras, donde se pueden visualizar otras provenientes de distintos países. De los cuales, se podría verificar su autenticidad con algunos lineamientos como lo son: presencia en las redes sociales, es decir, se encuentran publicando activamente sus productos, tienen un número considerable

seguidores, reputación y/o reseñas. Por lo cual, si bien se presencia un mercado reducido de consumidores porque es un producto relativamente “nuevo” pero que se ha hecho necesario en consideración a la situación actual país que se está viviendo frente a la delincuencia, como lo indica la Encuesta Nacional Urbana de Seguridad Ciudadana (Hermosilla, 2023), donde señala que la percepción de la gente respecto de inseguridad es de un 90.6%. (BioBíoChile, 2023).

2.5. Comportamiento del mercado

La compra de artículos de defensa personal femenina está en incremento en el país, cada vez importa más el uso de estos artículos, al igual que los deportes relacionados con la defensa personal en Chile.

Para realizar el estudio del comportamiento del mercado que está en crecimiento se realizará análisis FODA. (Visualizado en tiempo futuro cuando el proyecto ya esté en operación).

2.5.1. Análisis del medio externo

2.5.1.1 Oportunidades

- Mercado en crecimiento.
- Costos bajos.
- Diferenciación de productos.

2.5.1.2 Amenazas

- Nuevos participantes en el mercado.
- Crisis económicas y sociales.

2.5.1.3 Análisis del medio interno

Este análisis es una estimación para cuando el proyecto ya esté implementado.

2.5.1.4. Fortalezas

- Productos a un precio accesible para los clientes en comparación con sus competidores.
- Posibilidad de futuras promociones de productos.
- Tienda física para una experiencia personalizada para el usuario.
- Ubicación estratégica, debido a su localización.
- Producto diferenciado, ya que, posee variedad de colores y diseños para los gustos femeninos y otros de los compradores.

2.5.1.5 Debilidades

- Ser nuevo en el mercado de productos de defensa personal, ya que, si bien los otros competidores cuentan con clientela, tendrá que hacerse visible para capturar la atención de los potenciales compradores y generar la propia.
- Posibles tabúes debido a culturas distintas, lo que podría afectar a la aceptación de estos productos para algunas personas.

El enfoque principal de este proyecto es atraer a la clientela con productos que normalmente no se ven en el mercado y que entreguen una satisfacción tanto visual como de uso, además de poder informarse y concientizarse sobre el tema de la autodefensa.

2.6. Determinación de niveles de precio y proyecciones

Para obtener los niveles de precios se debe estudiar los valores del mercado, la generación de ganancias, cubrir los gastos y costos e ir recuperando la inversión en el plazo más corto posible. La realización de este análisis es muy importante porque se deben cubrir todos los ítems mencionados anteriormente y generar una satisfacción al cliente, ya que la estrategia del proyecto es competir con los precios de mercado y tiendas.

Con los resultados de la encuesta podemos deducir que la mitad de las personas está dispuesta a pagar entre \$ 5.000 a \$ 15.000 y la otra mitad a no más de \$ 25.000. Por lo que, se ajustan los precios y así obtener ganancias y cubrir gastos para poder llegar a un equilibrio.

Los productos van desde una llave navaja (Express, <https://es.aliexpress.com>, 2024), manoplas (articulo.mercadolibre, 2024), lápices (es.aliexpress.com, es.aliexpress.com, 2024); es una herramienta pequeña diseñada para la autodefensa, hecho de aluminio, está diseñado para inmovilizar atacantes sin infligir heridas graves o permanentes. Alarma (es.aliexpress.com, es.aliexpress.com, 2024); es para alertar al alrededor, cuando se encuentra en una situación de emergencia y asustar al atacante por el impacto del sonido, además de ser fácil de usar. Gas pimienta (aliexpress.com, 2024) Es una sustancia irritante que provoca ardor y picazón en ojos, nariz y piel con efecto de inmediato. Electroshock (CNRUINA-CL, 2024), corta-vidrios (es.aliexpress.com/, 2024); Sirve para cortar cinturones y otros materiales por ejemplo vidrios de auto a presión por la punta de acero que contiene en su interior. Kit completo (Llave navaja + alarma + cerrojo) (aliexpress, 2024); el cerrojo este añade una seguridad extra, se coloca en la parte inferior de la puerta y proporciona un refuerzo adicional para evitar la entrada no autorizada, es compatible con distintos tipos de puerta y fácil de instalar. Anillo autodefensa (Express, <https://es.aliexpress.com/item>, 2024) , Llaverio full defensa (AliExpress, 2024); contiene un pompón decorativo para camuflar las

herramientas, una alarma con linterna LED un lápiz, una manopla en forma de gato, y un corta cinturón, corta vidrios. Llavero básico; contiene dos herramientas que es un pompón decorativo, una alarma con linterna LED y un lápiz.

Los precios de los productos estarán congelados por un año, desde que se implementa el precio por cantidad y qué tipo de producto es.

A continuación, en la tabla 4 se muestran los precios de la tienda “Defensa rosa”.

Tabla 5: Precio de Productos.

PRODUCTOS

| | |
|---|-----------|
| LLAVE NAVAJA | \$ 2.990 |
| MANOPLAS. | \$ 4.990 |
| LAPICES. | \$ 2.990 |
| ALARMA. | \$ 12.990 |
| GAS PIMIENTA. | \$ 6.990 |
| ELECTROSHOCK. | \$ 19.990 |
| CORTAVIDRIOS. | \$ 6.990 |
| KIT COMPLETO. (LLAVE NAVAJA + ALARMA + CERROJO) | \$ 18.990 |
| ANILLO AUTODEFENSA | \$ 2.500 |
| LLAVERO FULL DEFENSA (KIT) | \$ 24.000 |
| LLAVERO BASICO | \$ 16.990 |

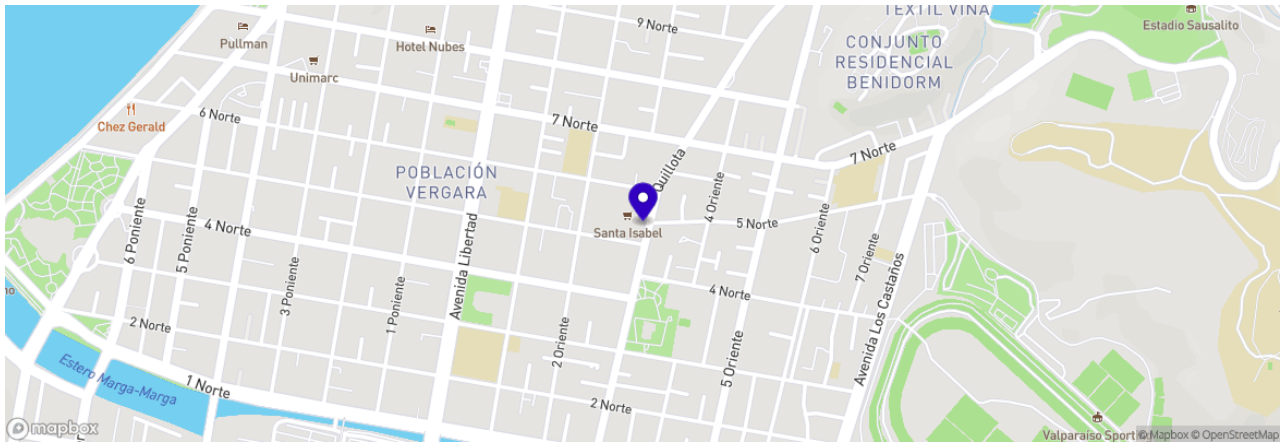
Fuente: Elaboración Propia en base a Excel. (2024)

2.7 Análisis de localización

La ubicación de esta tienda será en la quinta región de Valparaíso, en la ciudad de Viña del Mar, ya que esta es una región con gran población, además en comparación con Santiago que tiene una gran cantidad de tiendas y mall, la quinta región tiene muy pocas. En Viña del Mar está el mall más importante de la región, el mall Marina Arauco, quien atrae a una gran cantidad de personas y que junto al mall hay una gran cantidad de locales que han surgido y que se han beneficiado de la gente que atrae el centro comercial.

Si bien la localización no es justo cerca del Mall Marina Arauco en Viña del Mar, está muy cercano a tiendas como Espacio Urbano, que atrae gran cantidad de personas, se encuentra el terminal de Viña del Mar, entre otros locales comerciales que se encuentran en la zona, ya que, es una zona de bastante flujo de personas.

Ubicación: Calle Quillota, a un costado de supermercado Santa Isabel.



Fuente: Google maps. (2024)

Figura 4: Ubicación de tienda.



Fuente: toctoc.com/propiedades. (2024)

Figura 5: Local comercial en arriendo.



Fuente: toctoc.com/propiedades. (2024)

Figura 6: Local comercial en arriendo.



Fuente: toctoc.com/propiedades. (2024)

Figura 7: Local comercial en arriendo.

2.8. Análisis del sistema de comercialización

El estudio se llevará a cabo mediante el análisis de Porter, que es un diagrama estratégico muy utilizado en el sector de los negocios que sirve para analizar las fuerzas competitivas de una empresa, que este proyecto es la tienda de artículos de defensa personal femenina, llamada ‘Defensa rosa’.

2.8.1 Amenazas de los nuevos entrantes

El mercado de los productos de defensa personal femenina también tiene un riesgo de ingreso de nuevos competidores, ya que este mercado va en crecimiento y la innovación por productos para cautivar clientes también. Es por esta razón que aún hay espacio para desarrollar nuevas propuestas de innovación. El proyecto apunta a posicionarse por su propuesta de incentivar el consumo de productos a un buen precio y que aún conserven su valor, y es en lo que busca diferenciarse del mercado de ventas online.

2.8.2. Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación con el proveedor AliExpres es directo. Puesto que, esta empresa si bien puede vender productos uno a uno también, puede hacerlo a granel, lo que se necesita para este proyecto. Por otro lado, se requiere además una empresa externalizada encargada de los envíos a otras regiones del país como puede ser **correosChile, Starken,** entre otras. Por consiguiente, cuando la empresa logre posicionarse en el mercado de Viña del Mar y aumente su nivel de ventas, de no existir algún problema con el proveedor, podrá extenderse por el país y crecer como empresa al mejorar temas como alcance. (Carter, 2023)

Por otro lado, cabe destacar en este sentido que se deben mantener buenas relaciones con los proveedores, ya que, en esto incidirá la continuación de las operaciones del negocio y con el futuro su crecimiento.

2.8.3 Rivalidad de la industria

En este caso si hay competidores, pero no hay una tienda que se refiera solamente a público femenino en sí, ya que este proyecto de tienda abarca a la diferenciación de los productos, por tanto, no apuntan solamente a la necesidad de defensa, si no, que también a la personalización de los productos.

2.8.4 Promoción

La promoción se anunciará mediante redes sociales, principalmente en Instagram y TikTok. Ya que estas dos redes son las que principalmente las personas suelen pasar la mayor parte del tiempo. Los productos se irán informando por videos tendencia que suelen ser virales a través de TikTok. Los costos de estos anuncios, son de forma gratuita, ya que cada persona puede realizar una página y subir videos y contenido gratuitamente, pero, por otro lado, si se quisiera promocionar a través de unas personas con influencia que así logre mayor visualización de la tienda por parte de espectadores, se debería de realizar un pago, el cual este pago es distinto a cada persona ‘influencer’ que acepte hacer publicidad de los productos.

El marketing de la tienda de productos de autodefensa personal femenina que se realizará por redes sociales como Instagram, según estudios el 39% de los ‘millenials’ cuenta con un perfil en Instagram y lo actualiza un 18% más que el resto de la comunidad, (según el Estudio del observatorio de la consultora The Cocktail Analysis), es por esta razón que es de suma importancia el tener una cuenta en Instagram, en el cual se trabajará en estrategias como

pagar la opción de publicidad que cuenta con la aplicación para llegar a los clientes mediante el algoritmo que detecta a los clientes con gustos y perfil del consumidor buscado. La aplicación estrella de estos días es TikTok, en esta plataforma es muy fácil realizar videos virales y hacer publicidad, se puede usar esta herramienta para hacer concursos, videos mostrando la aplicación y fotos de los productos que se pueden alcanzar. Hoy es de vital importancia que el público se sienta parte de un negocio y estas plataformas son una buena herramienta para lograr una mejor opción de conexión con el cliente y tener la oportunidad de venta y nuevos consumidores.

La otra estrategia de promoción es el boca a boca, que es básicamente cuando un cliente satisfecho por un producto o servicio recomienda la experiencia a otras personas, esta forma de promociones es de las más importantes debido a que va por recomendación directa.



UNIVERSIDAD TÉCNICA
FEDERICO SANTA MARÍA

50

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

3. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

En esta parte del informe se estudian los aspectos técnicos que se requieren para llevar a cabo el proyecto, como la cuantificación de los insumos, procesos críticos, estudio de la inversión inicial y demás.

La moneda que se utilizará será en UF, donde 1 UF es igual a \$36.388,07 pesos chilenos (31/10/2023). (Internos, 2024)

3.1 Descripción y selección de procesos

Se definirán los procesos necesarios para la puesta en marcha de la tienda de artículos de protección y defensa femenina, la visión del proyecto será aportar seguridad y una mirada distinta a la protección de los usuarios, donde el primer deber es entregar un servicio y atención de calidad, para así fidelizar a las clientes y también atraer nuevas clientes.

3.1.1 Adquisición y compras

Una vez cubierto lo dicho anteriormente y que la tienda esté lista para funcionar, se debe de iniciar la compra de la mercancía a vender dentro de esta. El proceso de producción de la tienda comienza con la compra por mayor de estos artículos a una importadora de estos artículos al por mayor desde Santiago de Chile, la compra será de manera presencial una vez al mes, pero el encargo se hará con 10 días de anticipación de forma online, para así asegurar el stock de los productos.

3.1.2 Almacenamiento

Una vez que llegan los productos a la tienda, pasan a la bodega (misma dentro y acondicionada en el local), en donde se realiza el chequeo y orden de productos. Una vez listos se organizan de acuerdo con su categoría y personalización, para luego colocarles el precio en su sección.

3.1.3 Exhibición en tienda

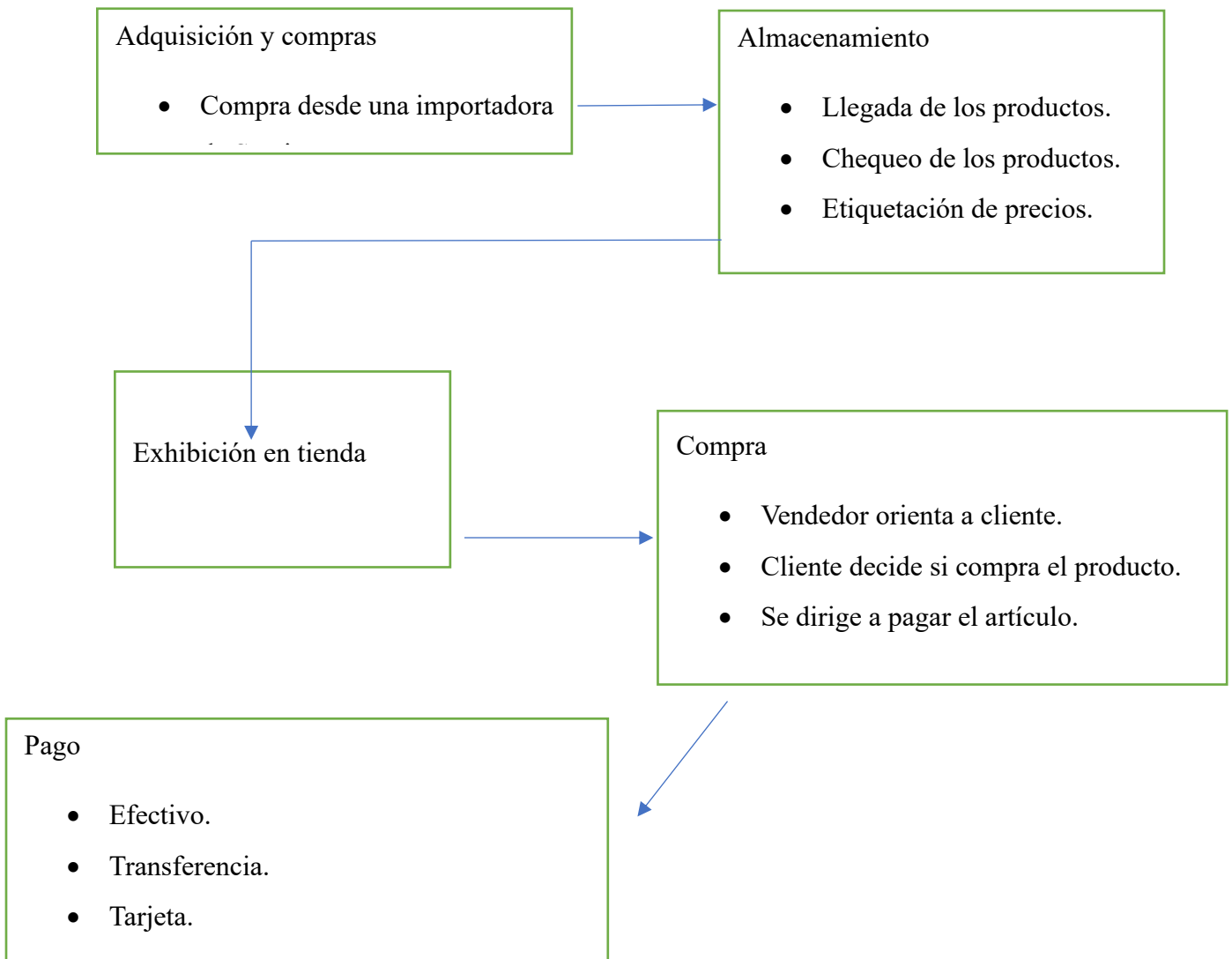
Luego del proceso de selección y limpieza de tienda y bodega se trasladan los productos a la zona de exhibición.

3.1.4 Venta

Cuando el cliente entre a la tienda tendrá la opción si el vendedor/a le oriente en los productos, ya sea en modo de uso, reglas, entre otros. Y cuando la persona ya tenga y se sienta segura e informada de su compra, deberá proceder al pago del producto, este pago se podrá efectuar en efectivo, transferencia o tarjeta.

3.2. Diagrama de flujo de proceso

A continuación, en la figura se muestra el proceso productivo de la tienda, en donde se presenta el resumen de los pasos del proceso.



Fuente: Elaboración propia.

Figura: Diagrama de flujo de los procesos.

3.3 SELECCIÓN DE EQUIPOS

Para llevar a cabo el proyecto se deben adquirir los siguientes equipos, adjuntados en la siguiente tabla:

Tabla 6: Equipos del proyecto.

| EQUIPO | CANTIDAD |
|-----------------------------------|-----------------|
| Computador | 2 |
| Celular | 1 |
| Gaveta de dinero | 1 |
| Repisas | 3 |
| Impresora | 1 |
| Impresora de boletas electrónicas | 1 |
| Máquina Transbank | 1 |
| Escritorio | 1 |
| Silla de escritorio | 2 |
| Comedor pequeño | 1 |
| Microondas | 1 |
| Mueble mostrador | 1 |
| Caja registradora | 1 |

3.3.1 Comparación de equipos

Para el funcionamiento de la tienda, se necesitan dos computadores de escritorios, uno para la zona de caja, donde la persona que irá a comprar, se dirigirá a pagar el producto, y el otro computador estará en la zona de la oficina administradora de local. Para este proyecto se realizará la comparación del equipo más costoso, en este caso los computadores, mediante una cotización, viendo sus características y cualidades. Para la selección del equipo será entre el “ ALL IN ONE AMD E2-9125/4GB Ram/1TB HDD/19.5"/W10H 205 G” y el “ LENOVO AIO A340 / INTEL PENTIUM / 8GB RAM / 256GB SSD / 23.8”

Tabla 7: Características generales computador HP

| | |
|-------------------|------------------------------|
| Marca | HP |
| Alto | 32” |
| Ancho | 47” |
| Largo | 7” |
| Tono | Negro |
| Tipo de producto | All in one |
| RAM | 4GB SDRAM 1 X 4 GB |
| Procesador | AMD E2 9125 (2300 – 2600MHz) |
| Sistema operativo | Windows 10 home |

Fuente: Elaboración propia con datos de la página de proveedora través de Excel. (2024)



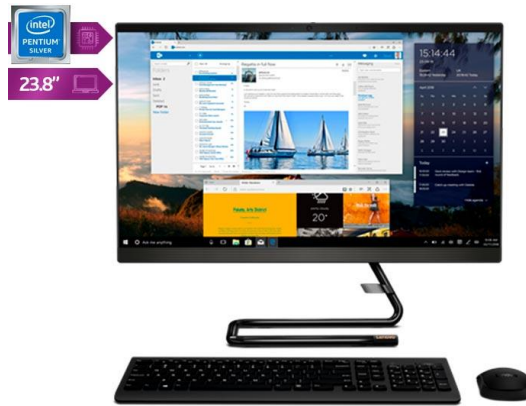
Fuente: ripley.cl

Figura 8: Computador HP

Tabla 8: Características generales computador Lenovo

| | |
|------------------------|--------------------------------------|
| Procesador | Intel Pentium plata J5040 |
| Memoria máxima | Hasta 8 GB DDR4-2400 |
| Cámara | HD 720p |
| Pantalla | 23,8" FHD(1920 x 1080) IPS 250 nits. |
| Fuente de alimentación | 65W adaptador negro |
| Sistema operativo | Windows 11 home 64, Español. |

Fuente: elaboración propia con los datos del proveedor a través de Excel. (2024)



Fuente: Ripley.cl

Figura 9: Computador Lenovo.

A continuación, en la tabla 9 se realiza una comparación de estos dos equipos.

| Marca/modelo | | ALL IN ONE Hp | | LENOVO AIO A340 | |
|-------------------|------|---------------|-------------|-----------------|-------------|
| Factor | Peso | Nota | Ponderación | Nota | Ponderación |
| Costo | 30% | 100 | 47,5 | 90 | 45 |
| Sistema operativo | 50% | 80 | 40 | 100 | 50 |
| Procesador | 20% | 95 | 10 | 100 | 5 |
| Total | 100% | | 97,5 | | 100 |

Fuente: Elaboración Propia en base a Excel. (2024)

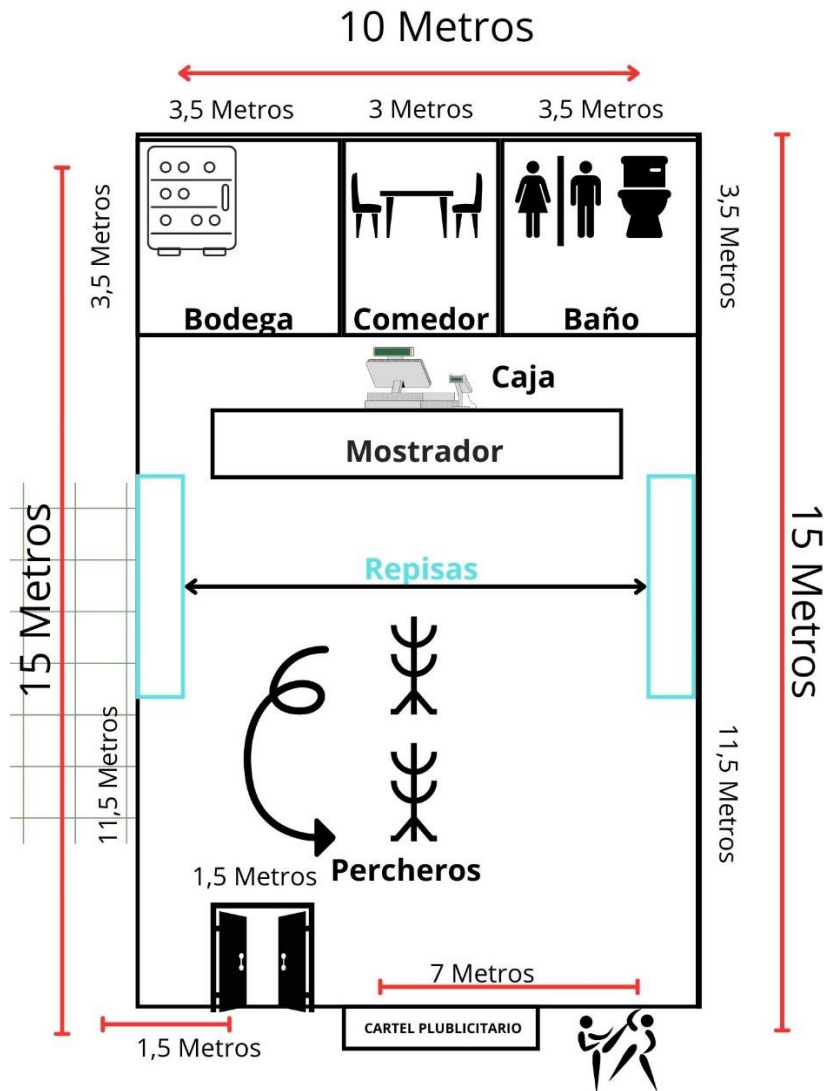
Tabla 10: Equipos seleccionados del proyecto.

| Equipo | Cantidad | Precio en CLP | Total CLP | Total UF | Proveedor |
|-----------------------------------|-----------------|----------------------|--------------------|-----------------|------------------|
| Computador (lenovo) | 2 | \$ 379.990 | \$ 759.980 | 27,66 | Ripley |
| Celular (Motorola G82) | 1 | \$ 199.990 | \$ 199.990 | 7,28 | Ripley |
| Gaveta de dinero (5B y 2M) | 1 | \$ 34.990 | \$ 34.990 | 1,27 | Impotec |
| Repisas | 3 | \$ 16.990 | \$ 50.970 | 1,86 | Easy |
| Impresora | 1 | \$ 134.990 | \$ 134.990 | 4,91 | Falabella |
| Impresora de boletas electrónicas | 1 | \$ 52.900 | \$ 52.900 | 1,92 | electronia.cl |
| Máquina Transbank | 1 | \$ 9.990 | \$ 9.990 | 0,36 | Transbank.cl |
| Escritorio | 1 | \$ 179.990 | \$ 179.990 | 6,55 | Sodimac |
| Silla de escritorio | 2 | \$ 49.990 | \$ 99.980 | 3,64 | Sodimac |
| Comedor pequeño | 1 | \$169.990 | \$ 169.990 | 6,19 | Sodimac |
| Microondas | 1 | \$ 64.990 | \$ 64.990 | 2,37 | Sodimac |
| Mueble mostrador | 1 | \$ 285.000 | \$ 285.000 | 7,70 | Mundo Muebles |
| Servicio de alarmas | 1 | \$300.000 | \$300.000 | 8,11 | Verisure |
| Total | | \$1.579.800 | \$2.343.760 | 79,82 | |

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de páginas web con el proveedor correspondiente a través de Excel. (2024)

3.4 Lay out

El local comercial donde se pretende realizar el proyecto de tienda.



Fuente: Elaboración Propia a través de plataforma Cava.com. (2024)

Figura 10: Plano planta local.

3.5 Determinación de insumos, productos y subproductos

Los insumos y materiales que se necesitan para llevar a fin el proyecto de la tienda, serán:

3.5.1 Insumos Administrativos

Los insumos deberán ser adquiridos de forma mensual.

Tabla 11: Insumos del proyecto

| Insumos | Cantidades | Total CLP | Total UF | Proveedor |
|------------------------------|-----------------|-----------|----------|--------------|
| Archivadores | 2 | \$ 3.490 | 0,096 | Lápiz López |
| Resma oficio | 1 | \$ 5.099 | 0,14 | Lápiz López |
| Lápices pasta | 5 | \$ 3.590 | 0,099 | Lápiz López |
| Tintas | 2 | \$ 13.990 | 0,38 | HP |
| Licencia Microsoft office | 1 | \$ 12.990 | 0,36 | MICROSOFT |
| Timbre | 1 | \$ 8.490 | 0,23 | La timbraría |
| Rollos de boleta | 2 (10 unidades) | \$ 19.980 | 0,55 | Lápiz López |
| Total | | \$ 67.629 | 1,86 | |

Fuente: Elaboración propia con información de páginas proveedoras en Excel. (2024)

3.5.2. Insumos de aseo

Los insumos operativos deberán ser adquiridos de forma mensual de igual manera que los insumos administrativos.

Tabla 12: Insumos de aseo.

| Insumo | Cantidad | Total CLP | Total UF | Proveedor |
|--|----------|-----------|----------|-----------|
| Trapero húmedo piso (10 u) | 3 | \$ 7.470 | 0,20 | Liquimax |
| Lavalozas (750 ml) | 1 | \$ 2.100 | 0,057 | Liquimax |
| Esponjas (3 u) | 1 | \$ 1.790 | 0,048 | Liquimax |
| Limpiavidrios | 1 | \$ 1.880 | 0,051 | Liquimax |
| Lustramuebles | 1 | \$ 1.990 | 0,054 | Liquimax |
| Bolsas de basura 70x90 (paquetes de 10 u) | 3 | \$ 3.600 | 0,097 | Lider |
| Ambientador glade | 2 | \$ 3.580 | 0,097 | Líder |
| Toallitas desinfectantes (50 u) | 2 | \$ 5.120 | 0,14 | Líder |
| Total | | \$ 27.530 | 0,65 | |

Fuente: Elaboración propia con información de precios obtenidas de las páginas web del proveedor en Excel.
(2024)

3.5.3 Productos

La compra de los productos que se comercializará dentro de la tienda se realizará de forma mensual, en este caso los artículos vienen por caja y tipo de producto, comprado directamente desde Santiago de Chile. Para determinar la cantidad de productos que se requieren en la tienda, se tomará la información del estudio de mercado, la estimación de la demanda anual proyectada de acuerdo con los clientes.

El costo de los productos es el valor y cotización a través de la página web de la tienda proveedora serán acordados entre la encargada de dicha tienda, y en este caso AliExpress y la tienda de entrega, ya sea, CorreosChile o Starketn, entre otras. La estimación de clientes también se hizo a través del estudio de mercado por la encuesta y resultado del entusiasmo de las personas que realizaron dicha encuesta, además de la ayuda de esta página proveedora de los productos ayudó con la determinación del estimado de clientes. Por otra parte, se necesita pedir aproximadamente de forma mensual 5 cajas de cada producto, del total de 8 productos de cada uno, en total serían 40 cajas de todos los productos, los cuales habrá un aproximado de 2.000 artículos.

A continuación, tabla con los productos del proyecto:

Tabla 13: Productos del proyecto.

| Productos | Cantidad (cajas) | Precio CLP (Total) | Precio UF | Total UF |
|------------------|-----------------------------|-------------------------------|------------------|-----------------|
| Llaveros | 3 (100 u c/u) | \$ 155.000 | 4,25 | 12,75 |
| Manoplas | 3 (100u c/u) | \$ 205.000 | 5,62 | 16,86 |
| Lápices. | 3 (100 u c/u) | \$ 153.000 | 4,20 | 12,60 |

| | | | | |
|------------------------|---------------|------------|------|--------|
| Alarma. | 4 (20 u c/u) | \$ 260.000 | 7,13 | 28,52 |
| Gas pimienta. | 3 (100 u c/u) | \$ 297.000 | 8,15 | 24,45 |
| Electroshock. | 5 (20u c/u) | \$ 178.000 | 4,88 | 24,40 |
| Herramienta de escape. | 3 (150u c/u) | \$ 166.000 | 4,55 | 13,65 |
| Anillo autodefensa. | 2 (150u c/u) | \$ 120.000 | 3,29 | 6,58 |
| Total de productos | 2130 | | | 139,81 |

Fuente: Elaboración propia con precios de proveedor de artículos de autodefensa personal y en Excel. (2024)

3.6 Consumos de energía

3.6.1 Consumos de energía eléctrica

Los equipos que se definieron para el óptimo funcionamiento de la tienda que generan gastos mensuales como el consumo de energía eléctrica asociados a cada equipo.

Según la localización que se ha definido para la implementación de la tienda, la empresa encargada de suministrar energía eléctrica en la zona de Viña del mar es Chilquinta S.A.

A continuación, en la tabla 14 se indica el consumo en detalle de cada equipo.

Tabla 14: Consumo de energía eléctrica.

| Equipo | Cantidad | Kwh | Horas al día | Kwh/día | Kwh/mes | Valor Kwh | Total CLP | Total mensual CLP + IVA | Total UF |
|----------------------|----------|------|-----------------|---------|---------|--------------|--------------|----------------------------------|-------------|
| Computador | 2 | 0,6 | 8 | 4,8 | 144 | \$ 137 | \$19.728 | \$ 23.476 | 0,64 |
| Impresora | 1 | 0,05 | 8 | 0,4 | 12 | \$137 | \$ 1.644 | \$ 1.956 | 0,054 |
| Caja registradora | 1 | 0,72 | 8 | 5,76 | 172,8 | \$137 | \$ 23.674 | \$ 28.172 | 0,77 |
| Microondas | 1 | | 1 | 0,64 | 19,2 | \$ 137 | \$ 2.630 | \$ 3.130 | 0,086 |
| Iluminación | 8 | 0,4 | 8 | 3,2 | 96 | \$ 137 | \$ 13.152 | \$ 15.651 | 0,43 |

| | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|---|-------|----|------|------|--------|-----------|-----------|-------|
| Carga de celular | 1 | 0,045 | 3 | 0,36 | 10,8 | \$ 137 | \$ 1.480 | \$ 1.761 | 0,048 |
| Impresora de boletas electrónicas | 1 | 0,8 | 8 | 6,4 | 192 | \$ 137 | \$ 26.304 | \$ 31.302 | 0,86 |
| Equipo de seguridad | 1 | 0,12 | 24 | 2,88 | 86,4 | \$ 137 | \$ 11.837 | \$ 14.086 | 0,39 |
| Total | | | | | | | \$ 88.612 | \$119.534 | 3,28 |

Fuente: Elaboración propia en base de datos de Chilquinta. (2024)

3.6.2 Consumo de Agua potable

La empresa encargada del consumo de agua potable y su distribución en la región de Valparaíso es ESVAL S.A., la cual tiene diferentes gastos asociados a los servicios entregados, los cuales son cobrados por metro cúbico.

Para determinar el consumo de agua potable en la tienda se tomará como referencia un consumo de una familia de aproximadamente 4 habitantes (aproximación promedio por integrante de una familia chilena).

Según la OMS, *“una persona consume un promedio de entre 50 y 100 litros diarios de agua, si en una familia hay 4 personas serían 400 litros de agua diarios”*. Suponiendo esta información se contará a partir de 50 litros, esto es sin la actividad de bañarse, serían entonces 200 litros de agua diarios, lo que nos da un total de 6.000 litros al mes. Considerando que el

valor por litro de agua en la zona de Viña del Mar está a un valor de \$ 1.549 que daría un total por los 6.000 litros al mes de \$9.294 y en UF 0,26.

3.7 Programa de trabajo; turnos y gastos en personal

El horario de atención de la tienda de artículos de defensa personal será de lunes a viernes desde las 10:00 hasta las 19:00 horas y los sábados de 11:00 a 15:00 horas.

Los trabajadores tendrán una jornada de 45 horas semanales con 1 hora de colación por turno en los días laborales de la semana, ya el sábado no se contará con horario de colación por la corta jornada laboral, si teniendo en cuenta un break de 15 minutos.

3.8 Personal de operaciones, cargos perfiles y sueldos

El proyecto de la tienda se considera una pequeña empresa, ya que solo contará con 4 trabajadores que se necesitan para el funcionamiento. A continuación, se mostrará el personal que se necesita, el cargo, su perfil y su sueldo.

ADMINISTRADORA

- Cargo: Administrador de funciones generales, recepcionar productos, ingresarlos al sistema y mantener el stock y su inventario al día.
- Perfil: Técnico nivel superior en administración de empresas
- Sueldo líquido: \$ 800.000 mensual.

CAJERA

- Cargo: Se encarga de los pagos de los clientes y cuadrar caja al final del día de trabajo.
- Perfil: 4º medio rendido
- Sueldo líquido: \$480.000

VENDEDORA

- Cargo: Se encarga de atender al cliente y orientar sobre los productos que desea ver y comprar.
- Perfil: 4º medio rendido.
- Sueldo líquido: \$460.000

CONTADOR(A)

El servicio de contabilidad será pagado de forma honoraria y tiene un valor de \$60.000 pesos chilenos y se debe de pagar en forma mensual.

En la siguiente tabla se muestra el resumen de su personal y su remuneración.

Tabla 15: Personal y sus remuneraciones.

| Cargo | cantidad | Sueldo en UF | Total mensual | Total anual |
|---------------|-----------------|---------------------|----------------------|--------------------|
| Administrador | 1 | 21,96 | 21,96 | 263,52 |
| Cajera | 1 | 13,17 | 13,17 | 158,04 |
| Vendedora | 1 | 12,60 | 12,60 | 151,20 |
| Contador | 1 | 1,65 | 1,65 | 19,80 |
| Total | 4 | 49,38 | 49,38 | 592,56 |

Fuente: Elaboración Propia en base a Excel. (2024)

3.9 Inversiones en equipo y edificaciones

Los equipos de trabajo necesarios para poder realizar las operaciones de la tienda se definieron anteriormente en el punto 3.3. Donde se determinaron los equipos para el desempeño óptimo de cada una de las funciones dentro de la empresa. Lo cual el total de equipamiento es de \$2.173.770 en CLP y en UF 82,59.

No se considerará la vestimenta ni uso de EPP para el personal del local, ya que no se considera necesario, solo se le indicará a cada trabajador que debe ir con ropa de uso diario sin accesorios extravagantes.

3.9.1 Remodelación

El arriendo del inmueble tiene un valor de 30 UF. En cuanto a las remodelaciones del local, son principalmente de estética. (reitzpropiedades., 2024)

A continuación, en la siguiente tabla se muestra una cotización de la remodelación.

Tabla 16: Remodelación de tienda

| Remodelación o arreglo | Valor en CLP | Valor en UF |
|-------------------------------|---------------------|--------------------|
| Pintura | \$ 450.000 | 12,35 |
| Arreglo de fachada | \$1.500.000 | 41,16 |

| | | |
|--|--------------|-------|
| Mobiliario (estantes, muebles, escritorio) | \$ 150.000 | 4,2 |
| Instalación de iluminación | \$ 250.000 | 6,86 |
| Total | \$ 2.350.000 | 64,48 |

Fuente: Elaboración Propia en base a Excel. (2024)

3.9.2 Decoración y ambiente

Para darle un ambiente más femenino y una decoración acorde los productos, que es muy importante porque elevará las experiencias de compra en los clientes. Esta decoración consiste en artículos y colores pasteles femeninos, iluminación y aroma. Para esto se realizará una inversión de 64,48 UF. Este valor es el mismo que la remodelación, ya que en él se incluyen en el pintado y la estética.

3.9.3 Seguridad

Para este servicio, se contará con un servicio de seguridad externo, que cuenta con cámara de seguridad y servicio de alarma. La instalación de este tiene un costo de \$ 300.000 en donde la instalación completa de alarma es de \$ 50.000, sensor de movimiento \$ 15.000, detector de humo \$ 15.000, todo esto dentro del valor inicial de \$ 300.000, datos a través de un ejecutivo de la empresa de seguridad Verisure los gastos mensuales son de \$ 22.380 CLP, en UF su gasto mensual sería de 0,64 UF y anual 7,68 UF.

| | | | | | | |
|---------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|----------|----------|
| Insumos | | | | | | |
| administrativos | \$1,86 | \$1,86 | \$1,86 | \$1,86 | \$1,86 | \$1,86 |
| Insumos de aseo | \$0,76 | \$0,76 | \$0,76 | \$0,76 | \$0,76 | \$0,76 |
| Compra de productos | \$139,81 | \$139,81 | \$139,81 | \$139,81 | \$139,81 | \$139,81 |
| Arriendo inmueble | \$29,00 | \$29,00 | \$29,00 | \$29,00 | \$29,00 | \$29,00 |
| Electricidad | \$3,28 | \$3,28 | \$3,28 | \$3,28 | \$3,28 | \$3,28 |
| Agua potable | \$0,25 | \$0,25 | \$0,25 | \$0,25 | \$0,25 | \$0,25 |
| Seguridad | \$0,61 | \$0,61 | \$0,61 | \$0,61 | \$0,61 | \$0,61 |
| Total egresos | \$224,70 | \$224,70 | \$224,70 | \$224,70 | \$224,70 | \$224,70 |
| Saldo | \$35,45 | \$50,76 | \$66,06 | \$96,66 | \$127,27 | \$142,57 |
| Saldo acumulado | \$-302,75 | \$-251,99 | \$-185,93 | \$-89,27 | \$38,00 | \$180,57 |

Fuente: Elaboración Propia en base a Excel. (2024)

El capital de trabajo del proyecto corresponde a un valor de \$13.239.958, lo cual en UF sería de 363,20, señalado en la tabla en amarillo en el mes 4 que fue el máximo déficit acumulado.

3.11 Costos de instalación y puesta en marcha

Los costos de instalación y de puesta en marcha son una inversión que se hace una sola vez en el proyecto, a continuación, en la siguiente tabla se muestra el detalle de estos costos.

Los costos de publicidad o del cartel publicitario que estará afuera del local, es una estimación de una persona que trabaja en forma independiente de estos y su valor es de 1,37 UF.

Tabla 18: Costos de puesta en marcha

| COSTO | VALOR EN UF |
|---------------------|--------------------|
| Mes de garantía | 30,00 |
| Remodelación | 64,48 |
| Seguridad | 8,23 |
| Publicidad | 1,37 |
| Patentes y permisos | 87,00 |
| Total | 190,08 |

Fuente: Elaboración Propia en base a Excel. (2024)

3.12 Costos de imprevistos

Los costos de imprevistos corresponden a un fondo que debe de tener la empresa, el cual este costo debe estar disponible para ser ocupado en caso de que ocurran sucesos imprevistos en los que se deba invertir o que generen más gastos. Se considerará un costo de imprevisto de un 5% de la suma de activos fijos, capital de trabajo y los gastos asociados a la puesta en marcha como se muestra a continuación en la tabla

Tabla 19: Costos de imprevistos del proyecto.

| Item | Valor en UF |
|--------------------|--------------------|
| Activo fijo | 79,82 |
| Puesta en marcha | 190,08 |
| Capital de trabajo | 363,20 |

| | |
|------------------|--------|
| Total | 633,10 |
| Imprevistos (5%) | 31,65 |

Fuente: Elaboración propia.

3.13 Tabla resumen inversión inicial

Para realizar el proyecto se necesita tener una inversión inicial que se detallará en la siguiente tabla.

Tabla 20: Inversión inicial del proyecto.

| Inversión inicial | Valor en UF |
|--------------------|-------------|
| Activo fijo | 79,82 |
| Puesta en marcha | 190,08 |
| Capital de trabajo | 363,20 |
| Imprevistos (5%) | 31,65 |
| Total | 664,75 |

Fuente: Elaboración Propia en base a Excel. (2024)



UNIVERSIDAD TÉCNICA
FEDERICO SANTA MARÍA

74

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

4. ANALISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y AMBIENTAL

En esta parte del informe se establecerá una definición de la estructura organizacional describiendo los colaboradores, sus cargos y los perfiles necesarios para desarrollar el trabajo que se requiere, se verá la forma de sociedad de la empresa, su parte financiera y por último sus aspectos ambientales.

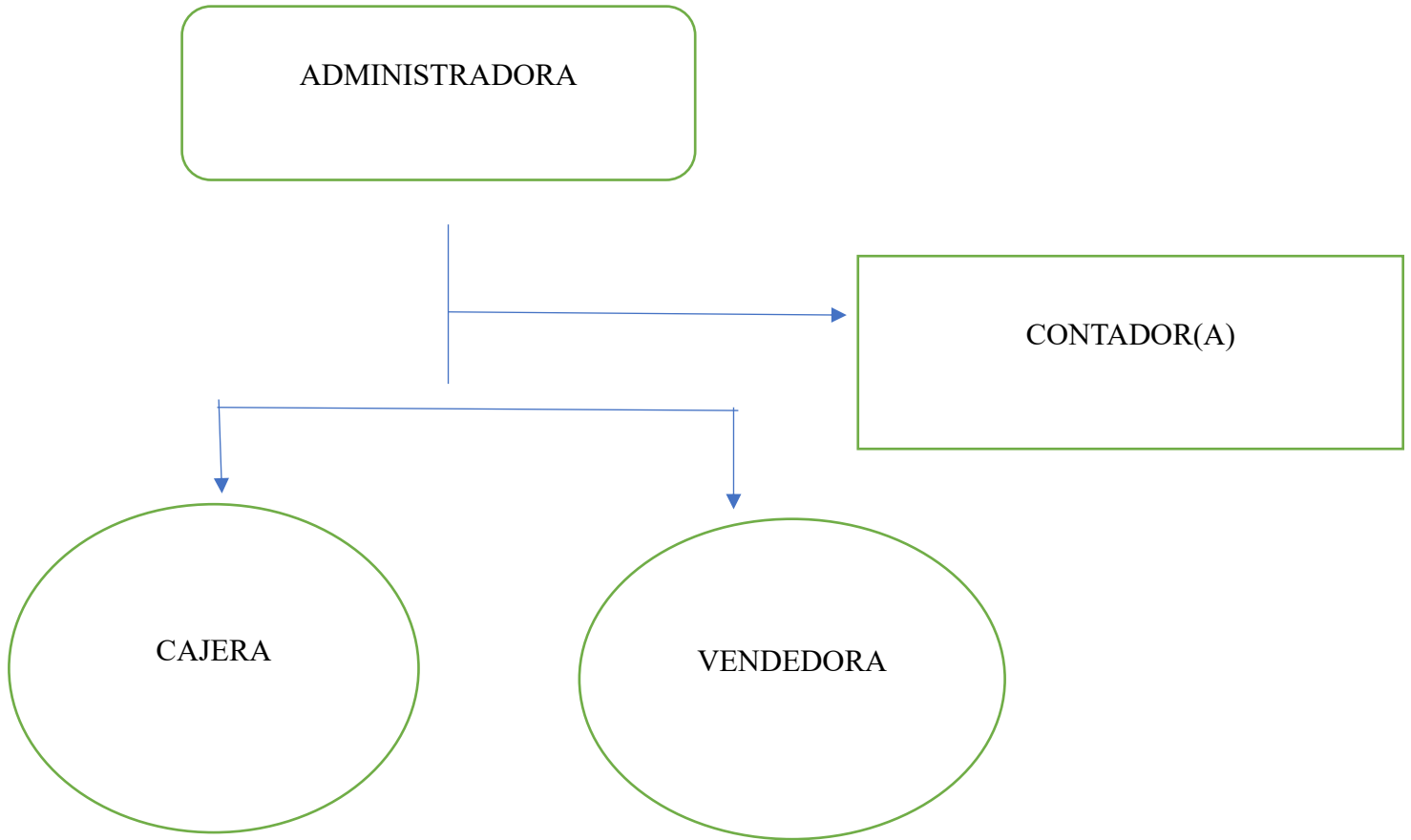
4.1 Prefactibilidad administrativa

4.1.1 Personal

El proyecto de la tienda de artículos de autodefensa personal se contemplará con 4 trabajadores(a) para su funcionamiento. Que contaría con un administrador(a), un cajero(a), un vendedor(a) y de forma honoraria un contador(a).

4.1.2 Estructura organizacional

En este ítem se mostrará la estructura organizacional en la siguiente figura.



Fuente: Elaboración Propia en base a Excel. (2024).

Figura: Estructura organizacional

4.1.3 Sistemas de información administrativos

Los sistemas de administración se llevarán a cabo mediante software para controlar las reservas, stock de insumos, y proveedores. En el sistema de control de inventarios se utilizará un software que permite un preciso control de las entradas y las salidas de los productos a la tienda (bodega).

4.1.4 Personal administrativo, cargos, perfiles y sueldos

En la siguiente tabla se mostrará y detallará el cargo, el perfil y los sueldos de los trabajadores.

Tabla 21: Personal administrativo, cargos y perfiles

| PERSONAL | EDUCACIÓN | EXPERIENCIA | HABILIDADES | RESPONSABILIDADES DEL CARGO |
|------------------|---------------------------------------|---|---|---|
| Administrador(a) | Estudios de administración de empresa | Experiencia en cargos administrativos, jefaturas en empresas relacionados con el cargo. | <ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Motivación - Trabajo en equipo - Diplomacia - Capacidades de gestión e innovación | <ol style="list-style-type: none"> 1) Planificar, controlar y organizar 2) Contribuir al logro de la misión y visión 3) Planificar estrategias de mercado 4) Dirigir a empleados, clientes y proveedores. |
| Vendedor(a) | Enseñanza media completa | Experiencia de vendedor/reponedor en tiendas retail | <ul style="list-style-type: none"> - Proactivo(a) - Motivado(a) - Buena comunicación y presencia | <ol style="list-style-type: none"> 1) Atención al cliente y asesorar para la compra segura de un producto. 2) Contribuir al logro de los objetivos de la empresa 3) Cuidar el espacio de trabajo |
| Cajero(a) | Enseñanza media completa | Experiencia en atención a cliente, caja y/o cargos similares | <ul style="list-style-type: none"> Buena presencia Motivación Ser hábil con cuentas y caja. | <ol style="list-style-type: none"> 1) Cerrar y cuadrar caja. 2) Cuidar el espacio de trabajo |

Fuente: Elaboración Propia en base a Excel. (2024)

No se incluye el cargo de contador, ya que este será una persona externa y en forma de honorario.

Los sueldos de cada personal están descritos en la siguiente tabla.

Tabla 22: Sueldos del personal

| Cargo | Cantidad | Sueldo en UF | Total mensual |
|----------------------|-----------------|---------------------|----------------------|
| Administrador | 1 | 21,96 | 21,96 |
| Cajero | 1 | 13,17 | 13,17 |
| Vendedor | 1 | 12,35 | 12,35 |
| Comisión vendedor(a) | 1 | 1,65 | 1,65 |
| Total | 4 | 49,13 | 49,13 |

Fuente: Elaboración propia en base a Excel. (2024)

4.2 Legal

Para poner el proyecto en marcha, se necesita una serie de permisos y patentes (Chile B. d., <https://www.bcn.cl/>, 2024), para estar en completo funcionamiento sin infringir la ley. La tienda se situará en la ciudad de Viña del Mar, por lo tanto, se debe de regir por las normativas de funcionamiento, ya que cada municipio es independiente de su ordenanza territorial, es decir, las exigencias plazos y precios varían en cada comuna.

4.2.1 Marco legal, vigente nacional e internacional

La parte legal del proyecto de tienda considerará reglamentos y disposiciones que forman parte del marco legal vigente nacional.

Para ello se deben de realizar distintos trámites en la Municipalidad de Viña del Mar, conservador de bienes raíces, servicio de impuestos internos, inspección del trabajo, entre otros.

Además, se debe de cumplir con todas las condiciones estructurales, sanitarias y ambientales necesarias. Todos estos requisitos se encuentran regulados por ley y son necesarios para obtener la patente por parte de la Municipalidad.

Los certificados que se necesitan son los siguientes.

- Autorización sanitaria. Según el Decreto con Fuerza de Ley N° 1 de 1989 que determina las 46 materias que la requieren este tipo de establecimiento no se encuentra dentro de ellas. (Chile M. d.-G., 2024)
- Informe sanitario.
- Certificado municipal de Zonificación. (chilelegal, 2021)
- Permiso de obra menor. (Chile M. d.-G., 2024)
- Certificado de informaciones previas. (munivalpo, 2024)
- Patente municipal.
- Autorización sobre control de Armas y Explosivos sobre la Ley N°17.789 y Reglamento Complementario. Por otra parte, la entidad Fiscalizadora responsable del cumplimiento de esta normativa es la Dirección General de Movilización Nacional (DGMN). (Nacional, 2024) (DGMN, 2024)

Los trámites de deben de realizar en:

- Conservador de bienes raíces, para inscribir el local comercial en el registro de comercio.
- Servicio de impuestos internos, para la iniciación de actividades.
- Inspección del trabajo, para los horarios de trabajo, sueldos, personal, beneficios, entre otros.

4.2.2 Políticas de desarrollo industrial

La empresa será creada a partir de una persona jurídica, formada exclusivamente por una persona natural, con patrimonio propio y distinto al del titular.

4.2.3 Aspectos legales del giro del proyecto

Para crear una empresa, se debe obtener la patente comercial del municipio. Para conseguir esta patente hay que pasar por una serie de trámites, que se realizan en las siguientes etapas:

- Fundado o constitución de una sociedad.
- Patentes comerciales
- Declaración jurada del capital propio tributario de la empresa.
- Certificado de constitución de la sociedad y extractos notariados y publicados en el diario oficial.
- Iniciar operaciones en servicio de impuestos internos.
- Documentos que acrediten la propiedad del inmueble a utilizar, contrato de arriendo y/o certificado de dominio.
- Estudio de viabilidad, licencia de obras, aceptación definitiva del inmueble en donde se desarrollará la actividad.
- Informe sanitario de la seremi de Salud. (chileatiende.gob, s.f.)

4.2.4 Incentivos

Los incentivos son una recompensa, premio o compensación económica que se añade al salario, es decir, una bonificación o motivación para los trabajadores.

Los incentivos de la empresa serán:

- Bonos: Este bono se dará en caso de cumplimiento de metas (ventas), y/o festividades, tales como Navidad, año nuevo entre otras.

4.2.5 Aspectos laborales

La empresa se regirá por las leyes laborales que provienen primordial y originalmente del código del trabajo (DFL 1) (Chile B. d., <https://www.bcn.cl>, 2024). Este código establece en sus artículos preliminares la regulación de las relaciones laborales y de trabajo entre los empleadores y empleados.

También ver temas de contrato individual de trabajo y de la capacitación laboral, protección a los trabajadores, organizaciones sindicales, negociación colectiva y jurisdicción laboral.

4.2.6 Costos asociados al cumplimiento de la legislación vigente

Los costos asociados serán:

| | |
|--|------------------|
| Autorización sanitaria. | 0 |
| Informe sanitario. | 899.700 |
| Certificado municipal de Zonificación. | 192.648 |
| Permiso de obra menor. | 119.968 |
| Certificado de informaciones previas. | 32.108 |
| letra d Ley N° 17.798 (gases, electroshok) | 68.280 |
| Adquisiciones (electroshock, comerciantes inscritos) más de 50 uu | 27.190 |
| Tránsito por el Territorio Nacional (sin internar) | 39.200 |
| Solicitud guía libre tránsito para transportar elementos sometidos a control | 21.580 |
| Patente municipal. | 800.000 |
| Gastos Notariales | 1.000.000 |
| Total | 3.200.674 |

Fuente: Elaboración Propia en base a Excel. (2024)

Figura 11: Costos asociados a la legislación vigente

Estos costos tienen un valor total de 87,00 UF, lo cual está estipulado en el capítulo anterior. El equivalente de 87,00 UF al día 31 de diciembre de 2023, es de \$36.789,36 en Chile. Es decir, el valor total de los costos mencionados con anterioridad es de \$3.200.674,32.

4.3 Societaria

4.3.1 Relación entre los inversionistas

El proyecto se llevará a cabo con el tipo de empresas individuales de responsabilidad limitada (EIRL) que son personas jurídicas, formadas exclusivamente por una persona natural con patrimonio propio y distinto al titular, y estos realizan actividades de carácter comercial, es decir, no actividades de segunda categoría.

Las EIRL están sometidas a las normas del código del comercio, cualquiera sea su objetivo, pudiendo realizar toda clase de operaciones civiles y comerciales, excepto las que son reservadas por la ley a las sociedades anónimas (S.A.).

4.3.2 Estimación del gasto para dar forma a la estructura societaria

Al ser la estructura societaria el paso inicial para la formación legal de la empresa, se consideran los costos de esto dentro de los gastos de puesta en marcha, el cual este monto ya está considerado en el capítulo anterior. Los cuales comprenden el gasto de pago de abogado para la asesoría jurídica, y leal tributaria y los gastos notariales que son requeridos.

4.4 Tributaria

El sistema tributario de Chile consta de una serie de leyes y reglamentos, organismos públicos y procedimientos tributarios, se dividen en dos grandes categorías; impuestos directos e indirectos.

Directos: Los que gravan o influyen en el acceso a la renta o a la riqueza en manos del sujeto e indirecto que afecta el desempeño de la riqueza, los impuestos, el comportamiento y/o contratos.

En Chile existen diferentes impuestos, pero el más importante es el impuesto sobre la renta y el IVA.

4.4.1. Sistema tributario

El sistema tributario en Chile consta de leyes y reglamentos, organismos públicos y procedimientos tributarios.

De acuerdo con el decreto de ley 824, por nombre “ley de impuesto a la renta” se entiende que la empresa de primera categoría debe dar cumplimiento a la facilitación al SII de su contabilidad de forma que la institución solicite, además deberá realizar la declaración y pago de forma mensual de lo siguiente: Impuesto al valor agregado (IVA); este impuesto corresponde al 19% de las compras y ventas realizadas en un mes. Los pagos provisionales mensuales (PPM); Este corresponde a los pagos que deben efectuarse a los contribuyentes como una provisión contra impuestos anuales que se determinan a fines del año que se producen las rentas y el impuesto global complementario.

4.4.2. Mecanismo de determinación de gasto en impuesto

Las empresas y las personas deben pagar impuestos sobre la renta o el dinero generado por sus actividades.

Estos ingresos, pueden derivarse del capital o del trabajo. El impuesto sobre la renta del capital se conoce como “impuesto tipo 1”, o “impuesto de primera categoría”. La tasa impositiva de primera categoría es del 27%. Aplica a todas las empresas que tengan un promedio de ingresos que no exceda de 75 mil UF.

4.5. Financiera

En la siguiente parte, se verá el análisis financiero del proyecto de la tienda de artículos de autodefensa personal femenina, en función de sus distintas opciones de financiamiento, ya sea con capital propio o en endeudamiento mediante entidades financieras.

4.5.1 Fuentes de financiamiento

Las distintas opciones de financiamiento pueden ser: recursos propios y solicitud de financiamiento de entidades financieras. Para este proyecto, estos recursos serán los necesarios para realizar la inversión inicial del proyecto, incluyendo; capital de trabajo, inversión de equipos, porcentaje de imprevistos y puesta en marcha. Para esta evaluación se considerará cuatro escenarios;

- 1) Proyecto puro: El inversionista aporta el 100% de los recursos para implementar el proyecto.
- 2) Financiación del proyecto al 25%: el 25% del aporte se considera a través de un préstamo de una entidad financiera y el 75% lo aporta el inversor con sus propios recursos.
- 3) Proyectos financiados al 50%: El aporte del 50% se considera a través de una institución financiera y el otro 50% del aporte lo paga el inversionista con sus recursos.
- 4) Financiamiento del 75%: el aporte de 75% del capital se considera a través de un préstamo y el otro 25% del aporte es aportado por el inversionista con sus propios recursos.

Para llevar a cabo el proyecto el inversionista estudiará y buscará la mejor opción de financiamiento, basado en las cuatro posibilidades mencionadas.

4.5.2 Inversionistas

Aunque el proyecto contempla una sociedad por acciones, de primer momento será formado por un socio, siempre estando abierto a las posibilidades de integrar nuevos socios de manera libre.

4.5.3. Instituciones crediticias

- Banco BICE: Cuenta con una línea para cuentas de comercio, donde entregan financiamiento a empresas de diferentes tamaños.
- Banco Estado: Cuenta con una división especializada en microempresas.
- Banco Santander: Cuenta con una línea de cuentas comerciales denominada B11, y esta brinda financiamiento y refinanciamiento de inversiones a pequeñas y medianas empresas.

4.5.4 Costos de financiamiento

Para determinar los costos del financiamiento, primero es importante definir el tipo de financiamiento.

En el caso de optar por el proyecto que contemple crédito, se escogerá entre las diferentes opciones de entidades financieras mencionadas en el punto 4.5.3. Banco estado cuenta con una tasa de interés del 9,48% anual, y hasta 2.000 UF, y de manera mensual un interés del 0,78%.

| CRÉDITOS PARA PEQUEÑAS EMPRESAS | | | | | | | | | | | | 9 |
|---|------------------------|---------|------------------------|---------|------------------------------|---------|------------------------|---------|-------------------------------|---------|------------------------|---------|
| CRÉDITOS COMERCIALES TASA NOMINAL | | | | | | | | | | | | 9.1 |
| | Hasta 89 días | | | | Desde 90 días hasta 24 meses | | | | Desde 24 meses hasta 48 meses | | | |
| | Tasa de interés Mínima | | Tasa de interés Máxima | | Tasa de interés Mínima | | Tasa de interés Máxima | | Tasa de interés Mínima | | Tasa de interés Máxima | |
| Monto del Préstamo | Anual | Mensual | Anual | Mensual | Anual | Mensual | Anual | Mensual | Anual | Mensual | Anual | Mensual |
| Inferior \$15.000.000 | 17,4% | 1,45% | 17,4% | 1,45% | 11,88% | 0,99% | 6,48% | 0,54% | 0% | 0% | 3,51% | 0,2925% |
| Desde \$15.000.000 inferior \$ 50.000.000 | 16,2% | 1,35% | 17,4% | 1,45% | 13,8% | 1,15% | 9,48% | 0,79% | 13,8% | 1,15% | 9,48% | 0,79% |
| sobre \$50.000.000 | 16,2% | 1,35% | 17,4% | 1,45% | 13,98% | 1,1650% | 9,48% | 0,79% | 13,98% | 1,1650% | 9,48% | 0,79% |
| CRÉDITOS COMERCIALES TASA REAJUSTABLE | | | | | | | | | | | | 9.2 |
| | Tasa de Interés Anual | | | | | | | | | | | |
| | Desde 49 a 96 meses | | Desde 97 a 120 meses | | | | | | | | | |
| hasta UF 2.000 | 3,78% | | 3,7% | | | | | | | | | |
| sobre UF 2.000 | 5% | | 4,8% | | | | | | | | | |

Para ciertos productos o servicios pueden existir gastos asociados (impuestos establecidos en la Ley de Timbre y gastos notariales), que también son de cargo del cliente y cuya cuantía varía en función de los montos.

Fuente: Banco estado.

Figura 12: Tasa de interés del banco estado. (2024)

4.6. Ambiental

La parte de pre factibilidad ambiental en este tipo de local no necesita un estudio medioambiental, ya que es una empresa que vende productos terminados, y no hay procesos de construcción, modificación o creación de productos en su venta. De acuerdo con la ley 19.300 modificada por la ley 20.173 en el año 2007.

4.6.1 Formulario de informe sanitario

Para el presente informe se utilizó información recopilada desde páginas institucionales chilenas reconocidas por el Gobierno como lo es Chile Atiende, de la cual se destacan algunos ítems importantes como, por ejemplo: *“El “Informe sanitario para la instalación, ampliación o traslado de establecimientos industriales y/o comerciales”. Permite solicitar a la Secretaría Regional Ministerial (SEREMI) de Salud el documento que acredita que la instalación, ampliación o traslado de un establecimiento industrial o comercial cuenta con las condiciones de seguridad mínimas para funcionar, de acuerdo con las exigencias sanitarias, ambientales y de prevención de riesgos asociadas a las actividades que allí se desarrollan.*

La SEREMI de Salud otorgará el informe sanitario favorable siempre que la evaluación sanitaria ambiental determine que técnicamente se han controlado todos los riesgos asociados a su funcionamiento, y que cumple con la normativa sanitaria y legal vigente”. (Atiende, 2023)

4.6.2. Detalles

Al momento de solicitar el informe a empresa debe estar instalada con toda su infraestructura y equipamiento. El procedimiento de evaluación comprende requerimientos con visita inspectiva y sin visita inspectiva, dependiendo del tipo de actividad y el tamaño.

En este proceso se toman en cuenta los planos reguladores comunales o intercomunales y los riesgos del funcionamiento de la actividad o industria.

4.6.3. Marco legal

Dentro de lo que se refiere a la normativa legal que regulará ciertos aspectos normativos se encuentra algunas leyes referidas a materias que establecen normas sobre accidentes laborales y/o enfermedades de los trabajadores. Por otro lado, se encuentran otras, las cuales regulan los permisos que se requieren para operar según autorización sanitaria. Puesto que, todos los negocios deben funcionar con un informe sanitario para llevar el curso normal de operación, es decir, continuar con actividad comercial como lo es en este caso. Por consiguiente, a continuación, se expresan dichas normativas generales y específicas que regulan los temas mencionados anteriormente:

“Marco normativo general:

- Ley N° 16.744.
- Ley N° 20.416.
- Ley N° 19.749.
- Artículo 83° del Decreto con Fuerza de Ley (DFL) N° 725, de 1968.
- Decreto Supremo (DS) N° 594, de 1999, del Ministerio de Salud.
- Decreto con Fuerza de Ley (DFL) N° 1, de 1989, del Ministerio de Salud, que determina las materias que requieren autorización sanitaria expresa.

Marco legal específico:

- Decreto Supremo (DS) N° 38, de 2011, del Ministerio del Medioambiente. Establece norma de emisión de ruidos generados por fuentes que indica.
- Decreto Supremo (DS) N° 138, de 2005, del Ministerio de Salud, que establece la obligación de declarar las emisiones que indica.
- Decreto Supremo (DS) N° 144, de 1961, del Ministerio de Salud, que establece normas para evitar emanaciones o contaminantes atmosféricos de cualquier naturaleza.

- Decreto Supremo (DS) N° 78, de 2009, del Ministerio de Salud, que establece las condiciones de seguridad de las instalaciones de almacenamiento de sustancias peligrosas.
- Decreto Supremo (DS) N° 148, de 2003, del Ministerio de Salud, que aprueba el reglamento sanitario sobre manejo de residuos peligrosos.
- Decreto Supremo (DS) N° 10, de 2012, del Ministerio de Salud. Reglamento de calderas, autoclaves y equipos que utilizan vapor de agua.
- Decreto Supremo (DS) N° 3, de 1985 y Decreto Supremo (DS) N° 133, de 1984, sobre instalaciones radiactivas y protección radiológica.
- Decreto Supremo (DS) N° 66, de 2007, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, sobre instalaciones interiores de gas.
- Decreto Supremo (DS) N° 160, de 2008, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, sobre expendio e instalaciones de combustibles líquidos.
- Decreto Supremo (DS) N° 108, de 2014, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, sobre instalaciones de combustibles gaseosos.
- Normas técnicas eléctricas”. (Atiende, 2023)



UNIVERSIDAD TÉCNICA
FEDERICO SANTA MARÍA

93

CAPITULO 5: EVALUACIÓN ECONÓMICA

5. EVALUACIÓN ECONÓMICA

Finalizando este informe se realizará la evaluación económica, para concluir si el proyecto de artículos de defensa personal femenina tiene factibilidad de seguir en curso de ejecución.

5.1. Consideraciones a utilizar

Para realizar una evaluación económica financiera, se deben tomar en cuenta la proyección de la demanda, sus ingresos y egresos del local, además de la inversión inicial.

El proyecto a evaluar consiste en una tienda de artículos para la defensa personal femenina, que es lo que lo diferencia de otras tiendas de este rubro. Dicha tienda se encontrará en la ciudad de Viña del Mar. El horizonte del proyecto se ha considerado a 5 años, el cual indicará y se planea recuperar lo invertido, y así obtener ganancias.

La mejor manera de conocer el financiamiento del proyecto es: 3 evaluaciones, flujo puro, este sería financiado el 100% por el inversionista. Por otro lado, las demás evaluaciones serían a través de créditos bancarios con financiamiento del 50% y 75% de la inversión inicial requerida. El banco elegido para el estudio de evaluación será Banco del Estado, este tiene un interés del 9,48% anual. Este interés es usado para el cálculo del crédito a corto y largo plazo.

El uso de los indicadores, tales como; VAN, TIR, Y PRI, en los flujos de caja que se realizarán, permitirán saber cuál es la mejor opción de financiamiento.

5.1.1. La tasa de descuento

La tasa de descuento es aquella que permitirá determinar el valor del dinero en el tiempo, para calcular el valor de un capital futuro, el cual es exigido por el inversionista a la hora de financiar el proyecto.

Para determinar la tasa de descuento se utilizará la siguiente fórmula;

$R = \text{Tasa libre de riesgo} + \text{Prima por riesgo.}$

- R: Tasa de descuento, incógnita.
- Tasa libre de riesgo: La tasa libre de riesgo se obtiene a través de los promedios que entregan los intereses de los bonos en UF a 10 años, los cuales son entregados por el banco central.
-

La tasa libre de riesgo (RF) del banco central de los últimos 10 años con los valores en UF se muestran en la siguiente tabla.

A continuación, tabla con tasa de descuento de los últimos 10 años.

Tabla 23: Tasa de descuento de los últimos 10 años.

| AÑO | BONOS EN UF A 5 AÑOS |
|----------------------|---------------------------------|
| 2013 | 2,45 |
| 2014 | 2,36 |
| 2015 | 1,75 |
| 2016 | 1,46 |
| 2017 | 1,45 |
| 2018 | 1,43 |
| 2019 | 1,68 |
| 2020 | 0,85 |
| 2021 | 0,08 |
| 2022 | 1,22 |
| Promedio (Rf) | 1,47 |

Fuente: Datos del banco central de Chile. (2024)

La fórmula de este método es la siguiente:

$$R = R_f + (R_m - R_f) * B$$

R: Tasa de retorno

R_f: Tasa libre de riesgo

R_m: Tasa de rentabilidad en el mercado

B: Es la relación que existe entre el riesgo del proyecto, respecto al riesgo del mercado.

- Prima de riesgo: se utilizará el promedio de nivel de riesgo, que es entre el 5% y el 10%, es decir que será de un 8%.

Entonces, $R = (1,58 + 8,00) = 9,48$

$R = 9,48\%$

5.1.2 Moneda a utilizar

Primero los montos están calculados y cotizados en pesos chilenos, luego son traspasados a unidad de fomento (UF). Se utiliza en UF, debido a que se va a reajustando diariamente, lo que significa la actualización del dinero según la inflación del momento. La moneda a utilizar será en UF, donde 1 UF es igual a \$ 36.520,11 pesos chilenos (21/11/2023).

5.1.3 Impuestos

Para efectos tributarios se considerará el descuento del impuesto a la renta, de primera categoría. El que es regulado por el servicio de impuestos internos (SII). En este caso de este proyecto se trabajará con un impuesto del 27%. Mencionado anteriormente en el capítulo IV, de acuerdo al decreto de ley ‘ley de impuesto a la renta’

5.1.4 Depreciaciones y valor libro

La depreciación es la pérdida de valor que un bien experimenta a lo largo de su vida útil. Este cálculo se realiza a los activos de una empresa, ejemplo; sillas, computadoras, memorias, impresoras, entre otros. La depreciación puede ser normal o acelerada, y esto dependerá de los requerimientos del proyecto, en este proyecto se utilizará la depreciación acelerada.

La fórmula de la depreciación viene dada de esta forma:

D: I/N; Donde: I: Valor compra del activo; N: Número de años de vida útil del activo. Este número de vida útil se obtiene de la tabla de vida útil de los bienes físicos del SII, en donde se estima que, para un electrodoméstico con depreciación acelerada sería 2 años, herramientas livianas 1 año y equipos computacionales 2 años.

Tabla 24: Depreciación de activos.

| Equipo | valor en CLP | Valor en UF | T | Año 1 | Año 2 |
|-------------------------|--------------|-------------|---|-------|-------|
| Computador (2) | \$ 759.980 | 27,66 | 2 | 13,83 | 13,83 |
| celular | \$ 199.990 | 7,28 | 2 | 3,64 | 3,64 |
| Gaveta de dinero | \$ 34.990 | 1,27 | 2 | 0,635 | 0,635 |
| Repisas (3) | \$ 50.970 | 1,86 | 2 | 0,93 | 0,93 |
| Impresora | \$ 134.990 | 4,91 | 2 | 2,455 | 2,455 |
| Impresora boletas | \$ 52.900 | 1,92 | 2 | 0,96 | 0,96 |
| Máquina Transbank | \$ 9.990 | 0,36 | 2 | 0,18 | 0,18 |
| Escritorio | \$ 179.990 | 6,55 | 2 | 3,275 | 3,275 |
| Silla de escritorio (2) | \$ 99.980 | 3,64 | 1 | 3,64 | 0 |
| Comedor pequeño | \$ 169.990 | 6,19 | 1 | 6,19 | 0 |
| Microondas | \$ 64.990 | 2,37 | 3 | 0,79 | 0,79 |
| Mueble mostrador | \$ 285.000 | 7,7 | 1 | 7,7 | 0 |
| Servicio de alarmas | \$ 300.000 | 8,11 | 2 | 4,055 | 4,055 |
| Total | \$ 2.343.760 | 79,82 | | 48,28 | 30,75 |

Fuente: Elaboración propia en base a Excel. (2024)

Tabla 25: Valor libro de los equipos del proyecto.

| Equipo | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Valor libro |
|-------------------------|-------|-------|-------|-------------|
| Computador (2) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| celular | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Gaveta de dinero | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Repisas (3) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Impresora | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Impresora boletas | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Máquina Transbank | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Escritorio | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Silla de escritorio (2) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Comedor pequeño | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Microondas | 0,79 | 0 | 0 | 0 |
| Mueble mostrador | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Servicio de alarmas | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 0,79 | 0 | 0 | 0 |

Fuente: Elaboración propia, a través de Word con datos obtenidos del SII.

5.1.5 Valor residual

El valor residual es el precio de venta de un activo (bienes y derechos) después que haya llegado al final de su vida útil. En este proyecto será de un 0% del valor de su compra para todos los activos fijos de la empresa.

5.1.6 Reinversiones

Para este proyecto no se considerarán reinversiones, ya que los equipos utilizados en la tienda no requieren un cambio, aunque la vida útil de estos a través de los datos del SII, indiquen un menor tiempo, estos pueden durar mucho más de lo esperado, con correcto uso y cuidado. Activo fijo: *‘Están considerados como las inversiones de capital permanente necesarios para el desarrollo habitual de las empresas, por ejemplo: propiedades, plantas, terrenos, maquinarias, mobiliarios, equipos de transporte, etc’* (inec.gob, 2023).

5.1.7 Ingresos

Los ingresos que se obtendrán mediante el proyecto será a través de la venta de los artículos de defensa personal femenina. Este ingreso fue calculado con la estimación de demanda futura vista en el capítulo 2 del presente informe, donde se multiplica a cantidad de futuros clientes por la estimación de artículos que compren al año. Por otro lado, los ingresos serán con el promedio del valor de los productos (\$ 15.000 CLP, y un 0,41 UF) con la cantidad de artículos vendidos estimados por año.

Tabla 26: Estimación de ingresos.

| INGRESOS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| | | (+5%) | (+10%) | (+15%) | (+20%) |
| Estimación de la demanda de clientes | 2.683 | 2.817 | 3.099 | 3.563 | 4.276 |
| Estimación de la demanda en cantidad de artículos (clientes*2 artículos) | 6.708 | 7.043 | 7.747 | 8.909 | 10.691 |
| Ingresos | 2970,08 | 3118,59 | 3430,44 | 3945,01 | 4734,01 |

Fuente: Elaboración propia en base a Excel. (2024)

Como ya mencionados en el capítulo N° 2, irá creciendo en un 5% cada año para la estimación de la demanda, debido al gran interés por parte del público femenino en artículos de defensa personal.

5.1.8 Egresos

En relación a los egresos, estos subirán por año, es decir que cada año tendrá un aumento según el tipo de egreso.

- Remuneraciones: 5% de acuerdo a las estadísticas de aumentos de sueldo en Chile.
- Insumos administrativos: 1%
- Insumos operativos: 1%.
- Compra de productos: 3% según el proveedor.
- Electricidad: 3,7% según datos oficiales.
- Agua potable: 1,8% según promedios.
- Seguridad: 1% estimación desde el proveedor.
- Arriendo de inmueble: 3% dependiendo del arrendatario.

Tabla 27: Estimación de egresos.

| Egresos | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Remuneraciones | 589,56 | 636,72 | 687,66 | 742,68 | 802,09 |
| Insumos administrativos | 22,32 | 22,54 | 22,77 | 23,00 | 23,23 |
| Insumos de aseo | 7,8 | 8,58 | 9,44 | 10,38 | 11,42 |
| Compra de productos | 1677,72 | 1761,61 | 1849,69 | 1942,17 | 2039,28 |
| Arriendo de inmueble | 348,00 | 365,40 | 383,67 | 402,85 | 423,00 |
| Electricidad | 39,36 | 40,82 | 42,33 | 43,89 | 45,52 |
| Agua potable | 3,00 | 3,24 | 3,50 | 3,78 | 4,08 |
| Seguridad | 7,68 | 7,76 | 7,83 | 7,91 | 7,99 |
| Total | 2695,44 | 2846,67 | 3006,89 | 3176,66 | 3356,60 |

Fuente: Elaboración propia en base a Excel. (2024)

5.2 Proyecto puro

En el proyecto puro, el inversionista aportará un 100% de los recursos para implementar el proyecto.

5.2.1 Flujo de caja sin financiamiento externo

Flujo de caja con proyecto puro, se considera que el impuesto de primera categoría es un 27% y la tasa de descuento es de un 9,8% según cálculos realizados anteriormente.

Estipulado lo anterior, en la tabla 28, se presenta el flujo de caja sin el financiamiento externo, es decir, el flujo de caja de proyecto puro.

Tabla 28: Flujo de caja sin financiamiento externo.

| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------|---------------------------------|---------|----------|----------|----------|----------|----------|
| + | Ingresos | | 2970,08 | 3.118,59 | 3.430,44 | 3.945,01 | 4.734,01 |
| - | Cotos fijos | | -981,48 | -981,48 | -981,48 | -981,48 | -981,48 |
| - | Costos variables | | -1677,72 | -1761,61 | -1937,77 | -2228,43 | -2674,12 |
| = | Margen | | 310,88 | 375,50 | 511,19 | 735,10 | 1078,41 |
| - | Depreciación | | -48,28 | -30,75 | -0,79 | 0,00 | 0,00 |
| + | Valor residual | | | | | | |
| - | Valor libro | | | | | | |
| - | Interés L.P | | | | | | |
| - | Interés C.P | | | | | | |
| = | Utilidad antes Impuesto | | 262,60 | 344,75 | 510,40 | 735,10 | 1078,41 |
| - | Impuesto (27%) | | -70,90 | -93,08 | -137,81 | -198,48 | -291,17 |
| = | Utilidad después de Impuesto | | 191,70 | 251,67 | 372,59 | 536,62 | 787,24 |
| + | Depreciación | | 48,28 | 30,75 | 0,79 | 0,00 | 0,00 |
| - | Inversión | -79,82 | | | | | |
| - | puesta en marcha | -190,08 | | | | | |
| - | imprevistos | -31,65 | | | | | |
| + | Valor libro | | | | | | |
| + | Crédito L.P | | | | | | |
| + | Crédito C.P | | | | | | |
| - | Amortización L.P | | | | | | |
| - | Amortización C.P | | | | | | |
| (+/-) | Capital de trabajo | -363,20 | | | | | 363,20 |
| = | Flujo de caja | -664,75 | 239,98 | 282,42 | 373,38 | 536,62 | 1150,44 |

| | | | | | | | |
|---|----------------|---------|---------|---------|--------|--------|---------|
| = | FC Actualizado | -664,75 | 219,20 | 235,63 | 284,55 | 373,53 | 731,46 |
| = | FC Acumulado | -664,75 | -445,55 | -209,92 | 74,62 | 448,15 | 1179,61 |

Fuente: Elaboración propia en base a Excel. (2024)

5.2.2 Indicadores económicos

Los indicadores económicos del proyecto puro se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 29: Indicadores económicos del proyecto puro.

| | |
|-----|---------|
| VAN | 1179,61 |
| TIR | 49% |
| PRI | 3 |

Fuente: Elaboración propia en base a Excel. (2024)

5.2.3 Rentabilidad del proyecto puro

Desde la perspectiva económica, el proyecto puro es rentable, ya que el VAN es mayor o igual a 0, luego e PRI es 3, es decir, que el capital invertido se recupera en el cuarto año del proyecto. La tasa interna de retorno (TIR) es de 49%, mayor a la tasa de descuento.

5.3 Proyecto con financiamiento externo



Los proyectos con financiamiento externo necesitan de un crédito, en este caso es el Banco estado que se eligió para el financiamiento ya que este tiene una tasa anual de 9,48% y un plazo de 5 años, hasta 2.000UF. Para la amortización de la deuda del crédito a largo plazo, se calcula con la siguiente fórmula.

5.3.1 Proyecto con financiamiento externo del 50%

El valor del crédito corresponde al 50% de la inversión inicial, lo cual es de 664,75 UF, lo cual el 50% corresponde a 332,38 UF.

Tabla 30: amortización con financiamiento externo del 50%

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------|----------|----------|----------|----------|---------|
| Deuda | 332,445 | \$276,90 | \$216,35 | \$150,35 | \$78,41 |
| Interés | -29,92 | -24,92 | -19,47 | -13,53 | -7,06 |
| Cuota | -85,47 | -85,47 | -85,47 | -85,47 | -85,47 |
| Amortización | -55,55 | -60,55 | -66,00 | -71,94 | -78,41 |
| Saldo | \$276,90 | \$216,35 | \$150,35 | \$78,41 | \$0,00 |

Fuente: Elaboración propia en base a Excel. (2024)

A continuación, en la tabla 31 se muestra el flujo de caja con el financiamiento del 50%.

Tabla 31: Financiamiento del 50%

| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------|---------------------------------|---------|----------|----------|----------|----------|----------|
| + | Ingresos | | 2970,08 | 3118,59 | 3430,44 | 3945,01 | 4734,01 |
| - | Costos Fijos | | -981,48 | -981,48 | -981,48 | -981,48 | -981,48 |
| - | Costos Variables | | -1677,72 | -1761,61 | -1937,77 | -2228,43 | -2674,12 |
| = | Margen | | 310,88 | 375,50 | 511,19 | 735,10 | 1078,41 |
| - | Depreciación | | -48,28 | -30,75 | -0,79 | 0,00 | 0,00 |
| + | Valor residual | | | | | | |
| - | Valor libro | | | | | | |
| - | Interés L.P | | -29,91 | -24,92 | -19,47 | -13,53 | -7,06 |
| - | Interés C.P | | | | | | |
| = | Utilidad antes Impuesto | | 232,69 | 319,84 | 490,94 | 721,57 | 1071,36 |
| - | Impuesto (27%) | | -62,83 | -86,36 | -132,55 | -194,82 | -289,27 |
| = | Utilidad después de Impuesto | | 169,86 | 233,48 | 358,38 | 526,75 | 782,09 |
| + | Depreciación | | 48,28 | 30,75 | 0,79 | 0,00 | 0,00 |
| - | Inversión | -79,82 | | | | | |
| - | puesta en marcha | -190,08 | | | | | |
| - | imprevistos | -31,65 | | | | | |
| + | Valor libro | | | | | | |
| + | Crédito L.P | 332,38 | | | | | |
| + | Crédito C.P | | | | | | |
| - | Amortización L.P | | -55,54 | -60,54 | -65,98 | -71,92 | -78,40 |
| - | Amortización C.P | | | | | | |
| (+/-) | Capital de trabajo | -363,20 | | | | | 363,20 |
| = | Flujo de caja | -332,38 | 162,60 | 203,70 | 293,19 | 454,82 | 1066,89 |

| | | | | | | | |
|---|----------------|---------|---------|--------|--------|--------|---------|
| = | FC Actualizado | -332,38 | 148,52 | 169,95 | 223,43 | 316,59 | 678,34 |
| = | FC Acumulado | -332,38 | -183,85 | -13,90 | 209,53 | 526,12 | 1204,46 |

Fuente: Elaboración propia en base a Excel. (2024)

5.3.2. Indicadores económicos

Tabla 32: Indicadores económicos con el financiamiento del 50%

| | |
|-----|---------|
| VAN | 1204,46 |
| TIR | 74% |
| PRI | 3 |

Fuente: Elaboración propia en base a Excel. (2024)

5.3.3 Rentabilidad del proyecto con financiamiento externo de 50%

Desde la perspectiva económica, el proyecto externo del 50% el VAN es mayor o igual a 0, el PRI es 3, es decir, que el capital invertido se recupera en el tercer año del proyecto, y la tasa de retorno (TIR) es de 74%.

5.3.4 Proyecto con financiamiento externo del 75%

El valor del crédito corresponde al 75% de la inversión inicial, que es de 664,75 UF y su 75% sería de 489,56 UF.

Tabla 33: Amortización del 75%

| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Deuda | 498,56 | \$415,26 | \$324,45 | \$225,48 | \$117,59 |
| Interés | -44,87 | -37,37 | -29,20 | -20,29 | -10,58 |
| Cuota | \$-128,18 | \$-128,18 | \$-128,18 | \$-128,18 | \$-128,18 |
| Amortización | \$-83,31 | \$-90,80 | \$-98,98 | \$-107,88 | \$-117,59 |
| Saldo | \$415,26 | \$324,45 | \$225,48 | \$117,59 | \$0,00 |

Fuente: Elaboración propia en base a Excel. (2024)

5.3.5 Flujo de caja proyecto con financiamiento externo del 75%

Tabla 34: Flujo de caja con financiamiento del 75%

| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------|----------------------------|---------|----------|----------|----------|----------|----------|
| + | Ingresos | | 2970,08 | 3118,59 | 3430,44 | 3945,01 | 4734,01 |
| - | Costos fijos | | -981,48 | -981,48 | -981,48 | -981,48 | -981,48 |
| - | Costos Variables | | -1677,72 | -1761,61 | -1937,77 | -2228,43 | -2674,12 |
| = | Margen | | 310,88 | 375,50 | 511,19 | 735,10 | 1078,41 |
| - | Depreciación | | -48,28 | -30,75 | -0,79 | 0,00 | 0,00 |
| + | Valor residual | | | | | | |
| - | Valor libro | | | | | | |
| - | Interés L.P | | -44,87 | -37,37 | -29,20 | -20,29 | -10,58 |
| - | Interés C.P | | | | | | |
| = | Utilidad antes Impuesto | | 217,73 | 307,38 | 481,20 | 714,81 | 1067,83 |
| - | Impuesto (27%) | | -58,79 | -82,99 | -129,92 | -193,00 | -288,31 |
| = | Utilidad dps Impuesto | | 158,94 | 224,39 | 351,28 | 521,81 | 779,51 |
| + | Depreciación | | 48,28 | 30,75 | 0,79 | 0,00 | 0,00 |
| - | Inversión | -79,82 | | | | | |
| - | puesta en marcha | -190,08 | | | | | |
| - | imprevistos | -31,65 | | | | | |
| + | Valor libro | | | | | | |
| + | Crédito L.P | 498,56 | | | | | |
| + | Crédito C.P | | | | | | |
| - | Amortización L.P | | -83,31 | -90,80 | -98,98 | -107,88 | -117,59 |
| - | Amortización C.P | | | | | | |
| (+/-) | Capital de trabajo | -363,20 | | | | | 363,20 |
| = | Flujo de caja | -166,19 | 123,92 | 164,33 | 253,09 | 413,92 | 1025,12 |

| | | | | | | | |
|---|----------------|---------|--------|--------|--------|--------|---------|
| = | FC Actualizado | -166,19 | 113,19 | 137,11 | 192,87 | 288,13 | 651,78 |
| = | FC Acumulado | -166,19 | -53,00 | 84,11 | 276,98 | 565,11 | 1216,89 |

Fuente: Elaboración propia en base a Excel. (2024)

5.3.6 Indicadores económicos

A continuación, en la siguiente tabla se muestran los indicadores económicos del proyecto con financiamiento externo de 75%.

Tabla 35: Indicadores económicos con el financiamiento del 75%

| | |
|-----|---------|
| VAN | 1216,89 |
| TIR | 112% |
| PRI | 2 |

Fuente: Elaboración propia en base a Excel. (2024)

5.3.7 Rentabilidad del proyecto con financiamiento externo del 75%

Desde la perspectiva económica, el proyecto con una financiación externa del 75% el VAN es mayor o igual a 0, el PRI es 2, es decir, que lo invertido se recupera en el tercer año, y la tasa de retorno (TIR) es del 112%.

5.4 Sensibilizaciones

El análisis de sensibilización sirve para determinar ante cualquier cambio en los ingresos y egresos del proyecto, sigue siendo rentable, estos cambios alteran la rentabilidad de VAN y TIR.

Para ver los distintos escenarios posibles se utilizó el flujo de caja con su proyecto del 75% de financiamiento, que es la mejor rentabilidad presenta.

5.4.1 Variación de costos

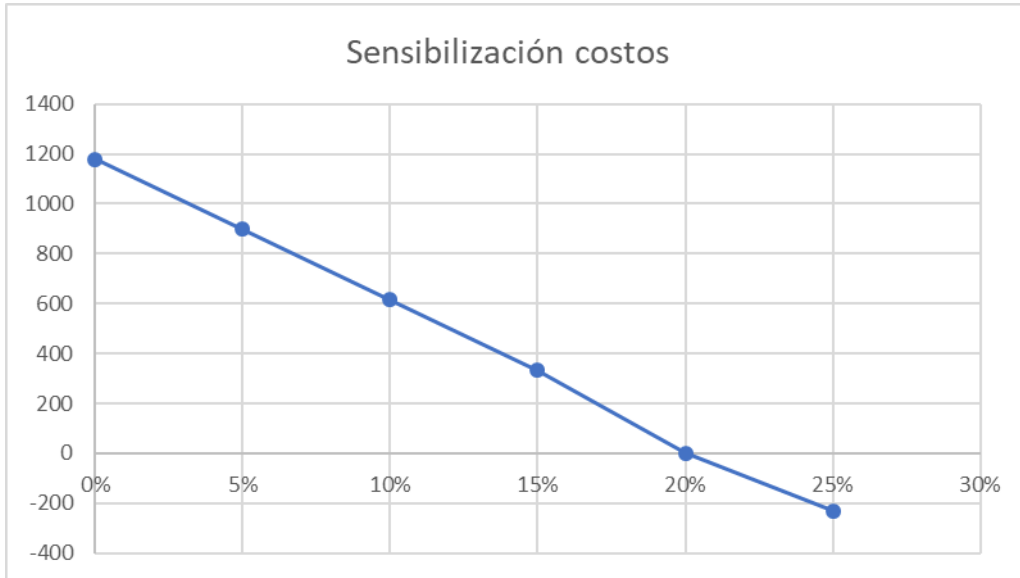
Tabla 36: Variación de Costos

| VARIACION COSTOS | VAN |
|------------------|---------|
| 25% | -193,89 |
| 21% | 0 |
| 20% | 88,26 |
| 15% | 370,42 |
| 10% | 652,57 |
| 5% | 934,73 |
| 0% | 1216,89 |

Fuente: Elaboración propia en base a

Excel. (2024)

Gráfico: Sensibilización de Costos



Fuente: Elaboración propia en base a Excel. (2024)

5.4.2 Variación de costos

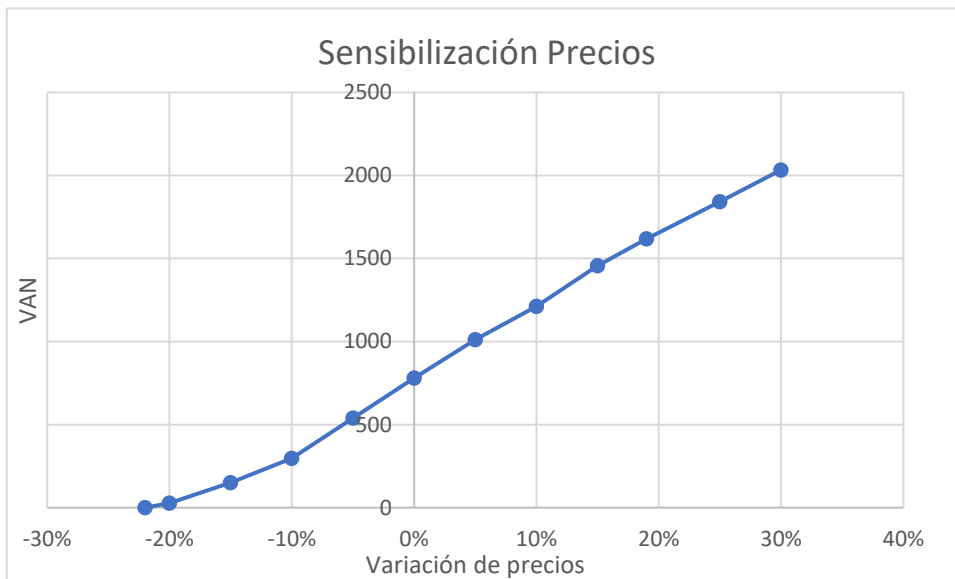
Tabla 37: Variación de Precios

| Precio | Variación de Precios | VAN |
|--------|----------------------|---------|
| 181,75 | 30% | 2033,31 |
| 174,76 | 25% | 1841,06 |
| 167,77 | 19% | 1617,99 |
| 160,78 | 15% | 1456,9 |
| 153,79 | 10% | 1212,83 |
| 146,80 | 5% | 1010,88 |
| 139,81 | 0% | 781,02 |
| 69,91 | -5% | 538,99 |
| 13,98 | -10% | 296,45 |

| | | |
|-------|------|--------|
| 20,97 | -15% | 150,46 |
| 27,96 | -20% | 27,77 |
| 30,76 | -22% | 0 |

Fuente: Elaboración propia en base a Excel. (2024)

Gráfico: Sensibilización de Precios



Fuente: Elaboración propia en base a Excel. (2024)

5.4.4. Determinación de puntos de corte

Con los análisis anteriores, se puede concluir que la variación de costos puede aumentar hasta un 21% aproximadamente en que el VAN es igual a 0, o como se refleja un punto de equilibrio, es decir, no hay ganancias ni pérdidas. En este sentido, sabe señalar que para encontrar este punto crítico se utilizó la herramienta Solver de Excel para análisis de datos. Por otro lado, cabe destacar que si los costos aumentan a un 25% como se visualiza en la Tabla 36, el proyecto ya no sería rentable, resultando un VAN negativo de -139,89. Por lo tanto, el proyecto seguirá siendo rentable si su VAN es mayor a un aumento de 21% en los costos. Y, por otra parte, en la sensibilización de los precios que afectan a los ingresos por cantidades vendidas y precio, se puede decir que, el punto crítico del VAN se da cuando los precios disminuyen a un 22%. Lo que indica que, los precios no pueden disminuir a un porcentaje mayor a este porque sino el proyecto se vuelve no rentable. Es decir, hasta una reducción de un 20% en los precios el proyecto se puede sostener y generar utilidades. También, para poder determinar el punto crítico se usó la herramienta Solver de Excel. Además, de esto cabe señalar que, si bien el precio cae en la sensibilización de este, no disminuyen las unidades vendidas. Pues, esta sensibilización sólo afecta a los ingresos. Por último, se distingue que estas sensibilizaciones son fundamentales para la correcta toma de decisiones dentro de una organización o para emprender en un proyecto de negocios, ya que, gracias a ella se comprende la importancia en la gestión de los recursos que se poseen y hacerlo de una manera de optimizar los procesos. Además, agrega un plus de transparencia lo que puede generar credibilidad y/o confianza a posibles inversores, u otros stakeholders.

CONCLUSIÓN

El mercado de los artículos de defensa personal sigue en crecimiento, y aún más si se trata de artículos con diferenciación, es decir, que se vaya por el ámbito femenino o de la femineidad, según las investigaciones que se realizaron en el presente trabajo.

La tienda estaría en un punto de igual forma estratégica de Viña del Mar, ya que cuenta con un gran flujo de personas que transitan en el día a día y además por los puntos de comercialización que se encuentran cerca de la Ciudad de Viña del Mar.

Se hizo una estimación de demanda que ayudó a proyectar los niveles de ingresos. También se hizo una estimación de los gastos y costos operativos del proyecto, con una estimación de la demanda inicial de 664,75 UF.

Por otro lado, se escogió un tipo de empresa individual de responsabilidad limitada (EIRL), ya que se considera un proyecto de pequeña envergadura. Por otro lado, si la empresa se quiere expandir al paso de los años y aumentar el giro comercial, estaría la opción de abrir una sociedad por acciones (SPA).

Mediante el análisis económico del proyecto, se pudo determinar que, a partir de los 3 tipos de financiamiento, el que mejor presenta rentabilidad, es decir, con mejor VAN, es el proyecto financiado del 75% aunque presenta un periodo de recuperación de la inversión en el tercer año, se recomienda llevar a cabo el proyecto con este tipo de financiamiento.

En conclusión, el mercado de los productos de autodefensa personal de estilo femenino estaría en crecimiento, las personas siempre tienden a elegir productos por: precio, calidad, y diferenciación de estos, siendo esta última característica por la cual se guiará este proyecto y así poder competir dentro del mercado de artículos de autodefensa personal.

BIBLIOGRAFÍA

- aliexpress. (2024). *es.aliexpress.com*. Obtenido de es.aliexpress.com:
https://es.aliexpress.com/item/1005006108029756.html?spm=a2g0o.productlist.main.3.4a4e53f8NOB6r8&algo_pvid=f8eaacf4-a3eb-4424-9589-9257e4b942e0&algo_exp_id=f8eaacf4-a3eb-4424-9589-9257e4b942e0-1&pdp_npi=4%40dis%21CLP%2120666%21961%21%21%21155.13%217.22%21
- AliExpress. (2024). *https://es.aliexpress.com*. Obtenido de
https://es.aliexpress.com/item/1005006550086460.html?spm=a2g0o.productlist.main.39.4ecd36fbj3510p&algo_pvid=27dc429a-9c9c-4bae-bd6d-591367e8d7c3&aem_p4p_detail=202406232039321673020578852450003172154&algo_exp_id=27dc429a-9c9c-4bae-bd6d-591367e8d7c3-19&pdp
- aliexpress.com. (2024). *https://es.aliexpress.com*. Obtenido de
https://es.aliexpress.com/item/1005006816309097.html?spm=a2g0o.productlist.main.9.4a4e53f8NOB6r8&algo_pvid=f8eaacf4-a3eb-4424-9589-9257e4b942e0&algo_exp_id=f8eaacf4-a3eb-4424-9589-9257e4b942e0-4&pdp_npi=4%40dis%21CLP%219961%21961%21%21%2174.77%217.21%21%4
- articulo.mercadolibre. (2024). *articulo.mercadolibre.cl*. Obtenido de
articulo.mercadolibre.cl: https://articulo.mercadolibre.cl/MLC-436861315-manopla-aluminio-defensa-personal-_JM#position=11&search_layout=stack&type=item&tracking_id=072bf5bb-ccb7-43e0-a7ef-fc09c55b6d0d
- Atiende, C. (Noviembre de 2023). *chileatiende.gob.cl*. Obtenido de
<https://www.chileatiende.gob.cl/fichas/163-informe-sanitario-para-la-instalacion-ampliacion-o-traslado-de-establecimientos-industriales-y-o-comerciales>

- Carter, R. (agosto de 2023). *https://www.ecommerce-platforms.com*. Obtenido de <https://www.ecommerce-platforms.com/es/articles/best-wholesale-suppliers-usa>
- CHAIN, N. S. (2011). *PROYECTOS DE INVERSIÓN Formulación y Evaluación* (2da Edición ed.). Santiago de Chile, Chile: Pearson Educación. Recuperado el 2023
- Chile, B. d. (2024). *https://www.bcn.cl*. Obtenido de <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=3439>
- Chile, B. d. (2024). *https://www.bcn.cl/*. Obtenido de <https://www.bcn.cl/porta/leyfacil/recurso/patentes-municipales>
- Chile, M. d.-G. (2024). *https://saludresponde.minsal.cl*. Obtenido de <https://saludresponde.minsal.cl/autorizaciones-sanitarias/>
- Chile, M. d.-G. (2024). *https://www.minvu.gob.cl/*. Obtenido de <https://www.minvu.gob.cl/elementos-tecnicos/formularios/formularios-de-permisos-de-obra-menor/>
- chileatiende.gob. (s.f.). *https://www.chileatiende.gob.cl*. Obtenido de <https://www.chileatiende.gob.cl/fichas/163-informe-sanitario-para-la-instalacion-ampliacion-o-traslado-de-establecimientos-industriales-y-o-comerciales>
- chilelegal. (2021). *https://chilelegal.net/*. Obtenido de <https://chilelegal.net/certificado-zonificaci%C3%B3n/>
- CNRUINA-CL. (2024). *https://articulo.mercadolibre.cl*. Obtenido de https://articulo.mercadolibre.cl: https://articulo.mercadolibre.cl/MLC-2515541584-toy-bastones-de-descarga-electrica-electrochoque-portatil-_JM#position=5&search_layout=stack&type=item&tracking_id=7049f136-8998-4b01-a6b9-0c1d697cd1c2
- Consumidor, S. N. (marzo de 2011). *sernac.cl*. Obtenido de [sernac.cl: https://www.sernac.cl/porta/604/articles-62286_archivo_02.pdf](https://www.sernac.cl/porta/604/articles-62286_archivo_02.pdf)

Consumidor, S. N. (2024). *sernac.cl*. Obtenido de *sernac.cl*:
<https://www.sernac.cl/portal/604/w3-propertyvalue-8062.html>

Delito, C. d. (2023). *cead.spd.gov.cl*. Obtenido de *cead.spd.gov.cl*:
<https://cead.spd.gov.cl/estadisticas-delictuales/>

DGMN. (2024). <https://www.dgmn.cl>. Obtenido de <https://www.dgmn.cl/leydearmas/tasas-de-derechos/>

es.aliexpress.com. (2024). *es.aliexpress.com*. Obtenido de *es.aliexpress.com*:
https://es.aliexpress.com/item/1005006015803795.html?spm=a2g0o.productlist.main.17.2ec51c90Iki3gJ&algo_pvid=c66a2844-bc52-41aa-8b82-a67ef3e7e5a6&algo_exp_id=c66a2844-bc52-41aa-8b82-a67ef3e7e5a6-8&pdp_npi=4%40dis%21CLP%2121640%21961%21%21%21162.44%217.21%2

es.aliexpress.com. (2024). *es.aliexpress.com*. Obtenido de *es.aliexpress.com*:
https://es.aliexpress.com/item/1005007047673915.html?spm=a2g0o.productlist.main.1.4b6f6343NmHypm&algo_pvid=6d3328d5-23ed-4178-aa6d-cc802a692464&algo_exp_id=6d3328d5-23ed-4178-aa6d-cc802a692464-0&pdp_npi=4%40dis%21CLP%214687%21961%21%21%2135.18%217.21%21%4

es.aliexpress.com. (2024). <https://es.aliexpress.com>. Obtenido de <https://es.aliexpress.com>:
https://es.aliexpress.com/item/1005006816309097.html?spm=a2g0o.productlist.main.9.4a4e53f8NOB6r8&algo_pvid=f8eaacf4-a3eb-4424-9589-9257e4b942e0&algo_exp_id=f8eaacf4-a3eb-4424-9589-9257e4b942e0-4&pdp_npi=4%40dis%21CLP%219961%21961%21%21%2174.77%217.21%21%4

es.aliexpress.com/. (2024). <https://es.aliexpress.com/>. Obtenido de <https://es.aliexpress.com/>:
https://es.aliexpress.com/item/1005006473396986.html?spm=a2g0o.productlist.main.65.5af3442b1JBr66&algo_pvid=9c4c7e37-15e6-4a2b-bce9-

143c05c485a5&algo_exp_id=9c4c7e37-15e6-4a2b-bce9-143c05c485a5-32&pdp_npi=4%40dis%21CLP%215843%21961%21%21%2143.86%217.21%21

Estadística, I. N. (2024). *ine.gob.cl*. Obtenido de *ine.gob.cl*:
<https://www.ine.gob.cl/estadisticas/sociales/censos-de-poblacion-y-vivienda/censos-de-poblacion-y-vivienda>

Estadística-Chile, I. N. (Marzo de 2023). *ine.gob.cl*. Obtenido de *ine.gob.cl*:
https://www.ine.gob.cl/docs/default-source/prensa-y-comunicacion/g%C3%A9nero-y-desigualdad-de-ingresos-en-chile.pdf?sfvrsn=64af7d60_2

Express, A. (2024). <https://es.aliexpress.com>. Obtenido de https://es.aliexpress.com/item/1005003944881203.html?spm=a2g0o.productlist.main.1.2f904OM94OM91F&algo_pvid=bc43cf5f-7988-41f2-afd2-63f2c03a2a21&algo_exp_id=bc43cf5f-7988-41f2-afd2-63f2c03a2a21-0&pdp_npi=4%40dis%21CLP%212155%212155%21%21%2116.18%2116.18%21

Express, A. (2024). <https://es.aliexpress.com/item>. Obtenido de https://es.aliexpress.com/item/1005005226066356.html?spm=a2g0o.productlist.main.1.4a4e53f8NOB6r8&algo_pvid=f8eaacf4-a3eb-4424-9589-9257e4b942e0&algo_exp_id=f8eaacf4-a3eb-4424-9589-9257e4b942e0-0&pdp_npi=4%40dis%21CLP%212771%21803%21%21%2120.80%216.03%21%21
4

Hermosilla, I. (24 de NOVIEMBRE de 2023). *biobiochile.cl*. Obtenido de *biobiochile.cl*:
<https://www.biobiochile.cl/noticias/nacional/chile/2023/11/24/percepcion-de-inseguridad-en-chile-alcanza-nivel-maximo-historico-segun-encuesta-enusc.shtml>

horas, 2. (2024). Obtenido de https://www.bing.com/search?q=Más+de+l+50%25+de+las+armas+inscritas+en+Chile+son+utilizadas+para+defensa+personal+%7C+24horas&cvid=9e031b43ce7f4ec9903743cd652235de&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOdIBCDE2ODdqMG0qAIIsAIB&FORM=ANAB01&PC=HCTS

INE. (2023). *ine.gob.cl*. Obtenido de <https://www.ine.gob.cl/>

Internos, S. d. (2024). <https://www.sii.cl/>. Obtenido de https://www.sii.cl/valores_y_fechas/uf/uf2023.htm

Lincoln, G. y. (1999). <https://www.elsevier.es>. Obtenido de <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-el-rigor-investigacion-cualitativa-13354>

Liquimax. (AGOSTO de 2023). *liquimax.cl*. Obtenido de <https://www.liquimax.cl/>

munivalpo. (2024). <https://www.munivalpo.cl>. Obtenido de https://www.munivalpo.cl/transparencia/paginas/acordeon_1.aspx

Nacional, D. G. (2024). <https://www.dgmn.cl/>. Obtenido de <https://www.dgmn.cl/>

reitzpropiedades. (2024). *reitzpropiedades.cl*. Obtenido de [reitzpropiedades.cl](https://www.reitzpropiedades.cl): https://www.reitzpropiedades.cl/i_listing.asp?Order=DESC&NumPag=14#lista

RIPLEY. (2023). *simple.ripley.cl*. Obtenido de <https://simple.ripley.cl/search/computador%20hp?sort=score&page=1>

Salud, O. M. (8 de marzo de 2021). *who.int*. Obtenido de [who.int](https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women): <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women>

SII, E. (2024). *www.bcn.cl*. Obtenido de www.bcn.cl: https://www.bcn.cl/siit/reportescomunales/comunas_v.html?anno=2024&idcom=5109

Stuardo, J. G. (25 de marzo de 2023). *meganoticias.cl*. Obtenido de [meganoticias.cl](https://www.meganoticias.cl): <https://www.meganoticias.cl/nacional/409690-delincuencia-ipsos-estudio-mujeres-inseguridad-violencia-robo-portonazo-25-03-2023.html>

toctoc. (2023). Obtenido de <HTTPS://WWW.toctoc.com/propiedades>.

http://www.fiscaliadechile.cl/Fiscalia/Informe_Femicidios_v2.pdf



UNIVERSIDAD TÉCNICA
FEDERICO SANTA MARÍA

122

[https://www.chileagenda2030.gob.cl/GrupoTrabajo/2/1/Presentacion_-_Erradicacion_de_la_violencia_contra_la_mujer_MMyEG\(1\).pdf](https://www.chileagenda2030.gob.cl/GrupoTrabajo/2/1/Presentacion_-_Erradicacion_de_la_violencia_contra_la_mujer_MMyEG(1).pdf)

<https://advertising.amazon.com/es-mx/library/guides/differentiated-marketing>