



UNIVERSIDAD TECNICA FEDERICO SANTA MARIA

PREFACTIBILIDAD TÉCNICA Y ECONÓMICA PARA TIENDA DE MAQUILLAJE Y SKINCARE COREANO

Trabajo de Titulo para optar al Título
profesional de Ingeniero de ejecución en
gestión industrial.

Alumna:

Scarlett Camila Cabrera Ewert

Profesor Guía: Gabriel Jara Bulnes

Profesor correferente: Jaime Carmi Karmy

2024

Agradezco y dedico mi trabajo de título a Dios que sin él nada sería posible, quien siempre me entrego la fuerza y sabiduría que necesité para finalizar este nuevo desafío, quien guio y bendijo mi camino cada día. A mi amado esposo, por su inquebrantable amor, apoyo y paciencia a lo largo de los años. Su presencia ha sido mi mayor fuente de inspiración y motivación. Cada página de esta tesis lleva el amor que compartimos y la promesa de un futuro juntos, lleno de logros compartidos. Gracias por ser mi compañero de vida y por estar siempre a mi lado en cada paso del camino. A su familia de igual manera por quererme y cuidarme sinceramente. A mi madre y mis hermanos quienes con su presencia han sido mi roca en los momentos de duda y mi luz en los días oscuros, a través de su amor incondicional y constante apoyo, he encontrado la fuerza para perseguir mis sueños y alcanzar mis metas

Gracias Universidad técnica Federico Santa Maria por dejarme cumplir ese sueño junto a ti, gracias profesores por entregar con la mejor disposición sus conocimientos.

RESUMEN

PALABRAS CLAVE: SKINCARE, K-BEAUTY, TIENDA

Se realizó un estudio de prefactibilidad técnica y económica para una tienda de skincare y cosméticos ubicada en Viña del Mar, que respalde la viabilidad del proyecto. A pesar de la competencia local, la oportunidad radica en ofrecer calidad y precios competitivos en el mercado cosmético chileno que experimenta un crecimiento sostenido.

El proyecto busca introducir productos surcoreanos en Chile en un horizonte de 10 años, aprovechando la popularidad del K-beauty y la creciente influencia de la cultura coreana en el país. La demanda en América Latina, especialmente en Chile, ha aumentado significativamente según informes de KOTRA y la Cámara de la Industria Cosmética de Chile.

El análisis financiero muestra indicadores favorables como VAN a 2302,98 UF, IVAN de 4,62, TIR de 110,37% y PRI en el segundo año, destacando la opción de financiamiento del 75% en la entidad financiera Banco Estado con una tasa de interés de largo plazo de 3,70% y a corto plazo de 3,78%. Además, la sensibilidad a las variaciones indica respecto al precio de venta no menor a un 10.02% y la cantidad de ventas necesarias por sobre de 5552 unidades, para mantener la rentabilidad y que el VAN no sea negativo

En conclusión, el proyecto se presenta atractivo, con capacidad para generar liquidez y solvencia, pero se sugiere precaución en la gestión de precios y estrategia de ventas para garantizar la rentabilidad, considerando incluso la opción de operar inicialmente como tienda online.

SIGLAS Y SIMBOLOGÍAS

UF: Unidad de fomento.

VAN: Valor actual neto.

TIR: Tasa interna de retorno.

PRI: Período retorno de inversión.

SII: Servicio Impuestos Internos.

IVA: Impuesto al valor agregado.

CAPM: Capital Asset Pricing Model que se traduce a Modelo de fijación de precios de activos de capital.

KOTRA: Agencia de Promoción de Inversiones Comerciales de Corea

CAGR: Tasa de crecimiento anual compuesta.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN..... 1

OBJETIVOS 2

 Objetivo general:..... 2

 Objetivos específicos:..... 2

CAPÍTULO I: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN 3

 1.1. DIAGNÓSTICO..... 4

 1.1.1. Antecedentes generales y específicos del proyecto 4

 1.1.2. Antecedentes cualitativos 4

 1.1.3. Contexto de desarrollo del proyecto 5

 1.1.4. Tamaño del proyecto 5

 1.1.5. Impactos relacionados con el proyecto 5

 1.2. METODOLOGÍA..... 6

 1.2.1. Definición de situación sin proyecto 6

 1.2.2. Definición de situación con proyecto..... 6

 1.2.3. Método para medición de beneficios y costos..... 7

 1.2.4. Indicadores 7

 1.2.5. Criterios de evaluación..... 8

 1.2.6. Estructura de evaluación del proyecto 9

 1.2.6.1. Análisis de Viabilidad de Mercado..... 9

 1.2.6.2. Análisis de Viabilidad Técnica 9

 1.2.6.3. Análisis de Viabilidad Administrativa, Legal, Societaria, Tributaria, Financiera y Ambiental 9

 1.2.6.4. Evaluación Económica 10

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO..... 11

 2.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO 12

 2.2. ANÁLISIS DE DEMANDA ACTUAL Y FUTURA 14

 2.2.1. Análisis de demanda actual..... 14

 2.2.2. Análisis de demanda futura..... 15

 2.2.2.1 Resultados encuesta 17

 2.3.-. VARIABLES QUE AFECTAN A LA DEMANDA 22

 2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL Y FUTURA 23

 2.5. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO 23

 2.6. DETERMINACIÓN DE NIVELES DE PRECIO Y PROYECCIONES..... 24

 2.7. ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN 24

 2.8. ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN 25

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA 26

 3.1. DESCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS..... 27

 3.1.1. Descripción del proceso 27

 3.2. DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO 27

 3.3. SELECCIÓN DE EQUIPOS..... 28

 3.5. PROYECTOS COMPLEMENTARIOS..... 31

3.6.	LAY-OUT	31
3.7.	DETERMINACIÓN DE INSUMOS, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS	33
3.8.	FLEXIBILIDAD Y RENDIMIENTO	35
3.9.	CONSUMOS DE ENERGÍA	35
3.10.	PROGRAMAS DE TRABAJO; TURNOS Y GASTOS EN PERSONAL	36
3.11.	PERSONAL DE OPERACIONES, CARGOS, PERFILES Y SUELDOS	37
3.12.	INVERSIONES EN EQUIPO Y EDIFICACIONES	38
3.13.	INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO	40
3.14.	COSTOS OPERACIONALES MENSUALES Y ANUALES	41
3.14.1.	Costos fijos	41
3.14.2.	Costos variables.....	42
3.15.	COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	43
3.16.	COSTOS DE IMPREVISTOS	43
3.17.	TABLA RESUMEN DE INVERSIÓN INICIAL	43
CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA, FINANCIERA Y AMBIENTAL.....		45
4.1.	ADMINISTRATIVA.....	46
4.1.1.	Personal.....	46
4.1.2.	Estructura organizacional	46
4.1.3.	Sistemas de información administrativos	47
4.1.4.	Personal administrativo, cargos, perfiles y sueldos.....	47
4.1.4.1	Sueldo personal administrativo	48
4.1.5.	Gastos en personal.....	48
4.2.	LEGAL.....	48
4.2.1.	Marco legal vigente nacional e internacional.....	48
4.2.2.	Políticas de desarrollo industrial.....	49
4.2.3.	Aspectos legales del giro del proyecto.....	50
4.2.4.	Incentivos	51
4.2.5.	Aspectos laborales	51
4.2.6.	Costos asociados al cumplimiento de la legislación vigente	52
4.3.	SOCIETARIA	52
4.3.1.	Relación entre los inversionistas	52
4.3.2.	Estructura societaria	52
4.3.3.	Estimación del gasto para dar forma a la estructura societaria	53
4.4.	TRIBUTARIA.....	53
4.4.1.	Sistema tributario	53
4.4.2.	Mecanismo de determinación de gasto en impuestos	53
4.5.	FINANCIERA.....	54
4.5.1.	Fuentes de financiamiento.....	54
4.5.2.	Inversionistas.....	54
4.5.3.	Instituciones crediticias.....	55
4.5.4.	Leasing.....	55
4.5.5.	Costos de financiamiento.....	56

4.6.	AMBIENTAL.....	56
4.6.1.	Impacto medio ambiente.....	56
4.6.2.	Marco legal vigente.....	56
4.6.3.	Análisis de afluentes	56
4.6.4.	Ajuste a las normas.....	57
	CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	58
5.1.	CONSIDERACIONES A UTILIZAR.....	59
5.1.1.	Horizonte del proyecto,.....	59
5.1.2.	Tasa de descuento	59
5.1.2.1.	Tasa Libre de Riesgo	60
5.1.2.2.	Coeficiente de riesgo de la industria.....	60
5.1.2.2.	Rentabilidad del Mercado	61
5.1.2.2.	Calculo tasa de descuento	61
5.1.3.	Moneda a utilizar	62
5.1.4.	Impuestos	62
5.1.5.	Depreciaciones.....	63
5.1.6.	Reinversiones.....	63
5.1.7.	Amortización.....	64
5.1.7.1	Amortización al 25%	64
5.1.7.2	Amortización al 50%	64
5.1.7.3	Amortización al 75%	64
5.2.	PROYECTO PURO.....	64
5.2.1.	Flujo de caja sin financiamiento externo	65
5.2.2.	Indicadores económicos.....	66
5.2.3.	Rentabilidad del proyecto puro	66
5.3.	PROYECTO CON FINANCIAMIENTO.....	67
5.3.1.	Flujo de caja con financiamiento externo	67
5.3.1.1....	Flujo de caja con financiamiento externo al 25%	68
5.3.1.2....	Flujo de caja con financiamiento externo al 50%	69
5.3.1.3....	Flujo de caja con financiamiento externo al 75%	69
5.3.2.	Indicadores económicos.....	70
5.3.2.1	Indicadores económicos de flujo financiado al 25%	70
5.3.2.2	Indicadores económicos de flujo financiado al 50%	71
5.3.2.3	Indicadores económicos de flujo financiado al 75%	71
5.3.3.	Rentabilidad del proyecto con financiamiento externo.....	71
5.4.	SENSIBILIZACIONES	72
5.4.1.	Sensibilización al precio del producto.....	73
5.4.2.	Sensibilización de cantidad de ventas.....	74
5.4.3	Determinación de puntos de corte.	75
	CONCLUSIÓN	76
	BLIBLIOGRAFÍA	77
	ANEXOS	81

Índice de tablas

Tabla 1 Participación de productos de belleza en la importación desde Corea del sur a Chile 15

Tabla 2: Insumos..... 34

Tabla 3 Consumo de electricidad 36

Tabla 4 Consumo de agua estimado 36

Tabla 5: Gasto en personal 37

Tabla 6:Perfil de vendedor 38

Tabla 7 Sueldo de vendedor 38

Tabla 8: Equipamiento para tienda 40

Tabla 9 Capital de trabajo 41

Tabla 10 Costos fijos..... 42

Tabla 11 Costos variables 42

Tabla 12 Resumen costos..... 42

Tabla 13: Gastos puesta en marcha..... 43

Tabla 14 Imprevistos..... 43

Tabla 15 Inversión inicial del proyecto..... 44

Tabla 16: Perfil de encargado de local..... 47

Tabla 17 Sueldo de encargado de loca y contador..... 48

Tabla 18 Gasto en personal administrativo 48

Tabla 19 Tabla de tasas de interés de bonos en UF 60

Tabla 20 Tabla de Betas Damodaran del año 2023 (US)..... 60

Tabla 21 Rentabilidad del mercado 61

Tabla 22 Prima de riesgo..... 62

Tabla 23 Depreciación de activos..... 63

Tabla 24 Depreciación acelerada..... 63

Tabla 25 Amortización al 25% de financiamiento 64

Tabla 26 Amortización al 50% de financiamiento 64

Tabla 27 Amortización al 75% de financiamiento 64

Tabla 28 Flujo sin financiamiento externo..... 66

Tabla 29 Indicadores económicos para proyecto puro 66

Tabla 30 Flujo al 25% de financiamiento 68

Tabla 31 Flujo financiado al 50%..... 69

Tabla 32 Flujo financiado al 75%..... 70

Tabla 33 Indicadores al 25% de financiamiento 70

Tabla 34 Indicadores al 50% de financiamiento 71

Tabla 35 Indicadores al 75% de financiamiento 71

Tabla 36 Resumen indicadores económicos 72

Tabla 37 Sensibilización al precio 73

Tabla 38 Sensibilización ventas..... 74

Tabla 39 Productos con precio costo y venta 86

Índice de Figuras

Figura 1 Marcas 13

Figura 2 Referencia de localización de Viña del Mar centro 25

Figura 3 Flujo de proceso..... 28

Figura 4: Multifuncional Epson EcoTank L3210..... 29

Figura 5 Notebook HP 240 G8..... 29

Figura 6 Máquina de pago y boletas. 30

Figura 7 Vehículo de transporte Peugeot Partner 31

Figura 8 Lay out tienda Fuente: <https://home.by.me/es/> 32

Figura 9: Interior tienda 3D Fuente: <https://home.by.me/es/> 32

Figura 10: Interior tienda 3D vista esquina derecha Fuente: <https://home.by.me/es/>..... 33

Figura 11: Interior tienda 3D vista esquina izquierda Fuente: <https://home.by.me/es/> 33

Figura 12 Frontis de tienda Fuente: www.portalinmobiliario.com 39

Figura 13: Ubicación de tienda Fuente: www.portalinmobiliario.com 39

Índice de Diagramas

Diagrama 1 Organización de la empresa 46

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Pregunta número uno de encuesta..... 17

Gráfico 2 Pregunta número dos de encuesta 17

Gráfico 3 Pregunta número tres de encuesta 18

Gráfico 4 Pregunta número cuatro de encuesta 18

Gráfico 5 Pregunta número cinco de encuesta 19

Gráfico 6 Pregunta número seis de encuesta..... 19

Gráfico 7 Pregunta número siete de encuesta..... 20

Gráfico 8 Pregunta número ocho de encuesta 20

Gráfico 9 Pregunta número nueve de encuesta 21

Gráfico 10 Pregunta número diez de encuesta 21

Gráfico 11 Sensibilización precio respecto al VAN 73

Gráfico 12 Sensibilización cantidad vendida respecto al VAN 74

INTRODUCCIÓN

Este proyecto evaluará un plan empresarial, enfocándose en la estrategia de comercialización de productos de cuidado de la piel y maquillaje de origen surcoreano en Chile, a través de una plataforma digital y de una tienda física. Esta iniciativa surge al observar el notable progreso de la industria cosmética surcoreana, que ha logrado una destacada presencia en el mercado. Esto se debe a su capacidad para combinar ingredientes naturales con tecnología cosmética de vanguardia, lo que resulta en la oferta de productos de alta calidad que brindan resultados visibles en un corto período de tiempo

En Chile la influencia de la cultura coreana, incluyendo la música K-pop; las series también llamadas K-dramas; las rutinas para el cuidado de la piel y maquillaje también llamado K-beauty, ha ganado popularidad en Chile en los últimos años, siendo el K-beauty el punto de interés para el desarrollo del proyecto. Según información publicada por la Agencia de Promoción de Inversiones Comerciales de Corea (KOTRA) informó a principios del 2016, al diario Korean Times que los productos de belleza y cosmética provenientes de Corea han incrementado su demanda de forma considerable en América Latina. De acuerdo con la entidad, las firmas coreanas ganaron un total de 8,35 millones de dólares en ventas en los mercados de Brasil, Chile, Colombia y otras naciones latinoamericanas en el 2016, disparando la demanda en un 738% con respecto a la medición del 2008. [5]

Por otra parte, según la información proporcionada por la Cámara de la Industria Cosmética de Chile, se observa un aumento en las ventas del sector durante los dos primeros meses del año 2017 en comparación con el mismo período del año 2016. Este aumento ha generado expectativas optimistas de un crecimiento del 10% para el año 2017 en Chile, superando el crecimiento del 8.8% registrado en 2016 en el país y también superando el estimado mundial del 1.8% al 4% para el mismo año.

Es en este contexto que se ha considerado pertinente analizar la posibilidad de comercializar productos Skincare de Corea del Sur en Chile, concretamente dentro la V región de Valparaíso con tienda física y tienda online para el resto del país

OBJETIVOS

Objetivo general:

Crear tienda de productos de cuidado para la piel y maquillaje coreano, con el fin de promover una piel saludable, siguiendo los principios y tradiciones de la belleza coreana, a nivel nacional

Objetivos específicos:

- Determinar el entorno competitivo de la industria de la belleza en Chile, identificando a los actores clave en el mercado local.
- Identificar los diferentes segmentos de mercado y elegir el público objetivo para propuesta de negocio.
- Definir la propuesta de valor y evaluar su potencial aceptación en el mercado.
- Establecer el modelo de negocio y desarrollar estrategias de ingreso al mercado.
- Proponer una estructura organizativa para la implementación del proyecto.
- Desarrollar un análisis financiero y económico del plan de negocios propuesto, con el objetivo de calcular la inversión inicial y los flujos de efectivo para validar su factibilidad.

CAPÍTULO I: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE
EVALUACIÓN

1.1. **DIAGNÓSTICO**

1.1.1. Antecedentes generales y específicos del proyecto

En los últimos años, la cosmética coreana se ha transformado en un fenómeno mundial, y comprender el porqué es sencillo. Los productos coreanos son reconocidos por su innovadora tecnología y formulaciones avanzadas, lo que resulta en productos de alta calidad que satisfacen las necesidades de sus consumidores. [2]

En Corea el cuidado de la piel constituye un pilar fundamental de su estilo de vida, se considera un ritual diario ejecutado con dedicación y paciencia. La mayoría de las coreanas prefieren una tez limpia y luminosa, lo que impulsa sus rutinas centradas en hidratación, limpieza y protección solar, así demuestra un estudio publicado en The Korea Herald, el cual indica que cada vez aumenta el interés en productos de alta calidad para el cuidado de la piel y el cabello en el país. El aumento en el consumo de estos ha sido del 17,5 % entre 2016 y 2020, según un estudio realizado por la empresa consultora Samjong KPMG en Corea del sur.

De manera similar, el maquillaje coreano, también conocido como K-makeup, se enfoca en realzar la piel de forma luminosa y natural. Esto se fundamenta en una piel saludable y bien hidratada, razón por la cual se otorga una atención especial al cuidado de la piel antes de aplicar cualquier producto de maquillaje. Toda esta cultura ha resultado en la creación de productos de tecnología avanzada y alta calidad que han ganado una gran demanda en todo el mundo. [1]

Por ende, la presencia de la cultura popular en Chile, la tecnología e innovación en el desarrollo de nuevos ingredientes y fórmulas que ofrecen soluciones efectivas para la piel en sus productos, incluyendo ingredientes naturales y respetuosos con la piel, es que la popularidad de estos productos ha ido en aumento, como así también su demanda por conseguir estos productos en el mercado nacional. [7]

1.1.2. Antecedentes cualitativos

Dado el creciente interés y disposición de las personas a probar productos de belleza de origen surcoreano, la adquisición de estos productos en Chile en su mayoría ha sido por compras en páginas internacionales, donde conocer el producto en profundidad debido a la limitación del idioma ha sido complicado para los usuarios, sin mencionar los costos de envío adicionales al costo del producto, que elevan aún más el precio total, por obtener el producto. Dada la problemática y necesidad de los consumidores interesados en adquirir productos de cuidado para la piel de origen coreanos, el proyecto entrega el asesoramiento del equipo de trabajo, ofreciendo el producto más adecuado a su necesidad o requerimiento. Además de

tener el asesoramiento, puede conocer el formato del producto en persona, ya que por páginas web es más fácil caer en la decepción debido a que el formato del producto no cumple la expectativa.

1.1.3. Contexto de desarrollo del proyecto

El proyecto pretende abrir tienda física dentro de la V región de Valparaíso, específicamente en el centro de la ciudad de Viña del Mar, ya que en la zona no se encuentran competidores directos del mismo producto, aunque si existe competencia de productos sustitutos, y de tienda online, de esta manera abarcar todo el terreno nacional de Chile. Aunque se estima que la zona central del país tendrá mayor participación, ya que es favorable el creciente interés en el cuidado de la piel y maquillaje de origen coreano, en los últimos años y esta zona es donde mayor concentración de personas y comercio se encuentra.

1.1.4. Tamaño del proyecto

La empresa estará en categoría de microempresa a pequeña, según los criterios de clasificación del estatuto Pyme, publicados por el Ministerio de economía, fomento y turismo. El proyecto constara de uno a dos trabajadores, de los cuales se encarguen tareas administrativas y de organización en bodega, en sus inicios, todo en base a la demanda que vaya existiendo. Constará de una tienda física ubicada en lugar con alto tránsito de personas como centro de la ciudad, y requerirá de un espacio aproximado de 30mts² en disposición para la exposición de producto y atención a público. Cada venta online puede desarrollarse en dos a tres días hábiles aproximadamente, considerando el contacto con el cliente que incluye el asesoramiento, pago del producto, envío de producto y finalmente la recepción conforme del cliente.

La estrategia de crecimiento será vía redes sociales como Instagram, Facebook y Tiktok, donde un trabajador estará enfocado en esa labor. Además de contacto con cada cliente para entregarle incentivos de nueva compra y así fidelizar.

Respecto al financiamiento del proyecto, se estima un nivel de inversión de 665,01 UF. Repartidos entre activos fijos, capital de trabajo puesta en marcha e imprevistos.

1.1.5. Impactos relacionados con el proyecto

Dentro de los beneficios que impactaría en la zona de Viña del Mar donde se llevaría a cabo el proyecto con tienda física, sería de generar trabajo y desarrollo económico, ya que habría oportunidad laboral y fomento de consumir productos que se importan desde el extranjero, favoreciendo a la economía del país. Otro impacto positivo del proyecto sería apoyar a los clientes y ofrecer productos que ayuden a verse como ellos sientan que es mejor.

Un producto de maquillaje o de cuidado para la piel cumple con el fin de que el cliente se sienta mejor consigo mismo ya sea en apariencia o satisfacción personal, cuando un cliente se siente favorecido con un producto que le ayuda a acentuar o a disminuir alguna característica, su autoestima por sí mismo es mayor. Otro impacto positivo es promover la cultura, en este caso de la surcoreana, de la cual sus conocimientos en cuidados para la piel son desde hace mucho antes que en Chile. Las personas tendrán mayor conocimiento y conciencia de su piel y cuidado.

1.2. METODOLOGÍA

1.2.1. Definición de situación sin proyecto

Si el proyecto no se ejecuta no tendrá injerencia, ya que no hay inversión en este punto, por ende, no hay ingresos ni costos. Además, la industria k-beauty, seguirá en alza sin participación.

1.2.2. Definición de situación con proyecto

En contexto general si la nueva empresa k.-beauty puede ofrecer servicios de calidad a precios competitivos, diferenciarse de la competencia y cumplir con las expectativas del cliente, entonces existe posibilidad de tener éxito en el mercado. La proyección de la empresa dependerá de la capacidad que tenga para superar los desafíos del mercado y ofrecer servicios rentables de alta calidad, para no decrecer con el tiempo según la popularidad que existe hoy en día con el mundo K-beauty. Por lo tanto, todas las inversiones, costos e ingresos que la empresa genere se adjudican en el proyecto

1.2.3. Método para medición de beneficios y costos

El propósito del análisis de costo/beneficio es forjar un proyecto en el cual los beneficios prevalezcan sobre los desembolsos necesarios para poner en marcha dicho proyecto.

Las ganancias y/o ingresos derivados del proyecto serán calculados en función de la cantidad de servicios que la tienda logre comercializar, a un precio preestablecido. Estos ingresos serán ajustados tras restar los costos correspondientes a los activos fijos, variables y la inversión.

El horizonte de evaluación del proyecto abarcará un período de 10 años, que se considera el tiempo mínimo de operación para la empresa.

La evaluación de los costos de inversión, fijos y variables se llevará a cabo de la siguiente manera:

Los costos de inversión se subdividen en: desarrollo de la tienda física y página web, establecimiento, y gestión de las redes sociales, creación de la entidad empresarial, adquisición de vehículo para desplazamiento, muebles, artículos de decoración, asesoramiento legal y publicidad.

Los costos fijos estarán compuestos por: alquiler de la tienda y/o bodega, salarios mensuales de los empleados, gastos de administración de las redes sociales, combustible y peajes, así como gastos generales (como trámites notariales, impuestos y tasas municipales), consumos básicos de la tienda como luz, agua e internet.

Los costos variables dependerán de la demanda, ya que influye directamente en los costos asociados al inventario, embalaje y materiales de envío, descuentos o promociones, gastos de eventos o muestras, devoluciones o reembolso y gastos operacionales adicionales no contemplados.

1.2.4. Indicadores

Para determinar la factibilidad del proyecto, se emplearán los siguientes parámetros:

- Valor Actual Neto (VAN): implica la actualización de los ingresos y egresos del proyecto para calcular su discrepancia. Los flujos de efectivo se ajustan al presente mediante su descuento a una tasa de interés determinada. Esto refleja una métrica de rentabilidad neta del proyecto, expresada en unidades monetarias.
- Tasa Interna de Rendimiento (TIR): representa la tasa de interés o ganancia que rendirá una inversión. En otras palabras, el porcentaje de beneficio o pérdida que conllevará una inversión respecto a las cantidades no retiradas del proyecto.
- Período de Recuperación de la Inversión (PRI): también conocido como "Payback", este es un enfoque estático para evaluar inversiones, que facilita la selección de un proyecto específico basado en el tiempo necesario para recobrar la inversión inicial a través de los flujos de efectivo. Resulta particularmente útil cuando se busca invertir

en contextos de alta incertidumbre, ya que brinda una estimación del tiempo requerido para reembolsar la inversión realizada.

- Indicador Inversión vs. VAN (IVAN): corresponde a la suma de los flujos netos anuales actualizados menos la inversión inicial. Dicho indicador de evaluación representa el valor presente actualizado del dinero que el proyecto generará en el futuro, en relación con una tasa de interés y un período definidos.

1.2.5. Criterios de evaluación

Los criterios utilizados para la evaluación están vinculados con la interpretación derivada de los indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) y el Índice de Valor Actual Neto (IVAN). El enfoque metodológico empleado para la toma de decisiones es el siguiente;

- Primer criterio para considerar es el VAN. Si el VAN es igual o superior a cero, se procederá a aprobar el proyecto. En caso contrario, se rechazará.
- Segundo criterio, la TIR, el cual es un indicador de rentabilidad, si la tasa de retorno que se estima para el proyecto es superior o igual a la tasa de descuento, el proyecto se considera rentable, en caso contrario el proyecto se rechaza la inversión.
- Tercer criterio que se somete a análisis es el Periodo de Recuperación de la Inversión, comúnmente llamado "Payback". Este criterio establece el tiempo necesario para recuperar la inversión y se compara con el umbral de rentabilidad establecido por la empresa. Si el período de recuperación coincide o es menor que el umbral, se considera que el proyecto es viable.
- Cuarto criterio evaluado es el IVAN, el cual ofrece una relación entre la inversión y el VAN, en comparación con el indicador de VAN. El IVAN es útil para situaciones en las que la tasa de descuento está muy cerca de la tasa de retorno. Cuando los valores de VAN son muy similares debido a esta proximidad, el uso del IVAN ayuda a determinar la preferencia entre diferentes opciones de financiamiento.

La inclusión del IVAN permite analizar de manera independiente la relación cuantitativa entre la inversión y los beneficios generados por el proyecto, sin depender únicamente del VAN. Estos criterios de evaluación financiera proveen una estructura para evaluar la viabilidad y rentabilidad de un proyecto empresarial.

1.2.6. Estructura de evaluación del proyecto

1.2.6.1. Análisis de Viabilidad de Mercado

En esta etapa se llevará a cabo una evaluación exhaustiva de todos los aspectos relacionados con el mercado, con el propósito de determinar si existe una demanda suficiente para los productos, lo que indicaría la viabilidad del mercado.

- Se requiere definir con precisión el producto y/o servicio que se pretende ofrecer.
- La proyección y análisis de la demanda es esencial.
- Deben examinarse todas las variables que influyen en la demanda.
- La competencia presente y futura, junto con sus detalles, también debe ser considerada.
- El comportamiento del mercado y sus tendencias son aspectos cruciales.
- Luego, se determinan los niveles de precios y se establecen proyecciones o modificaciones en función de estos.
- Por último, se realiza un análisis de la ubicación y del enfoque para la comercialización.

1.2.6.2. Análisis de Viabilidad Técnica

En esta fase se llevará a cabo un análisis minucioso de todos los aspectos técnicos del proyecto para determinar su factibilidad en esta dimensión.

- En primer lugar, es necesario describir y seleccionar los procesos, seguido por la creación de un diagrama de flujo.
- Se procede a la selección de los equipos y maquinaria requeridos, y se planifica su disposición en el diseño.
- Luego, se determinan los insumos, productos y subproductos, incluyendo la flexibilidad y el rendimiento.
- Considerar el consumo de energía, programación de trabajo, turnos y gastos de personal es fundamental.
- Para el personal de operaciones, se deben detallar los roles, perfiles y remuneraciones.
- Estimar inversiones en equipos, edificaciones y capital de trabajo es esencial.
- Finalmente, se calculan los costos de instalación, puesta en marcha, y se contemplan posibles gastos imprevistos.

1.2.6.3. Análisis de Viabilidad Administrativa, Legal, Societaria, Tributaria, Financiera y Ambiental

En esta fase de estudio, se incluyen todos los aspectos mencionados previamente, los cuales se detallan a continuación.

- Viabilidad Administrativa: Determina la cantidad de personal administrativo requerido, sus funciones, perfiles y sueldos. También se crea una estructura organizativa y se estiman los costos de personal.
- Viabilidad Legal: Considera el marco legal nacional e internacional vigente, políticas de desarrollo industrial, aspectos legales relacionados con la operación del proyecto, incentivos fiscales y legislación laboral, junto con los costos asociados al cumplimiento de la legislación vigente.
- Viabilidad Societaria: Determina la estructura de propiedad y relaciones entre los inversores, y estima los costos asociados a esta estructura.
- Viabilidad Tributaria: Desarrolla la planificación fiscal, determina el sistema tributario y el mecanismo para calcular los gastos en impuestos.
- Viabilidad Financiera: Identifica las fuentes de financiamiento, posibles inversionistas y evalúa opciones en instituciones de crédito, considerando los costos financieros.
- Viabilidad Ambiental: Estudia los impactos del proyecto en el medio ambiente, ajustándose a las normas legales y regulaciones vigentes.

1.2.6.4. Evaluación Económica

En esta fase, se determina la viabilidad económica del proyecto, tomando en cuenta las siguientes variables:

- Se establece la tasa de descuento y la moneda a utilizar.
- Se considera el pago de impuestos.
- Se analizan las opciones de reinversión considerando las depreciaciones.
- Se realiza un análisis de riesgo.
- Se elaboran flujos de efectivo con y sin financiamiento.
- Se evalúan los indicadores económicos para determinar la rentabilidad del proyecto.
- Finalmente, se desarrollan gráficos de sensibilidad para identificar los puntos críticos.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

2.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

El proyecto constará del ofertar productos cosméticos como; labiales, sombras, bases, y cuidado de la piel coreanos que brinde un servicio integral abarcando los 10 pasos de la rutina coreana (limpieza oleosa, limpieza acuosa, esencia, tónico, sérum, mascarilla, exfoliante, crema, contorno de ojos, protector solar), más allá de la mera comercialización de productos. Su enfoque abarca desde proporcionar asesoramiento personalizado en la creación de rutinas de cuidado de la piel adaptadas a las necesidades individuales de cada cliente, hasta la orientación en el maquillaje coreano siguiendo las últimas tendencias.

La tienda se distinguirá por ofrecer una experiencia enriquecedora para sus clientes. Cada compra se complementa con la gratificante sorpresa de un regalo de muestra (habiendo en existencias), cuidadosamente seleccionada, o cupón de descuento para la próxima compra, y envío gratis dentro de la V Región de Valparaíso por compras superior a monto determinado, para así crear fidelización con el cliente. Esto además permite que los clientes exploren nuevos productos que concuerden con sus preferencias y objetivos de cuidado de la piel.

La atención será de esta tienda será presencial y también por vía chat, plataforma WhatsApp, en donde se podrá también realizar videollamada, si el cliente lo requiere. Cada cliente recibirá un trato personalizado y cálido por parte del profesional capacitado en el ámbito del cuidado de la piel y el maquillaje coreano. Por lo cual trabajador deberá cumplir con el perfil de atención requerido. Este experto no solo estará disponible para responder preguntas y ofrecer consejos, sino también de guiar a los clientes en la elección de productos adecuados a sus necesidades específicas, según su tipo de piel y enfoque a tratar. Además de brindar asesoramiento en cuidado de la piel, esta tienda también ofrece orientación en maquillaje coreano de acuerdo con las tendencias actuales. El experto en maquillaje puede asesorar al cliente para lograr un estilo fresco y moderno utilizando productos coreanos de alta calidad.

El compromiso de la tienda será proporcionar no solo productos de belleza, sino una experiencia completa. Desde el asesoramiento personalizado en rutinas de cuidado de la piel hasta el acompañamiento en maquillaje según las últimas tendencias, la tienda se esfuerza por elevar la experiencia de sus clientes mediante un enfoque integral en el cuidado.

La empresa ofrecerá a sus clientes productos de las marcas que aparecen en la figura N°1.

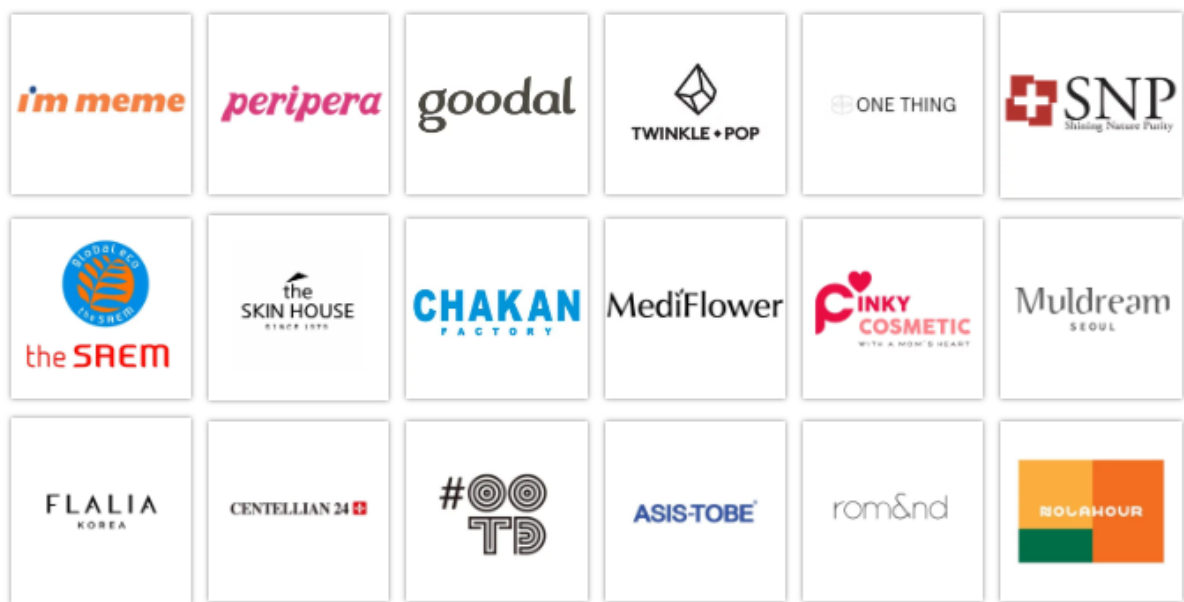


Figura 1 Marcas

Fuente: Kosmeticos, 2023. <https://kosmeticos.cl/>

Estas marcas proveerán los principales productos de maquillaje y skincare coreano, enfocándose principalmente en el cuidado de la piel. Los productos estarán dentro de tres categorías principales, los cuales ayudan en la orientación de la elección del producto

- Paso de Rutina Skincare: esta categoría abarca los productos que ofrecerá la tienda según la categoría que se encuentre el producto, por ejemplo; ampollas, contorno de ojos, cremas, desmaquillantes, emulsión, esencia/serum, exfoliantes, limpiadores faciales acuosos (en base a agua) y oleosos (en base a aceites), mascarillas, mist, protectores solares, y tónicos.
- ¿Qué te preocupa? En esta categoría se encuentra la acción a la cual el producto ayuda según la necesidad del cliente, por ejemplo; controlar el acné, disminuir arrugas, aportar hidratación, aportar luminosidad, reducir o evitar manchas, reducir ojeras y bolsas, disminuir la apariencia de los poros, disminuir la aparición de puntos negros, etc.
- Tipo de piel; de acuerdo con tu tipo de piel, así como lo que debes buscar y evitar según sea tu caso, para eso encontrará productos según la categoría correspondiente, piel mixta, piel sensible, piel grasa, piel madura y piel seca.

El régimen de cuidado de la piel coreano, también conocido como "K-beauty", es conocido por tener múltiples pasos. Aunque no todos los pasos son necesarios para cada persona, y la rutina puede adaptarse según las necesidades individuales, aquí hay una descripción general de los pasos típicos y sus propósitos: [28]

- Limpieza con aceite (Oil Cleanser): Elimina el maquillaje, protector solar y otras impurezas a base de aceite.

- Limpieza con espuma (Foam Cleanser): Limpia la piel de residuos de aceite y suciedad, preparando la piel para los siguientes pasos.
- Exfoliación (Exfoliator): Elimina las células muertas de la piel, promoviendo la renovación celular y mejorando la textura.
- Tónico (Toner): Equilibra el pH de la piel, proporciona hidratación y prepara la piel para absorber mejor los productos siguientes.
- Esencia (Essence): Hidrata y ayuda a la renovación celular. Contiene ingredientes concentrados para abordar problemas específicos de la piel.
- Suero (Serum): Dirigido a problemas específicos de la piel como la hiperpigmentación, arrugas o deshidratación.
- Mascarilla (Sheet Mask): Proporciona una dosis intensiva de ingredientes activos y humedad.
- Crema hidratante (Moisturizer): Sella la hidratación, mantiene la barrera cutánea y evita la pérdida de humedad.
- Protector solar: Protege la piel de los daños causados por la radiación UV.
- Bálsamo limpiador (Cleansing Balm) o Aceite Limpiador en Doble Limpieza (Double Cleansing): Retira el protector solar y otros productos insolubles en agua antes de la limpieza del rostro.

2.2. **ANÁLISIS DE DEMANDA ACTUAL Y FUTURA**

2.2.1. Análisis de demanda actual

En los últimos cinco años, la fabricación de productos cosméticos en Corea del Sur ha experimentado un incremento significativo, pasando de 7 a 13 mil millones de dólares en valor. Este crecimiento la ha convertido en la principal nación exportadora de productos cosméticos en el continente asiático, y su influencia se está expandiendo incluso en países como Francia y Estados Unidos. Un factor destacable es el auge de los productos de cuidado de la piel, conocidos como Skincare, que han experimentado un impresionante crecimiento del 83% en ese mismo período. Estos productos representan ahora más del 60% de la producción total de la industria cosmética en Corea, según información entregada por KOTRA.

En América Latina, las importaciones de cosméticos coreanos en los cuatro mercados más destacados (Brasil, México, Colombia y Chile) han experimentado un aumento significativo del 79% entre los años 2014 y 2018, según datos proporcionados por el observatorio de complejidad económica (OEC) en 2019¹. Esta tendencia señala un creciente

¹ Informe de análisis de la industria cosmética. Khidi.or.kr, <https://www.khidi.or.kr/board/view?linkId=48809330&menuId=MENU00085>

interés en los productos de belleza coreanos en la región, demostrando su aceptación y adopción por parte de los consumidores en Latinoamérica.

En Chile la importación de productos de belleza coreana ha ido en aumento los últimos años, según datos entregados por el observatorio de complejidad económica (OEC), herramienta que permite la visualización de datos líder en el mundo del comercio internacional, se puede observar en la siguiente tabla N°1.

Tabla 1 Participación de productos de belleza en la importación desde Corea del sur a Chile

Categoría	Año	Millones USD
Productos de belleza	2019	3,83
Productos de belleza	2020	5,39
Productos de belleza	2021	10,9

Fuente: Observatorio de complejidad económica (OEC)

Esta tabla muestra cómo cambia la participación de importación en millones de USD cada año, de productos categorizados como productos de belleza. Por lo tanto, como se estima que la importación de productos de belleza coreanos ha ido en aumento, se podría considerar para la proyección de demanda más adelante en este capítulo. De esta manera demostrar que en Chile existe demanda de estos productos y debido a su baja participación en el mercado, este tipo de productos se encontraría en etapa de crecimiento, ya que existen competidores dentro del territorio nacional y la demanda va en aumento.

2.2.2. Análisis de demanda futura

Se estima que el sector de artículos de belleza en Chile experimentará un aumento constante, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) calculada en 2,65% durante el lapso proyectado desde 2020 hasta 2025. Aunque para tener datos esenciales y específicos del proyecto, se realiza una encuesta. Dicha encuesta cumplirá con los siguientes parámetros; el tamaño de la muestra se considerará bajo el método probabilístico, la cual permitirá obtener la cantidad de encuestas mínimas que se deben realizar; también la cantidad de encuestados se obtendrá por medio de las siguientes fórmulas, definidas como;

Ecuación N°1 Población infinita

$$n = \frac{Z^2 \hat{p}(1 - \hat{p})}{\varepsilon^2}$$

Fuente: <https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-muestra.html>

Ecuación N°2 Población finita

$$n' = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$$

Fuente: <https://www.questionpro.com/es/calculadora-de-muestra.html>

Donde;

- ϵ : Margen de error.
- Z: Nivel de confianza.
- ρ : Proporción esperada.
- n: Tamaño de muestra buscada.
- N: Tamaño de población objetivo.

Se reemplaza por los siguientes valores, cada termino.

- ϵ : 0,05
- Z: 1,96
- ρ : 0,5
- N: 17.574.003 (número de habitantes de Chile)

Despejando n;

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * (1 - 0,5)}{0,05^2} = 384,16$$

$$n' = \frac{384,16}{1 + \frac{384,16}{17.574.003}} = 384,039 \approx 384$$

Por lo tanto, el número mínimo de personas encuestadas será de 384. La encuesta consta de 10 preguntas con alternativas, realizada entre Julio hasta Octubre del año 2023, por medio de Google forms online. Su principal objetivo es conocer el interés de personas dispuestas a comprar productos de K-beauty y conocer la frecuencia con la que utilizan productos para el cuidado de la piel y maquillaje

La encuesta llegó a los 384 encuestados, pertenecientes de 12 regiones de Chile, donde el mayor porcentaje de participación se obtuvo en la V Región de Valparaíso de 71,61% que son 271 personas como público objetivo. Sin embargo la demanda esperada seria de 159 personas que son mujeres, tienen rutina facial y pertenecen a la V Región de Valparaíso.

2.2.2.1 Resultados encuesta



Gráfico 1 Pregunta número uno de encuesta

Fuente: Google forms, en base a resultados de encuesta.

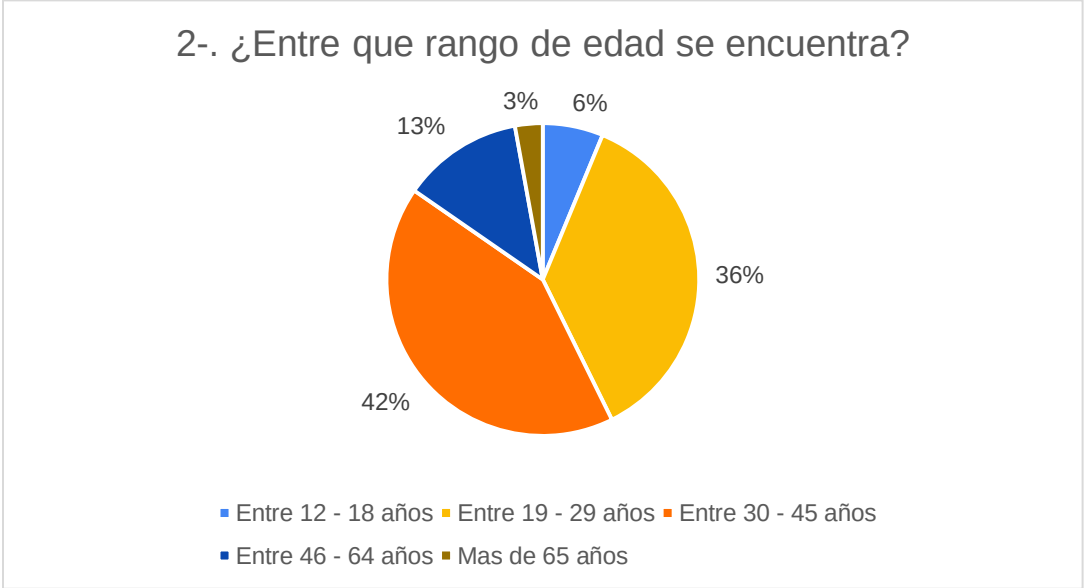


Gráfico 2 Pregunta número dos de encuesta

Fuente: Google forms, en base a resultados de encuesta.

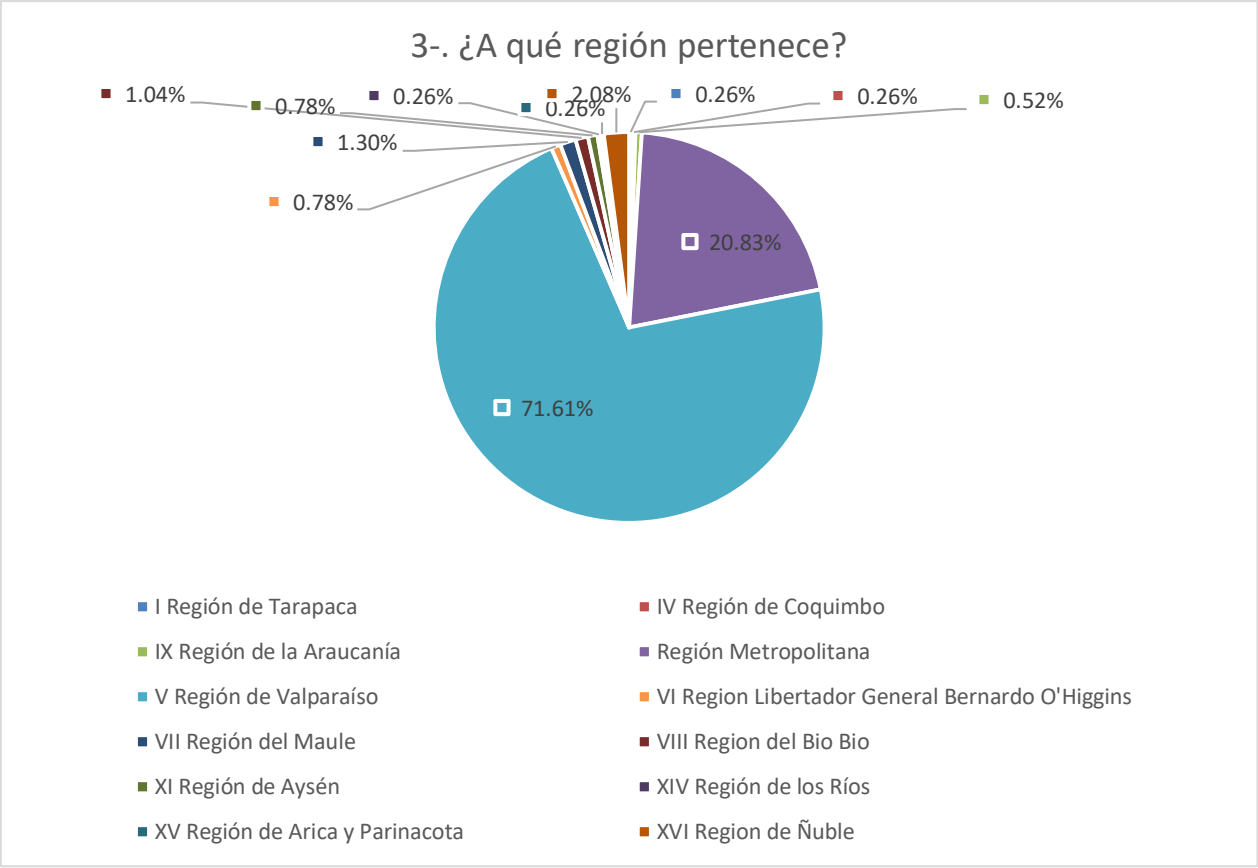


Gráfico 3 Pregunta número tres de encuesta

Fuente: Google forms, en base a resultados de encuesta.

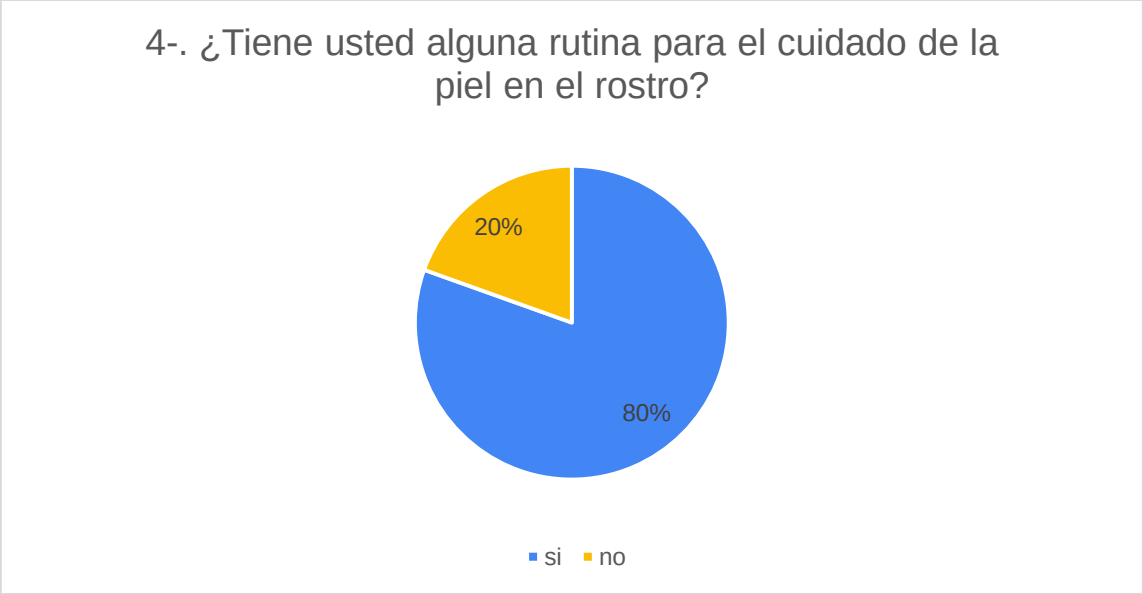


Gráfico 4 Pregunta número cuatro de encuesta

Fuente: Google forms, en base a resultados de encuesta.

5-. ¿Qué pasos incluye tu rutina de cuidado facial?

384 respuestas

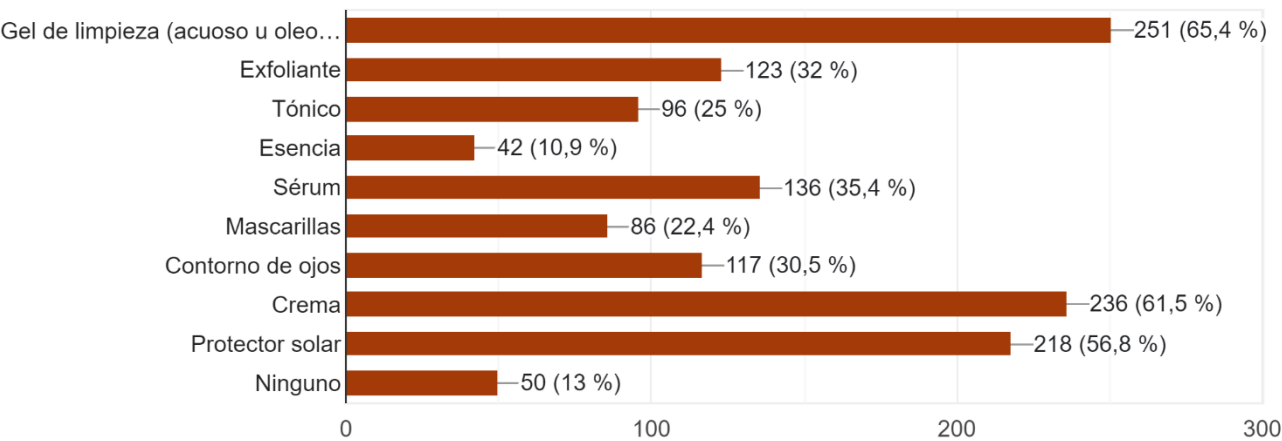


Gráfico 5 Pregunta número cinco de encuesta

Fuente: Google forms, en base a resultados de encuesta.

6-. ¿Has probado productos para el cuidado de la piel o maquillaje de origen coreano?

384 respuestas

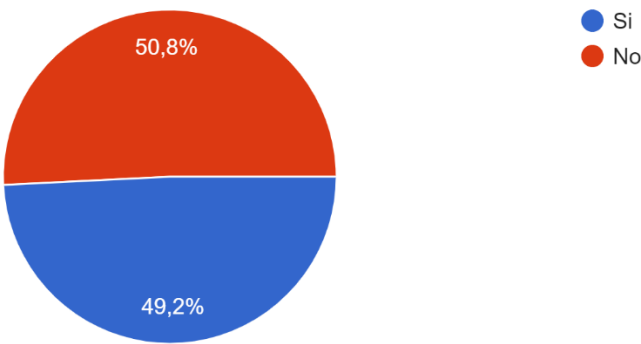


Gráfico 6 Pregunta número seis de encuesta

Fuente: Google forms, en base a resultados de encuesta.

7-. ¿Qué es importante para ti considerar al momento de elegir un producto de maquillaje o cuidado de la piel?

384 respuestas

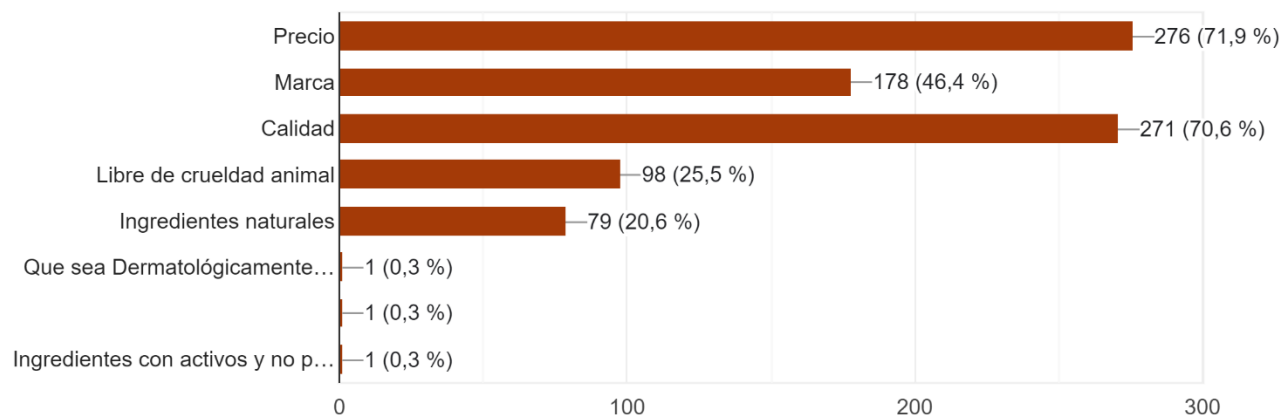


Gráfico 7 Pregunta número siete de encuesta

Fuente: Google forms, en base a resultados de encuesta.

8-. ¿Cuánto gastas en productos para el cuidado de la piel, o en la renovación de productos ?

384 respuestas

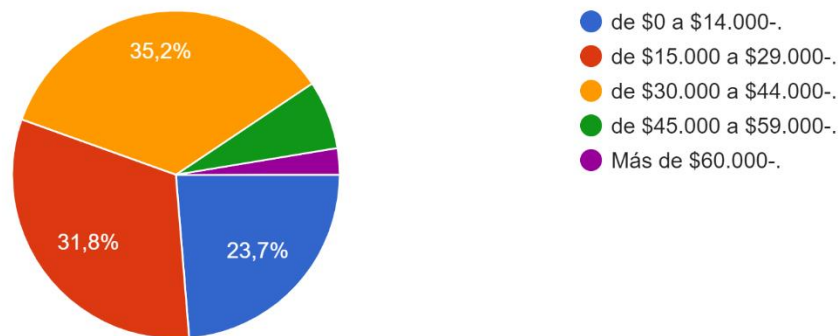


Gráfico 8 Pregunta número ocho de encuesta

Fuente: Google forms, en base a resultados de encuesta.

9-. ¿Cada cuanto usas maquillaje?

384 respuestas



Gráfico 9 Pregunta número nueva de encuesta

Fuente: Google forms, en base a resultados de encuesta.

10-. ¿Cuál es tu objetivo principal en el cuidado de la piel?

384 respuestas

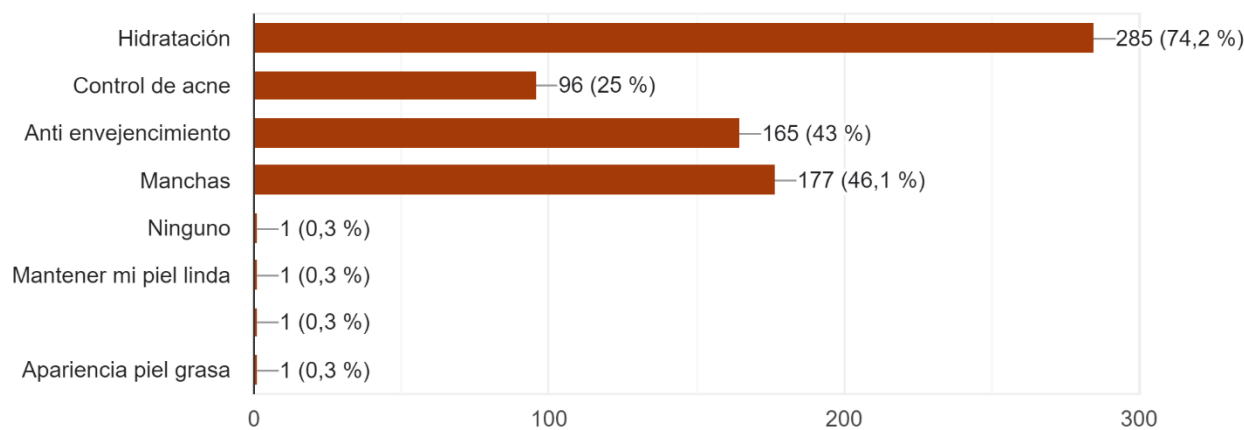


Gráfico 10 Pregunta número diez de encuesta

Fuente: Google forms, en base a resultados de encuesta.

En conclusión con las respuestas obtenidas el uso de productos cosméticos y de cuidado para la piel las personas en su mayoría han probado o conocen un producto de origen coreano, lo cual demuestra la popularidad de estos productos en el mercado, además estarían dispuestas a pagar entre \$0 a \$44.000 en total por la compra los productos para su rutina facial.

2.3.- VARIABLES QUE AFECTAN A LA DEMANDA

Varios factores pueden afectar la demanda en el mercado de productos cosméticos, incluidos los cosméticos coreanos en Chile. A considerar algunos de ellos serian los siguientes;

- Inserción de cultura popular; mayormente por la cultura pop coreana, como el K-pop y los K-dramas. En donde se promueve un aspecto en la piel impecable, libre de poros dilatados, manchas y granitos, lo que ha llevado a buscar las rutinas de bellezas. En los k-dramas también presentan los personajes su rutina de skincare, detallando producto y marca utilizado, lo cual aumenta la demanda en todo el mundo. Según información entregada por la plataforma Netflix indica que el 85% de los suscriptores en Latinoamérica, eligieron ver títulos coreanos en el año 2022 y a nivel global en más de 90 países de los tops 10, 3 de los programas son de corea. Por lo tanto, la cultura sur coreana está de moda en Chile, la cual puede aumentar, mantenerse o en el peor de los casos decrecer.
- Tecnología e innovación; en la fabricación de los productos las empresas invierten gran cantidad de tiempo, dinero y recursos en la investigación y desarrollo de nuevos ingredientes o fórmulas para competir en el mercado. Lo cual ha llevado a la creación de tecnologías innovadoras, como la microencapsulación de ingredientes activos, uso de células madre vegetales y nanotecnología para mejorar la absorción de los productos. Esto llama la atención dentro de lo que ya se ofrece en el mercado, siendo su mayor diferenciación conjunto al siguiente punto.
- Calidad de ingredientes de origen natural amigables con la piel; además de los ingredientes activos también muchos productos contienen extractos de plantas y hierbas tradicionales coreanas, como el ginseng, té verde, y cactus. Que entregan propiedades calmantes y nutritivas para la piel
- Accesibilidad de productos; gracias a la tendencia y popularidad del K-Beauty, la variedad de productos en calidad e innovación es cada vez mayor, cada vez se encuentran mayores proveedores para mercado mayorista que impulse la variedad de productos.
- Precio; si bien puede tener un precio más elevado que otros cosméticos del mercado, los precios llegan a ser razonables entre calidad-precio. Pero es un factor importante para considerar, ya que entre menor es el precio conforme a la competencia, mayor interés presentara la tienda para el cliente.
- Confiabilidad; a pesar de que los productos sur coreanos presenten una excelente calidad, en Chile no hay mayor información de ellos y se tiende a generalizar que un producto originario del continente asiático, es Chino y por mala fama de la calidad de los productos Chinos, se tiende a rechazar. Es por esto por lo que la información al cliente es crucial.

2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL Y FUTURA

En los mercados en desarrollo, se observa que las empresas más prominentes que tienen como objetivo alcanzar la cima están llevando a cabo adquisiciones estratégicas de las marcas líderes en mercados más establecidos y avanzados. Esta estrategia les brinda la oportunidad de diversificar sus carteras y les concede el acceso a flujos de ingresos sólidos, así como a perspectivas de crecimiento ampliadas. El ámbito de los productos cosméticos es un terreno de competencia acalorada, donde las compañías líderes a nivel mundial ejercen un dominio considerable. Múltiples actores están incursionando en este mercado con el propósito de aprovechar el potencial aún no explotado en el sector de productos cosméticos. Entre los nombres de mayor relevancia en el panorama de los productos cosméticos en Chile se encuentran L'Oréal Group, Beiersdorf AG, The Estée Lauder Companies Inc, Oriflame Cosmetics SA, entre otros.

En Chile empresas dedicadas a la venta minorista de productos k-beauty se encuentran; Socobox, Unnie beauty, Kosmeticos, DBS, Beauty plus, Maicao, dentro de las más populares, todas estas tiendas tienen modalidad de atención presencial y online. La participación de empresas dentro del rubro de la belleza y cuidado personal se espera continúe en aumento.

2.5. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO

Se aplicará un FODA para evaluar el negocio de productos de belleza coreanos.

Fortalezas: [14]

- Entrega de conocimiento por medio de asesoramiento y recomendaciones personalizadas
- Originalidad de productos que llaman la atención a diferencia de competidores, ya sea por empaque, o aplicación del producto.
- Los productos ofrecerán mayor variedad al cliente
- Ofrecer traducción correcta de los productos

Oportunidades:

- Como los productos están en etapa de crecimiento la competencia de tiendas coreanas en el sector es baja
- Aumento de popularidad en los últimos años

Debilidades:

- Desconfianza de los clientes a probar productos nunca vistos o mencionados por su círculo social
- Limitación del idioma en el etiquetado para el cliente

Amenazas:

- Cambios constantes en las preferencias del cliente según moda
- Diversidad de competidores

2.6. DETERMINACIÓN DE NIVELES DE PRECIO Y PROYECCIONES

Para determinar el precio de los productos, se ha de considerar los costos asociados y rentabilidad. El precio de venta sugerido por el proveedor es del 41% aproximadamente respecto al precio costo, se estima que los precios de la competencia permiten considerar la sugerencia, ya que si fuera un porcentaje mayor, los precios de venta estarían por sobre la media de la competencia y podría disminuir la competitividad de la empresa, en caso contrario, se puede disminuir para efectos de oferta y promociones. Por lo cual el precio promedio de venta por producto sería de \$15.536.- o 0,43 UF.

Para la estimación y cálculo de ingresos se toma en cuenta la proyección de volumen de ventas. La proyección de ventas en el año 1 se realiza en base a las entrevistas realizadas a emprendedores y expertos que utilizan este mismo canal de venta, de estas entrevistas se obtuvo las ventas diarias del primer mes que oscilan entre cinco productos a seis productos. Para los siguientes meses, se ha estimado un crecimiento continuo de un 20% empezando desde el tercer mes, y con un máximo de 35% para los meses con feriados festivos como el día de la madre, y fiestas navideñas en base al comportamiento del crecimiento de mercado en esta categoría.

2.7. ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN

Según el estudio de demanda analizado anteriormente, el número de clientes en la región que podrían beneficiarse del servicio ofrecido por la tienda es mayor en la zona central de Chile. La región de Valparaíso cuenta con una buena red de transporte y comunicaciones, lo que facilita la logística de la empresa. Además, es importante considerar la disponibilidad de proveedores de materiales, en su mayoría se encuentran en Santiago, no se considera desarrollar la empresa en Santiago ya que la competencia es muy alta a diferencia de la V Región.

La ubicación de la empresa debe ser accesible para los clientes potenciales, lo que puede significar estar ubicado en una oficina o tienda, en una zona comercial o residencial de fácil acceso en Viña del Mar, donde sea vista, específicamente en la dirección Av San Martín con 15 Nte, a pasos de Mall Marina Arauco, ubicación de referencia ver imagen N°1. Es importante considerar los costos asociados a la operación de la empresa en la ciudad de Viña del Mar, incluyendo costos de arriendo o compra de local, salarios, materiales, entre otros.

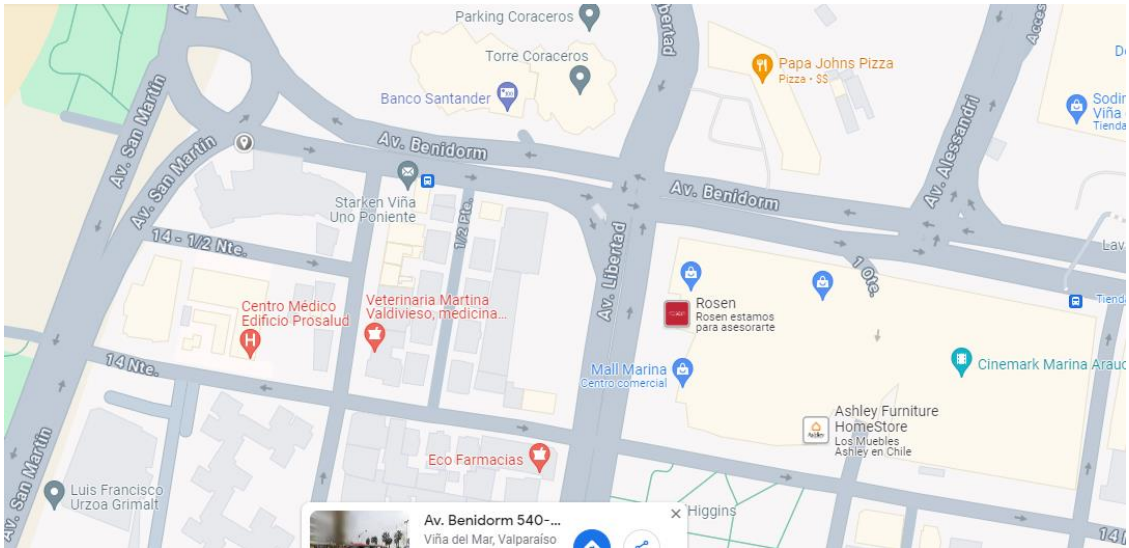


Figura 2 Referencia de localización de Viña del Mar centro

Fuente Google Maps

2.8. ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

La empresa se comercializará a través de su oficina o tienda presencial, publicidad en línea, ferias y eventos del sector y redes sociales como, Tiktok, Instagram, Facebook, etc. Considerando promociones y descuentos para atraer a nuevos clientes. La empresa se enfocará en ofrecer un servicio al cliente de calidad, con un buen soporte y atención postventa, para fidelizar a sus clientes y generar referencias. Haciendo una buena combinación de canales de venta, precios competitivos, comunicación efectiva y atención al cliente, lograra que la oferta de servicios sea atractiva y exitosa en el mercado.

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

3.1. DESCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS

3.1.1. Descripción del proceso

El servicio inicia de dos maneras dependiendo de cómo el cliente se acerque, ya sea presencial u online.

Si es de manera presencial, comienza la experiencia del cliente al ingresar a la tienda, donde el vendedor le atiende ofreciendo su asesoramiento si lo necesita. De aceptar el cliente el asesoramiento, se realiza un breve análisis según lo que el cliente quiera tratar y su tipo de piel, se le da a probar si es posible los productos directo en la piel. Una vez que el cliente quiere los productos aconsejados para su rutina, se comienza con el proceso del pago, el cual aceptara efectivo, débito y crédito, y empaque del producto que lleva un regalo de descuento para su próxima compra o una muestra gratis, de haber en existencias.

Si es de manera online, entonces el cliente ingresa a la página web o al perfil en Instagram, donde encuentra catálogo con información de todos los productos detallado en ingredientes, zona a tratar y en que aporta su uso. El cliente tendrá la opción de comunicarse con un vendedor por WhatsApp, enlace que se encuentra en la descripción del perfil, una vez comunicado, el vendedor le ayuda con todas las dudas que tenga, además de solicitar información respecto a su tipo de piel y que es lo que desea tratar. Cuando el cliente quiere comprar el producto entonces puede proceder de dos maneras; por medio de la página web donde ingresa los productos al carrito de compras o por medio del vendedor en WhatsApp, el cual le enviará un detalle de los productos que solicita y el monto total a pagar, que también puede ser pagado con débito o crédito. El cliente deberá realizar el pago por la página web o por medio de enlace de pago. De todas maneras comunicara con el cliente el vendedor para ofrecer ayuda si necesita con su compra, de manera que le recuerde al cliente de los productos ofrecidos y dar incentivos como descuentos o muestras de regalo por la compra.

3.2. DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO

Se procede a describir el proceso anterior descrito de manera esquemática, de esta manera se puede detectar oportunidades de mejora del proceso, ya que permite puntos de control con una visión más clara.

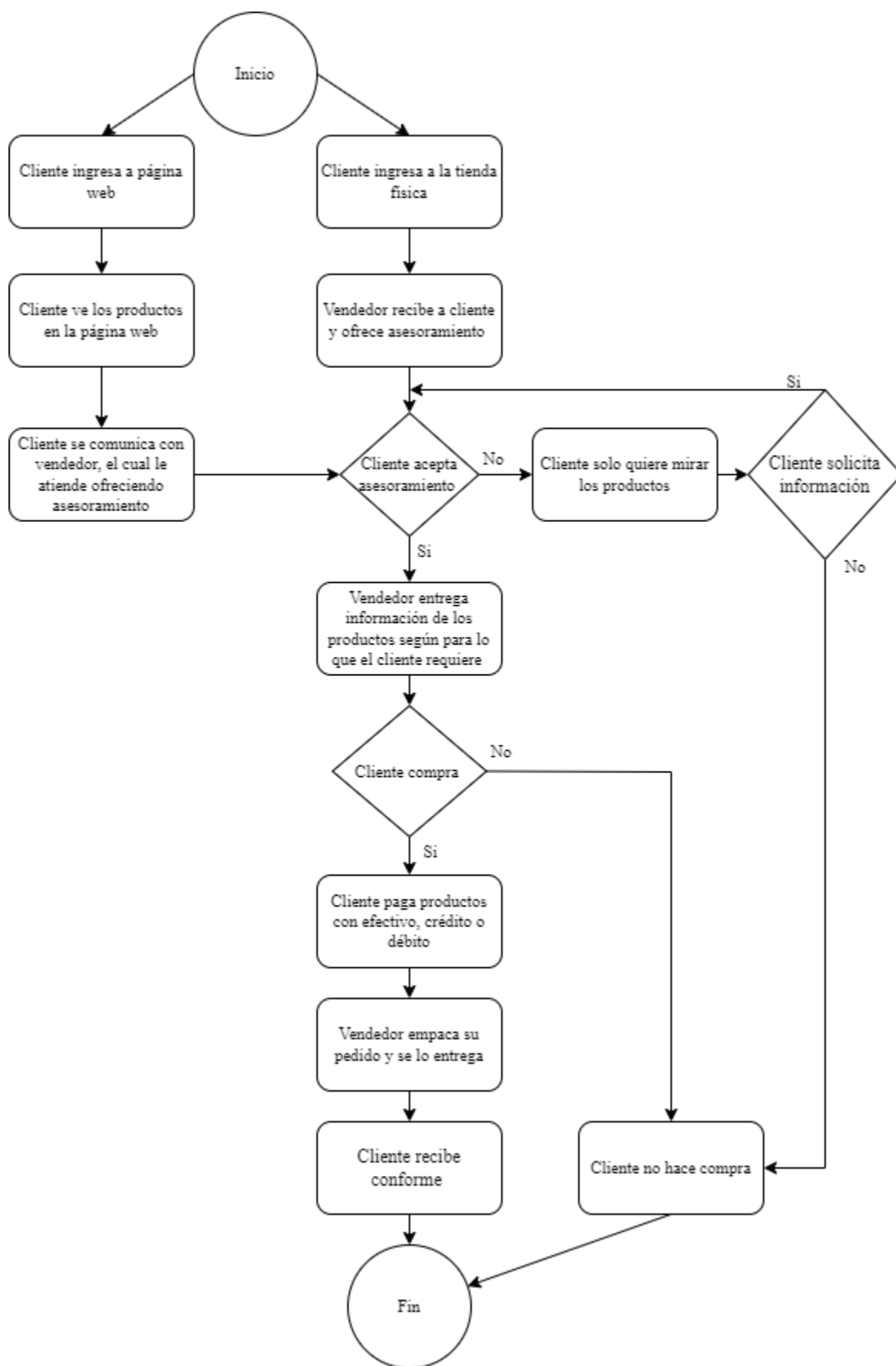


Figura 3 Flujo de proceso

Fuente: Elaboración propia, 2023

3.3. SELECCIÓN DE EQUIPOS

La adquisición de equipos para poner en marcha el proyecto es indispensable, ya que este forma parte en gran medida de la inversión inicial requerida. Para esto la elección y compra de estos, va a estar bajo criterios de; confiabilidad, durabilidad, disponibilidad de repuestos y precio, de acuerdo con el mercado.

Dentro de lo que el proyecto considera es un vehículo para transporte de mercadería, la cual debe estar dispuesta a los despachos de compras que se encuentren dentro de un radio razonable, ósea dentro de las ciudades de Valparaíso, Viña de mar, Quilpué y Villa alemana, y retiros de pedidos de proveedor en Santiago para la tienda. Además, se requerirá de un notebook, una Multifuncional y una máquina para boletas. A continuación se describen los equipos mencionados anteriormente.

a) Multifuncional Epson EcoTank L3210 (C11CJ68303)



Figura 4: Multifuncional Epson EcoTank L3210

Fuente: AbcDin.com

- Conectividad (Interfaz Estándar): USB 2.0
- Altura: 17.9 cm
- Ancho: 37.5 cm
- Profundidad 34.7 cm
- Peso 3.9 Kg
- Tecnología de Impresión: tinta continua (botella de tinta)
- Compatibilidad: Windows / Mac OS

b) Notebook HP 240 G8



Figura 5 Notebook HP 240 G8

Fuente: Hp.com

- Tamaño de la pantalla: 14,1"
- Procesador: Core i5
- Memoria RAM: 8GB
- RAM expandible:16GB
- Almacenamiento SSD:256GB

c) Máquina de pago y boletas



Figura 6 Máquina de pago y boletas.

Fuente: TUU.cl

- Acepta tarjetas con banda magnética, chip y sin contacto.
- Recibe pago con tarjetas y emite voucher válido como boleta electrónica.
- Recibe pago con efectivo y emite boleta o factura electrónica.
- Impresora térmica integrada.
- Chip de Internet con gigas libres.
- Batería de larga duración.
- Cámara de 5 megapíxeles
- Pantalla táctil de 5,5"

d) Vehículo de transporte Peugeot Partner 1.6 HDI L1 90HP Pack AA



Figura 7 Vehículo de transporte Peugeot Partner

Fuente: chileautos.cl

- Tipo de combustible Diesel.
- Tracción delantera.
- Cambio de marcha manual.
- Cilindrada. 1,5 l / 1499 cm³
- Potencia. 75 KW (102 CV)
- Par de fuerza máximo. 250 Nm at 1750 rpm.

3.5. **PROYECTOS COMPLEMENTARIOS**

La evaluación de este proyecto no considera proyectos complementarios, ya que se está evaluando la elaboración de una tienda

3.6. **LAY-OUT**

Para el funcionamiento del proyecto se considera el arriendo de una tienda con espacio suficiente para atención al público, bodega y baño en un lugar céntrico de Viña del Mar de al menos 38 m².



Figura 8 Lay out tienda
Fuente: <https://home.by.me/es/>



Figura 9: Interior tienda 3D
Fuente: <https://home.by.me/es/>



Figura 10: Interior tienda 3D vista esquina derecha
 Fuente: <https://home.by.me/es/>



Figura 11: Interior tienda 3D vista esquina izquierda
 Fuente: <https://home.by.me/es/>

3.7. **DETERMINACIÓN DE INSUMOS, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS**

3.7.1-. Determinación de insumos

Para el funcionamiento del proyecto es necesario insumos que permitan ofrecer de la mejor manera los productos y contar con las herramientas para llevar a cabo la mejor experiencia de atención al cliente. Para ello se especifica los insumos en la siguiente tabla

Tabla 2: Insumos

Ítem	Proveedor	Costo mensual \$	Costo mensual UF	Costo anual \$	Costo anual UF
Bencina	COPEC - SHELL	\$200.000	5,505	\$2.400.000	66,06
Tinta de impresora	Falabella	\$11.990	0,330	\$35.970	0,99
Empaques de papel tamaño S-M-L	Ecopacks	\$116.223	3,199	\$697.339	19,19
Resma de papel carta	Lider	\$4.890	0,135	\$24.450	0,67
Total		\$333.103	9,17	\$3.157.759	86,92

Fuente: Elaboración propia, según cotizaciones realizadas

3.7.2. Determinación de productos

Los productos que la tienda ofrecerá se conseguirán directamente de un proveedor que importa productos a Chile y entrega los mejores precios en comparación con otros proveedores considerados. Se procede a detallar en la siguiente tabla el nombre del producto y precio sugerido de venta entregado por proveedor. Cabe mencionar que debido a la gran variedad de productos se ha categorizado en marcas y categorías, véase en anexo tabla detalla.

Tabla: Listado de productos

Marca	Categoría	Promedio costo \$	Promedio costo UF	Promedio precio de venta \$	Promedio precio de venta UF
Chakan Factory	Skincare- cuidado corporal	\$9.297	0,256	\$ 15.625	0,430
Goodal	Skincare	\$13.770	0,379	\$ 23.143	0,637
Meme Box	Maquillaje	\$8.256	0,227	\$ 13.875	0,382
Medi Flower	Cuidado corporal	\$8.727	0,240	\$ 14.667	0,404
Muldream	Skincare	\$11.107	0,306	\$ 18.667	0,514
One Thing	Skincare	\$9.100	0,250	\$ 15.294	0,421
Peripera	Maquillaje	\$8.238	0,227	\$ 13.846	0,381
Twinkle Pop	Maquillaje	\$6.796	0,187	\$ 11.421	0,314
SNP	Skincare	\$8.313	0,229	\$ 14.194	0,391
The Skin House	Skincare	\$10.990	0,302	\$ 18.471	0,508
The Saem	Maquillaje - Skincare	\$6.959	0,192	\$ 11.695	0,322
Promedio		\$9.232	0,254	\$ 15.536	0,428

Fuente: Elaboración propia, en base a cotizaciones realizadas.

3.8. **FLEXIBILIDAD Y RENDIMIENTO**

El rendimiento y la capacidad máxima de productos estará determinado por la capacidad de almacenamiento de la bodega que haya en el local, de manera que para temporadas altas desde Diciembre a Febrero, o en épocas de promociones como Cyberdays. Si la demanda aumentara hasta agotar el stock de productos, primero se contrataría por temporada a personal de apoyo para atender a los clientes disminuyendo el tiempo de espera y proceso de compra, además se tendría el doble de los productos más solicitados, contando con packs promocionales y listos para regalos en bodega de la tienda y si es necesario se arrendaría una bodega por la temporada.

3.9. **CONSUMOS DE ENERGÍA**

El consumo de la tienda será generalmente por iluminación del local y consumo de enchufes, para lo cual se considerará un promedio de consumo en electricidad y agua.

Tabla 3 Consumo de electricidad

Equipo	Potencia W	Horas de uso diario	Días	Consumo diario kWh	Consumo mensual kWh	Precio promedio kWh \$/mes
Notebook	45	10	24	0,45	10,8	\$ 1.780
Impresora	12	8	24	0,10	2,304	\$ 380
Iluminación	560	12	24	6,72	161,28	\$ 26.582
Total consumo mensual \$						\$ 28.742
Total consumo mensual UF						0,79

Fuente: Elaboración propia en base a estudio técnico

El consumo de agua en la tienda se estima según AQUAE Fundación que una persona promedio consume 136 litros de agua por día, por lo cual detallaremos en la siguiente tabla número cuatro.

Tabla 4 Consumo de agua estimado

Consumo de agua				
Consumidores	Consumo diario por persona (L)	Consumo mensual (L)	Costo mensual \$	Costo mensual UF
trabajadores	171	4104	\$ 15.185	0,42
clientes	150	3600	\$ 13.320	0,37
Total	321	7704	\$ 28.505	0,78

Fuente: Elaboración propia, en base a estudio técnico

3.10. PROGRAMAS DE TRABAJO; TURNOS Y GASTOS EN PERSONAL

Se contempla para el funcionamiento de la tienda un equipo de trabajo de un vendedor y de un encargado de local que prestara apoyo a las ventas y atención al cliente. Dicho personal estará altamente capacitado en los productos que a tienda ofrece y en atención al cliente conforme a la calidad y experiencia que se desea entregar al cliente. Para temporada alta como época de festividades, se considerará tres vendedores y horas extras si es muy alta la demanda hasta el cierre.

La tienda requerirá de turnos que cubran de lunes a sábado desde las 10.00 AM hasta las 18.30 PM, donde los trabajadores tendrán turnos de 45 horas semanales modificando horarios de apertura o cierre de local, según lo que se requiera para cubrir el horario. Además de contar con media hora para colación. Respecto a las vacaciones, cuando el trabajador haya

cumplido con un año de labores prestadas, entonces podrá optar a 15 días hábiles en los meses que requiera y con previo aviso de un mes. Debido al poco personal de atención al público se acomodarán las vacaciones para que exista al menos un vendedor disponible a turno.

Los gastos en personal referente al vendedor corresponderán al uniforme, esto se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 5: Gasto en personal

Ítem	Cantidad	Costo unitario \$	Costo unitario uf	Costo anual \$	Costo anual uf
Polera	3	\$5.740	0,158	\$17.220	0,474
Pantalón	2	\$19.270	0,530	\$38.540	1,061
Delantal para brochas	1	\$14.730	0,405	\$14.730	0,405
Total		\$39.740	1,094	\$70.490	1,94

Fuente: Elaboración propia, en base a estudio técnico

3.11. **PERSONAL DE OPERACIONES, CARGOS, PERFILES Y SUELDOS**

El personal se identificará según su cargo, funciones y tiempo de experiencia, dicho perfil de cada puesto se detalla en la siguiente tabla 6 y remuneraciones en la tabla 7.

Tabla 6:Perfil de vendedor

Título del cargo	Vendedor
Dependencia	Encargado de local
Propósito general del cargo	
Atención al público y venta	
Actividades y responsabilidades	
Atención y asesoramiento al cliente	
Limpieza y orden de la dependencia	
Reponer productos	
Brindar retroalimentación	
Contratación de personal	
Conocer los productos	
Perfil del cargo	
Educación	Educación media completa
Experiencia mínima	1 año experiencia similar
Habilidades y capacidades	Disposición aprendizaje
	Dominio de Windows, Office e Internet
	Capacidad de organización
	Personalidad responsable y proactiva
	Comunicación asertiva

Fuente: Elaboración propia, en base a estudio técnico.

Tabla 7 Sueldo de vendedor

Trabajadores	Sueldo bruto	AFP UNO 10,69%	FONASA 7%	Seguro de cesantía 0,6%	Locomocion	Almuerzo	Bono por desempeño	Sueldo líquido mensual
Vendedor	\$ 550.000	\$ 58.795	\$ 38.500	\$ 3.300	\$ 19.540	\$ 19.540	\$ 28.000	\$ 516.485

Fuente: Elaboración propia, en base a estudio técnico.

3.12. INVERSIONES EN EQUIPO Y EDIFICACIONES

Las mayores inversiones que requiere el proyecto corresponden a este ítem. En relación con las edificaciones necesarias se arrendará una tienda ubicada en Viña del mar centro de aproximadamente 45 m2 dispuesto para atención al cliente, bodega y baño, véase imagen de tienda, de referencia de localización en Av San Martin con 15 Nte. Conjunto al arriendo se deberá invertir en algunas modificaciones, publicidad y decoración complementaria.



Figura 12 Frontis de tienda

Fuente: www.portalinmobiliario.com



Figura 13: Ubicación de tienda

Fuente: www.portalinmobiliario.com

Tabla 8: Equipamiento para tienda

Ítem	Cantidad	Proveedor	Costo unitario \$	Costo unitario UF	Costo total UF
Multifuncional Epson EcoTank L3210 (C11CJ68303)	1	AbcDin	\$109.990	3,03	3,03
Notebook HP 240 G8	1	HP	\$429.990	11,84	11,84
Máquina de pago y boletas	1	Tuu	\$118.880	3,27	3,27
Vehículo de transporte Peugeot Partner 1.6 HDI L1 90HP Pack AA	1	Chile autos	\$6.500.000	178,91	178,91
Mesón de atención	1	Muebles pezoa	\$349.990	9,63	9,63
Sillas	3	Shova muebles	\$36.000	0,99	2,97
Estante mostrador	2	Shova muebles	\$449.000	12,36	24,72
Exhibidor mostrador	1	Shova muebles	\$405.000	11,15	11,15
Mueble tocador	1	Shova muebles	\$395.000	10,87	10,87
Estantes para bodega	3	Nibec	\$84.990	2,34	7,02
Basurero	1	Easy	\$9.990	0,27	0,27
Set de papelería	1	Easy	\$19.990	0,55	0,55
Total			\$8.908.820	245,21	264,23

Fuente: Elaboración propia, según cotizaciones realizadas

Estas cotizaciones pueden observarse en detalle en el ítem anexo.

3.13. INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO

En relación con los datos entregados anteriormente se puede considerar la cantidad necesaria de capital de trabajo necesario utilizando el método de máximo déficit acumulado, lo cual se puede observar en la siguiente tabla 9.

Tabla 9 Capital de trabajo

Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Estimacion unidades vendidas mensuales	0	240	288	346	467	560	672	806	967	1161	1393	1881
Ingresos UF	0,00	102,63	123,16	147,79	199,52	239,42	287,30	344,76	413,71	496,46	595,75	804,26
Costos fijos UF	-68,27	-68,27	-68,27	-68,27	-68,27	-68,27	-68,27	-68,27	-68,27	-68,27	-68,27	-68,27
Costos variables UF	-74,65	-74,65	-89,58	-107,50	-145,13	-174,15	-208,98	-250,78	-300,94	-361,12	-433,35	-585,02
Saldo UF	-142,93	-40,30	-34,70	-27,99	-13,89	-3,01	10,04	25,71	44,50	67,06	94,13	150,97
Saldo acumulado	-142,93	-183,22	-217,93	-245,91	-259,80	-262,81	-252,76	-227,06	-182,55	-115,49	-21,37	129,60
Capital de trabajo	262,81											

Fuente: Elaboración propia, en base a estudio técnico.

Para el desarrollo y estimación del capital de trabajo necesario, el escenario de ventas es pesimista. Los ingresos se estimaron con una cantidad de 240 ventas inicial, las cuales aumentan en un 20% respecto al mes anterior, a excepción de los meses cinco y doce, donde se considera mes festivo como Mayo por el día de la madre y Diciembre por navidad, donde esos meses tendrán aumento de un 35% respecto al mes anterior. Además con un precio promedio de venta de 0,43 UF.

3.14. COSTOS OPERACIONALES MENSUALES Y ANUALES

Los costos operacionales refieren a los costos que mensualmente por el tiempo estimado de duración del proyecto entrega los productos en l tienda física y la tienda web. La relación de costo y calidad de los productos están directamente relacionados. Por lo cual se diferenciará los costos fijos y los costos variables.

3.14.1. Costos fijos

Los costos fijos son independientes del nivel de demanda de la empresa, estos se detallan en la siguiente tabla 10.

Tabla 10 Costos fijos

Item	Proveedor	Costo mensual \$	Costo mensual UF	Costo anual \$	Costo anual UF
Patente comercial	No aplica	-	-	\$ 60.000	1,65
Seguros	Santander empresas	\$ 19.907	0,548	\$ 238.884	6,58
Plan Internet y minutos ilimitados	Movistar	\$ 10.990	0,302	\$ 131.880	3,63
Office	Microsoft	\$ 13.670	0,376	\$ 164.040	4,52
Gastos en personal	Jayson	-	-	\$ 140.980	3,88
Agua y luz	Esval y Chilquinta	\$ 57.246	1,58	\$ 686.956	18,91
Arriendo local	No aplica	\$ 508.631	14,00	\$ 6.103.574	168,00
Publicidad	META	\$10.000	0,28	\$ 120.000	3,30
Trabajadores	No aplica	\$ 1.860.000	51,20	\$ 22.320.000	614,35
Total		\$ 2.480.445	68,27	\$ 29.966.315	824,82

Fuente: Elaboración propia, en base a estudio técnico.

4.14.2. Costos variables

Los costos variables dependen directamente de la demanda de los productos, ya que si es alta la demanda los costos para cumplir el stock también aumentan, los cuales se estiman en la siguiente tabla 11.

Tabla 11 Costos variables

Ítem	Costo mensual \$	Costo mensual UF	Costo anual \$	Costo anual UF
Costo mercadería, transporte y empaque	\$2.712.244	74,65	\$32.546.931	895,85

Fuente: Elaboración propia, en base a estudio técnico.

Tabla 12 Resumen costos

Item	Costo mensual \$	Costo mensual UF	Costo anual \$	Costo anual UF
Costos fijos	\$ 2.480.445	68,27	\$ 29.966.315	824,82
Costos variables	\$ 2.712.244	74,65	\$ 32.546.931	895,85
Total	\$ 5.192.689	142,93	\$ 62.513.246	1720,67

Fuente: Elaboración propia, en base a estudio técnico.

3.15. **COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA**

Para la puesta en marcha del proyecto se ha considerado los siguientes costos detallados en la siguiente tabla 13.

Tabla 13: Gastos puesta en marcha

Ítem	Descripción	Costo \$	Costo UF
Asesoría contable	Asesoría contable - honorarios	\$ 350.000	9,63
Asesoría legal	Asesoría legal - constitución de figura legal	\$ 530.000	14,59
Arriendo	Mes de garantía de arriendo	\$1.017.262	28,00
Patente comercial	Permiso municipal	\$ 30.000	0,83
Contrato	Contrato de trabajadores y proveedores	\$ 55.000	1,51
Marketing inicial	Marketing inicial para promover empresa	\$ 280.000	7,71
Constitución de la sociedad	Notaria, gestión, etc.	\$ 200.000	5,50
Arreglo de local	Pintura, luces, piso, etc.	\$1.200.000	33,03
Total		\$3.662.262	100,80

Fuente: Elaboración propia, en base a cotizaciones obtenidas

3.16. **COSTOS DE IMPREVISTOS**

Es necesario para calcular una inversión inicial determinar un costo por imprevistos, el cual será por un 5% de la suma de los activos fijos, el capital de trabajo y los gastos de puesta en marcha, lo cual detalla la siguiente tabla 14.

Tabla 14 Imprevistos

Ítem	Costo \$	Costo UF
Imprevistos 5%	\$1.000.342	27,53

Fuente: Elaboración propia, en base a estudio técnico.

3.17. **TABLA RESUMEN DE INVERSIÓN INICIAL**

Respecto a la inversión inicial esta contiene diferentes componentes los cuales se resumen en la siguiente tabla 15.

Tabla 15 Inversión inicial del proyecto

Inversión inicial		
Ítem	Costo \$	Costo UF
Activos fijos	\$9.258.820	273,87
Capital de trabajo	\$9.548.022	262,81
Gastos de puesta en marcha	\$1.200.000	100,80
Imprevistos 5%	\$1.000.342	27,53
Total	\$21.007.184	665,01

Fuente: Elaboración propia, en base a estudio técnico.

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

4.1. ADMINISTRATIVA

La estructura de la organización será básica de manera que implique una distribución de funciones eficientemente. La estructura será de pocos niveles jerárquicos, aunque los suficientes para poner en funcionamiento el proyecto.

4.1.1. Personal

El personal administrativo de la tienda constará de un contador y un encargado de local que también prestará apoyo a la atención al público y ventas. El encargado de local también tendrá contrato a tiempo completo de 45 horas, como se ha mencionado anteriormente. y el contador prestara servicio de contaduría cada vez que la empresa lo requiera al menos una vez al mes.

4.1.2. Estructura organizacional

La estructura necesaria de la organización será según el siguiente organigrama, de manera que cada trabajador cumpla su función.

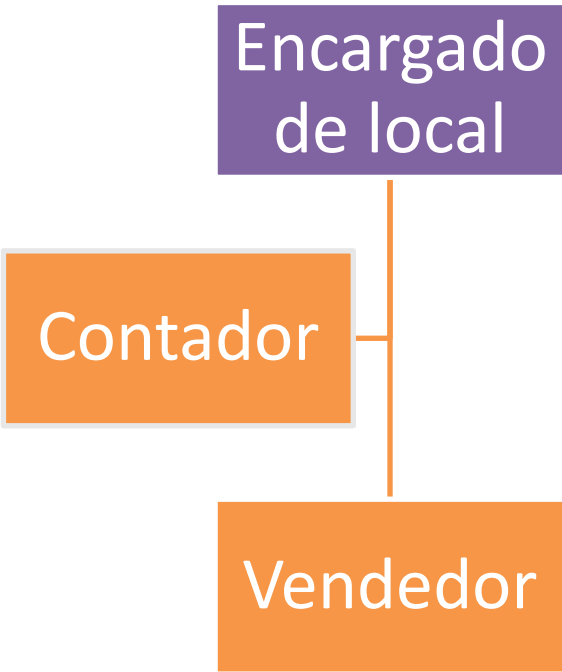


Diagrama 1 Organización de la empresa

Fuente: Elaboración propia.

4.1.3. Sistemas de información administrativos

El sistema de apoyo informático que la empresa utilizará para su administración y gestión será por medio de Microsoft, utilizando las herramientas de Office, además de contar con internet y servidor de correo electrónico

4.1.4. Personal administrativo, cargos, perfiles y sueldos

El personal administrativo será un encargado de local, el cual deberá cumplir con el siguiente perfil y responsabilidades, como detalla la tabla 16.

Tabla 16: Perfil de encargado de local

Título del cargo	Encargado de local
Dependencia	Dueño
Propósito general del cargo	
Administración general de la empresa y atención al público	
Actividades y responsabilidades	
Establecer criterios de medición de desempeño	
Liderazgo y dirección del equipo de trabajo	
Evaluar e informar resultados	
Contabilidad del recinto	
Contratación de personal	
Negociación con proveedores	
Apoyo de atención y ventas al público.	
Perfil del cargo	
Educación	Ingeniero de ejecución industrial
Experiencia mínima	2 años experiencia similar
Habilidades y capacidades	Liderazgo
	Dominio de Windows, Office e Internet
	Capacidad de organización
	Personalidad responsable y proactiva
	Pensamiento estratégico

Fuente: Elaboración propia, en base a estudio técnico

4.1.4.1 Sueldo personal administrativo

Tabla 17 Sueldo de encargado de loca y contador

Trabajadores	Sueldo bruto	AFP UNO 10,69%	FONASA 7%	Seguro de cesantía 0,6%	Impuesto único de segunda categoria 0,6%	Locomocion	Almuerzo	Bono por desempeño	Sueldo líquido mensual
Administrador	\$1.200.000	\$ 128.280	\$ 84.000	\$ 7.200	\$ 7.200	\$ 19.540	\$ 19.540	\$ 70.000	\$ 1.082.400
Contador	-	-	-	-	-	-	-	-	\$ 40.000

Fuente: Elaboración propia, en base a estudio técnico

4.1.5. Gastos en personal.

Para personal administrativo se considera gasto en personal solo al encargado de local, el cual se le entregara al igual que ha vendedor uniforme, el cual se detalla en la siguiente tabla

Tabla 18 Gasto en personal administrativo

Ítem	Cantidad	Costo unitario \$	Costo unitario uf	Costo anual \$	Costo anual uf
Polera	3	\$5.740	0,158	\$17.220	0,474
Pantalón	2	\$19.270	0,530	\$38.540	1,061
Delantal para brochas	1	\$14.730	0,405	\$14.730	0,405
Total		\$39.740	1,094	\$70.490	1,94

Fuente: Elaboración propia, en base a estudio técnico

4.2. LEGAL

Correspondiente a este capítulo por objetivo es necesario cumplir con el ordenamiento jurídico del país, el cual está fijado por la constitución política, leyes, reglamentos y decretos, entre otros. Además de determinar condiciones que traducen normativas.

4.2.1. Marco legal vigente nacional e internacional

En el derecho a desarrollar cualquier actividad económica, este requiere constituirse en forma dentro del marco legal, para ello es necesario cumplir las exigencias a impuestos y atribuciones, reglamento municipal y laboral

4.2.2. Políticas de desarrollo industrial

Entregar productos de calidad que cumplan con la certificación internacional de la salud y con el Instituto de Salud Pública de Chile, que protejan la salud de las personas, además de ofrecer productos libres de crueldad animal y con la mejor calidad de ingredientes en su fórmula.

4.2.3. Aspectos legales del giro del proyecto

La empresa estará clasificada en el rubro de los cosméticos y el giro de la empresa será de venta al por menor de artículos de perfumería, de tocador y cosméticos en comercios especializados en la ciudad de Viña del Mar

Además la empresa requiere de la patente comercial otorgada por el Departamento de patentes de la Ilustre Municipalidad de Viña del Mar respectivamente, por lo cual se requiere llenar un formulario de solicitud entregado por la misma repartición, conjunto solicita adjuntar los siguientes documentos

- Formulario de solicitud (disponible en Sitio Web y en Módulo de Informaciones Depto. Patentes y Publicidad)
- Fotocopia Cédula de Identidad (Persona Natural).
- Fotocopia RUT Sociedad y Cédula de Identidad del Representante Legal (Persona Jurídica).
- Fotocopia legalizada ante Notario de Contrato de Arrendamiento, o Fotocopia legalizada ante Notario de Escritura de la propiedad, o Certificado de Dominio Vigente.
- Fotocopia Escritura de Sociedad legalizada ante Notario + Extracto de la Sociedad legalizado ante Notario + Certificado de Vigencia (antigüedad no mayor a 30 días). En caso de ser Empresa por un Día, estos documentos no es necesario que sean legalizados.
- Fotocopia Resolución Sanitaria favorable y/o Informe Sanitario, emitido por la autoridad sanitaria para los giros de alimentos, talleres, bodegas, etc. u otros que así requieran de este documento) (Seremi de Salud - Quinta N° 231).
- Calificación de Actividad Inofensiva y/o Molesta emitido por la autoridad sanitaria para los giros de talleres, bodegas, etc. u otros que así requieran de este documento) (Seremi de Salud - Quinta N° 231).
- Fotocopia simple Iniciación de Actividades ante S.I.I. y/o Avisos de Modificaciones realizadas (giros y/o domicilio) (S.I.I. - Melgarejo N° 667, Valparaíso – Arlegui N° 525, Viña del Mar).
- Fotocopia de Apertura de Sucursal ante S.I.I. (sólo de ser Sucursal en esta comuna) (S.I.I. - Melgarejo N° 667, Valparaíso – Arlegui N° 525, Viña del Mar).
- Certificado de Distribución de Capital Propio emitido por Municipio Casa Matriz o Determinación de Capital Propio (sólo en caso de ser sucursal en esta comuna). 11) Certificado No Deuda, emitido por Municipalidad de origen (sólo para cambio de comuna de Casa Matriz).
- Certificado Avalúo Fiscal (N° de Rol Avalúo de la Propiedad con datos del propietario).

- 2 fotografías (interior y exterior) del establecimiento.
- Certificado Técnico Urbanístico.
- Recepción Definitiva.

4.2.4. Incentivos

En términos de los estímulos disponibles para esta industria, encontramos los subsidios que tienen el propósito de brindar un respaldo financiero para el impulso de negocios de pequeña y microescala. Entre ellos se encuentran los otorgados por entidades como Sercotec, que ofrece un aporte de \$3.500.000, y FOSIS, cuyo apoyo varía entre \$400.000 y \$650.000, en programas como Emprendamos semilla y Emprendamos.

En relación con este proyecto específico, hasta el momento no se han contemplado los subsidios mencionados. Actualmente, la financiación considerada se limita a un préstamo ofrecido por una entidad bancaria.

4.2.5. Aspectos laborales

El proyecto cumple con todas las regulaciones laborales establecidas en Chile, de acuerdo con el D.F.L. del Código del Trabajo del Ministerio de Trabajo. Esto implica que se respetan las normas relacionadas con los contratos de trabajo, la protección de los trabajadores y la capacitación laboral. Algunas de las leyes y decretos relevantes incluyen:

- La Ley 16.744, que rige sobre accidentes del trabajo y enfermedades profesionales desde el 1 de febrero de 1968.
- El Decreto Supremo N° 594, que establece condiciones sanitarias y ambientales básicas en los lugares de trabajo, publicado el 5 de julio de 2001.
- La Ley 19.759, que modifica el Código del Trabajo en aspectos como las nuevas modalidades de contratación, el derecho de sindicación y los derechos fundamentales del trabajador, publicada el 5 de octubre de 2001.

En cuanto a los contratos de trabajo, es importante destacar que estos pueden ser de duración indefinida (fijos) o de duración determinada (temporales). Por defecto, los contratos son indefinidos y a jornada completa, a menos que se especifique lo contrario en el contrato. Las normativas definen las duraciones mínimas y máximas para los contratos temporales. La firma de un contrato de trabajo conlleva derechos y obligaciones tanto para el trabajador como para el empleador.

Derechos del trabajador incluyen:

- La ocupación efectiva durante la jornada de trabajo.
- Oportunidades de promoción y formación en el trabajo.
- No ser objeto de discriminación en el acceso al empleo.
- La garantía de integridad física y privacidad.
- El derecho a recibir puntualmente la remuneración acordada.
- Cualquier otro derecho establecido en el contrato de trabajo.

Deberes del trabajador incluyen:

- Cumplir con las obligaciones específicas del puesto de trabajo de buena fe y con diligencia.
- Seguir las medidas de seguridad e higiene implementadas.
- Acatar las órdenes e instrucciones del empleador en el ejercicio de su función de dirección.
- No participar en actividades en competencia directa con la empresa.
- Contribuir al aumento de la productividad.
- Cumplir con cualquier otro deber establecido en el contrato de trabajo.

4.2.6. Costos asociados al cumplimiento de la legislación vigente

Los costos asociados al cumplimiento de la legislación y normativa vigente ya fueron contemplados en los gastos de puesta en marcha.

4.3. **SOCIETARIA**

Se procederá a detallar la organización jurídica de la empresa

4.3.1. Relación entre los inversionistas

La empresa constará de un inversionista el cual administrará la sociedad si en el futuro ingresa un nuevo socio.

4.3.2. Estructura societaria

La empresa será una sociedad por acciones la cual tiene flexibilidad y permite ir adaptándose según las necesidades del negocio, ya que puede incorporar futuros socios, donde tiene limitación de la responsabilidad de los socios según el monto aportado o al valor de sus acciones.

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

Los pasos a seguir para formar la sociedad de responsabilidad limitada son los descritos a continuación:

- Realizar escritura publica
- Legalizar escritura en notaría
- Publicación extracto en el diario oficial
- Inscripción en el registro de comercio (hasta 60 días desde escritura pública)
- También existe la posibilidad de crear la empresa a través de la página gubernamental empresa en un día.

Todos los costos relacionados, ya fueron incluidos en los gastos de puesta en marcha. Estos ascienden a la suma de \$200.000 (5,5 UF).

4.4. **TRIBUTARIA**

A continuación se analizarán los temas tributarios que deberá acatar la empresa

4.4.1. Sistema tributario

La empresa tributa en primera categoría en base a rentas afectivas, correspondiente a un 27%

4.4.2. Mecanismo de determinación de gasto en impuestos

Los gastos en impuestos estarán en la siguiente clasificación

Iniciación de actividades y timbre de boletas, es obligación e independiente del cumplimiento de los permisos municipales o sanitarios, de competencia de otros organismos

- IVA del 19%, lo cual aplica las ventas netas: este impuesto del 19% incide sobre las compras realizadas por la empresa, impactando en el valor de las compras netas. Su efecto se integra como un gasto que se refleja en el costo total del producto.
- Impuesto a la Operación Renta del %: este impuesto del 27% se paga sobre las utilidades generadas en la operación renta anual. Aplica a empresas de primera categoría, como la que pertenece esta empresa. No hay obligación de pago si la empresa no obtiene utilidades en ese periodo.

4.5. FINANCIERA

En este ítem se estudiarán los sistemas de financiamiento bancario que el proyecto necesitará para su desarrollo.

4.5.1. Fuentes de financiamiento

Las alternativas de financiamiento disponibles incluyen utilizar los recursos personales del inversionista o solicitar financiamiento de entidades financieras. En el caso de este proyecto, estos recursos se utilizarán para cubrir la inversión inicial, que abarca el capital de trabajo, los costos de inicio, la adquisición de equipos y una reserva para posibles contingencias. La evaluación se llevará a cabo en tres escenarios diferentes:

- Escenario de Inversión Exclusiva: El inversionista aporta el 100% de los fondos necesarios para el proyecto.
- Escenario de Financiamiento al 50%: Se obtiene un préstamo equivalente al 50% de los recursos necesarios a través de una institución financiera, mientras que el inversionista contribuye con el otro 50% mediante sus propios fondos.
- Escenario de Financiamiento al 75%: Se adquiere un préstamo equivalente al 75% de los recursos requeridos a través de una entidad financiera, y el inversionista cubre el 25% restante con sus propios recursos.

4.5.2. Inversionistas

Los inversionistas en este proyecto variarán en función de la situación que se esté evaluando:

- En el primer caso, el inversionista será el propietario del proyecto, quien aportará los recursos financieros por completo.
- En el segundo caso, se considera una colaboración entre el propietario del proyecto, que aportará el 50% de los recursos, y un banco, que proporcionará el otro 50% a través de un préstamo.
- En el tercer caso, la financiación provendrá en un 75% de un banco mediante un préstamo, mientras que el propietario aportará el 25% restante de los recursos necesarios para el proyecto.

4.5.3. Instituciones crediticias

Hay diversas fuentes de financiamiento disponibles, tanto de origen público como privado. Entre las principales instituciones privadas que brindan servicios financieros se incluyen bancos, cooperativas de ahorro y crédito, y fundaciones. Además, existen instituciones especializadas en servicios financieros, como las que ofrecen garantías recíprocas y empresas que se dedican al leasing y factoring.

Por otro lado, las principales instituciones públicas que ofrecen servicios financieros a microempresas son Banco Estado, CORFO, FOSIS, INDAP y SERCOTEC.

El financiamiento puede ser obtenido a través de varios instrumentos o servicios, tales como créditos, subsidios, garantías, leasing, factoring, entre otros. Para cualquier empresa, es fundamental comprender estos instrumentos y saber cómo elegirlos en función de sus ventajas en situaciones particulares.

4.5.4. Leasing

El leasing, también conocido como arrendamiento financiero, es una modalidad de financiamiento que permite a una empresa utilizar un activo, como equipos, maquinaria, vehículos u otros bienes, sin necesariamente adquirir la propiedad de este de inmediato. En lugar de comprar el activo, la empresa firma un contrato de arrendamiento con una entidad financiera o arrendadora. Existen dos tipos principales de leasing:

- Leasing Financiero: la empresa (arrendataria) selecciona el activo que necesita y la arrendadora lo adquiere. La empresa paga una renta periódica a la arrendadora por el uso del activo durante un período específico. Al finalizar el contrato, la empresa puede tener la opción de comprar el activo a un valor residual establecido.
- Leasing Operativo: en este caso, la arrendadora es la propietaria del activo durante todo el período del contrato. La empresa paga una renta por el uso del activo, pero no tiene la opción de comprarlo al final del contrato. Al concluir el contrato, la empresa puede renovar el arrendamiento, devolver el activo o adquirir uno nuevo.

Es importante señalar que, aunque la empresa no sea propietaria del activo en un principio, asume la responsabilidad de su mantenimiento y cuidado durante el período de arrendamiento. Además, los términos y condiciones del contrato pueden variar, y es esencial revisarlos cuidadosamente antes de comprometerse con un leasing específico.

De todas maneras el proyecto no contempla el financiamiento mediante leasing.

4.5.5. Costos de financiamiento

Los gastos relacionados con el financiamiento ofrecido por cada entidad crediticia Banco estado serán de una tasa de interés a largo plazo de 3,70% y a corto plazo de 3.78 aplicada al préstamo. Además, es necesario considerar los costos vinculados a trámites legales, impuestos y otros aspectos relacionados. Estos costos variarán según el período o plazo fijo durante el cual se efectúe el préstamo.

4.6. AMBIENTAL

4.6.1. Impacto medio ambiente

La Ley de Fundamentos del Medio Ambiente N°19.300 establece de manera clara y precisa el derecho a disfrutar de un entorno libre de contaminación. El Estado tiene la responsabilidad de proteger este derecho y conservar la naturaleza.

De acuerdo con lo expuesto en el artículo 10 de la ley o en el artículo 3 del Decreto Supremo N°30, el proyecto no tiene el potencial de generar un impacto ambiental en ninguna etapa, por lo tanto, no requiere someterse a un Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA). No obstante, se debe llevar a cabo una Declaración de Impacto Ambiental (DIA) como medida precautoria.

4.6.2. Marco legal vigente

Para obtener las aprobaciones necesarias de la Comisión Regional del Medio Ambiente de la Región, la empresa debe proporcionar un Informe de Impacto Ambiental (IIA). Este informe es un documento que detalla la actividad planificada por la empresa, y su contenido permite a la entidad competente determinar si el impacto ambiental del proyecto cumple con las regulaciones establecidas en la Ley 19.300 en materia ambiental.

4.6.3. Análisis de afluentes

El proyecto no contempla tratamiento de riles ni análisis de afluentes. El consumo de agua que tendrá la tienda será directamente para consumo de los trabajadores y clientes. Al no ser una empresa productora o de la gran industria, solo contempla el ajustarse a las normas sanitarias aplicables para baños y cocina

4.6.4. Ajuste a las normas

La empresa cumplirá con toda la normativa vigente expresa en el decreto 10, el cual es un reglamento de condiciones sanitarias, ambientales y de seguridad básicas en locales de uso público, otorgada por el Ministerio de salud; subsecretaría de salud pública. Expresamente en los artículos expresado en el título VI de la mantención, funcionamiento e higiene básicas que debe cumplir el baño.

CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN ECONÓMICA

5.1. CONSIDERACIONES A UTILIZAR.

5.1.1. Horizonte del proyecto,

En la evaluación económica y financiera, es crucial tener una comprensión clara del tipo de inversión que se llevará a cabo. En este caso, el enfoque del proyecto es establecer la tienda. Este emprendimiento implica una significativa inversión en equipamiento, materias primas y personal. Bajo esta premisa, se ha establecido un horizonte temporal de 10 años, esperando que la inversión genere los rendimientos esperados y que todas las fases planificadas para su desarrollo puedan llevarse a cabo.

Para realizar una evaluación financiera objetiva y precisa, es esencial considerar aspectos clave como la proyección de la demanda, la estimación de ingresos y gastos, los requisitos de inversión inicial, la elección de la moneda, la depreciación de activos y la aplicación de impuestos según la legislación vigente. En última instancia, se analizarán los flujos de efectivo que reflejarán todos estos datos, proporcionando indicadores que permitirán llegar a conclusiones pertinentes sobre la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

5.1.2. Tasa de descuento

En el proceso de evaluación, un elemento clave consiste en la estimación de una tasa de descuento adecuada para el proyecto. Esta tasa se emplea para actualizar los flujos de efectivo a lo largo del horizonte temporal del proyecto y equivale a la tasa de rendimiento que el inversionista obtendría en un proyecto con riesgos e inversiones similares. Representa la rentabilidad mínima que se puede exigir al proyecto, teniendo en cuenta su nivel de riesgo para garantizar su viabilidad financiera.

La determinación de la tasa de descuento del proyecto se basará en el CAPM (Modelo de Fijación de Precios de Activos de Capital), ya que el financiamiento se realiza con capital propio. Para calcularla, se utilizará la siguiente fórmula:

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

Ecuación 1: Ecuación para determinar la tasa de descuento.

Donde:

- Tasa Libre de Riesgo R_f es la tasa de interés de un activo libre de riesgo, como los bonos del gobierno.
- Beta (β) es el coeficiente de riesgo de la industria.

- Rentabilidad del Mercado ($R_m - R_f$) es la prima que se espera por asumir el riesgo del mercado.

5.1.2.1. Tasa Libre de Riesgo

La tasa libre de riesgo corresponde al valor calculado por el Banco Central de Chile en su característica neutral, es decir respecto a una tasa libre de riesgo sin efectos de políticas económicas contractivas o expansivas para Chile.

En este caso, equivale a la tasa de interés de bonos en UF a 10 años promedio correspondiente a 1,43%, dichos valores se logran observar en la tabla

Tabla 19 Tabla de tasas de interés de bonos en UF

Años	Bonos en UF a 10 años
2013	2,36
2014	1,75
2015	1,46
2016	1,42
2017	1,43
2018	1,68
2019	0,88
2020	0,03
2021	1,21
2022	2,06
Promedio	1,43

Fuente: Base de Datos Estadísticos (BDE) de Banco Central

5.1.2.2. Coeficiente de riesgo de la industria

Para la determinación de la tasa de descuento se utilizará un Beta (medida de sensibilidad del activo) de 1,36 el cual se obtiene de una tabla de tienda minorista en general que es el mercado que más se asemeja donde operará el proyecto.

Tabla 20 Tabla de Betas Damodaran del año 2023 (US).

Industria	Number of firms	Beta	D/E Ratio	Tax rate	Unlevered beta	Cash/Firm value	Unlevered beta corrected for cash	HiLo Risk	Standard deviation of equity
Minorista en general	15	1.36	19.97%	21.26%	1.19	2.82%	1.22	0.3460	31.53%

Fuente. Aswath Damodaran.

5.1.2.2. Rentabilidad del Mercado

Para lograr determinar la rentabilidad del mercado es necesario tomar en cuenta lo riesgoso que puede llegar a ser el proyecto en comparación con otros, es por esto que en la tabla se puede apreciar que para Chile equivale a un promedio de rentabilidad anual IPSA de 3,05%

Tabla 21 Rentabilidad del mercado

Período	Índice de precios selectivos de acciones IPSA (VAR%)
2013	-14
2014	4,1
2015	-4,43
2016	12,8
2017	34,04
2018	-8,25
2019	-8,53
2020	-10,55
2021	3,14
2022	22,13
Promedio	3,05

Fuente: Bolsa de Comercio de Santiago (IPSA)

5.1.2.2. Calculo tasa de descuento

Por lo tanto;

$R_f = 1,43\%$

$R_m = 3,05 \%$

$Beta = 1,36$

$R = 0,0143 + 1,36 * (0,0305 - 0,0143)$

$R = 0.223 \sim 2,23\%$

Como la tasa de descuento es muy baja por medio del método CAPM, se calculará añadiendo una prima de riesgo arbitraria del 10% a la tasa libre de riesgo, para obtener una mejor tasa de descuento, como se ve en la tabla 23 un 10% corresponde a un nivel de riesgo promedio en el mercado.

Tabla 22 Prima de riesgo

Nivel de riesgo	Prima por riesgo
Alto	Sobre un 20%
Mediano	10% - 20%
Promedio	5% - 10%
Bajo	1% - 5%
Super bajo	0% - 1%

Fuente: Material de evaluación de proyecto del docente Rafael Espinoza.

$$R = \text{Tasa libre de riesgo (Rf)} + \text{prima por riesgo}$$

Ecuación 2: Tasa de descuento con prima por riesgo.

$$R = 1,43\% + 10 \%$$

$$R = 11,43\%$$

Por lo tanto se trabajará con una tasa de descuento del 11,43%

5.1.3. Moneda a utilizar

En la valoración económica, se considerará el precio de la moneda nacional (CLP) y el indicador financiero Unidad de Fomento (UF), ya que este último abarca los impactos de la inflación, lo que simplifica su utilidad para proyecciones futuras. La moneda a utilizar en UF tendrá valor con fecha de 24 de octubre de 2023 de \$36.330,8.

5.1.4. Impuestos

Como se detalla en el apartado 4.4.2, se utilizará el impuesto a la Renta de Primera Categoría del 27%, que representa la contribución de las empresas al Estado Chileno para respaldar los ingresos nacionales. Este impuesto está sujeto al régimen tributario definido en el artículo 14 de la Ley de Impuesto a la Renta (LIR). Este régimen está diseñado específicamente para pequeñas y microempresas, con el objetivo de simplificar el proceso tributario para los contribuyentes en este segmento. Una de las ventajas es la posibilidad de llevar una contabilidad simplificada, aliviando parcialmente la obligación de mantener registros contables completos, como llevar libros de contabilidad y elaborar balances.

5.1.5. Depreciaciones

En la elaboración de los flujos de efectivo, se implementa el método de depreciación acelerada. La elección de este método se fundamenta en la ventaja que otorga la legislación tributaria al favorecer el proyecto durante los primeros años de su ejecución.

Para llevar a cabo los cálculos de depreciación, se ha empleado la tabla 23 de depreciación de activos proporcionada por el Servicio de Impuestos Internos (SII), según lo establecido en la Resolución exenta N°43 del 26 de diciembre de 2002.

Tabla 23 Depreciación de activos

NOMINA DE BIENES SEGÚN ACTIVIDADES	NUEVA VIDA ÚTIL NORMAL años	DEPRECIACIÓN ACELERADA
A.- ACTIVOS GENÉRICOS		
12) Microbuses, taxibuses, furgones y similares.	7	2
15) Maquinarias y equipos en general.	15	5
16) Balanzas, hornos microondas, refrigeradores, conservadoras, vitrinas refrigeradas y cocinas.	9	3
22) Muebles y enseres.	7	2
23) Sistemas computacionales, computadores, periféricos, y similares (ejemplos: cajeros automáticos, cajas registradoras, etc.).	6	2

Fuente: Servicio de impuestos internos

Tabla 24 Depreciación acelerada

Activo	Valor Compra	T	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	VL	Vta	Dif Vta- VL
Camioneta	188,55	2	94,27	94,27									0,0	131,98	131,98
Computadores	18,14	2	9,07	9,07									0,00	12,69	12,70
Muebles	66,64	2	33,32	33,32									0,00	46,65	46,65
Total	273,32	-	136,66	136,66	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0		191,33

Fuente: Elaboración propia

5.1.6. Reinversiones

Dado el horizonte temporal de 10 años y la vida útil proyectada de los activos fijos, se ha decidido no realizar reinversiones en el actual proyecto. Esta decisión no excluye la posibilidad de reevaluar el proyecto en periodos subsiguientes.

5.1.7. Amortización.

5.1.7.1 Amortización al 25%

Tabla 25 Amortización al 25% de financiamiento

PERIODO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
DEUDA	166,25	152,21	137,65	122,55	106,89	90,66	73,82	56,36	38,25	19,47
INTERES	6,15	5,63	5,09	4,53	3,96	3,35	2,73	2,09	1,42	0,72
CUOTA	20,19	20,19	20,19	20,19	20,19	20,19	20,19	20,19	20,19	20,19
AMORTIZACION	14,04	14,56	15,10	15,66	16,24	16,84	17,46	18,11	18,78	19,47
SALDO	152,21	137,65	122,55	106,89	90,66	73,82	56,36	38,25	19,47	0,00

Fuente: Elaboración propia, en base a evaluación económica

5.1.7.2 Amortización al 50%

Tabla 26 Amortización al 50% de financiamiento

PERIODO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
DEUDA	332,51	304,42	275,30	245,10	213,79	181,31	147,64	112,71	76,50	38,94
INTERES	12,30	11,26	10,19	9,07	7,91	6,71	5,46	4,17	2,83	1,44
CUOTA	40,39	40,39	40,39	40,39	40,39	40,39	40,39	40,39	40,39	40,39
AMORTIZACION	28,08	29,12	30,20	31,32	32,47	33,68	34,92	36,21	37,55	38,94
SALDO	304,42	275,30	245,10	213,79	181,31	147,64	112,71	76,50	38,94	0,00

Fuente: Elaboración propia, en base a evaluación económica

5.1.7.3 Amortización al 75%

Tabla 27 Amortización al 75% de financiamiento

PERIODO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
DEUDA	498,76	456,64	412,95	367,66	320,68	271,97	221,45	169,07	114,75	58,42
INTERES	18,45	16,90	15,28	13,60	11,87	10,06	8,19	6,26	4,25	2,16
CUOTA	60,58	60,58	60,58	60,58	60,58	60,58	60,58	60,58	60,58	60,58
AMORTIZACION	42,12	43,68	45,30	46,97	48,71	50,51	52,38	54,32	56,33	58,42
SALDO	456,64	412,95	367,66	320,68	271,97	221,45	169,07	114,75	58,42	0,00

Fuente: Elaboración propia, en base a evaluación económica

5.2. PROYECTO PURO

En esta situación, la totalidad del capital requerido para llevar a cabo el proyecto proviene exclusivamente de los recursos propios de los inversionistas. Por lo tanto, estos

deben contribuir con la totalidad del monto especificado en la inversión inicial, que asciende a 665,01 UF.

5.2.1. Flujo de caja sin financiamiento externo

En este análisis, se evidencia que el respaldo financiero proviene exclusivamente del inversionista. Al observar la Tabla 29, se destacan los siguientes resultados: el Valor Actual Neto (VAN) alcanza la cifra de 2135,46 UF, la Tasa Interna de Retorno (TIR) se sitúa en un 46,96% y el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) indica que la totalidad del capital invertido se recupera durante el cuarto año de ventas. Además el indicador inversión vs. VAN (IVAN) indica que es 3,2 veces la inversión por sobre el VAN obtenido.

Para la elaboración de este primer flujo de efectivo, se tuvieron en cuenta diversos elementos, los cuales se detallan a continuación:

- Unidad de Fomento: \$36.330,8 CLP
- Impuesto: 27%
- Tasa de descuento: 11,43%
- Monto financiado largo plazo: Sin financiamiento
- Tasa anual del Banco Estado largo plazo 3,7%
- Tasa anual del Banco Estado corto plazo 3,78%

Tabla 28 Flujo sin financiamiento externo

Periodo	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos		3754,76	4092,69	4461,03	4862,52	5300,15	5777,16	6297,11	6863,85	7481,59	8154,93
Costo Fijo		-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82
Costo Variable		-2731,22	-2977,03	-3244,96	-3537,00	-3855,33	-4202,32	-4580,52	-4992,77	-5442,12	-5931,91
MARGEN		198,72	290,84	391,25	500,70	619,99	750,03	891,76	1046,26	1214,65	1398,21
Depreciación (-)		-136,66	-136,66	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Venta activos (VR-VL)											191,33
Interes LP											
Interes CP											
Perdida del ejercicio anterior			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad antes de impuesto		62,06	154,18	391,25	500,70	619,99	750,03	891,76	1046,26	1214,65	1589,53
Impuesto		-16,76	-41,63	-105,64	-135,19	-167,40	-202,51	-240,78	-282,49	-327,96	-429,17
Ulidad después de impuesto		45,31	112,55	285,61	365,51	452,60	547,52	650,99	763,77	886,70	1160,36
Depreciación (+)		136,66	136,66	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Perdida del Ejercicio Anterior (+)			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ventas (VL)						0,00	0,00				0,00
Activos fijos	-273,87						0,00	0,00			
Capital Trabajo	-262,81										262,81
Puesta en marcha	-100,80										
Imprevistos	-27,53										
Amortización LP											
Amortización CP											
Crédito LP											
Crédito CP											
Flujo	-665,01	181,97	249,21	285,61	365,51	452,60	547,52	650,99	763,77	886,70	1423,17
Flujo act.	-665,01	163,30	200,71	206,43	237,08	263,45	286,01	305,18	321,32	334,78	482,21
F.A.A	-665,01	-501,71	-301,00	-94,57	142,51	405,96	691,97	997,15	1318,48	1653,25	2135,46

Fuente: Elaboración propia, en base a evaluación económica

5.2.2. Indicadores económicos

Los datos presentados en el análisis financiero anterior proporcionan los siguientes resultados significativos.

Tabla 29 Indicadores económicos para proyecto puro

VAN	2135,46
TIR	46,96%
IVAN	3,2
PRI	4

Fuente: Elaboración propia, en base a evaluación económica

5.2.3. Rentabilidad del proyecto puro

En relación con el Valor Actual Neto (VAN), su valor positivo de 2135,46 indica que el proyecto es ventajoso. Esto implica que el flujo de efectivo neto generado por el proyecto supera la inversión inicial, lo que sugiere que el proyecto será rentable y capaz de cumplir con la rentabilidad esperada.

Respecto a la Tasa Interna de Retorno (TIR), el 46,96% señala que esta tasa de rendimiento es buena tasa aunque este porcentaje entre más elevado este sugiere una alta rentabilidad y solidez financiera del proyecto.

El Índice de Valor Actual Neto (IVAN) revela que el VAN es 3.2 veces mayor que la inversión inicial del proyecto. Esta relación positiva indica una salud financiera sólida y sugiere que el proyecto tiene un rendimiento considerablemente superior a la inversión inicial. El cálculo del IVAN se obtiene dividiendo el VAN entre la inversión inicial, y en este caso, un IVAN de 3.2 es altamente favorable para el proyecto.

Respecto al período de recuperación de la inversión (PRI) indica que al cuarto año reembolsa la inversión inicial.

5.3. PROYECTO CON FINANCIAMIENTO

5.3.1. Flujo de caja con financiamiento externo

Para la elaboración de los tres flujos, se tomaron en cuenta diversos elementos, los cuales se detallan a continuación:

- Unidad de Fomento: \$36.330,8 CLP
- Impuesto: 27%
- Tasa de descuento: 11,43%
- Monto financiado largo plazo: Sin financiamiento
- Tasa anual del Banco Estado largo plazo 3,7%
- Tasa anual del Banco Estado corto plazo 3,78%

A continuación se detallará dos flujos con financiamiento externo, de 25% a 50% y otro de 75%.

5.3.1.1....Flujo de caja con financiamiento externo al 25%

Tabla 30 Flujo al 25% de financiamiento

Periodo	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos		3754,76	4092,69	4461,03	4862,52	5300,15	5777,16	6297,11	6863,85	7481,59	8154,93
Costo Fijo		-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82
Costo Variable		-2731,22	-2977,03	-3244,96	-3537,00	-3855,33	-4202,32	-4580,52	-4992,77	-5442,12	-5931,91
MARGEN		198,72	290,84	391,25	500,70	619,99	750,03	891,76	1046,26	1214,65	1398,21
Depreciación (-)		-136,66	-136,66	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Venta activos (VR-VL)											191,33
Interes LP		-6,15	-5,63	-5,09	-4,53	-3,96	-3,35	-2,73	-2,09	-1,42	-0,72
Interes CP											
Perdida del ejercicio anterior			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad antes de impuesto		55,91	148,55	386,16	496,16	616,04	746,67	889,03	1044,17	1213,24	1588,81
Impuesto		-15,10	-40,11	-104,26	-133,96	-166,33	-201,60	-240,04	-281,93	-327,57	-428,98
Utilidad después de impuesto		40,82	108,44	281,90	362,20	449,71	545,07	648,99	762,25	885,66	1159,83
Depreciación (+)		136,66	136,66	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Perdida del Ejercicio Anterior (+)			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ventas (VL)						0,00	0,00				0,00
Activos fijos	-273,87						0,00	0,00			
Capital Trabajo	-262,81										262,81
Puesta en marcha	-100,80										
Imprevistos	-27,53										
Amortización LP		-14,04	-14,56	-15,10	-15,66	-16,24	-16,84	-17,46	-18,11	-18,78	-19,47
Amortización CP											
Crédito LP	166,25										
Crédito CP											
Flujo	-498,76	163,43	230,54	266,80	346,54	433,47	528,23	631,53	744,14	866,89	1403,17
Flujo act.	-498,76	146,67	185,67	192,83	224,77	252,32	275,94	296,06	313,07	327,30	475,43
F.A.A	-498,76	-352,09	-166,42	26,41	251,19	503,51	779,44	1075,50	1388,57	1715,87	2191,30

Fuente: Elaboración propia, en base a evaluación económica

5.3.1.2....Flujo de caja con financiamiento externo al 50%

Tabla 31 Flujo financiado al 50%

Periodo	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos		3754,76	4092,69	4461,03	4862,52	5300,15	5777,16	6297,11	6863,85	7481,59	8154,93
Costo Fijo		-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82
Costo Variable		-2731,22	-2977,03	-3244,96	-3537,00	-3855,33	-4202,32	-4580,52	-4992,77	-5442,12	-5931,91
MARGEN		198,72	290,84	391,25	500,70	619,99	750,03	891,76	1046,26	1214,65	1398,21
Depreciación (-)		-136,66	-136,66	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Venta activos (VR-VL)											191,33
Interes LP		-12,30	-11,26	-10,19	-9,07	-7,91	-6,71	-5,46	-4,17	-2,83	-1,44
Interes CP											
Perdida del ejercicio anterior			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad antes de impuesto		49,76	142,92	381,07	491,63	612,08	743,32	886,30	1042,09	1211,82	1588,09
Impuesto		-13,44	-38,59	-102,89	-132,74	-165,26	-200,70	-239,30	-281,36	-327,19	-428,78
Utilidad después de impuesto		36,33	104,33	278,18	358,89	446,82	542,62	647,00	760,72	884,63	1159,31
Depreciación (+)		136,66	136,66	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Perdida del Ejercicio Anterior (+)			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ventas (VL)						0,00	0,00				0,00
Activos fijos	-273,87						0,00	0,00			
Capital Trabajo	-262,81										262,81
Puesta en marcha	-100,80										
Imprevistos	-27,53										
Amortización LP		-28,08	-29,12	-30,20	-31,32	-32,47	-33,68	-34,92	-36,21	-37,55	-38,94
Amortización CP											
Crédito LP	332,51										
Crédito CP											
Flujo	-332,51	144,90	211,87	247,98	327,57	414,35	508,95	612,08	724,51	847,08	1383,17
Flujo act.	-332,51	130,04	170,63	179,23	212,47	241,19	265,86	286,94	304,81	319,82	468,66
F.A.A	-332,51	-202,47	-31,83	147,40	359,87	601,05	866,92	1153,86	1458,67	1778,48	2247,14

Fuente: Elaboración propia, en base a evaluación económica

5.3.1.3....Flujo de caja con financiamiento externo al 75%

Tabla 32 Flujo financiado al 75%

Periodo	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos		3754,76	4092,69	4461,03	4862,52	5300,15	5777,16	6297,11	6863,85	7481,59	8154,93
Costo Fijo		-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82	-824,82
Costo Variable		-2731,22	-2977,03	-3244,96	-3537,00	-3855,33	-4202,32	-4580,52	-4992,77	-5442,12	-5931,91
MARGEN		198,72	290,84	391,25	500,70	619,99	750,03	891,76	1046,26	1214,65	1398,21
Depreciación (-)		-136,66	-136,66	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Venta activos (VR-VL)											191,33
Interes LP		-18,45	-16,90	-15,28	-13,60	-11,87	-10,06	-8,19	-6,26	-4,25	-2,16
Interes CP											
Perdida del ejercicio anterior			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad antes de impuesto		43,61	137,29	375,97	487,09	608,13	739,97	883,57	1040,00	1210,41	1587,37
Impuesto		-11,77	-37,07	-101,51	-131,52	-164,19	-199,79	-238,56	-280,80	-326,81	-428,59
Utilidad después de impuesto		31,83	100,22	274,46	355,58	443,93	540,17	645,01	759,20	883,60	1158,78
Depreciación (+)		136,66	136,66	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Perdida del Ejercicio Anterior (+)			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ventas (VL)						0,00	0,00				0,00
Activos fijos	-273,87						0,00	0,00			
Capital Trabajo	-262,81										262,81
Puesta en marcha	-100,80										
Imprevistos	-27,53										
Amortización LP		-42,12	-43,68	-45,30	-46,97	-48,71	-50,51	-52,38	-54,32	-56,33	-58,42
Amortización CP											
Crédito LP	498,76										
Crédito CP											
Flujo	-166,25	126,37	193,20	229,16	308,60	395,22	489,66	592,62	704,88	827,27	1363,17
Flujo act.	-166,25	113,41	155,60	165,63	200,17	230,05	255,79	277,82	296,55	312,34	461,88
F.A.A	-166,25	-52,84	102,75	268,38	468,55	698,60	954,39	1232,21	1528,76	1841,10	2302,98

Fuente: Elaboración propia, en base a evaluación económica

5.3.2. Indicadores económicos

5.3.2.1 Indicadores económicos de flujo financiado al 25%

Tabla 33 Indicadores al 25% de financiamiento

VAN	2191,30
TIR	55,56%
PRI	3
IVAN	4,39

Fuente: Elaboración propia, en base a evaluación económica

5.3.2.2 Indicadores económicos de flujo financiado al 50%

Tabla 34 Indicadores al 50% de financiamiento

VAN	2247,14
TIR	70,81%
PRI	3
IVAN	6,76

Fuente: Elaboración propia, en base a evaluación económica

5.3.2.3 Indicadores económicos de flujo financiado al 75%

Tabla 35 Indicadores al 75% de financiamiento

VAN	2302,98
TIR	110,37%
PRI	2
IVAN	13,85

Fuente: Elaboración propia, en base a evaluación económica

5.3.3. Rentabilidad del proyecto con financiamiento externo

A continuación se presenta el resumen de los resultados de los flujos de caja con financiamiento externo, detallando el VAN, TIR, IVAN y PRI con sus respectivos porcentajes y años.

Tabla 36 Resumen indicadores económicos

Resultado de evaluación del proyecto con diferente financiamiento				
Financiamiento	VAN (UF)	TIR (%)	PRI (AÑOS)	IVAN
Externo 0%	2135,46	46,96%	4	3,2
Externo 25%	2191,30	55,56%	3	4,39
Externo 50%	2247,14	70,81%	3	6,76
Externo 75%	2302,98	110,37%	2	13,85

Fuente: Elaboración propia, en base a evaluación económica

Los datos presentados en la tabla 36 indican que el proyecto tiene fundamentos económicos sólidos.

Los indicadores más favorables se registran en el escenario en el que el proyecto se financia en un 75% externamente. En este caso, se observa el Valor Actual Neto (VAN) más alto. Esto se debe a que el financiamiento significativo del banco tiene un impacto positivo: reduce los costos de intereses y, como consecuencia, genera una utilidad bruta menor, lo que a su vez resulta en un pago de impuestos menor. La elección de un mayor porcentaje de financiamiento externo, en este caso del 75%, parece ser beneficioso, ya que contribuye a mejorar los indicadores económicos del proyecto al disminuir los costos financieros y optimizar la carga tributaria.

5.4. **SENSIBILIZACIONES**

El análisis de sensibilidad tiene como objetivo medir las posibles variaciones tanto en los egresos como en los ingresos del proyecto, con el fin de comprender cómo afectan estas variaciones a la rentabilidad, el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) en diversas situaciones.

Este análisis se centra en determinar con claridad en qué medida los errores en las estimaciones y las variaciones en los parámetros críticos del proyecto impactan la rentabilidad final del mismo. Las variables consideradas para la sensibilización son los ingresos y los costos.

El proyecto que se ha seleccionado para este análisis es el que cuenta con un financiamiento externo del 75%, ya que muestra los indicadores económicos más favorables.

5.4.1. Sensibilización al precio del producto.

Se evaluó la variación del VAN respecto a la cantidad de unidades vendidas el primer año y el precio de venta promedio por unidad. El precio inicial es de \$15.536 correspondiente a 0,43 UF. El valor actual neto (VAN) queda en cero cuando el precio llega a \$13.979 correspondiente a 0,38 UF, siendo equivalente a un 10,02% menos del precio inicial. Se puede observar el comportamiento del VAN referente a la variación de precio en la siguiente tabla y gráfico.

Tabla 37 Sensibilización al precio

Precio	Variación precio	VAN
\$17.867	15,00%	5650,89
\$17.090	10,00%	4534,92
\$16.313	5,00%	3418,95
\$15.536	0,00%	2302,98
\$14.759	-5,00%	1177,54
\$13.983	-10,00%	5,56
\$13.979	-10,02%	0,0
\$13.206	-15,00%	-1385,59
\$12.429	-20,00%	-2914,31

Fuente: Elaboración propia.

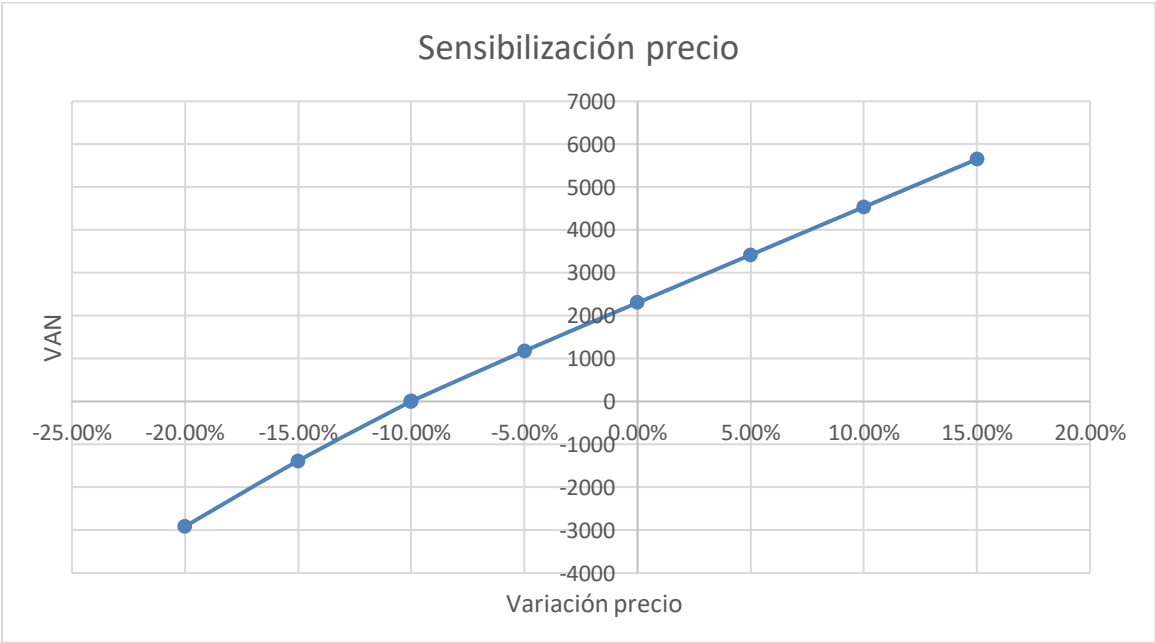


Gráfico 11 Sensibilización precio respecto al VAN

Fuente: Elaboración propia.

5.4.2. Sensibilización de cantidad de ventas

La cantidad inicial en ventas para el primer año es de 8780 unidades, con un VAN de 2305.98. Según los resultados de variación a la cantidad de ventas se puede observar que se está a un 30% para que el VAN sea igual a 0. Es decir, se estima 3228 unidades vendidas por encima de las ganancias positivas, lo cual es favorable para la ejecución del proyecto

Tabla 38 Sensibilización ventas

Cantidad primer año	Variación cantidad	VAN
11414	30,00%	4128,25
10536	20,00%	3519,83
9658	10,00%	2911,40
8780	0	2302,98
7902	-10,00%	1692,36
7024	-20,00%	1074,33
6146	-30,00%	442,41
5552	-36,77%	0,00
5268	-40,00%	-1800,15

Fuente: Elaboración propia.

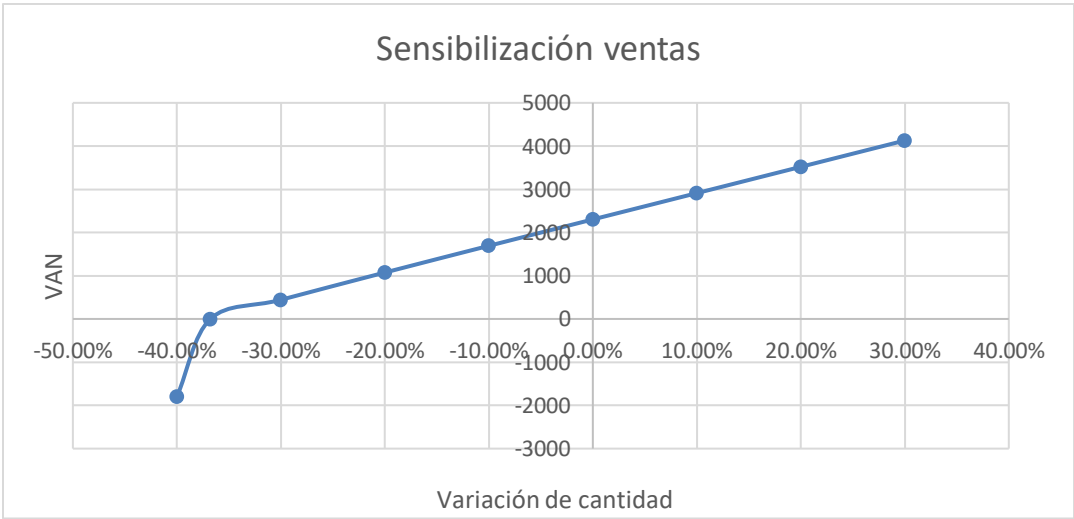


Gráfico 12 Sensibilización cantidad vendida respecto al VAN

Fuente: Elaboración propia.

5.4.3 Determinación de puntos de corte.

Respecto a los puntos de corte de sensibilización se puede observar en las tablas 37 y 38 las variaciones del VAN en respuesta a los cambios porcentuales tanto en los ingresos como en los precios de venta. Se destaca en naranja especialmente cuando el VAN se iguala a cero, y en verde la situación evaluada, de esta manera la visualización de las fluctuaciones en estas variables afecta los resultados del proyecto, como se puede ver en los gráficos 11 y 12. Por lo tanto para el primer año la tienda debe vender por sobre 5552 unidades el primer año para que el VAN no sea negativo, y la variación del precio no puede bajar más de 10.02% respecto al precio de venta definido de 0.43 UF. De lo contrario el proyecto no sería viable para los años venideros.

CONCLUSIÓN

El estudio de prefactibilidad para establecer una tienda de skincare y cosméticos coreanos en Viña del Mar demuestra viabilidad del proyecto. Existe demanda en el mercado cosmético chileno, respaldado por la popularidad de sus productos debido a que este mercado está creciendo poco a poco en nuestro país. Ejemplo de ello son las personas encuestadas donde un 49,2% contesto ya haber probado productos de cuidado para la piel y cosméticos de origen coreano

A pesar de la presencia de productos similares dentro de la cosmética en la provincia, la oportunidad radica en ofrecer calidad y precios competitivos. La rentabilidad del proyecto estima que permite la recuperación de la inversión en el mejor de los casos se presente en el segundo año, lo cual es atractivo para los inversionistas.

El estudio técnico confirma la viabilidad de encontrar mayores proveedores de estos productos ya sea dentro del territorio local e internacionalmente. Desde el punto de vista legal, el proyecto puede cumplir con todas las exigencias y regulaciones aplicables en los aspectos técnico, legal, ambiental, social, financiero y tributario

La viabilidad financiera se respalda con opciones de financiamiento institucional o inversionistas. En el análisis económico, se destacan indicadores favorables como un VAN de 2302.98 UF, un TIR de 110.37%, el PRI se cumple al segundo año y el IVAN es de 13,85 veces el monto de la inversión respecto a VAN, siendo el financiamiento del 75% la opción más ventajosa en la institución financiera Banco Estado.

En conclusión, el proyecto se presenta como atractivo, con capacidad esperada de generar liquidez y solvencia. La sensibilidad a las variaciones muestra que la variación de precio de venta esta casi en el límite de que el VAN sea 0 UF por ende se ha de considerar que en promedio el precio sugerido de venta por el proveedor no sea menor pero a su vez se mantenga competitivo, además la cantidad de ventas del primer año se encuentra en situación similar, de no bajar de 5552 unidades vendidas en un año. Se ha de considerar que en este caso lo mejor sea disminuir los costos o encontrar un proveedor con precios más económicos por mayoreo. También se puede considerar que para los primeros años la tienda sea directamente online y no física, esto acortaría costos de arriendo y mantenimiento del local, lo cual permitiría flexibilidad ante cambios en las condiciones del mercado, pero no garantiza mayor o igual número de ventas estimadas.

BLIBLIOGRAFÍA

- 1) (n.d.). *2019 Informe de análisis de la industria cosmética*. Khidi.or.kr. Retrieved October 1, 2023, <https://www.khidi.or.kr/board/view?linkId=48809330&menuId=MENU00085>
- 2) FashionNetwork.com PE. (n.d.). *Se dispara la demanda de productos coreanos de belleza en América Latina*. Fashionnetwork.com. Retrieved October 1, 2023, <https://pe.fashionnetwork.com/news/Se-dispara-la-demanda-de-productos-coreanos-de-belleza-en-america-latina,851737.html>
- 3) *Industria Cosmética en Chile - Tamaño, participación y análisis de la industria*. (n.d.). Mordorintelligence.com. Retrieved October 1, 2023, <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/chile-cosmetics-products-market-industry>
- 4) *South Korea Beauty and Personal Care Products Market insights*. (n.d.). Mordorintelligence.com. Retrieved October 1, 2023, <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/south-korea-cosmetics-products-market-industry>
- 5) Velazco, O. (2023, January 18). *Conoce los k-dramas más vistos de Netflix en Chile durante 2022*. Unnie Pop. <https://unniepop.cl/2023/01/18/conoce-los-k-dramas-mas-vistos-de-netflix-en-chile-durante-2022/>
- 6) (N.d.). Oec.World. Retrieved October 1, 2023, [https://oec.world/es/profile/bilateral-country/chl/partner/kor#:~:text=Comercio%20de%20productos&text=En%202021%2C%20Corea%20del%20Sur%20export%C3%B3%20%241%2C73MM%20hacia%20Chile,y%20Petr%C3%B3leo%20refinado%20\(%24141M\).](https://oec.world/es/profile/bilateral-country/chl/partner/kor#:~:text=Comercio%20de%20productos&text=En%202021%2C%20Corea%20del%20Sur%20export%C3%B3%20%241%2C73MM%20hacia%20Chile,y%20Petr%C3%B3leo%20refinado%20(%24141M).)
- 7) Auge del mercado de la dermocosmética en Corea del Sur. (s/f). Icx.es. Recuperado el 30 de octubre de 2023, de <https://www.icx.es/es/quienes-somos/sala-de-prensa/sala-de-prensa/detalle.mercado-dermocosmetica-coreadelsur.news109202206>
- 8) Easy. (s/f). Basurero pedal 25 litros azul Reyplast easy.cl - Easy.cl - Renueva el amor por tu hogar. Easy.cl. Recuperado el 30 de octubre de 2023, de <https://www.easy.cl/basurero-pedal-25-litros-azul-reyplast-1351856/p>

- 9) El Mercurio S. A., P. (2021, agosto 10). ¿Sabías que el 64% de la población ha cambiado su rutina de limpieza de la piel durante el último año? Emol. <https://www.emol.com/noticias/Tendencias/2021/08/09/1029165/cambios-rutina-limpieza-facial.html>

- 10) Estante Metálico Negro 180x120x60cm 600kg. (s/f). Nibec. Recuperado el 30 de octubre de 2023, de https://www.nibec.cl/producto/estante-metalico-repisa-madera-180x120x60cm-600kg/?gad=1&gclid=CjwKCAjw1t2pBhAFEiwA_-A-NEj_1MGpd2UCyx7_vhuLkJC0FDuor0m_7na61PSOejqzUsrtETLPyhoCE1UQAvD_BwE

- 11) Estante para negocio - Shovamuebles - Envios todo Chile. (s/f). shovamuebles.cl. Recuperado el 30 de octubre de 2023, de <https://shovamuebles.cl/producto/estante-para-negocio/>

- 12) Modelo N°38 - Mesón Atención en L con 2 bandejas Frontales. (s/f). Muebles Pezoa. Recuperado el 30 de octubre de 2023, de <https://mueblespezoa.cl/m38-meson-atencion-en-l-con-2-bandejas-frontales>

- 13) Multifuncional Epson EcoTank L3210 USB. (s/f). abcdin - tienda en linea. Recuperado el 30 de octubre de 2023, de <https://www.abcdin.cl/catalog/product/view/id/178780>

- 14) Raeburn, A. (2021, julio 1). Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos). Asana. <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

- 15) Silla de manicure - Shovamuebles Spa - Envios a todo Chile. (s/f). shovamuebles.cl. Recuperado el 30 de octubre de 2023, de <https://shovamuebles.cl/producto/silla-de-manicure/>

- 16) Biblioteca del Congreso Nacional. (s/f). Biblioteca del Congreso Nacional. www.bcn.cl/leychile. Recuperado el 10 de noviembre de 2023, de <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1017350>

- 17) Censo de Población y Vivienda. (s/f). Default. Recuperado el 10 de noviembre de 2023, de <https://www.ine.gob.cl/estadisticas/sociales/censos-de-poblacion-y-vivienda/censo-de-poblacion-y-vivienda>

- 18) Del Contribuyente, A.-I., Economica, B.-A., Calidad, Y., Negocio, D., Por, A., & Patente, E. (s/f). I.MUNICIPALIDAD DE VIÑA DEL MAR -DIRECCION DE INGRESOS DEPARTAMENTO DE PATENTES Y P U B L I C I D A D

FORMULARIO WEB SOLICITUD DE PATENTE COMERCIAL. Munivina.cl. Recuperado el 10 de noviembre de 2023, de https://www.munivina.cl/wp-content/uploads/2023/07/1-solicitud-de-patente-comercial_2023.pdf

- 19) EcoBags Con Logo - Bolsas de Papel Personalizadas. (s/f). Ecopacks. Recuperado el 10 de noviembre de 2023, de <https://www.ecopacks.cl/product-page/ecobags-con-logo>
- 20) Quiénes somos. (2019, febrero 13). Fundación Aquae. <https://www.fundacionaquae.org/la-fundacion/>
- 21) (S/f-a). Chileautos.cl. Recuperado el 10 de noviembre de 2023, de <https://www.chileautos.cl/vehiculos/detalles/2016-peugeot-partner-1-6-hdi-11-90hp-pack-aa/CL-AD-16013130/?Cr=6>
- 22) (S/f-b). Munivina.cl. Recuperado el 10 de noviembre de 2023, de <https://www.munivina.cl/departamento-de-patentes-y-publicidad/>
- 23) 10 Pasos del Skincare Coreano: descubre todo sobre la rutina de belleza Coreana. (2022, octubre 14). *Coreana Chile*. <https://coreanachile.cl/blogs/blog/rutina-coreana-10-pasos>
- 24) *Base de Datos Estadísticos (BDE)*. (s/f). Bcentral.cl. Recuperado el 25 de noviembre de 2023, de https://si3.bcentral.cl/Siete/ES/Siete/Cuadro/CAP_TASA_INTERES/MN_TASA_INTERES_09/TMS_16/T312?cbFechaInicio=2022&cbFechaTermino=2023&cbFrecuencia=MONTHLY&cbCalculo=NONE&cbFechaBase=
- 25) del mercado accionario alcanzó a\$•. El Monto Acumulado, de bonos totalizaron\$•. Las Colocaciones, & El ejercicio, %. Por Sobre. (s/f). *SP IPSA Y SPCLXIGPA CERRARON 2022 CON ALZAS ACUMULADAS DE 22, 02% y 28, 75%*. Bolsadesantiago.com. Recuperado el 25 de noviembre de 2023, de <https://servicioscms.bolsadesantiago.com/Sintesis%20y%20Estadisticas/Sintesis%20Estadistica%20Anual%202022.pdf>
- 26) *SII*. (s/f). Sii.cl. Recuperado el 25 de noviembre de 2023, de https://www.sii.cl/ayudas/aprenda_sobre/3072-1-3080.html
- 27) *Sii*. (s/f). Sii.cl. Recuperado el 25 de noviembre de 2023, de https://www.sii.cl/valores_y_fechas/uf/uf2023.htm

- 28) *Skin care: ¿Qué es y sus rutinas?* (s/f). Nuda Est®. Recuperado el 25 de noviembre de 2023, de <https://nudaest.com/blogs/blog/skin-care-que-es-y-sus-rutinas>
- 29) (S/f). Sii.cl. Recuperado el 25 de noviembre de 2023, de https://www.sii.cl/pagina/valores/bienes/tabla_vida_enero.htm
- 30) EcoBags. (s/f). Ecopacks. Recuperado el 29 de marzo de 2024, de <https://www.ecopacks.cl/product-page/ecobags-con-logo>
- 31) Fondo de Solidaridad e Inversión Social. (s/f). Gob.cl. Recuperado el 29 de marzo de 2024, de <https://www.fosis.gob.cl/es/programas/ingresos/emprendamos/>
- 32) Local Av San Martin / 15 Nte, Pasos Mall Marina Arauco. (s/f). Portalinmobiliario.com. Recuperado el 29 de marzo de 2024, de https://www.portalinmobiliario.com/MLC-2340713570-local-av-san-martin-15-nte-pasos-mall-marina-arauco-_JM
- 33) Pack 4 Tintas compatible Epson Ecotank T544 L3210 L3250. (s/f). Falabella. Recuperado el 29 de marzo de 2024, de https://www.falabella.com/falabella-cl/product/117724503/Pack-4-Tintas-compatible-Epson-Ecotank-T544-L3210-L3250/117724504?kid=shopp1839fa&pid=Google_w2a&gad_source=1&gclid=CjwKCAiAopuvBhBCEiwAm8jaMf2r4vHsWIHDR_Z_5LOAe99_E2WQrV6xhp3Mvrs8opRBHU5fUS4bLxoC_hwQAvD_BwE
- 34) Pantalón de Vestir Casmir spandex. (s/f). Workit. Recuperado el 29 de marzo de 2024, de <https://workit.cl/pantalones/278-10577-camisa-oxford-.html#/49-tallas-36/11-color-negro>
- 35) Polera Piqué Manga Corta Mujer 60%-40%. (s/f). Workit. Recuperado el 29 de marzo de 2024, de <https://workit.cl/inicio/166-14131-polera-pique-manga-corta.html#/1-tallas-s/11-color-negro>
- 36) (S/f). Lider.cl. Recuperado el 29 de marzo de 2024, de https://www.lider.cl/supermercado/product/sku/1161/pengear-resma-papel-carta-multiproposito?channable=050ee769640031313631a1&gad_source=1&gclid=CjwKCAiAopuvBhBCEiwAm8jaMamPSNJV48MbQK7otipSR1P8lZAVu8KnNOYmW5bjHLTqZdkKL2csQRoCb1IQAvD_BwE

ANEXOS

El Top Ten de Impresoras en Chile

Multifuncional Epson EcoTank L3210 USB

maquina de boletas - Buscar con Google

https://www.abcdin.cl/catalog/product/view/id/178780

TEMU

Prefiere pagar Online tu tarjeta

Paga aquí

Seguros

Tiendas

Venta telefónica 227700221

Solicita tu abcvisa

¿Necesitas ayuda?

Sigue tu despacho

abcdin

¿Qué buscas?

Mi Cuenta

Inicio sesión

Mi carro de compras

Válido en productos seleccionados en RM

Despacho en 24 hrs en miles de productos

O también

Retíralos Gratis en tu tienda favorita

Outlet abcvisa

Tv y audio

Computación

Telefonía

Línea Blanca

Muebles

Servicios

Tu sitio abcvisa

Donos tu opinión

-42%

Home

Multifuncional Epson EcoTank L3210 USB

EPSON

Multifuncional Epson EcoTank L3210 USB

SKU: 1176959



Características destacadas

Ver más

Internet \$109.990

Normal ~~\$189.990~~

ABCDIN Total Security

Abcdin Total Security \$24.990

No, Gracias

Buscar

12°C Nublado

ESP 15:18

falabella.com

Menú

Buscar en falabella.com

Hola, Inicia sesión

Mis compras

Ingresa tu ubicación

Vende en falabella.com

Tarjetas y cuentas

Venta telefónica

Novios

Ayuda

Home

Tecnología-Computadores

Impresoras y Tintas



MALIK

Pack 4 Tintas compatible Epson Ecotank T544 L3210 L3250

Código del producto: 117724504

★★★★★ 4.8 (5) Calificar

Vendido por Mcl

Despacho a domicilio Ver disponibilidad

Retira tu compra No disponible para retiro

\$ 11.990 -29%

\$16.990

1 Máximo 20 unidades.

Agregar al Carro

Asesoría Online

Te ayudamos con tu compra

¿AÚN NO TIENES TU CMR BANCO FALABELLA?

Ábrela ahora y obtén \$10.000 de descuento.

Pide tu CMR 100% Online

Notetop - LENOVO 5 14ITLOS II

Multifuncional Epson EcoTank L3210 USB

Emite boletas electrónicas ilimitadas

Notebook HP 240 G8 - 14" (500GB) - 8GB RAM

https://www.tuu.cl/boleta-electronica/?gad=1&gclid=CjwKCAjw1t2pBhAFiWwA_-A-NHTuNeh722jMTtVYmJCkWNWp-8vMtW33aEtQbQghTfCbUr5V3LdFk...

TUU

Productos

Precios

Rollos e Insumos

Ayuda

Contactar con ventas



Impresora térmica

Chip de Internet

Pro

\$ 99.900 + IVA

o 3 cuotas de \$33.300 + IVA

Comprar

Acepta tarjetas con banda magnética, chip y sin contacto.

Recibe pago con tarjetas y emite voucher válido como boleta electrónica.

Recibe pago con efectivo y emite boleta o factura electrónica.

WhatsApp

Chat

Buscar

12°C Nublado

ESP 15:34

Los vehículos comerciales más

2016 Peugeot Partner 1.6 HDI L1

←

→

↻

https://www.chileautos.cl/vehiculos/detalles/2016-peugeot-partner-1-6-hdi-l1-90hp-pack-aa/CL-AD-16013130/?Cr=6

Google

🔖

★

🔧

📱

🌐

🔍

chileautos

Todos los AutosAutos NuevosVende tu AutoAnálisisNoticiasAyuda y Sitios

IngresarRegistrarseVende tu Auto

←

Volver al listado

🔖

Guardar

2016 Peugeot Partner 1.6 HDI L1

90HP Pack AA

Particular - Metropolitana de SantiagoVer vendedores similares

🔖

GUARDAR





+24 Fotos

\$6,500,000

CLP

Financiamiento

Santander Consumer

Valor Cuota 36 meses

\$150.884 ^

Ver Detalle

CAE Anual

37.08% p.a.#

CTC: \$5.431.824

Cotizar

Contacta al vendedor(a)

Enviar un mensaje al vendedor(a)

Buscar

12°C

Nublado

ESP

15:45

Notepad - LENOVO S 14ITU

Multifuncional Epson EcoTa

maquina de boletas - Busc

notebook con buen rendim

Notebook HP 240 G8 - 14"

←

→

×

https://www.hp.com/cl-es/shop/notebook-hp-240-g8-5u0s2lt.html?gclid=CjwKCAjw1t2pBhAFewA_-A-NJDb6NkNMAAs1tjsb4rqc_ZOpHcl5n9XrjN6lPcl...

Google

🔖

★

🔧

📱

🌐

🔍

hp

¿Qué está buscando?

🔍

Ventas para Empresas

Notebooks

Desktops

Impresoras

Tinta y Tóner

Monitores

Accesorios

Ofertas

Soporte

★★★★★

3.5 (11)

Hacer una pregunta

Oferta



Notebook HP 240 G8

- Procesador Intel® Core™ i3 de 11ª generación
- Windows 10 Pro
- Unidad de estado sólido PCIe® NVMe™ de 256 GB
- 14"
- Intel® UHD

~~\$529.990~~

AHORRE \$90.000 (17%)

\$429.990

Tan solo \$17916 por mes - O cómprelo con tarjeta sin intereses - Ver Cuotas

Agregar al Carrito



Incluido Los servicios HP ofrecen una garantía limitada de 1 año y opciones de garantía limitada de software de 90 días según el país. Las baterías tienen una garantía limitada predeterminada de un año. También están disponibles el servicio in situ y la cobertura extendida. Los servicios HP Care Pack son contratos de servicio extendido opcionales que superan las garantías limitadas estándar. Para elegir el nivel de servicio adecuado para su producto HP, utilice HP Care Pack Services Lookup Tool, que se encuentra disponible en:

Buscar

12°C

Nublado

ESP

15:28

Estante para negocio - Shovam

←

→

↻

https://shovamuebles.cl/producto/estante-para-negocio/

Google

🔖

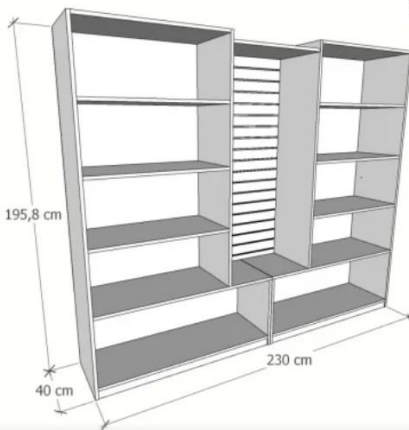
★

🔧

📱

🌐

🔍



195,8 cm

40 cm

230 cm

Estante comercial

\$449.000

Cod. ST 106

Todos los precios son + IVA

Envíos todo Santiago y regiones

Color

1

Añadir al carrito

SKU: N/D Categoría: Estantería y Gondolas

¡Elige tu producto! Descartar



Buscar

12°C

Nublado

ESP

16:01

Espejo para peluquería - Shova

https://shovamuebles.cl/producto/espejo-para-peluqueria/



Espejo de Peluquería

\$395.000

Cod. EP 109

Todos los precios son + IVA

Envíos todo Santiago y regiones

DESPACHO DE 7 A 10 DIAS HABILES

Color

1

Añadir al carrito

SKU: N/D Categorías: Barbería, Espejos Estilistas

¡Elige tu producto! Descartar

12°C Nublado

ESP 16:09

M38 - Mesón Atención en L con

https://mueblespezoa.cl/m38-meson-atencion-en-l-con-2-bandejas-frontales

INICIO VERDULEROS MESONES DE ATENCIÓN GÓNDOLAS DECO HOGAR PANERAS ACCESORIOS TODOS LOS PRODUCTOS CARRO



Muebles Pezoa

Modelo N°38 - Mesón Atención en L con 2 bandejas Frontales

\$349.990

Disponibilidad: 2

Descripción

Descripción

Gracias al práctico diseño vertical, este mueble de almacenamiento se puede utilizar en espacios domésticos estrechos. Es perfecto para la cocina, el almacén, el garaje, el aula, la guardería, el estudio de arte, los salones de belleza, etc

Características

Construcción robusta y acabado en madera cepillada, brillante sin astillas ni deterioro, incluso en un ambiente húmedo.
¡El diseño de estructura multicapa puede satisfacer sus diferentes necesidades de almacenamiento!... le ayudará a optimizar la utilización del espacio tanto como sea

¡Elige tu producto! Descartar

12°C Nublado

ESP 15:50

Silla de manicure - Shovamuebl

https://shovamuebles.cl/producto/silla-de-manicure/



Silla de Manicure

\$36.000

Cod. SL 102

TODOS LOS PRECIOS SON + IVA

ENVÍOS A TODO CHILE (envíos a regiones por pagar)

DESPACHO INMEDIATO

Color

1

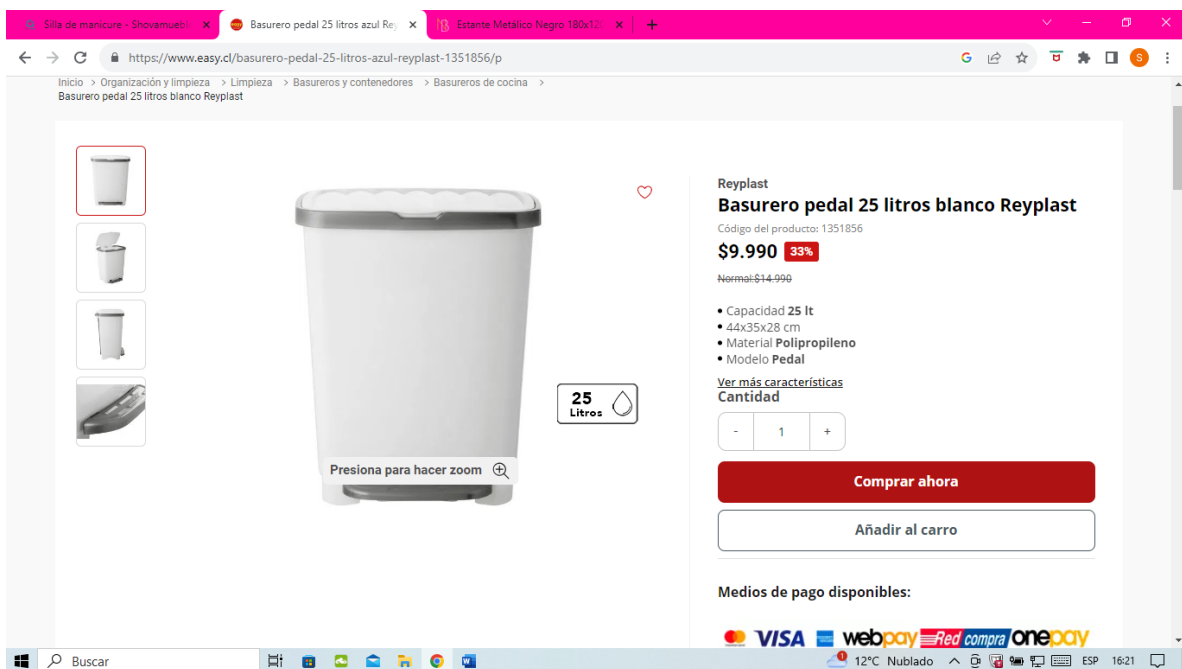
Añadir al carrito

SKU: N/D Categoría: Sillas

¡Elige tu producto! Descartar

12°C Nublado

ESP 16:12





♥ Ofertas Kraft

Desliza para ver la tabla completa

1 cara	 S	 M	 L
50	\$54.900	\$59.900	\$64.900
100	~~\$109.800~~ \$69.900 36%	~~\$119.900~~ \$74.900 37%	~~\$129.800~~ \$84.900 35%
250	~~\$274.500~~ \$119.900 56%	~~\$299.500~~ \$129.900 57%	~~\$324.900~~ \$149.900 54%

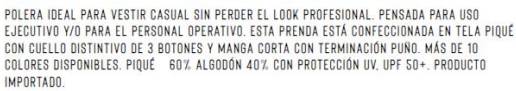
♥ Ofertas Blanco

Agrega tu logo: cuando hayas hecho tu pedido, envíanos tu logo a hola@ecopacks.cl. Haremos una muestra digital para que apruebes antes de entrar a producción.

WHATSAPP



< >



RT02156

\$ 5.740 IVA INC.

S 4.824 + IVA

 [Tabla de tallas](#)

TALLAS

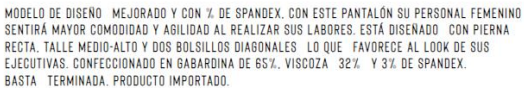
S ▼

② Ayuda

WHATSAPP



< >



RT10199

\$ 19.270 IVA INC.

S 16.193 + IVA

TALLAS

36 ▼

COLOR

② Ayuda

Marca	Nombre	Contenido	Costo con IVA	Precio de venta sugerido
Chakan Factory	Honey Bomb 90% Treatment	1000 mL	\$10.710	\$18.000
Chakan Factory	Milk Protein 90% Shampoo	1000 mL	\$10.710	\$18.000
Chakan Factory	Milk Protein 90% Treatment	1000 mL	\$10.710	\$18.000
Chakan Factory	Milk Protein 90% Essence Pack	150 mL	\$6.545	\$11.000
Chakan Factory	Sugar Lip Scrub & Mask	10 mL + 10 mL	\$7.140	\$12.000
Chakan Factory	Cica Real Pack	100 mL	\$ 9.520	\$ 16.000
Chakan Factory	Pink Real Pack	100 mL	\$ 9.520	\$ 16.000
Chakan Factory	Vita Real Pack	100 mL	\$ 9.520	\$ 16.000
Goodal	VEGAN RICE MILK MOISTURIZING TONER	250ml	\$ 13.090	\$ 22.000
Goodal	VEGAN RICE MILK MOISTURIZING CREAM	70ml	\$ 14.280	\$ 24.000
Goodal	HOUTTUYNIA CORDATA CALMING PH BALANCING CLEANSING FOAM	150ml	\$ 8.330	\$ 14.000
Goodal	HOUTTUYNIA CORDATA CALMING MOISTURE TONER	300ml	\$ 14.280	\$ 24.000

Goodal	HOUTTUYNIA CORDATA CALMING MOISTURE SERUM	75ml	\$ 16.660	\$ 28.000
Goodal	HOUTTUYNIA CORDATA CALMING MOISTURE CREAM	50ml	\$ 16.660	\$ 28.000
Goodal	HOUTTUYNIA CORDATA CALMING MOISTURE SUN CREAM SPF 50+ PA++++	50ml	\$ 13.090	\$ 22.000
Meme Box	I'M MEME I'M MULTI STICK BLUSHER 002 Coral	7.0 g	\$ 8.925	\$ 15.000
Meme Box	I'M MEME MULTI CUBE 01 SWEET PINK	7.7 g	\$ 11.900	\$ 20.000
Meme Box	I'M MEME MULTI CUBE 02 HELLO PEACH	7.7 g	\$ 11.900	\$ 20.000
Meme Box	I'M MEME MULTI CUBE 03 BAKED GINGER	7.7 g	\$ 11.900	\$ 20.000
Meme Box	I'M MEME MULTI CUBE 04 GLAM ROSE	7.7 g	\$ 11.900	\$ 20.000
Meme Box	I'M MEME PEP!BALM 001 Recharger	15 g	\$ 5.950	\$ 10.000
Meme Box	I'M MEME PEP!BALM 002 Oh- oh	15 g	\$ 5.950	\$ 10.000
Meme Box	I'M MEME PEP!BALM 004 Corner	15 g	\$ 5.950	\$ 10.000
Meme Box	I'M MEME PEP!BALM 005 Brink	15 g	\$ 5.950	\$ 10.000
Meme Box	I'M MEME COLOR KEY RING WATER GEL TINT 01 Coral Picnic	2.8 g	\$ 7.140	\$ 12.000
Meme Box	I'M MEME COLOR KEY RING WATER GEL TINT 02 Orange Delight	2.8 g	\$ 7.140	\$ 12.000
Meme Box	I'M MEME COLOR KEY RING WATER GEL TINT 06 My Cherry	2.8 g	\$ 7.140	\$ 12.000
Meme Box	I'M MEME JEWEL TOPPING GLITTER DUO 01 ROSE JEWEL	3 g	\$ 7.140	\$ 12.000

Meme Box	I'M MEME JEWEL TOPPING GLITTER DUO 02 CORAL JEWEL	3 g	\$ 7.140	\$ 12.000
Meme Box	I'M MEME JEWEL TOPPING GLITTER DUO 03 PINK JEWEL	3 g	\$ 7.140	\$ 12.000
Meme Box	I'M MEME FILTER ON BRUSH LINER 01 BLACK	0.6 g	\$ 8.925	\$ 15.000
Medi Flower	Embossing Soft Cotton Puff	300 ea	\$ 3.570	\$ 6.000
Medi Flower	Shea Butter Body Care Set	250 mL + 150 g + 80 g	\$ 16.660	\$ 28.000
Medi Flower	Beauty Foot Peeling	20 mL + 20 mL	\$ 5.950	\$ 10.000
Muldream	Vegan green mild intense serum toner	110 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
Muldream	Vegan green mild fresh facial cream	60 mL	\$ 11.900	\$ 20.000
Muldream	Vegan green mild intense facial cream	60 mL	\$ 11.900	\$ 20.000
Muldream	Vegan green mild CICA ampoule	55 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
Muldream	Vegan green mild HYALURON ampoule	55 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
Muldream	Vegan green mild VITA ampoule	55 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
Muldream	Vegan clear skin AHA PHA ampoule	55 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
Muldream	Vegan green mild all in one moisturizer	110 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
Muldream	All green mild serum	110 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
Muldream	All green mild all in one moisturizer	110 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
Muldream	All green mild facial cream	60 mL	\$ 11.900	\$ 20.000
Muldream	Trouble clear AHA PHA ampoule	55 mL	\$ 11.900	\$ 20.000
One Thing	Artemisia Capillaris Extract Toner	150 mL	\$ 9.520	\$ 16.000

One Thing	Artemisia Capillaris Extract Toner (Trial)	40 mL	\$ 4.760	\$ 8.000
One Thing	Centella Asiatica Extract Toner	150 mL	\$ 9.520	\$ 16.000
One Thing	Houttuynia Cordata Extract Toner	150 mL	\$ 9.520	\$ 16.000
One Thing	Houttuynia Cordata Extract Toner (Trial)	40 mL	\$ 4.760	\$ 8.000
One Thing	Niacinamide 10% Toner (Trial)	40 mL	\$ 5.355	\$ 9.000
One Thing	Hyaluronic Acid Complex Essence	150 mL	\$ 11.900	\$ 20.000
One Thing	Hyaluronic Acid Complex Essence (Trial)	40 mL	\$ 5.355	\$ 9.000
One Thing	Centella Asiatica Serum	80 mL	\$ 14.280	\$ 24.000
One Thing	Centella Asiatica Serum (Trial)	30 mL	\$ 7.735	\$ 13.000
One Thing	Green Tea Serum	80 mL	\$ 14.280	\$ 24.000
One Thing	Green Tea Serum (Trial)	30 mL	\$ 7.735	\$ 13.000
One Thing	Tangerine Serum	80 mL	\$ 14.280	\$ 24.000
One Thing	Tangerine Serum (Trial)	30 mL	\$ 7.735	\$ 13.000
One Thing	Houttuynia Serum	80 mL	\$ 14.280	\$ 24.000
One Thing	Houttuynia Serum (Trial)	30 mL	\$ 7.735	\$ 13.000
One Thing	Organic Oil Lip Essence	13 g	\$ 5.950	\$ 10.000
Peripera	INK VELVET 001 GOOD BRICK	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 002 CELEB DEEP ROSE	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 005 CORALFICAL	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 007 GIRLISH RED	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000

Peripera	INK VELVET 008 SELLOUT RED	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 010 BETTER ORANGE	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 015 BEAUTY PEAK ROSE	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 016 HEART FUCHSIA PINK	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 017 ROSY NUDE	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 018 STAR PLUM PINK	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 019 LOVE SNIPER RED	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 020 CLASSY PLUM ROSE	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 021 VITALITY CORAL RED	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 022 BOUQUET NUDE	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 023 NUTTY NUDE	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 024 MILKY NUDE	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 025 CINNAMON NUDE	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 026 WELL- MADE NUDE	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 027 STRAWBERRY NUDE	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 028 MAUVEFUL NUDE	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 029 COCOA NUDE	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 030 CLASSIC NUDE	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 031 WINE NUDE	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 032 FUCHSIA RED	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000

Peripera	INK VELVET 033 PURE RED	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 034 SMOKY RED	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 035 SPRING SALMON	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 036 ACTIVE CORAL	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 037 ENJOY MUTE	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 038 BRIGHT PINK	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 039 SUNNY ORANGE	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 040 CALM ROSY	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK VELVET 041 COOL OFF ROSY	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK AIRY VELVET 001 HOTSPOT RED	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK AIRY VELVET 002 SELFIE ORANGE BROWN	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK AIRY VELVET 003 CARTOON CORAL	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK AIRY VELVET 004 PRETTY PINK	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK AIRY VELVET 007 HEART GRAPEFRUIT	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK AIRY VELVET 008 PRETTY ORANGE PINK	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK AIRY VELVET 014 ROSY PINK	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK AIRY VELVET 015 SOFT CORAL	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK AIRY VELVET 016 FAVORITE ORANGE PINK	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK AIRY VELVET 019 ELF LIGHT ROSE	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK AIRY VELVET 020 BEAUTIFUL CORAL PINK	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000

Peripera	INK AIRY VELVET 021 FLUFFY PEACH	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK AIRY VELVET 022 CENTER PEACH	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK AIRY VELVET 023 IN THE PEACHLIGHT	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK AIRY VELVET 024 HEAVENLY PEACH	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK AIRY VELVET 025 ZAZZY PEACH	4.0 g	\$ 7.735	\$ 13.000
Peripera	INK BLACK CARA 01 LONG LASH CURLING	7 g	\$ 8.330	\$ 14.000
Peripera	INK BLACK CARA 02 VOLUME CURLING	7 g	\$ 8.330	\$ 14.000
Peripera	INK BLACK CARA 02 VOLUME CURLING (CHOIGOSIM VER)	7 g	\$ 8.330	\$ 14.000
Peripera	INK BLACK CARA 03 CLEAR- SET CURLING	7 g	\$ 8.330	\$ 14.000
Peripera	INK BLACK CARA 03 CLEAR- SET CURLING (CHOIGOSIM VER)	7 g	\$ 8.330	\$ 14.000
Peripera	INK BLACK CARA 04 FULL VOLUME CURLING	7 g	\$ 8.330	\$ 14.000
Peripera	ALL TAKE MOOD PALETTE 01 MOOD BREATHING	0.8 * 6 / 1.0 * 2	\$ 14.875	\$ 25.000
Peripera	ALL TAKE MOOD PALETTE 03 BURNT BREEZE	0.8 * 6 / 1.0 * 2	\$ 14.875	\$ 25.000
Peripera	ALL TAKE MOOD PALETTE 04 MUTEFUL ROSE	0.8 * 6 / 1.0 * 2	\$ 14.875	\$ 25.000
Peripera	ALL TAKE MOOD PALETTE 05 WHISPER OF MILKY SPRING	0.8 * 6 / 1.0 * 2	\$ 14.875	\$ 25.000
Peripera	ALL TAKE MOOD PALETTE 06 CHERRY COOL RUSH	0.8 * 6 / 1.0 * 2	\$ 14.875	\$ 25.000
Peripera	ALL TAKE MOOD PALETTE 09 MOONLIKE LAVENDER PINK	0.8 * 6 / 1.0 * 2	\$ 14.875	\$ 25.000
Peripera	ALL TAKE MOOD PALETTE 13 FALL IN ACORN	0.8 * 6 / 1.0 * 2	\$ 14.875	\$ 25.000

Peripera	MOOD VEGAN GLOW CUSHION 01 PURE	13 g	\$ 14.875	\$ 25.000
Peripera	DOUBLE LONGWEAR COVER FOUNDATION 01 PURE IVORY	30 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
Peripera	DOUBLE LONGWEAR COVER CONCEALER 01 PURE IVORY	5g	\$ 4.760	\$ 8.000
Peripera	DOUBLE LONGWEAR COVER CONCEALER 02 NATURAL BEIGE	5g	\$ 4.760	\$ 8.000
Peripera	DOUBLE LONGWEAR COVER CONCEALER 03 CLASSIC SAND	5g	\$ 4.760	\$ 8.000
Peripera	INK THIN THIN PENCIL LINER 02 CACAO BROWN	0.13g	\$ 4.760	\$ 8.000
Peripera	INK THIN THIN PENCIL LINER 03 MILK TEA BROWN	0.13g	\$ 4.760	\$ 8.000
Peripera	INK THIN THIN PENCIL LINER 04 ROASTING BLACK	0.13g	\$ 4.760	\$ 8.000
Peripera	INK THIN THIN PENCIL LINER 05 UNDER BEIGE	0.13g	\$ 4.760	\$ 8.000
Peripera	INK THIN THIN PENCIL LINER 06 UNDER ROSY	0.13g	\$ 4.760	\$ 8.000
Peripera	INK THIN THIN BRUSH LINER 002 BROWN FILM	0.5g	\$ 5.355	\$ 9.000
Peripera	INK THIN THIN BRUSH LINER 03 UNDER ROSY (CHOIGOSIM VER)	0.5g	\$ 5.355	\$ 9.000
Peripera	INK THIN THIN BRUSH LINER 04 UNDER BEIGE (CHOIGOSIM VER)	0.5g	\$ 5.355	\$ 9.000
Peripera	INK V HIGHLIGHTER 01 RADIANCE SHOT	8.3g	\$ 9.520	\$ 16.000
Peripera	INK V SHADING #1 ALMOND BROWN	9.5g	\$ 9.520	\$ 16.000
Peripera	INK V SHADING #2 CACAO BROWN	9.5g	\$ 9.520	\$ 16.000
Peripera	INK V SHADING #3 HAZEL GRAY	9.5g	\$ 9.520	\$ 16.000

Peripera	SUGAR TWINKLE LIQUID GLITTER 01 GLITTER WAVE	9.5g	\$ 4.760	\$ 8.000
Peripera	SUGAR TWINKLE LIQUID GLITTER 02 SODAPOP FLAKES	9.5g	\$ 4.760	\$ 8.000
Peripera	SUGAR TWINKLE LIQUID GLITTER 03 BEAMING SUNNY-LIGHT	9.5g	\$ 4.760	\$ 8.000
Peripera	INK MOOD DROP TINT 001 HAZY CORAL	4g	\$ 7.140	\$ 12.000
Peripera	INK VELVET INTENSE STICK 007 SAND NUDE	3.7 g	\$ 8.330	\$ 14.000
Peripera	INK VELVET INTENSE STICK 009 MOVE MAUVE	3.7 g	\$ 8.330	\$ 14.000
Peripera	INK VELVET INTENSE STICK 010 DAY TAUPE	3.7 g	\$ 8.330	\$ 14.000
Peripera	INK VELVET INTENSE STICK 011 DIM BROWN	3.7 g	\$ 8.330	\$ 14.000
Peripera	MILK BLUR TONE UP CREAM 04 GLOW SPF50+	60 mL	\$ 8.925	\$ 15.000
Peripera	MILK BLUR TONE UP CREAM 05 CICA SPF50+	60 mL	\$ 8.925	\$ 15.000
Peripera	INK VELVET + LIP LINER SET 001 ROSY NUDE	4g+0.3g	\$ 13.090	\$ 22.000
Peripera	INK VELVET + LIP LINER SET 002 WINE NUDE	4g+0.3g	\$ 13.090	\$ 22.000
Twinkle Pop	JELLY GLITTER 01 OPAL BANZZAK	2.8 g	\$ 4.760	\$ 8.000
Twinkle Pop	JELLY GLITTER 02 PINK BANZZAK	2.8 g	\$ 4.760	\$ 8.000
Twinkle Pop	JELLY GLITTER 04 WHITE BANZZAK	2.8 g	\$ 4.760	\$ 8.000
Twinkle Pop	JELLY GLITTER 05 CORAL BANZZAK	2.8 g	\$ 4.760	\$ 8.000
Twinkle Pop	JELLY GLITTER 11 CHERRY BLOSSOM BANZZAK	2.8 g	\$ 4.760	\$ 8.000
Twinkle Pop	JELLY GLITTER 12 TULIP BANZZAK	2.8 g	\$ 4.760	\$ 8.000
Twinkle Pop	PEARLFLEX GLITTER EYE PALETTE 02 HEY BROWN	4 g	\$ 8.925	\$ 15.000

Twinkle Pop	PEARLFLEX GLITTER EYE PALETTE 03 HEY CORAL	4 g	\$ 8.925	\$ 15.000
Twinkle Pop	PEARLFLEX GLITTER EYE PALETTE 05 HEY BORA	4 g	\$ 8.925	\$ 15.000
Twinkle Pop	GLITTERING EYE STICK 01 FAIR ME	0.7 g	\$ 5.950	\$ 10.000
Twinkle Pop	GLITTERING EYE STICK 02 SHY ME	0.7 g	\$ 5.950	\$ 10.000
Twinkle Pop	GLITTERING EYE STICK 03 COTTON ME	0.7 g	\$ 5.950	\$ 10.000
Twinkle Pop	GLITTERING EYE STICK 04 PETAL ME	0.7 g	\$ 5.950	\$ 10.000
Twinkle Pop	GLITTERING EYE STICK 12 CORAL ME	0.7 g	\$ 5.950	\$ 10.000
Twinkle Pop	GLITTERING EYE STICK 13 AWESOME ME	0.7 g	\$ 5.950	\$ 10.000
Twinkle Pop	GLITTERING EYE STICK 14 SUNSET ME	0.7 g	\$ 5.950	\$ 10.000
Twinkle Pop	GLITTERING EYE STICK 15 MOONLIT ME	0.7 g	\$ 5.950	\$ 10.000
Twinkle Pop	PEARL GRADATION ALL OVER PALETTE #1 FOR,CORAL SEASON	8.4 g	\$ 13.090	\$ 22.000
Twinkle Pop	PEARL GRADATION ALL OVER PALETTE #2 FOR,PINK SEASON	8.4 g	\$ 13.090	\$ 22.000
SNP	Gold Collagen Ampoule Mask sheet	25 g	\$ 1.488	\$ 2.500
SNP	Black Pearl Renew Black Ampoule Mask sheet	25 g	\$ 1.488	\$ 2.500
SNP	Diamond Brightening Ampoule Mask sheet	25 g	\$ 1.488	\$ 2.500
SNP	Animal Tiger Wrinkle Mask sheet	25 g	\$ 1.488	\$ 2.500
SNP	Birds Nest Eye Patch	1.4 g x 60 ea	\$ 10.115	\$ 17.000
SNP	Gold Collagen Eye Patch	1.4 g x 60 ea	\$ 10.115	\$ 17.000
SNP	Black Pearl Eye Patch	1.4 g x 60 ea	\$ 10.115	\$ 17.000

SNP	Ruby Firming Eye Patch	1.4 g x 60 ea	\$ 10.115	\$ 17.000
SNP	LAB+ Triple Water Peel Soothing Pad	135 mL (60 ea)	\$ 9.520	\$ 16.000
SNP	M Solic Foam & Shave Cleanser	150 mL	\$ 5.355	\$ 9.000
SNP	M Solic Coolist Man All In One Wash	500 mL	\$ 7.140	\$ 12.000
SNP	M Solic Oil Defender All In One	130 mL	\$ 11.900	\$ 20.000
SNP	Reversal Pores Tightening Pack	30 g	\$ 4.760	\$ 10.000
SNP	Gold Collagen Lift Action Eye Cream	30 mL	\$ 9.520	\$ 22.000
SNP	Youth Age Hyaluron Eye Cream	25 mL	\$ 11.305	\$ 19.000
SNP	ACSYS Plus Control Toner	150 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
SNP	ACSYS Plus Balance Cream	50 mL	\$ 11.900	\$ 20.000
SNP	Cicaronic Toning Essence	220 mL	\$ 10.115	\$ 17.000
SNP	Cicaronic SOS Ampoule	1.5ml /0.05 X 7ea	\$ 10.115	\$ 17.000
SNP	Cicaronic Soothing Cream	50 g	\$ 10.115	\$ 17.000
SNP	Cicaronic Daily Mask	25 mL	\$ 1.190	\$ 2.000
SNP	Vitaronic Gel Cream	50 mL	\$ 10.115	\$ 17.000
SNP	Vitaronic Toner Pad	60 uds	\$ 10.115	\$ 17.000
SNP	Vitaronic Ampoule Mask	25 mL	\$ 1.190	\$ 2.000
SNP	Peptaronic Toner	320 mL	\$ 10.115	\$ 17.000
SNP	Peptaronic Ampoule Mask	25 mL	\$ 1.190	\$ 2.000
SNP	Cafferonic Body Wash	500 mL	\$ 8.925	\$ 15.000

SNP	Cafferonic Body Scrub	220 mL	\$ 8.925	\$ 15.000
SNP	Cafferonic Scalp Shampoo	500 mL	\$ 8.925	\$ 15.000
SNP	Cafferonic Treatment	310 mL	\$ 8.925	\$ 15.000
SNP	Clayronic Scrub Foam	120 g	\$ 8.925	\$ 15.000
SNP	Clayronic Pore Toner	220 mL	\$ 8.925	\$ 15.000
SNP	Clayronic Pore Pack	55 mL	\$ 8.925	\$ 15.000
SNP	SNP LAB PHA 5 Toner	150 m:	\$ 13.090	\$ 22.000
SNP	SNP LAB Panthenol 10 Moisturizer	50 mL	\$ 16.660	\$ 28.000
SNP	Cica Panthenol Sleeping Pack	100 g	\$ 14.280	\$ 24.000
The Skin House	Natural Balancing Toner	130 mL	\$ 9.520	\$ 16.000
The Skin House	Natural Balancing Emulsion	130 mL	\$ 9.520	\$ 16.000
The Skin House	Natural Balancing Serum	50 mL	\$ 10.115	\$ 17.000
The Skin House	Marine Active Toner	130 mL	\$ 10.115	\$ 17.000
The Skin House	Marine Active Emulsion	130 mL	\$ 10.115	\$ 17.000
The Skin House	Marine Active Serum	50 mL	\$ 11.305	\$ 19.000
The Skin House	Marine Active Cream	50 mL	\$ 11.305	\$ 19.000
The Skin House	Wrinkle Collagen Toner	130 mL	\$ 11.305	\$ 19.000
The Skin House	Wrinkle Collagen Emulsion	130 mL	\$ 11.305	\$ 19.000
The Skin House	Wrinkle System Essence	50 mL	\$ 13.090	\$ 22.000
The Skin House	Wrinkle System Cream	50 mL	\$ 11.900	\$ 20.000

The Skin House	Wrinkle Snail System Cream (50 mL)	50 mL	\$ 9.520	\$ 16.000
The Skin House	Wrinkle Snail System Cream (100 mL)	100 mL	\$ 16.660	\$ 28.000
The Skin House	Natural Green Tea Cleansing Oil	150 mL	\$ 10.115	\$ 17.000
The Skin House	PORE CONTROL POWDER TONER	130 mL	\$ 10.115	\$ 17.000
The Skin House	PORE CONTROL POWDER EMULSION	130 mL	\$ 10.115	\$ 17.000
The Skin House	PORE CONTROL POWDER SERUM	50 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
The Saem	Fresh Bamboo Soothing Gel 99%	260 mL	\$ 4.760	\$ 8.000
The Saem	Jeju Fresh Aloe Soothing Gel 99%	300 mL	\$ 4.760	\$ 8.000
The Saem	Jeju Fresh Aloe Cooling Cushion Natural Beige	12 g	\$ 9.520	\$ 16.000
The Saem	Jeju Fresh Aloe Essence	35 mL	\$ 7.735	\$ 13.000
The Saem	Harakeke Toner	150 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
The Saem	Harakeke Deep Moisture Toner	150 mL	\$ 11.900	\$ 20.000
The Saem	Harakeke Emulsion	130 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
The Saem	Harakeke Deep Moisture Emulsion	130 mL	\$ 11.900	\$ 20.000
The Saem	Harakeke Essence	50 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
The Saem	Harakeke Ampoule	45 mL	\$ 13.090	\$ 22.000
The Saem	Harakeke Cream	50 mL	\$ 11.900	\$ 20.000
The Saem	Harakeke Deep Moisture Eye Cream	30 mL	\$ 11.900	\$ 20.000
The Saem	Harakeke Deep Moisture 3 Set	150+130+50 mL	\$ 33.320	\$ 56.000
The Saem	Harakeke Travel Kit (4 Set)	31ml, 31ml, 25g, 8ml	\$ 8.330	\$ 14.000

The Saem	Healing Tea Garden Cleansing Foam (Tea Tree)	150 mL	\$ 4.760	\$ 8.000
The Saem	Healing Tea Garden Cleansing Foam (Rooibos Tea)	150 mL	\$ 4.760	\$ 8.000
The Saem	Healing Tea Garden Cleansing Water (Tea Tree)	300 mL	\$ 5.355	\$ 9.000
The Saem	Healing Tea Garden Cleansing Water (Green Tea)	300 mL	\$ 5.355	\$ 9.000
The Saem	Healing Tea Garden Cleansing Cotton Pads	30 p	\$ 7.140	\$ 12.000
The Saem	Candy Lip Tint Water 02 Apple	10 g	\$ 4.760	\$ 8.000
The Saem	Candy Lip Tint Water 03 Red mango	10 g	\$ 4.760	\$ 8.000
The Saem	Candy Lip Tint Water 05 Watermelon	10 g	\$ 4.760	\$ 8.000
The Saem	Candy Lip Tint Mousse 01 Redmango	8 g	\$ 4.760	\$ 8.000
The Saem	Candy Lip Tint Mousse 02 Strawberry	8 g	\$ 4.760	\$ 8.000
The Saem	Candy Lip Tint Mousse 04 Grapefruit	8 g	\$ 4.760	\$ 8.000
The Saem	Candy Lip Tint Mousse 06 Chaitea	8 g	\$ 4.760	\$ 8.000
The Saem	Candy Lip Tint Mousse 09 Peanut	8 g	\$ 4.760	\$ 8.000
The Saem	Candy Lip Tint Mousse 11 Tomato	8 g	\$ 4.760	\$ 8.000
The Saem	Candy Lip Tint Mousse 12 Apple	8 g	\$ 4.760	\$ 8.000
The Saem	Candy Lip Tint Mousse 13 Raspberry	8 g	\$ 4.760	\$ 8.000
The Saem	Perfumed Hand Cream - Lilac	30 g	\$ 2.380	\$ 4.000
The Saem	Perfumed Hand Cream - Iris	30 g	\$ 2.380	\$ 4.000
The Saem	Perfumed Hand Cream - Baby Powder	30 g	\$ 2.380	\$ 4.000
The Saem	Perfumed Hand Cream - Peach Blossom	30 g	\$ 2.380	\$ 4.000

The Saem	Perfumed Hand Cream - Apricot	30 g	\$ 2.380	\$ 4.000
The Saem	Perfumed Hand Essence - Warm Cotton	30 g	\$ 2.380	\$ 4.000
The Saem	Perfumed Hand Essence - Magnolia	30 g	\$ 2.380	\$ 4.000
The Saem	Perfumed Hand Essence - Lemon & Mint	30 g	\$ 2.380	\$ 4.000
The Saem	Perfumed Hand Essence - Grapefruit	30 g	\$ 2.380	\$ 4.000
The Saem	Perfumed Hand Essence - Cherry Blossom	30 g	\$ 2.380	\$ 4.000
The Saem	Perfumed Hand Shea Butter - Floral Musk	30 g	\$ 2.380	\$ 4.000
The Saem	Perfumed Hand Shea Butter - Garden Rose	30 g	\$ 2.380	\$ 4.000
The Saem	Perfumed Hand Shea Butter - Clean Cotton	30 g	\$ 2.380	\$ 4.000
The Saem	Perfumed Hand Shea Butter - Soft Powder	30 g	\$ 2.380	\$ 4.000
The Saem	Perfumed Hand Shea Butter - Red Plum	30 g	\$ 2.380	\$ 4.000
The Saem	Perfect Pore BB Cream - 01 Light Beige	15 g	\$ 5.950	\$ 10.000
The Saem	True Fit Glow Cushion 19.5 Wheat (2022SS campaign)	15 g	\$ 14.280	\$ 24.000
The Saem	True Fit Glow Cushion 21 Oat (2022SS campaign)	15 g	\$ 14.280	\$ 24.000
The Saem	Perfect Pore Cushion - 02 Natural Beige	12 g	\$ 9.520	\$ 16.000
The Saem	Perfect Pore Pink Pact	12 g	\$ 7.140	\$ 12.000
The Saem	Dual Eye Brow - 01 Natural Brown	0.5 + 0.3 g	\$ 4.760	\$ 8.000
The Saem	Dual Eye Brow - 04 Medium Brown	0.5 + 0.3 g	\$ 4.760	\$ 8.000
The Saem	Designing Eye Brow - 01 Brown	0.2 + 0.12 g + 0.12 g	\$ 5.950	\$ 10.000
The Saem	Designing Eye Brow - 02 Dark Brown	0.2 + 0.12 g + 0.12 g	\$ 5.950	\$ 10.000

The Saem	Powerproof Super Slim Eyeliner - BR01 Thrill Brown	0.1 g	\$ 5.355	\$ 9.000
The Saem	Powerproof Super Slim Eyeliner - BK02 Ash Black	0.1 g	\$ 5.355	\$ 9.000
The Saem	Powerproof Super Slim Eyeliner - BE01 Under Beige	0.1 g	\$ 5.355	\$ 9.000
The Saem	Power Ampoule Hydra	35 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
The Saem	Power Ampoule Pore-Tight	35 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
The Saem	Power Ampoule Anti-Wrinkle	35 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
The Saem	Power Ampoule Vita-White	35 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
The Saem	Perfumed Body Moisture - Cherry Blossom	200 mL	\$ 5.950	\$ 10.000
The Saem	Perfumed Body Moisture - Peony	200 mL	\$ 5.950	\$ 10.000
The Saem	Perfumed Body Moisture - Freesia	200 mL	\$ 5.950	\$ 10.000
The Saem	Perfumed Body Moisture - Shea Butter	200 mL	\$ 5.950	\$ 10.000
The Saem	Perfumed Body Moisture - Mandarin	200 mL	\$ 5.950	\$ 10.000
The Saem	Cell Renew Bio Micro Peel Cleansing Foam	170 mL	\$ 11.900	\$ 20.000
The Saem	City Ardor Dream in Santorini Greece Eau de Perfume	30 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
The Saem	City Ardor Secret in Praha Czech Eau de Perfume	30 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
The Saem	City Ardor Bloom in Sofia Bulgaria Eau de Perfume	30 mL	\$ 10.710	\$ 18.000
The Saem	Eco Earth Power Pink Sun Cream	50 g	\$ 9.520	\$ 16.000
The Saem	Eco Earth Power Light Sun Cream	50 g	\$ 9.520	\$ 16.000
The Saem	Eco Earth Power Cica Sun Cream	50 g	\$ 9.520	\$ 16.000
The Saem	Eco Earth Waterproof Sun Stick	17 g	\$ 11.305	\$ 19.000

The Saem	Cover Perfection Tip Concealer 0.5 Ice Beige	6.5 g	\$ 4.165	\$ 7.000
The Saem	Cover Perfection Tip Concealer 1.5 Natural Beige	6.5 g	\$ 4.165	\$ 7.000
The Saem	Cover Perfection Tip Concealer Brightener	6.5 g	\$ 4.165	\$ 7.000
The Saem	Cover Perfection Tip Concealer Contour Beige	6.5 g	\$ 4.165	\$ 7.000
The Saem	Cover Perfection Tip Concealer 2.5 Medium Deep	6.5 g	\$ 4.165	\$ 7.000
The Saem	Gem Miracle Black Pearl O2 Bubble Mask	105 g	\$ 15.470	\$ 26.000
The Saem	Skinny Balance Radiance Mist	75 mL	\$ 7.735	\$ 13.000
The Saem	Dear My Foot Power Peeling	50 mL	\$ 4.760	\$ 8.000