

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
SEDE VIÑA DEL MAR

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA – ECONÓMICA PARA CREAR UN CENTRO DE ESTÉTICA
ESPECIALIZADO EN MANICURE Y LIFTING DE PESTAÑAS EN LA COMUNA DE PROVIDENCIA.**

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

Alumno:

Enzo Servando Saavedra Poblete

Profesor Guía:

Sebastián Erick Amaro Belmar

2024

ÍNDICE

RESUMEN	14
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN	17
1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN	18
1.1. DIAGNÓSTICO	18
1.1.1. Antecedentes generales y específicos del proyecto	18
1.1.1.1. Historia del lifting de pestañas.....	19
1.1.1.2. Historia de la manicure	20
1.1.2. Objetivos del proyecto	21
1.1.2.1. Objetivo General del proyecto	21
1.1.2.2. Objetivo Específico del proyecto.....	21
1.1.3. Antecedentes cualitativos	22
1.1.4. Contexto de desarrollo del proyecto	22
1.1.5. Tamaño del proyecto	23
1.1.6. Impactos relacionados con el proyecto	23
1.2. METODOLOGÍA	24
1.2.1. Definición de situación sin proyecto	24
1.2.2. Definición de situación con proyecto.....	25
1.2.3. Análisis de separabilidad	25
1.2.4. Método para medición de beneficios y costos	25
1.2.4.1. Beneficios	26
1.2.4.2. Costos	26
1.2.5. Indicadores	26
1.2.5.1. Valor Actual Neto (VAN).....	27
1.2.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)	27
1.2.5.3. Periodo de recuperación de la inversión (PRI).....	28

1.2.5.4.	Índice de Valor Actual Neto	29
1.2.6.	Criterios de evaluación.....	30
1.2.6.1.	Criterio evaluación de flujo de caja neta (VAN).....	30
1.2.6.2.	Criterio de evaluación tasa interna de retorno (TIR)	30
1.2.6.3.	Criterio de evaluación periodo recuperación de la inversión (PRI)	31
1.2.6.4.	Criterio de evaluación índice valor actual neto (IVAN).....	31
1.2.7.	Estructura de evaluación del proyecto	31
1.2.7.1.	Diagnóstico y Metodología de evaluación	31
1.2.7.2.	Análisis de prefactibilidad de mercado.....	32
1.2.7.3.	Análisis de la prefactibilidad técnica.....	32
1.2.7.4.	Análisis de prefactibilidad administrativa, legal, societaria, tributaria financiera y ambiental.....	32
1.2.7.5.	Evaluación económica.....	33
CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO.....		34
2.	ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO	35
2.1.	<i>DEFINICIÓN DE PRODUCTO</i>	35
2.1.1.	Lifting de pestañas	35
2.1.2.	Manicure	37
2.1.2.1.	Manicure Rusa.....	38
2.1.2.2.	Esmaltado Permanente.....	38
2.2.	<i>ANÁLISIS DE DEMANDA ACTUAL Y FUTURA</i>.....	38
2.2.1.	Encuesta	38
2.2.2.	Demanda actual	48
2.2.3.	Demanda futura	49
2.3.	<i>VARIABLES QUE AFECTAN A LA DEMANDA</i>.....	52
2.3.1.	Factores económicos.....	52
2.3.2.	Precio.....	53
2.3.3.	Atención al cliente.....	53

2.3.4.	Calidad en el servicio.....	53
2.3.5.	Estrategia de marketing	53
2.4.	ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL Y FUTURA.....	54
2.5.	COMPORTAMIENTO DEL MERCADO	55
2.6.	DETERMINACIÓN DE NIVELES DE PRECIO Y PROYECCIONES.....	56
2.7.	ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN	56
2.8.	ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN	59
2.8.1.	Análisis de Porter	59
2.8.1.1.	Amenaza de nuevos competidores.....	60
2.8.1.2.	Poder de negociación de los proveedores.....	60
2.8.1.3.	Poder de negociación de clientes	60
2.8.1.4.	Rivalidad entre competidores existentes.....	60
2.8.1.5.	Amenaza de productos sustitutos.....	61
2.8.1.6.	Matriz de Porter	61
2.8.2.	Análisis de la 4P.....	61
2.8.2.1.	Producto	62
2.8.2.2.	Precio.....	62
2.8.2.3.	Plaza	62
2.8.2.4.	Promoción	63
CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA		64
3.	ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA.....	65
3.1.	DESCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS.....	65
3.1.1.	Agendamiento web y recepción del cliente.....	65
3.1.2.	Servicio	65
3.1.3.	Agendar nueva cita y realizar el cobro.....	67
3.1.4.	Limpieza y ordenar el lugar	67
3.2.	DIAGRAMA DE FLUJO	68
3.3.	BALANCE DE MASA Y ENERGÍA	68

3.4. SELECCIÓN DE EQUIPOS.....	69
3.4.1. Equipo administrativo	69
3.4.2. Hall de recepción.....	70
3.4.3. Puestos de trabajo.....	70
3.5. PROYECTOS COMPLEMENTARIOS.....	72
3.6. LAY-OUT.....	72
3.7. DETERMINACIÓN DE INSUMOS, PRODUCTOS y SUBPRODUCTOS.....	74
3.7.1. Insumos administrativos y de aseo	74
3.7.2. Productos y subproductos.....	75
3.7.3. Productos para Lifting	75
3.7.4. Productos para manicure y esmaltado permanente	76
3.8. FLEXIBILIDAD Y RENDIMIENTO.....	77
3.9. CONSUMOS DE ENERGÍA Y SERVICIO.....	78
3.9.1. Consumo de agua potable y gas	79
3.10. PROGRAMAS DE TRABAJO: TURNOS Y GASTOS EN PERSONAL.....	79
3.10.1. Turnos.....	79
3.10.2. Gasto en personal	79
3.11. PERSONAL DE OPERACIONES, CARGOS, PERFILES Y SUELDOS.....	80
3.11.1. Sueldos	81
3.12. INVERSIONES EN EQUIPO Y EDIFICACIONES.....	81
3.12.1. Inversiones en equipo	82
3.12.2. Inversiones en edificación.....	83
3.12.3. Determinación de inversiones en equipos y edificaciones.....	83
3.13. INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO.....	83
3.13.1. Costos fijos	84
3.13.2. Costos variables.....	84
3.13.3. Capital de trabajo.....	85
3.14. COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA.....	85
3.14.1. Mes de garantía.....	86

3.14.2. Marketing y publicidad.....	86
3.14.3. Trámites legales.....	86
3.14.4. Remodelación.....	86
3.14.5. Página web	88
3.15. COSTOS DE IMPREVISTOS.....	88
CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA FINANCIERA Y AMBIENTAL	90
4. ANÁLISIS DE ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES.....	91
4.1. ADMINISTRATIVA	91
4.1.1. Personal.....	91
4.1.2. Estructura organizacional.....	91
4.1.3. Sistema de información administrativos.....	92
4.1.4. Personal administrativo, cargos, perfiles y sueldos	93
4.1.5. Gastos en personal	94
4.2. LEGAL.....	95
4.2.1. Marco legal vigente nacional e internacional	95
4.2.2. Políticas de desarrollo industrial	95
4.2.3. Aspectos legales del giro del proyecto.....	96
4.2.3.1. Persona Jurídica.....	96
4.2.3.2. Obligaciones tributarias	96
4.2.3.3. Obtener el permiso de funcionamiento.....	97
4.2.4. Incentivos	98
4.2.5. Aspectos laborales	99
4.2.6. Costo asociado al cumplimiento de la legislación vigente.....	99
4.3. SOCIETARIA	99
4.3.1. Relación entre los inversionistas.....	99
4.3.2. Estructura societaria	100
4.3.3. Estimación de gastos para dar forma a la estructura societaria.....	100

4.4. TRIBUTARIA	100
4.4.1. Sistema tributario.....	101
4.4.1.1. Impuesto a la renta	101
4.4.1.2. Impuesto al valor agregado (IVA).....	101
4.4.2. Mecanismo de determinación de gasto en impuesto	102
4.5. FINANCIERA	102
4.5.1. Fuentes de financiamiento.....	102
4.5.2. Inversionistas.....	103
4.5.3. Instituciones crediticias.....	103
4.5.4. Leasing.....	103
4.5.5. Costo de financiamiento	104
4.6. AMBIENTAL	104
4.6.1. Impacto medio ambiental	104
4.6.2. Marco legal vigente.....	105
4.6.3. Análisis de afluentes.....	105
4.6.4. Ajuste a las normas	105
CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN ECONÓMICA	106
5. EVALUACIÓN ECONÓMICA	107
5.1. CONSIDERACIONES A UTILIZAR	107
5.1.1. Horizonte del proyecto	107
5.1.2. Tasa de descuento CAPM.....	108
5.1.2.1. Tasa libre de riesgo.....	109
5.1.2.2. Tasa de rentabilidad de mercado.....	109
5.1.2.3. Beta	110
5.1.2.4. Cálculo de la tasa de descuento	111
5.1.3. Tasa de descuento WACC.....	112
5.1.3.1. Cálculo para un 25% de financiamiento.....	112
5.1.3.2. Cálculo para un 50% de financiamiento.....	113

5.1.3.3. Cálculo para un 75% de financiamiento.....	113
5.1.4. Moneda a utilizar	114
5.1.5. Impuestos	114
5.1.6. Depreciaciones	114
5.1.7. Reinversiones	117
5.1.8. Valor libro	117
5.1.9. Valor residual	117
5.1.10. Ingresos del proyecto	119
5.1.11. Egresos del proyecto	119
5.2. PROYECTO PURO	120
5.2.1. Flujo de caja puro sin financiamiento externo.....	120
5.2.2. Indicadores económicos.....	121
5.2.3. Rentabilidad del proyecto puro	122
5.3. PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	122
5.3.1. Flujo de caja con financiamiento de un 25%.....	123
5.3.2. Indicadores económicos flujo financiado 25%.....	125
5.3.3. Rentabilidad del proyecto con financiamiento del 25%	125
5.3.4. Flujo de caja con financiamiento de un 50%.....	126
5.3.5. Indicadores económicos flujo financiado 50%.....	128
5.3.6. Rentabilidad del proyecto con financiamiento del 50%	128
5.3.7. Flujo de caja con financiamiento de un 75%.....	129
5.3.8. Indicadores económicos flujo financiado 75%.....	131
5.3.9. Rentabilidad del proyecto con financiamiento del 75%	131
BIBLIOGRAFÍA.....	138

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-1: Tipos de ingreso.	26
Tabla 1-2: Tipos de costos.	26
Tabla 1- 3: Estructura flujo de caja.....	33
Tabla 2- 1: Población total de la Provincia de Santiago (2017 - 2023).	39
Tabla 2- 2: Género.....	40
Tabla 2- 3: Demanda anual, mensual y diaria.	48
Tabla 2- 4: Proyección habitantes de la Provincia de Santiago.	49
Tabla 2- 5: Locales de peluquerías y otros servicios de bellezas.	51
Tabla 2- 6: Proyecciones de locales.....	51
Tabla 2- 7: Demanda proyectada.	52
Tabla 2- 8: Locales y valores.....	54
Tabla 2- 9: Análisis foda.....	55
Tabla 2- 10: Lista de precios.....	56
Tabla 2- 11: Matriz de porter.	61
Tabla 3 - 1: Proceso esmaltado permanente.	66
Tabla 3 - 2: Proceso manicura rusa.	66
Tabla 3 - 3: Proceso lifting de pestañas.....	67
Tabla 3 - 4: Equipo administrativo.	69
Tabla 3 - 5: Equipo hall de recepción.	70
Tabla 3 - 6: Equipos puestos de trabajo.....	71
Tabla 3 - 7: Resumen costo de equipos.	71
Tabla 3 - 8: Insumos administrativos y aseo.	74
Tabla 3 - 9: Productos para realizar lifting de pestañas.....	75
Tabla 3 - 10: Productos para manicura y esmaltado permanente.....	76

Tabla 3 - 11: Costo total.	77
Tabla 3 - 12: Costo electricidad.	78
Tabla 3 - 13: Gastos en personal.	80
Tabla 3 - 14: Cargos y perfil.	80
Tabla 3 - 15: Liquidación de sueldo manicuristas y lamimakers.	81
Tabla 3 - 16: Inversión en equipos.	82
Tabla 3 - 17: Inversión en equipos y edificación.	83
Tabla 3 - 18: Costos fijos.	84
Tabla 3 - 19: Costos variables.	84
Tabla 3 - 20: Capital de trabajo.	85
Tabla 3 - 21: Costo trámites legales.	86
Tabla 3 22: Costos en remodelación.	87
Tabla 3 - 23: Costos para la puesta en marcha.	88
Tabla 3 - 24: Costos de imprevistos.	89
Tabla 4 - 1: Cargo, perfil y funciones de la recepcionista.	93
Tabla 4 - 2: Liquidación de sueldo recepcionista.	94
Tabla 4 - 3: Gastos en personal remuneraciones.	94
Tabla 4 - 4: Gastos en personal ropa corporativa.	95
Tabla 4 - 5: Giro según servicio de impuestos interno.	97
Tabla 5 - 1: Datos de bonus del gobierno.	109
Tabla 5 - 2: Ipsa.	109
Tabla 5 - 3: Beta.	111
Tabla 5 - 4: Datos para aplicar en fórmula wacc.	112
Tabla 5 - 5: Datos para aplicar en fórmula wacc.	113
Tabla 5 - 6: Datos para aplicar en fórmula wacc.	113
Tabla 5 - 7: Depreciación de activos.	116

Tabla 5 - 8: Valor residual.....	118
Tabla 5 - 9: Ingresos.	119
Tabla 5 - 10: Egresos.....	120
Tabla 5 - 11: Flujo de caja puro.	121
Tabla 5 - 12: Indicador económico del flujo de caja puro.....	121
Tabla 5 - 13: Amortización para flujo de caja financiado a un 25%.	123
Tabla 5 - 14: Flujo de caja financiado 25%.	124
Tabla 5 - 15: Indicador económico flujo de caja financiado 25%.....	125
Tabla 5 - 16: Amortización para flujo de caja financiado a un 50%.	126
Tabla 5 - 17: Flujo de caja financiado en un 50%.	127
Tabla 5 - 18: Indicador económico flujo de caja financiado 50%.....	128
Tabla 5 - 19: Amortización para un flujo de caja al 75%.	129
Tabla 5 - 20: Flujo de caja financiado en un 75%.	130
Tabla 5 - 21: Indicador económico flujo de caja financiado 75%.....	131
Tabla 5 - 22: Resumen indicadores económicos.....	132
Tabla 5 - 23: Sensibilización del precio.	133
Tabla 5 - 24: Sensibilización de los costos fijos.	133
Tabla 5 - 25: Puntos de corte.	136

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2- 1: Género.....	40
Gráfico2- 2: Género en encuesta.	41
Gráfico2- 3: Rango de edades.	42
Gráfico 2- 4: Comuna de residencia.	42
Gráfico 2- 5: Importancia de la imagen.....	43
Gráfico 2- 6: Asistencia a un centro de estética.....	44
Gráfico 2- 7: Gasto de los posibles clientes.	44
Gráfico 2- 8: Frecuencia de concurrir a un centro de estética.....	45

Gráfico 2- 9: Otros tratamientos de belleza.....	46
Gráfico 2- 10: Factores que influyen en la decisión.	46
Gráfico 2- 11: Asistir al centro de estética del proyecto.	47
Gráfico 2- 12: Regresión lineal.	49
Gráfico 2- 13: Proyección ventas mercado nacional.....	50
Gráfico 2- 14: Proyección locales.	51
Gráfico 5 - 1: Sensibilización de los ingresos.....	134
Gráfico 5 - 2: Sensibilización de los costos fijos.	135

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1- 1: Actriz seena owen con pestañas onduladas.	19
Figura 1- 2: Comercial cutex, producto inventado por frederick a snack jr.....	20
Figura 1- 3: Fórmula para calcular el van.	27
Figura 1- 4: Fórmula para calcular la tir.	28
Figura 1- 5: Fórmula para calcular el pri.	29
Figura 1- 6: Fórmula. para calcular el ivan.	29
Figura 2- 1: Centro estética ro studio.....	36
Figura 2- 2: Centro estética rostudio.	37
Figura 2- 3: Formula cálculo de muestra.....	39
Figura 2- 4: Mapa comuna de providencia.	57
Figura 2- 5: Ubicación del local.	58
Figura 2- 6: Instalaciones del local.	58
Figura 2- 7: Fuerzas de porter.	59
Figura 3 - 1: Lay-out del local.	73
Figura 3 - 2: Calculadora de m2.....	87

Figura 5 - 1: Fórmula tasa de descuento.....	108
Figura 5 - 2: Tasa de rendimiento.	110
Figura 5 - 3: Fórmula tasa de rendimiento del mercado.	110
Figura 5 - 4: Fórmula para calcular tasa de descuento wacc.	112
Figura 5 - 5: Fórmula para depreciar activos en forma acelerada.	115

ÍNDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama 3 1: Flujo del proceso.....	68
Diagrama 4 - 1: Estructura organizacional.	92

RESUMEN

Keywords: Manicura, Lifting de pestañas, Centro de estética.

El siguiente estudio evalúa la implementación de un centro de estética especializado en manicura y lifting de pestañas en la comuna de Providencia, su finalidad es ofrecer servicios de bellezas en uñas y pestañas con tratamientos mínimamente invasivos.

En el primer capítulo se recopilaron antecedentes, que muestra y define el proyecto, objetivo general y específicos, impactos relacionados a su realización y cómo influye la creación de la empresa en el sector. Se genero un diagnóstico y se concluyó que la cosmética y belleza sigue creciendo cada vez más, donde cada vez se crean diferentes empresas que ofrecen servicios de bellezas.

En el segundo capítulo, Análisis de prefactibilidad de mercado, se muestran las encuestas y la forma en que se determina la demanda e interés que tiene la población en el proyecto, se analiza el mercado actual, las competencias y se definen una serie de variables respecto a la ubicación, promoción, el servicio ofrecido y la determinación del precio por los servicios. Todas las decisiones tomadas en esta parte del proyecto fueron llevadas a cabo teniendo siempre presente la opinión de los clientes, es por eso, que los aspectos donde se dio mayor énfasis al servicio fueron la calidad del servicio y que las especialistas sean certificadas.

En el tercer capítulo se realiza la prefactibilidad técnica donde se evalúan los requerimientos para articular el proyecto, cómo se llevará a cabo el proceso de compra, productos y/o servicios a ofrecer, horarios de funcionamiento, personal requerido para cada área, inversión en equipos, edificaciones, capital de trabajo, instalación y puesta en marcha, por mencionar algunos, dando como resultado que para realizar este proyecto se necesitaran 711 UF.

En el capítulo número cuatro, análisis de prefactibilidad administrativa, legal, societaria, tributaria financiera y ambiental, se describe la estructura organizacional, sueldos, horarios, como

es el proceso de formación de una sociedad, aspectos legales y financieros. Todo esto necesario para la formación y puesta en marcha del proyecto.

En el capítulo número cinco, Evaluación económica, se evalúan cuatro flujos de caja con distintos porcentajes de financiamiento: 25%, 50% y 75% financiado por una entidad bancaria y un flujo puro sin financiamiento externo. Además, se realizan dos sensibilizaciones, donde se determina cuanto puede variar el valor del servicio y cuánto puede variar los costos fijos, para que la empresa siga siendo rentable. La mejor alternativa que se presenta es de un 75% de financiamiento externo, con un VAN de 2072 UF, un TIR de 106,2% y un PRI en el año 2.

INTRODUCCIÓN

En el ajetreo constante de la vida moderna, encontrar momentos de cuidado personal y relajación se ha vuelto esencial para las mujeres chilenas, lo que antes era un lujo, hoy es una necesidad, con el constante crecimiento en cosméticos de belleza y gran aumento de demanda, se identificó una oportunidad de negocio la cual se analiza e investiga a través del presente informe.

Ese es el foco que se persigue en este trabajo de título, que tiene por objetivo evaluar la implementación de un centro de estética en la comuna de Providencia, lugar con una alta afluencia de público que transita a diario. Aunque hoy en día se puede encontrar una gran variedad de centros de belleza, la demanda por usar estos servicios sube año tras año.

Es por lo anterior mencionado que se realiza un exhaustivo estudio donde se analiza como a su vez el mercado se ha comportado y como responde a las nuevas demandas y necesidades que manifiesta la sociedad actual en esta área, en base a ello se diseña una propuesta de negocio que se estima impacte contribuyendo al correcto y oportuno abastecimiento de belleza, entregando una propuesta de valor enfocada en la calidad de servicio, usando productos de calidad y con profesionales certificados

Finalmente, se realiza una evaluación económica y financiera de cuyo modelo, estableciendo así su viabilidad y rentabilidad, determinando la manera más conveniente para llevar a cabo en términos de financiamiento.

CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Para comenzar a evaluar un proyecto, lo primero que se debe realizar es un diagnóstico para ver la situación actual que enmarca el proyecto y luego se procederá a explicar la metodología del estudio.

1.1. DIAGNÓSTICO

Se analizarán los antecedentes generales y específicos del proyecto. Se considerarán los objetivos generales y específicos, el contexto en el que se desarrollara el proyecto y las implicaciones asociadas.

1.1.1. Antecedentes generales y específicos del proyecto

Durante los últimos años ha existido una tendencia de crecimiento por el consumo de productos de belleza, cosméticos e intervenciones quirúrgicas ambulatorias en clínicas de estéticas a nivel mundial, incluso en pandemia, de echo el mercado de la cosmética y el bienestar representa más del 5,3% de la economía mundial, según un informe realizado por Global Wellness Economy (GWI¹). Esto indica que el cuidado personal continúa siendo una prioridad para la sociedad, sobre todo para las mujeres, quienes con el día a día, ya sea por estrés y/o agotamiento tienen menos tiempo para invertir en sí misma. Además, según un estudio publicado en marzo 2017 por la empresa Adimark, el 69% cree que la imagen y apariencia personal son importantes para alcanzar el éxito profesional.

¹ Economía global del bienestar.

1.1.1.1. Historia del lifting de pestañas

La idea de alargar las pestañas como una forma de mejorar la apariencia no es solamente de ahora. Esto nace a finales del siglo XIX, donde en libros y publicaciones aconsejaban sobre la forma de alargar las pestañas haciendo cortes en los extremos de las pestañas para fomentar un mayor crecimiento. Otros métodos de tratamiento decían que para mejorar el crecimiento había que usar una crema y el lavado de las pestañas con una mezcla de hojas de nogal y agua.

En el año 1882 se publicó en la prensa que personas de París habían cosido pelos en sus párpados para crear pestañas postizas, esta dolorosa idea de extensión de pestañas también apareció publicada en 1899, Escocia.

Existía una gran obsesión por modificar el aspecto de las pestañas de las mujeres, donde se crearon diferentes métodos y tratamientos. En 1916 el director de cine David Wark Griffith, mientras producía la película "Intolerance", pensó en aumentar la longitud de las pestañas a la actriz Seena Owen con el objetivo de destacar sus ojos. Creó unas pestañas postizas con cabello humano adherido al párpado de la actriz a través de un material de gasa fina, siendo un proceso incomodo e inseguro. Este hecho abrió la puerta a la implementación de mejores técnicas y nuevos diseños más avanzados. Hoy en día ya se usan productos certificados y aprobados para implementar en la piel humana.



Fuente: <https://es.scribd.com/>

Figura 1- 1: Actriz Seena Owen con pestañas onduladas.

1.1.1.2. Historia de la manicure

La manicura, así mismo como el resto del maquillaje en general, tiene su origen en el antiguo Egipto, donde los faraones usaban henna (colorante en polvo) para pintar sus uñas, tanto el color como la longitud de las uñas, señalaban el nivel social en esa civilización. En siglos posteriores, la tendencia era bañar las uñas en aceites aromáticos y después pintarlas de tonos muy suaves. Sin embargo, hasta el siglo XX no se volvió a dar importancia al cuidado de las uñas, donde en los primeros años se usaban colores suaves y muy claros. Ya en 1910 se crearon implementos para el cuidado de las uñas, como la lima, creada por Flowery Manicure products.

En la década de 1950, el doctor Frederick A. Snack JR, inventó el esmalte cuando en una consulta odontológica se rompió una uña y decidió usar el mismo componente para sellar las caries.

**¡Usted sólo está vestida a medias...
...hasta que se aplica el Esmalte**

Usted necesita Esmalte Cutex para estar completamente bien vestida... ¡Deléitese admirando el moderno surtido de brillantes colores que Cutex le ofrece! ¡Nunca ha visto rojos tan brillantes... tonos de clavel tan llamativos... ni tonos coral tan intensos! Cutex tiene colores para todos sus estados de ánimo: colores atrevidos... colores románticos... colores serios. Los Esmaltes Cutex no se resquebrajan... duran mucho... y en fresco a prueba de derrames. Si usted ha estado saliendo de casa sin arreglarse las uñas... ha llegado el momento de que descubra lo que Cutex puede hacer por la belleza de sus manos.

CUTEX

Comercializadora: RESERCO SONEI, S. A. - España - Barcelona - Madrid

Sepa ser distinguida y hacerse agradable

Usar esmaltes CUTEX es en todo el mundo signo de distinción. Un esmalte vulgar demuestra, por el contrario, indiferencia o abandono. Y no sólo por la diferencia de calidad, sino porque CUTEX presenta una gama tan variada de colores modernos que cada consumidora puede elegir "el suyo".

CUTEX

EMBELLECE LAS MANOS EN MAS DE CIENT PAISES

Comercializadora: RESERCO SONEI, S. A. - España - Barcelona - Madrid

Fuente: <https://workshopexperience.com/manicura>

Figura 1- 2: Comercial Cutex, producto inventado por Frederick A Snack Jr.

El aumento por hacerse una manicure se produjo en 1970 gracias a Hollywood, debido al gran aumento de hacer películas, era necesario optimizar los tiempos de rodaje. Antiguamente no se daba importancia en las uñas, ya que, se grababa en blanco y negro. Fue así como en 1975, Jeff Pink, fundador de la empresa cosmética Orly, se atrevió a pintar las puntas de las uñas en blanco para resaltar el brillo. Esta tendencia fue llevada a París, ciudad de la moda, cosechando tanto éxito que termino por denominarse “manicura francesa”

Con el nuevo siglo, ya las opciones eran varias, como usar uñas cortas, más largas, puntiagudas, en forma cuadrada, redondas, colores vivos, apagados, etc.

1.1.2. Objetivos del proyecto

Se definirán los objetivos que busca cumplir el proyecto.

1.1.2.1. Objetivo General del proyecto

Evaluar la factibilidad económica y técnica para la creación de un centro de estética especializado en manicure y lifting de pestañas en la comuna de Providencia.

1.1.2.2. Objetivo Específico del proyecto

- Determinar cuál es el mercado de este proyecto, obteniendo una oferta y demanda para comprender las proyecciones del estudio.
- Evaluar la prefactibilidad técnica de un centro de estética identificando costos e inversiones a necesitar.
- Realizar evaluación económica que incorpore indicadores financieros del estudio y las proyecciones para la toma de decisiones.

1.1.3. Antecedentes cualitativos

La industria de la cosmética se ha visto en aumento a nivel mundial, sobre todo después del término de la pandemia. En este sentido Chile no es la excepción y se puede ver reflejado en el gran aumento de locales dedicados a estos servicios en los últimos años.

Antiguamente estos servicios se veían como un lujo, hoy es una práctica que cada vez las mujeres y hombres (en la minoría) están adoptando como un hábito, convirtiéndose en algo cada vez más integrado en la agenda de los consumidores.

Es por esto por lo que la ubicación del proyecto estará en pleno centro de Providencia, lugar donde transita demasiada gente (según la municipalidad de Providencia transita 1,8 millones de personas a diario)². Teniendo en cuenta todos estos antecedentes, se buscará ofrecer un servicio distinto a los demás, donde se ofrecerá un servicio de excelencia y con atención personalizada, compromiso con el cliente y a precios accesibles.

1.1.4. Contexto de desarrollo del proyecto

El proyecto estará ubicado en la región Metropolitana, específicamente en la comuna de Providencia, lugar con mucho tránsito debido a distintas oficinas de diferentes empresas a nivel nacional. Según el último Censo (2017) en la comuna de Providencia viven más de 140.000 habitantes, pero lo más importante es su población flotante, según la municipalidad de Providencia, reciben a diario 1,8 millones de personas. Esta comuna tiene un estrato social C1B y C2, lo que indica que los habitantes de la comuna cuentan con un poder adquisitivo moderado y, por ende, buscan servicios de calidad pero que se mantengan dentro de los valores accesibles.

² Cantidad de personas que transitan a diario, según municipalidad de Providencia.
<https://providencia.cl/provi/site/artic/20171002/pags/20171002164135.html#:~:text=%E2%80%9CPara%20una%20comuna%20como%20Providencia,vecinos%E2%80%9D%2C%20se%C3%B1al%C3%B3%20la%20edil.>

Debido al crecimiento por usar estos servicios es que la competencia es alta dentro de la Región Metropolitana, según el Servicio de Impuestos Interno (SII) existen 14.954 locales con el rubro peluquería y otros tratamientos de belleza (cabe mencionar que la cantidad debe ser mayor, dado que muchos locales funcionan sin estar registrados), donde 8.092 están en la Región Metropolitana.

Teniendo en consideración los datos presentados, se puede concluir que existe un mercado potencial para este tipo de servicios, resta analizar la competencia y las cualidades de los clientes en esta zona para determinar si es o no atractivo instalar un centro de estética.

1.1.5. Tamaño del proyecto

Para la elaboración de este proyecto, se requerirá buscar un arriendo de un local comercial dentro de la comuna de Providencia, de aproximadamente 50 m². Debe contar con dos espacios idealmente, una para la atención de los y las clientes y otro como sala de espera.

El proyecto pretende iniciar como una pequeña empresa, contando con solo 6 profesionales encargados de realizar las tareas a diario más la recepcionista.

Tomando en cuenta estos factores, la inversión inicial necesario será de aproximadamente \$20.000.000, equivalentes a 550,99 UF (tomando en cuenta el valor de una UF a \$36.298,11 al día 20 de octubre 2023).

1.1.6. Impactos relacionados con el proyecto

El proyecto busca generar un impacto en el ámbito de la belleza de las personas, que jamás se hayan hecho este tipo de procedimientos ambulatorios. Otro impacto positivo, serán las oportunidades de empleos dentro de la región metropolitana, pero al ser una empresa pequeña, ésta no demandará una cantidad considerable de trabajadores (7 en total), por lo que a nivel de localidad el impacto será leve.

En cuanto al impacto ambiental será de ayuda para el medio ambiente, ya que no se usarán productos que dañen la capa de ozono.

A nivel de competencia, este proyecto afectará a los que ofrecen un producto similar, como son los centros de estética establecidos en la comuna de Providencia, lo que significará la entrada al mercado de una nueva e interesante alternativa que buscará apoderarse de una parte de la participación que actualmente poseen.

1.2. METODOLOGÍA

En esta sección, se pretende indicar las condiciones actuales y después con proyecto, considerando siempre el mercado relacionado con la actividad que se pretende abarcar en el proyecto, se mencionan criterios y estructuras de evaluación.

1.2.1. Definición de situación sin proyecto

Tal y como se explicó con anterioridad, existe un alza no menor en el cuidado y belleza de las personas, cada vez son más las mujeres (hombres en la minoría) las que se atreven a intervenir sus manos y pestañas, todo esto por diferentes motivos como sentirse más seguras o también como mejorar su presentación personal. Debido a todo esto, las tiendas de centro de estética van aumentando cada vez más, llenando el mercado con ofertas de precio y contratando personas no certificadas ni profesionales, sumando también la importancia de los productos a usar, donde en algunos locales usan productos de mala calidad que pueden provocar daños en la piel de las clientas.

Por lo anteriormente expuesto se genera el problema que en gran parte de los casos las clientas no reciben el tratamiento óptimo que asegure la durabilidad de los productos ofrecidos.

1.2.2. Definición de situación con proyecto

Con la creación de este proyecto se busca que las personas que quieran estos servicios estén tranquilas a que nada malo les pueda pasar, tengan su momento de distracción y olviden los quehaceres del hogar y/o trabajo, todo esto entregando un servicio de calidad, con profesionales calificados y certificados, usando productos adecuados y de confiabilidad y a un precio acorde al mercado.

Los clientes podrán comunicarse con la tienda teniendo certeza que encontrará respuesta a su requerimiento y no tendrá que recorrer toda la ciudad para buscar un buen servicio.

1.2.3. Análisis de separabilidad

Si el proyecto centro de estética en la comuna de Providencia es factible y genera dinero, se estudiará la opción de crear sucursales en otras comunas de la Región Metropolitana, por ahora solo se verá el proyecto en dicha comuna, por lo que no aplicaría un análisis de separabilidad.

1.2.4. Método para medición de beneficios y costos

Para obtener una correcta medición de los beneficios y costos, estos deben ser fácilmente identificables. En las tablas 1-1 y 1-2 se observan los beneficios y costos del proyecto.

1.2.4.1. Beneficios

Los beneficios se podrán ver reflejados en los ingresos obtenidos, que pueden ser vista en la tabla 1-1.

Tabla 1-1: Tipos de ingreso.

Beneficios
Ingresos por venta de servicio manicura
Ingresos por venta de servicio lifting de pestañas

Fuente: elaboración propia.

1.2.4.2. Costos

Los costos asociados se pueden diferenciar en la tabla 1-2:

Tabla 1-2: Tipos de costos.

	Costos
Inversión inicial	Arriendo de local, remodelación, gastos para la puesta en marcha
Costos Fijos	Pago de suministros básicos, internet y remuneraciones
Costos Variables	Pago a proveedores e insumos

Fuente: elaboración propia.

1.2.5. Indicadores

El proyecto se evaluará por medio de cuatro indicadores que son: VAR, TIR, PRI e IVAN. Para ello se realizará un flujo de caja con periodos anuales donde nos darán un resultado con el cual se calcularán los indicadores anteriormente mencionados.

1.2.5.1. Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto le indica al inversionista el valor presente de un determinado número de flujos de cajas futuros, es decir, actualizar mediante una tasa los flujos de cajas para conocer el valor monetario que será comparada con la inversión realizada. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable.

Fórmula:

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

Fuente: elaboración propia.

Figura 1- 3: Fórmula para calcular el VAN.

Donde:

- I_o : Inversión inicial
- F_t : Flujo de dinero en cada período t
- i : tasa de interés (llamada tasa de descuento).
- n : años de duración del Proyecto.

1.2.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión, es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que conllevará cualquier inversión.

Fórmula:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+r)^n} - I_0$$

Fuente: elaboración propia.

Figura 1- 4: Fórmula para calcular la TIR.

Donde:

- Fn : flujo de caja.
- n : periodos.
- I_0 : inversión inicial.
- r : tasa interna del periodo.

1.2.5.3. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión es el tiempo requerido para que el flujo de caja cubra el monto total de la inversión, por lo tanto, el PRI indica la rentabilidad en función del tiempo.

El PRI no considera todos los flujos de fondos de proyecto, ya que ignora aquellos que se producen con posterioridad al plazo de recuperación de la inversión, es decir, PRI determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial del proyecto, resultado que se debe comparar con la cifra que sugiere el inversionista.

Fórmula:

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

Fuente: elaboración propia.

Figura 1- 5: Fórmula para calcular el PRI.

Donde:

- a: Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.
- b: Inversión Inicial.
- c: Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.
- d: Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

1.2.5.4. Índice de Valor Actual Neto

Se define como la razón entre el VAN y la inversión, y es la relación entre la ganancia expresada en el VAN y la inversión inicial. Indica cuanto es el VAN logrado por unidad monetaria invertida.

Fórmula:

$$IVAN = \frac{VAN}{I_0}$$

Fuente: elaboración propia.

Figura 1- 6: Fórmula. para calcular el IVAN.

Donde:

- I₀: inversión inicial.

1.2.6. Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación permitirán obtener cifras que ayudaran al análisis para determinar si el proyecto es o no conveniente. Se utilizarán cuatro criterios, el VAN, TIR, PRI e IVAN. El proyecto será evaluado en UF.

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

Se analizará el criterio de evaluación de flujo de caja neta para determina si resulta conveniente efectuar o no la inversión, debido a que el valor obtenido representa beneficios o perdida por sobre la inversión.

- Se aceptará el proyecto con $VAN \geq 0$.
- Se rechazará el proyecto con $VAN < 0$.

1.2.6.2. Criterio de evaluación tasa interna de retorno (TIR)

Se analizará el criterio de evaluación de la tasa interna de retorno, para determinar si el proyecto se encuentra en función de una tasa de rendimiento anual, en donde la totalidad de los beneficios actualizados sean exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

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

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

El criterio de decisión se reduce a determinar si el periodo de recuperación del proyecto es menor o igual que el periodo de evaluación del proyecto.

- Se aceptará el proyecto si da números azules dentro del horizonte del flujo de caja (5 años)

1.2.6.4. Criterio de evaluación índice valor actual neto (IVAN)

Se analizará el criterio de índice valor actual neto, para determinar si el proyecto es conveniente o no.

- Se acepta el proyecto con IVAN mayor a cero.

1.2.7. Estructura de evaluación del proyecto

El proyecto evaluado presenta una estructura que consta de cinco capítulos que serán analizados de forma ordenada y lógica para poder realizar una evaluación completa de la factibilidad de implementación.

1.2.7.1. Diagnóstico y Metodología de evaluación

Se buscarán analizar diferentes antecedentes del proyecto y su entorno para poder establecer las bases de lo que se requiere para poder implementar dicho proyecto y cuáles serán los criterios para poder determinar esto.

1.2.7.2. Análisis de prefactibilidad de mercado

Se conocerán el producto y el mercado existente para definir el perfil de los posibles consumidores, también se estimará la demanda y oferta y su proyección futura.

1.2.7.3. Análisis de la prefactibilidad técnica

Se definirá la estructura del proceso interno de funcionamiento del proyecto y se establecerán los costos asociados a la inversión, operacional y del personal.

1.2.7.4. Análisis de prefactibilidad administrativa, legal, societaria, tributaria financiera y ambiental

En este punto se mostrará la organización de los recursos humanos, costos asociados a la estructura organizacional, tipo de asociación, impactos ambientales y legales que tenga el proyecto.

1.2.7.5. Evaluación económica

El objetivo del capítulo es mostrar una evaluación económica del proyecto por medio de un flujo de caja, el cual será puro y financiado. La estructura del flujo de caja será de la siguiente manera:

Tabla 1- 3: Estructura flujo de caja.

Ingresos
Costos Variables
Costos Fijos
Utilidad Operacional
Depreciación
Intereses Crédito Largo Plazo
Intereses Crédito Corto Plazo
Pérdida Ejercicio Anterior
Valor Residual
Valor Libro
Utilidad Antes de Impuestos
Impuestos
Utilidad Después de Impuestos
Depreciación
Pérdida Ejercicio Anterior
Valor Libro
Amortización Crédito Largo Plazo
Amortización Crédito Corto Plazo
Inversión Activos Fijos
Inversión en Intangibles, Puesta en Marcha e imprevistos
Inversión en Capital de Trabajo
Recuperación Capital de Trabajo
Valor de Desecho del proyecto
Recuperación de IVA
Flujo Antes de Financiamiento
Crédito Largo Plazo
Crédito Corto Plazo
Flujo Después de Financiamiento
Flujo Después de Financiamiento Actualizado
Flujo Después de Financiamiento Actualizado Acumulado

Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

2. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

En este capítulo se analizará el comportamiento que posee el mercado de la estética en Chile, el estudio de mercado constituye el punto de partida del estudio de prefactibilidad, debido a que estima el porcentaje de demanda probable que un proyecto pueda satisfacer. Para poder pronosticar los ingresos de un proyecto se requiere hacer un análisis de demanda y oferta tanto para la actual y la futura.

2.1. DEFINICIÓN DE PRODUCTO

Un centro de estética es aquel en donde se realizan tratamientos cosméticos mínimamente invasivos, donde la mayoría son intervenciones ambulatorias, con el objetivo de mejorar la satisfacción de los pacientes con respecto a su apariencia física. Por lo general combinan las prácticas del cuidado de la salud con los servicios de belleza.

En este centro de estética se realizarán dos tipos de servicios ambulatorios, como el lifting de pestaña y distintos tipos de manicure.

2.1.1. Lifting de pestañas

Es un tratamiento estético altamente demandado que consiste en curvar las pestañas naturales desde la base, llegando incluso a las pestañas más cortas y revelando el largo máximo de cada pestaña natural. El resultado son unas pestañas visiblemente más largas, densas y espesas. Este procedimiento dura aproximadamente entre una hora a una hora y media.

Los beneficios del lifting de pestaña son los siguientes:

- Alargar pestañas.
- Corrige su curvatura.
- Aporta espesor.
- Ahorra tiempo en maquillarse.
- Aporta más expresión en la mirada.
- No daña las pestañas.

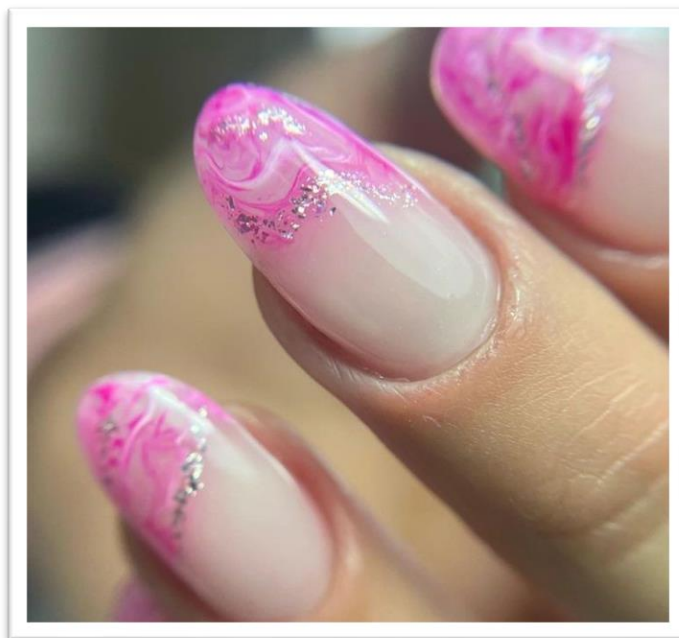


Fuente: Centro estética RoStudio.

Figura 2- 1: Centro estética RoStudio.

2.1.2. Manicure

La manicura es un tratamiento de belleza cosmético en que se da la forma deseada a las uñas y se maquillan con un esmalte. Normalmente hay cinco etapas en una manicura profesional que son cortar y dar forma a las uñas, tratar las cutículas, limar, esmaltar y hacer un mini masaje a las manos con alguna crema exfoliante. Existen diferentes tipos de manicura a realizar, donde cada una tiene un precio y tiempo de trabajo diferente. En este proyecto se harán dos tipos de manicura: manicura rusa y esmalte permanente.



Fuente: Centro estética RoStudio.

Figura 2- 2: Centro estética RoStudio.

2.1.2.1. Manicure Rusa

Es uno de los tipos de manicure que existen en la actualidad, esta se realiza con un torno profesional, que reemplaza a las limas comunes y corrientes, se consigue una limpieza más profunda de la uña quitando totalmente la cutícula. Es una técnica profesional y delicada que solo manicuristas profesionales instruidas en ella son capaces de realizar este proceso.

2.1.2.2. Esmaltado Permanente

Es un tipo de manicura que se realiza con esmaltes especiales. A diferencia de los pintauñas comunes, los esmaltes permanentes se fijan y secan con lámparas LED. Es de gran durabilidad, tiene un secado rápido y otorga un brillo duradero.

2.2. ANÁLISIS DE DEMANDA ACTUAL Y FUTURA

El análisis de demanda es un tipo de estudio de mercado específico cuyo foco este puesto en conocer los motivos por los que los consumidores demandan y adquieren un servicio o producto y encontrar los métodos que incentiven su demanda y consumo.

El proyecto tiene como objetivo crear un centro de estética especializado en lifting de pestañas y manicura en la comuna de Providencia, el cual está relacionado con el aumento de centros de estéticas en la Región Metropolitana y la alta cantidad de gente que se realiza estos servicios.

2.2.1. Encuesta

Se realizó una encuesta para determinar el tamaño de la demanda y conocer el mercado objetivo. A través de la siguiente fórmula se puede definir el tamaño de la muestra conforme a la población:

$$n = \frac{k^2 qpN}{e^2(N-1) + k^2 pq}$$

Fuente: <https://www.questionpro.com/>

Figura 2- 3: Fórmula cálculo de muestra.

Donde:

- N: es el tamaño de la población o universo (número de total de posibles encuestados).
- K: probabilidad de que las respuestas sean ciertas, es decir, es el nivel de confianza de la muestra seleccionada. (Nivel de confianza que se usara es un 90%)
- e: representa el error muestral deseado, es la diferencia entre la muestra y población. (Margen de error ser un 10%)
- p: es la probabilidad de éxito, este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0,5$.
- q: es la probabilidad de fracaso.

Lo primero que se debe saber es a qué personas llegará el proyecto y para esto se tomaron en cuenta a los habitantes de la Provincia de Santiago, esto porque se consideró que dicha Provincia tiene 32 de las 52 comunas de la Región Metropolitana, y el acceso a Providencia hoy en día es de fácil llegada, donde se puede llegar en micro, metro, taxi, Etc.

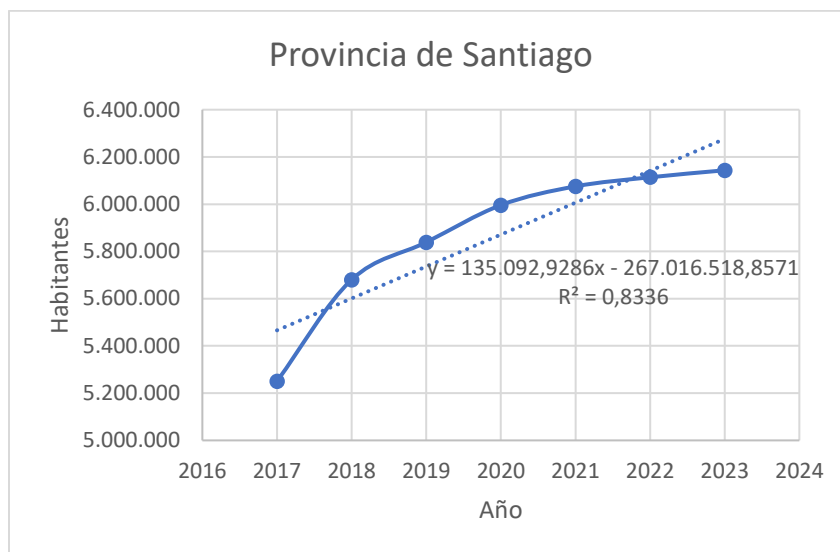
En la tabla 2-1 se observa la cantidad de habitantes en la Provincia de Santiago, estadísticas dadas a conocer por el censo del año 2017 y proyecciones del INE (Instituto Nacional de Estadísticas).

Tabla 2- 1: Población total de la Provincia de Santiago (2017 - 2023).

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Provincia de Santiago	5.250.565	5.680.269	5.838.768	5.995.995	6.075.403	6.113.934	6.143.444

Fuente: censo 2017 y proyecciones de población según INE.

Gráfico 2- 1: Género.



Fuente: elaboración propia

En el gráfico 2-1, aplicando una regresión lineal simple, la proyección dada por el INE, indica un r^2 de 0,8336 lo que significa que la es capaz de explicar una gran proporción de la variabilidad en la variable dependiente. En pocas palabras, el modelo aplicado es efectivo para explicar y predecir la tendencia en la población de la Provincia de Santiago.

Según las proyecciones del INE, la población del año 2023 sin el rango etario de 0 a 14 años, la población en la Provincia de Santiago será de 5.088.731, donde en la tabla 2-2 se puede diferenciar hombres y mujeres:

Tabla 2- 2: Género.

	Hombres	Mujeres	Total, población
Provincia de Santiago	2.498.640	2.590.091	5.088.731

Fuente: elaboración propia con datos del INE.

Entonces tenemos que:

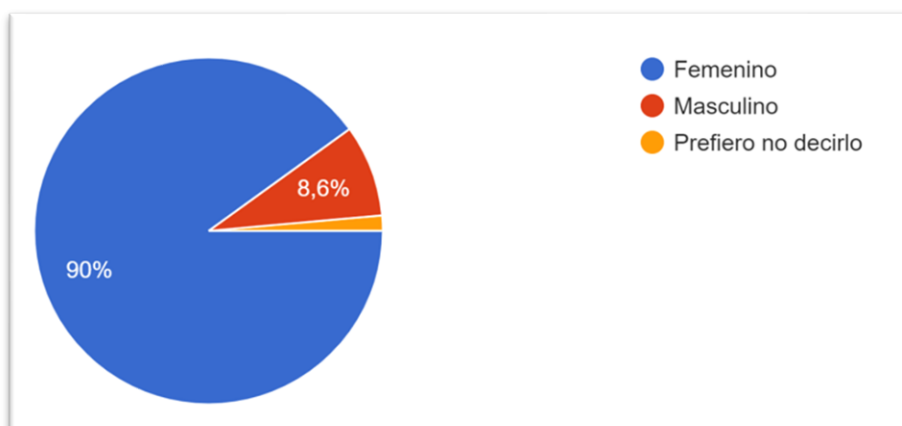
- N: 5.088.731
- K: 1,65
- e: 10% error muestral (0,1)
- p: 0,5 probabilidad de éxito
- q: 0,5 probabilidad de fracaso

Aplicando la fórmula de la figura 2-1, el tamaño de muestra que se realizó la encuesta fue a 68 personas.

A continuación, se entregarán los resultados de la encuesta, la cual se realizó a 70 personas al azar que residen en la Provincia de Santiago:

- ¿Con cuál género te identificas?

Gráfico2- 2: Género en encuesta.

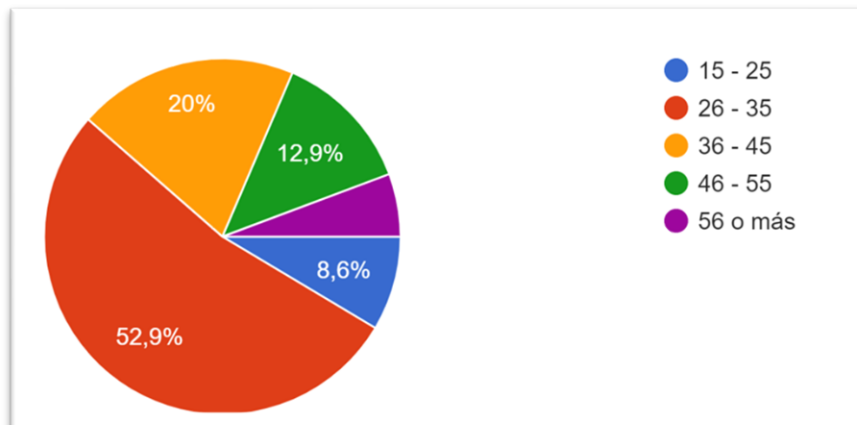


Fuente: elaboración propia

Con esta respuesta se puede determinar que 63 de las 70 encuestas corresponden a mujeres, 6 son hombres y solo 1 respondió que no prefiere decir su sexo. Considerando estos porcentajes se puede determinar que ahora la posible demanda es 2.545.965 personas.

- Selecciona el rango de edad en cual te encuentras:

Gráfico2- 3: Rango de edades.



Fuente: elaboración propia

Como se observa en la pregunta el rango mínimo de edad para poder hacer este servicio es de 15 años. Con esto se puede determinar que gran parte del público será entre 26 y 45 años.

- ¿Comuna de residencia?

Gráfico 2- 4: Comuna de Residencia.

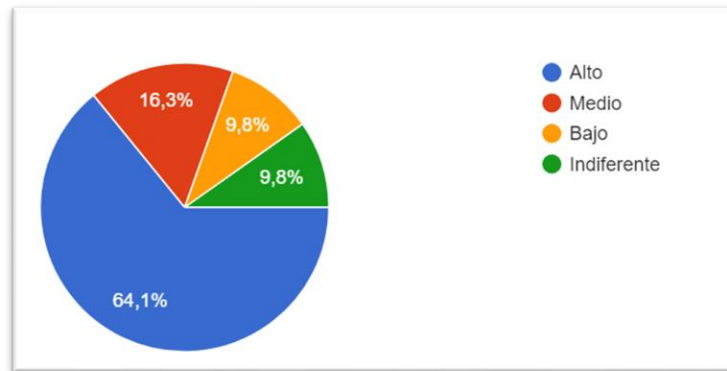


Fuente: elaboración propia

Si bien la demanda se está calculando con los habitantes de la Provincia de Santiago, es importante saber de dónde vendrán los posibles clientes: Las Condes, La Reina, Providencia y Santiago Centro serán el mayor fuerte de clientes representando un 51,4% de la población.

- ¿Qué tan importante es para usted el cuidado de su imagen?

Gráfico 2- 5: Importancia de la imagen.

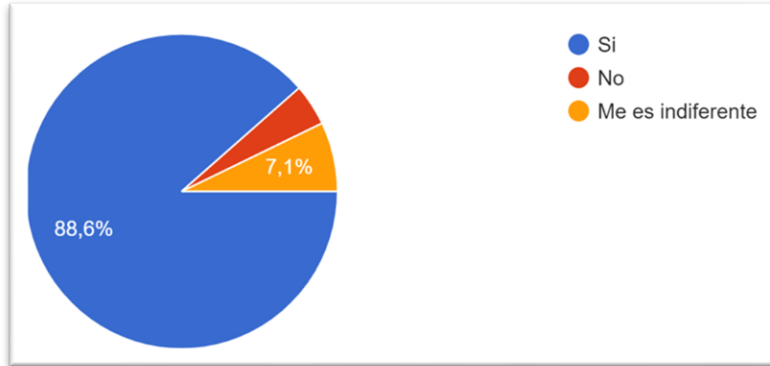


Fuente: elaboración propia

El 64,1% de las personas cree que su imagen es importante, ya sea por diferentes motivos, se puede observar una clara tendencia en mantener una imagen presentable.

- ¿Estaría dispuesto a acudir a un centro de estética para mejorar su imagen?

Gráfico 2- 6: Asistencia a un centro de estética.

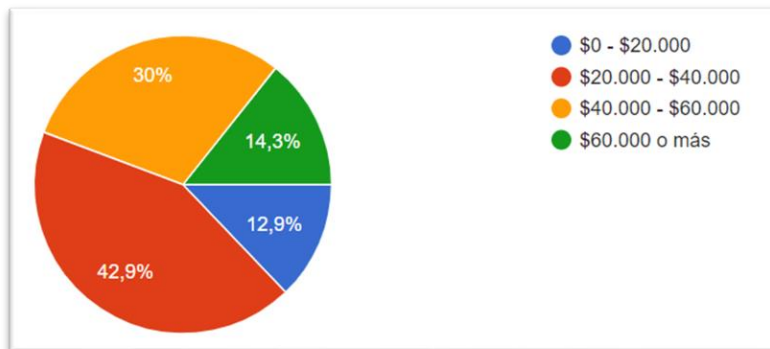


Fuente: elaboración propia.

Esta es otra pregunta importante que se debe hacer al momento de hacer un análisis de la demanda, ya que, dice si realmente existe una atención al proyecto evaluado. Para este caso el 88,6% de los encuestados dijo que si estaría dispuesto a asistir a un centro de estética. Lo positivo de esto es que solamente el 4,3% (3 de los 70 encuestados) dijo que no asistiría.

- ¿Cuánto inviertes en tu imagen personal mensualmente? (a excepción de la ropa y calzado)

Gráfico 2- 7: Gasto de los posibles clientes.

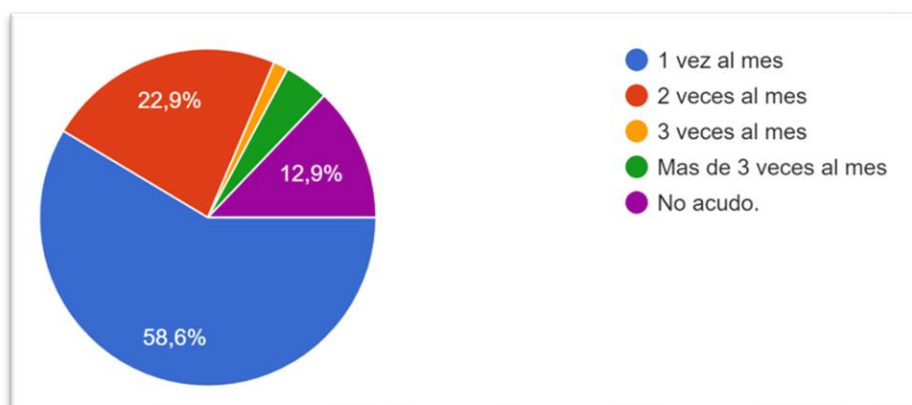


Fuente: elaboración propia

Saber cuánto está dispuesto a gastar un cliente es vital para saber los ingresos del proyecto, en este caso el 42,9% dice que gasta entre \$20.000 y \$40.000, y según la tabla 2-4 de precios estarían acorde al mercado.

- ¿Con que frecuencia acudes a un centro de estética?

Gráfico 2- 8: Frecuencia de concurrir a un centro de estética.



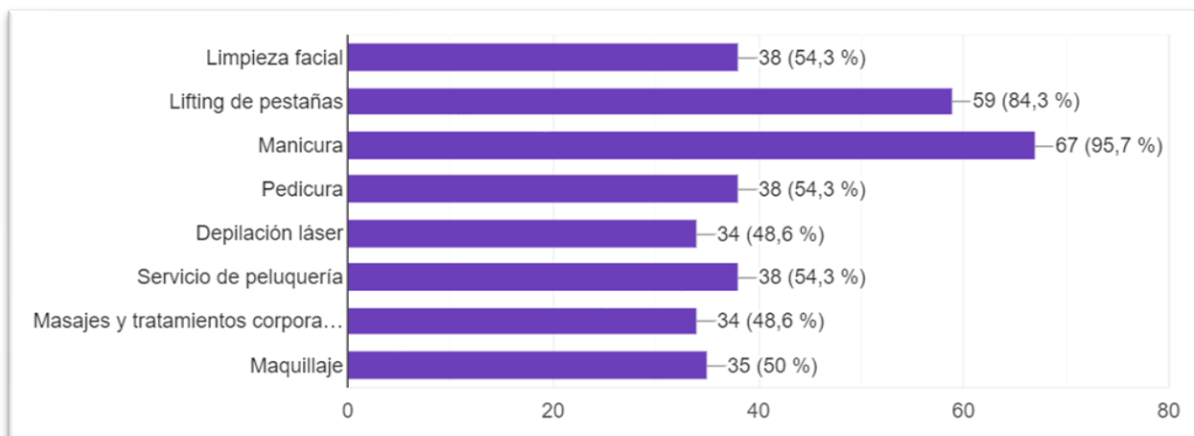
Fuente: elaboración propia

Los servicios que se ofrecerán en este proyecto son servicios que duran entre tres semanas a un mes (incluso más), todo depende del cuidado personal. Todo esto calza con los resultados de la encuesta, donde indica que el 58,6% va como mínimo un mes a un centro de estética.

Se tomarán los otros resultados que ingresan más veces a una estética por diferentes tratamientos que en este proyecto no se ofrecerán, como limpiezas faciales, pedicura, masajes, etc.

- ¿Qué tratamientos conoce actualmente? (puede seleccionar más de uno)

Gráfico 2- 9: Otros tratamientos de belleza.

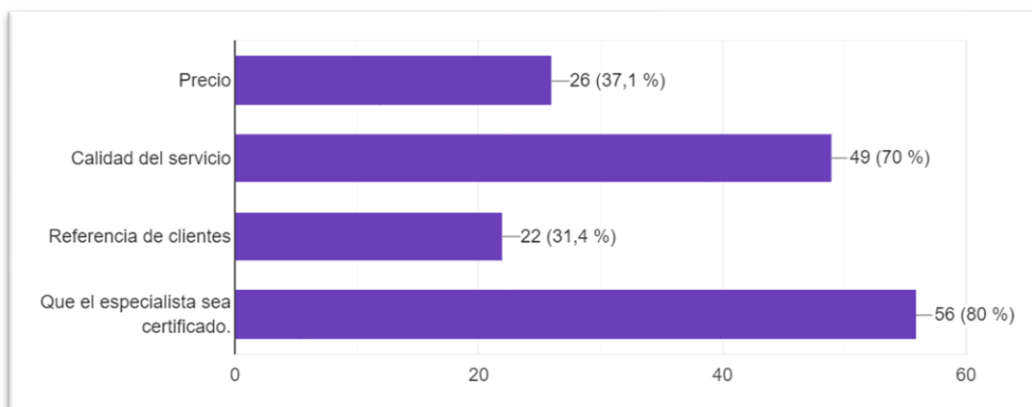


Fuente: elaboración propia

Claramente se puede observar una tendencia en que los servicios ofrecidos en este proyecto son los más conocidos por los habitantes de la Provincia de Santiago.

- ¿Qué factores consideras más importantes al momento de ir a un centro de estética? (puede seleccionar más de una)

Gráfico 2- 10: Factores que influyen en la decisión.



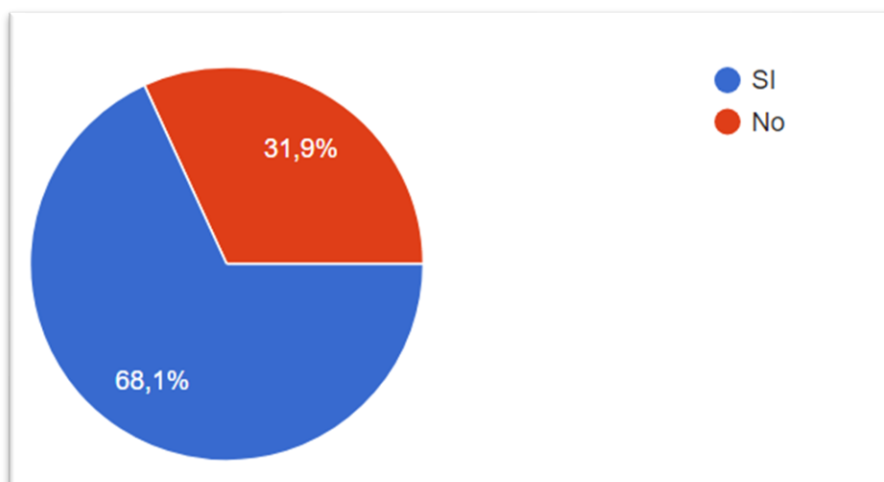
Fuente: elaboración propia

Desde un principio se ha hablado en este proyecto que los productos y servicios ofrecidos serán de calidad y con profesionales certificados. El resultado de esta pregunta aclara cualquier duda sobre lo que pide la gente al asistir a un centro de estética, incluso para la mayoría es más importante que el precio.

Un 80% de los encuestados indica que el profesional debe ser altamente calificado y certificado y un 70% indica que la calidad del servicio es la segunda opción en términos de elegir un centro de estética.

- ¿Irías a un centro de estética en la comuna de Providencia, considerando los factores de la pregunta anterior?

Gráfico 2- 11: Asistir al centro de estética del proyecto.



Fuente: elaboración propia

La última pregunta está enfocada a si la gente asistiría a un centro de estética en la comuna de Providencia, siendo quizás de otras comunas más alejadas. Esta respuesta es favorable para este proyecto, ya que, un 71,3% dice que si asistiría a Providencia.

2.2.2. Demanda actual

Con los datos obtenidos en la encuesta, se puede ir detallando la demanda final actual del proyecto, se tienen 5.088.731 de habitantes en la Provincia de Santiago (sin contar con personas de 0 a 14 años), aplicando los porcentajes de la primera pregunta (genero) queda una población de 2.545.965. Ahora el 64,1% de la población indica que es importante el cuidado de la imagen, quedando la población objetivo en 1.631.964. Con la pregunta si acude o no a un centro de estética y aplicando su resultado (88,6% dice que sí) la población objetivo es 1.445.920. La mayoría frecuencia una vez al mes un centro de estética (58,6%) por lo que la nueva población objetiva es 847.309. Finalmente, con la última pregunta de la encuesta se puede determinar cuánta gente es la que ira al centro de estética ubicado en la comuna de Providencia (68,1%), quedando la población objetivo y posible demanda en 577.017 para el año 2024.

Tabla 2- 3: Demanda anual, mensual y diaria.

	Anual	Mensual	Diaria
Demanda	577.017	48.085	2.004

Fuente: elaboración propia

En la tabla 2-3 se puede observar la demanda anual, en meses y a diario. Claramente esta demanda es muy superior a la capacidad productiva del proyecto. El proyecto tendrá una capacidad diaria de 28 clientas, de todas maneras, se verá una tabla con el horario en capítulos más adelante.

Para establecer una demanda actual y como el proyecto dará inicio recientemente, se consideró que el centro de estética abarcara un 0,7% de la demanda actual, es decir, 4.039 clientes el primer año.

Se asocia que el gasto promedio por ir a un centro de estética es \$30.000, multiplicando este valor por la demanda del primer año da como ingreso \$121.170.000 equivalente a 3.338,19 UF.

2.2.3. Demanda futura

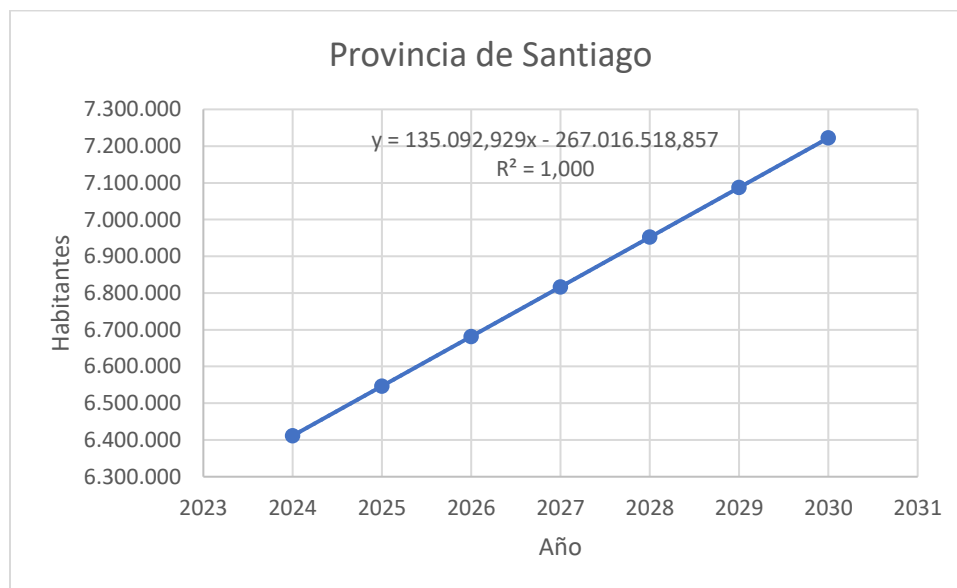
Para determinar la demanda futura, se analizará un horizonte de proyección de 5 años en relación con la demanda actual de 4.039 personas. En la tabla 2-4 se puede observar una proyección de los habitantes en la Provincia de Santiago, donde va incrementando año tras año. El análisis se realizó por medio de regresión lineal simple.

Tabla 2- 4: Proyección habitantes de la Provincia de Santiago.

	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Provincia de Santiago	6.411.569	6.546.662	6.681.754	6.816.847	6.951.940	7.087.033

Fuente: elaboración propia.

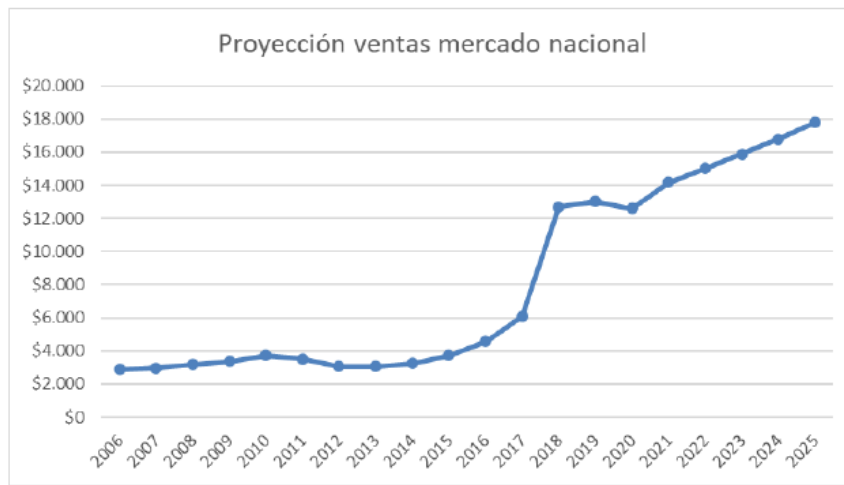
Gráfico 2- 12: Regresión lineal.



Fuente: elaboración propia.

No se debe olvidar que el mercado de los centros de belleza y estética ha crecido entorno al 8% promedio anual, esto según los datos del INE (promedio entre los años 2007 al 2017), se cree que esto es gatillado por los cambios en las perspectivas del cliente respecto a lo que es verse y sentirse bien.

Gráfico 2- 13: Proyección ventas mercado nacional.



Fuente: elaboración propia.

De la tabla anterior es posible observar que, previo a la proyección (años 2020 en adelante), se presentó un crecimiento constante en el volumen de ventas entre el año 2006 al 2018, promediando un 8% de crecimiento anual. Por otro lado, cabe mencionar que algunos de esos años el PIB en el país fue negativo (2009, PIB -1.6%) en donde el mercado de la estética continuó creciendo, de lo anteriormente mencionado es posible presumir que no depende directamente de la situación país y podría ser dependiente de otro tipo de factores. De este crecimiento solo cabe excluir dos periodos, que son del año 2011 – 2012 y 2019 – 2020, este último producto del estallido social y la pandemia (por limitaciones de apertura de locales y confinamiento social), ahora bien, en cuanto a los volúmenes de venta, estos debiesen ser cercanos para el 2025 a \$11.770 millones de pesos.

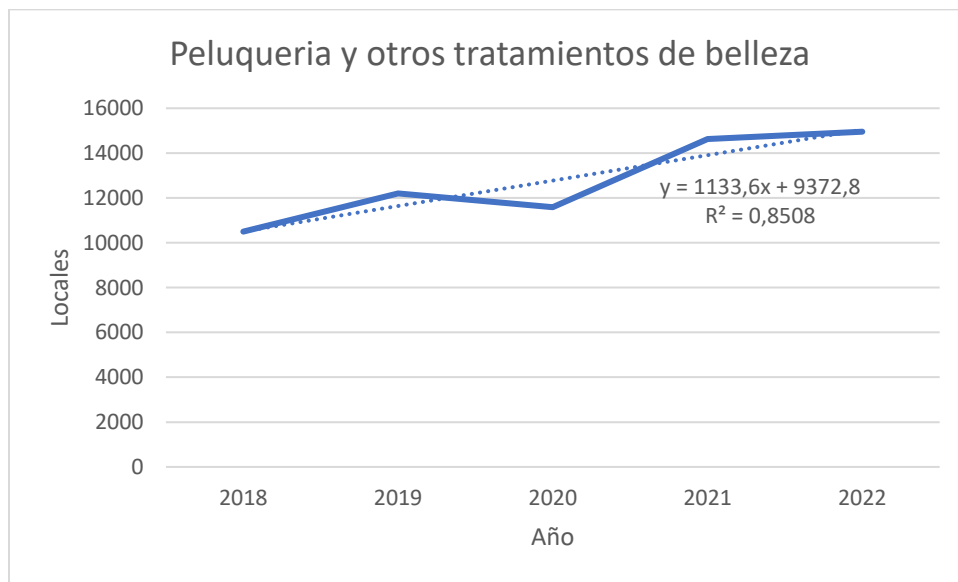
Según datos entregados por el SII, al año 2022 existen 14.954 empresas asociadas al rubro Peluquerías y otros servicios de belleza y haciendo una proyección para futuros años con el método de regresión lineal nos da el siguiente crecimiento:

Tabla 2- 5: Locales de peluquerías y otros servicios de bellezas.

	2018	2019	2020	2021	2022
Peluquería y otros tratamientos de belleza	10498	12203	11586	14627	14954

Fuente: elaboración propia.

Gráfico 2- 14: Proyección locales.



Fuente: elaboración propia.

Tabla 2- 6: Proyecciones de locales.

	2023	2024	2025	2026	2027
Peluquería y otros tratamientos de belleza	16174	17308	18442	19575	20709

Fuente: elaboración propia.

En conclusión, se puede observar que este mercado va en aumento año tras año, existe una gran demanda, pero a la vez existe una gran variedad de oferta. Para este proyecto se estimó que la demanda aumentará un 8% anual (calculado de la proyección de ventas a en el mercado nacional). En la tabla 2-7 se muestra la demanda futura del proyecto.

Tabla 2- 7: Demanda proyectada.

	Año 1 (2024)	Año 2 (2025)	Año 3 (2026)	Año 4 (2027)	Año 5 (2028)
Demanda	4039	4362	4711	5088	5495

Fuente: elaboración propia.

2.3. VARIABLES QUE AFECTAN A LA DEMANDA

La demanda se puede ver afectada positiva o negativamente por diversos factores, tanto factores internos como externos, las consecuencias de esto dependen de como la organización planifique estratégicamente abordar estar y otras variables que puedan presentarse y de esta manera potenciar su beneficio y crecimiento.

2.3.1. Factores económicos

Si bien hoy en día la inflación está disminuyendo, siempre será un factor importante que se debe tener en cuenta, al igual que el valor de la UF, el comportamiento del dólar, si baja o sube, el índice de cesantía también afecta.

2.3.2. Precio

El precio es una variante muy importante al momento de decidir el lugar. Debido a que la comuna elegida tiene una gran cantidad de demanda, estar por sobre el promedio de precios podría afectar a que los clientes decidan por otros centros de estéticas.

El detalle de los precios se refleja en el punto 2.6 del presente informe, de igual manera, es posible deducir un valor promedio de \$20.000 y \$40.000 por servicio.

2.3.3. Atención al cliente

Este es un punto clave para que el cliente decida si desea volver o no al centro de estética, ya que, lo importante es hacer que las personas se sientan atendidas de manera amable y carismática.

2.3.4. Calidad en el servicio

En un centro de estética es de suma importancia contar con una gran calidad en dos puntos, el primero es contratar personas con certificados especializados en manicura y lifting de pestañas, que tengan experiencia. El segundo punto es tener productos de calidad, que le den confianza al cliente.

2.3.5. Estrategia de marketing

Entrar al mercado de la estética, y más aún en Providencia es muy complicado, ya que, como se ha explicado la demanda es alta. Por esto es vital tener un plan de marketing adecuado para poder posicionarse dentro de este mercado.

2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL Y FUTURA

Es importante destacar que la comuna de Providencia cuenta con una gran cantidad de locales comerciales destinados a la estética, por lo que existe una oferta variada. Para este análisis se tomaron 10 locales con similares características, como se observa en la tabla 2-8:

Tabla 2- 8: Locales y valores.

Centros de estéticas	Productos que ofrecen	Valores (\$)
Stay	Manicura rusa	30.000
	Lifting de pestañas	28.000
Estudio Espoz	Manicura Rusa	25.990
	Esmaltado permanente	16.990
Estética de Chile	Manicura rusa	30.000
	Lifting de pestañas	23.000
Qtis	Lifting de pestañas + Perfilado de cejas	19.990
Más Chic	Lifting de pestañas + Perfilado de cejas	19.990
Saloni	Esmaltado permanente	15.000
	Lifting de pestañas	23.000
Depilcejas	Lifting de pestañas	25.000
Thay Providencia	Manicura rusa	35.000
	Lifting de pestañas	28.000
LarBell's Nail	Manicura Rusa	29.990
	Lifting de pestañas	22.000
Sussan Nail Art	Manicura Rusa	28.000
	Esmaltado permanente	12.000

Fuente: elaboración propia.

La competencia visualizada en Providencia representa la realidad de hoy en los precios de los productos de un centro de estética, al identificar cada uno de los precios establecidos se puede ser competitivo y generar un promedio en base a estos para entrar en el mercado, no siendo los más altos, ni los más bajos.

2.5. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO

El mercado de la belleza, a lo largo de los años ha ido incrementando y constantemente surgen nuevas propuestas para el desarrollo. Para realizar un análisis de este sector, es preciso observar el medio interno con sus fuerzas y debilidades y el medio externo con las oportunidades y amenazas. El estudio del FODA tiene como objetivo estudiar la situación actual de una empresa, con esto se pueden crear estrategias para poder alcanzar las metas propuestas.

Tabla 2- 9: Análisis FODA.

Fortalezas	Oportunidades
Personal calificado y capacitado	Centro de estética ubicado en sector publico
Equipos tecnológicos de primera	Sistema de citas en línea
Insumos de calidad	Fuerte crecimiento del mercado
Excelencia en atención de clientes	Alianzas con influencers para inauguración y promociones
Debilidades	Amenazas
No cubrir la demanda del negocio	Ubicación con mucha oferta
Si ya se está con clienta, no poder atender a quien llegue sin estar agendada	Competencia intenta contratar a un trabajador estrella
Falla no programada de alguna herramienta.	Valor del local comercial
Nuevos en el mercado	Crisis económica en Chile

Fuente: elaboración propia

2.6. DETERMINACIÓN DE NIVELES DE PRECIO Y PROYECCIONES

El precio es un elemento importante a la hora de determinar la rentabilidad de un proyecto, lo que de alguna manera determinara el nivel de ingresos. La definición de un precio de venta está sujeta a diversas variables que de alguna manera influyen en el compartimiento del mercado. Como la oferta en este mercado es alta se estimarán precios acordes a la competencia, donde se generó un promedio por cada servicio.

Los servicios que se comercializarán en este proyecto son: Manicura rusa, esmaltado permanente y lifting de pestañas y se mostrará el precio en pesos y UF (valor al 20 de octubre 2023).

Tabla 2- 10: Lista de precios.

Producto	Valor (\$)	Valor UF	Promedio competencia
Esmaltado permanente	20.000	0,55	19.663
Manicura rusa	38.000	1,05	38.830
Lifting de pestañas	30.000	0,83	29.623

Fuente: elaboración propia.

2.7. ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN

Determinar la ubicación del proyecto es una decisión muy importante que se toma al momento de iniciar un negocio. Tener una buena localización permite poder obtener una buena cantidad de clientes y hacer más conocido el servicio ofrecido.

Para una buena elección de localización hay que tener en cuenta los siguientes factores:

- Proximidad a los clientes.
- Ambiente comercial.
- Disponibilidad de infraestructura, transporte, acceso, energía, telecomunicaciones.

- Disponibilidad de mano de obra y que los trabajadores tengan acceso para llegar al trabajo.
- Proveedores (cercanía a las materias primas).

Considerando todos los puntos mencionados, se tomó la decisión de hacer el proyecto en la comuna de Providencia, como lo muestra la siguiente imagen:

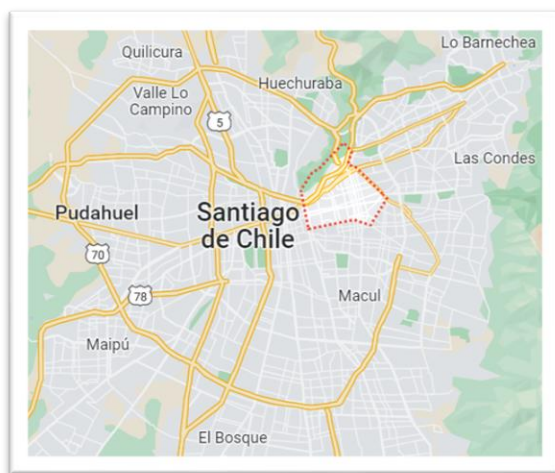


Figura 2- 4: Mapa comuna de Providencia.

Fuente: Google Maps.

Por otro lado, Providencia cuenta con un alto poder económico y adquisitivo lo que hace aún más atractivo el proyecto. El local estará ubicado en Avenida Providencia 1650, a pasos del metro Pedro de Valdivia (Línea 1), es un local comercial que antes de colocarse en arriendo era un centro médico. Está ubicado en el segundo piso y es ideal para un centro de estética. La superficie del local es de 86,33 m² y tiene dos baños.



Figura 2- 5: Ubicación del local.

Fuente: Google Maps.

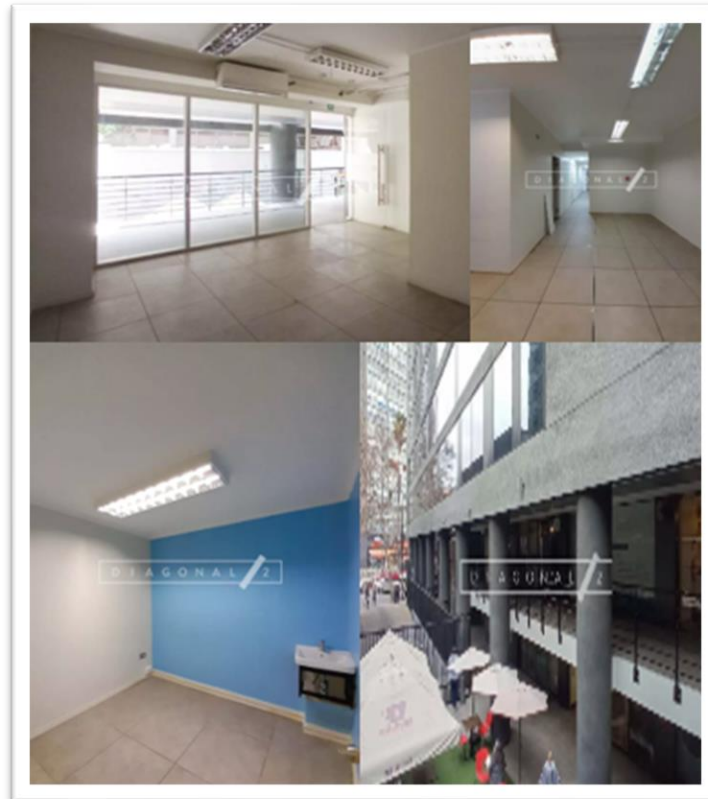


Figura 2- 6: Instalaciones del local.

Fuente: www.portalinmobiliario.com

2.8. ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

Para analizar el sistema de comercialización se realizará un análisis mediante las 5 fuerzas de Porter y un análisis de las 4p, para definir la competencia que existe dentro de la industria y poder maximizar los recursos y superar a la competencia.

2.8.1. Análisis de Porter

Es una estrategia que ayuda a evaluar y analizar el nivel de competencia entre las empresas del mismo sector.



Figura 2- 7: Fuerzas de Porter.

Fuente: <https://www.simla.com/blog/las-5-fuerzas-de-porter>

2.8.1.1. Amenaza de nuevos competidores

Esta amenaza es Alta, debido a que existen varios locales en Providencia y cada vez nacen más centros de estéticas y/o belleza en diferentes comunas de la región Metropolitana, no obstante, existe una barrera condicionada al capital que se cuenta, así mismo, uno de los factores importantes es la calidad del servicio que se pretende ofrecer.

2.8.1.2. Poder de negociación de los proveedores

Para los centros de estéticas el poder de negociación de los proveedores suele ser media, ya que, la oferta de insumos es variada por distintos proveedores, pero al existir una alta oferta, los proveedores se pueden quedar sin stock de insumos.

2.8.1.3. Poder de negociación de clientes

En Providencia, una comuna con muchos centros de estéticas y una gran oferta hacia los consumidores se puede concluir que el poder de negociación del cliente es alto, debido a que tiene variadas elecciones en el sector.

2.8.1.4. Rivalidad entre competidores existentes

Actualmente existe una gran cantidad de competidores, pero lamentablemente los clientes no se encuentran totalmente satisfechos con el servicio que otorgan hoy en día, debido a distintos factores, entre los que destacan la mala atención, mala calidad del producto a usar y trabajadores no certificados. Se puede determinar una amenaza baja.

2.8.1.5. Amenaza de productos sustitutos

Esta amenaza es alta, en el mercado existen muchos locales que realizan estos servicios, estén o no inscritos, también considerar que varios locales tienen trabajadores informales y sin certificados.

2.8.1.6. Matriz de Porter

En la siguiente tabla 2-5, se observará el análisis consolidado de la matriz Porter, la cual nos entregará una visión completa del proyecto.

Tabla 2- 11: Matriz de Porter.

Fuerzas de Porter	Grado
Amenaza de nuevos competidores	Alta
Poder de negociación de los proveedores	Media
Poder de negociación de clientes	Alta
Rivalidad entre competidores existentes	Baja
Amenaza de productos sustitutos	Alta

Fuente: elaboración propia.

2.8.2. Análisis de la 4P

Este análisis se basa principalmente en un plan de marketing, el cual tiene como objetivo captar, fidelizar y mantener al cliente. Es por lo anterior que es necesario implementar diversas herramientas que permitan llegar al cliente para atraer su atención. La promoción es una herramienta clave para lograr el objetivo de este proyecto.

2.8.2.1. Producto

Para entrar al mercado de manera rápida y fácil, se tiene que ofrecer productos de calidad, hoy en día y tal como lo dice una de las preguntas de la encuesta, la mayoría de las personas buscan productos de calidad y que no dañen su piel y uñas. Los servicios serán ofrecidos por personal técnicamente calificada. Los productos que se realizarán en este centro de estética serán:

- Esmaltado permanente.
- Manicura rusa.
- Lifting de pestañas.

2.8.2.2. Precio

Los precios se determinaron acorde al mercado que prestan servicios similares dentro del sector. Se tomaron en cuenta 10 locales con los mismos servicios y se generó un promedio. El detalle de los precios se puede visualizar en la tabla 2-10.

2.8.2.3. Plaza

El canal de venta o manera de comercializar con los clientes será de forma directa, es decir, un único canal de distribución, donde el cliente tendrá que asistir de manera presencial al local. El centro de estética se encontrará en la comuna de Providencia, en la calle Avenida Providencia 1650 a pasos del metro Pedro de Valdivia, un lugar céntrico y donde concurre mucha gente y de fácil acceso.

2.8.2.4. Promoción

La promoción se llevará a cabo mediante redes sociales, tales como Instagram y Tik-Tok, que son las aplicaciones que actualmente más uso tienen, por lo que se van a generar invitaciones a Influencers. También se contará con una página web en la cual se podrá encontrar la definición y que productos se ofrecerán, promociones y reservas online.

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

3. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

En este capítulo se abordará la definición y costeo de los aspectos técnicos necesarios para la operación del proyecto, como son los procesos críticos, personal operacional, cuantificación de insumos y equipos, puesta en marcha, instalaciones y dimensionamiento de la inversión inicial

3.1. DESCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS

En este punto se llevará a cabo la descripción del proceso que se usará para brindar un buen servicio al cliente y generar un proceso eficiente.

3.1.1. Agendamiento web y recepción del cliente

El servicio comienza cuando el cliente agenda su cita para el servicio, puede ser por página web, redes sociales, WhatsApp, vía telefónica o directamente en el local. Si está la agenda disponible y llega un cliente sin agendamiento se atenderá solo dependiendo del tiempo disponible. Una vez cuando el cliente llegue al centro de estética se le hará pasar a una sala de espera y se ofrecerá te o café, acompañado de un pequeño snack (galletas).

3.1.2. Servicio

En este centro de estética se aplicarán tres distintos tipos de servicios, que son esmaltado permanente, manicura rusa y lifting de pestañas. Se llamará al cliente para hacer el servicio agendado desarrollado en las siguientes tablas:

Tabla 3 - 1: Proceso esmaltado permanente.

Esmaltado permanente
Higienizar las manos.
Si trae esmalte retirar el producto de las uñas.
Si no trae esmalte, proceder a dar la forma ideal con el limado de uñas.
Usar líquido para remover cutículas, luego repujarlas y cortar cutículas.
Crear adherencia con buffer (lima más gruesa), para luego pasar un paño con alcohol para limpiar la totalidad de la superficie de la uña (sacar polvos).
Aplicar 2 preparadores de uñas para el esmaltado, el primero es para deshidratar y el segundo para crear más adherencia con el gel.
Aplicar la base que se debe polimerizar 60 segundos en lampara UV.
Luego se esmalta con el color elegido por la clienta.
Se aplica top para cubrir y finalizar el esmaltado.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3 - 2: Proceso manicura rusa.

Manicura rusa
Higienizar las manos
Si trae esmalte retirar el producto de las uñas.
Se realiza una limpieza profunda con una fresa del torno profesional en la cutícula y se corta.
Dar forma ideal con el limado de uñas.
Crear adherencia con buffer (lima más gruesa), para luego pasar un paño con alcohol para limpiar la totalidad de la superficie de la uña (sacar polvos).
Aplicar 2 preparadores de uñas para el esmaltado, el primero es para deshidratar y el segundo para crear más adherencia con el gel.
Añadir base bonder que sirve para generar un enlace de adhesión resistente en uñas delgadas, flexibles y débiles, y polimerizar 60 segundos en lampara UV.
Luego se hace la nivelación, que es un refuerzo de un gel constructor que rellena y protege la uña natural dándole más durabilidad al esmaltado
Se esmalta con el color elegido por la clienta.
Se aplica top para cubrir y finalizar el esmaltado

Fuente: elaboración propia

Tabla 3 - 3: Proceso lifting de pestañas.

Lifting de pestañas
Acomodar a la clienta en sillón Berger
Limpiar pestañas con una toalla húmeda y shampoo de pestañas
Analizar pestañas de la clienta para elegir bigudíes adecuado, colocar el adecuado sobre el parpado para poder pegar las pestañas sobre el bigudí
Se pegan las pestañas con pegamento y se esperan de 6 a 10 minutos para que se seque el pegamiento bien.
Se aplica un líquido permanente (es para ablandar las pestañas) sobre la raíz de las pestañas y dejar reposar de 12 a 15 minutos (esto depende del grosor de las pestañas) y se retira con un algodón húmedo
Luego se aplica el gel neutralizador en toda la pestaña, esto es para fijar la nueva posición de las pestañas. Después se retira el gel con un algodón
Se aplica el tinte y se deja actuar por 5 minutos, luego se remueve el exceso de tinte y se aplica un bótox por 7 minutos, para que vuelva a nutrir y sellar la fibra capilar de la pestaña.
Finalmente se retira con un algodón y se aplica la keratina para dar brillo y vitaminas al lifting de pestañas.

Fuente: elaboración propia.

3.1.3. Agendar nueva cita y realizar el cobro

Luego de terminar el servicio realizado, si él o la clienta queda conforme con el resultado y siente que la atención fue la que estaba buscando se agendará una nueva cita. Por último, se le cobrará el valor del servicio, donde se puede pagar con efectivo, tarjeta de débito o crédito.

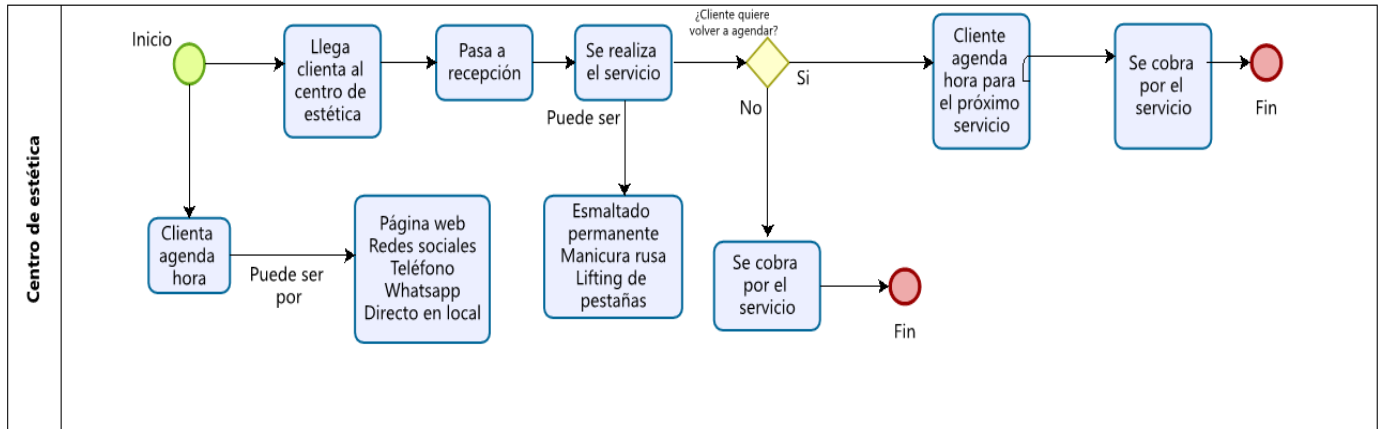
3.1.4. Limpieza y ordenar el lugar

Luego que el cliente se haya ido, el trabajador debe limpiar su lugar de trabajo para recibir en un ambiente limpio al nuevo cliente.

3.2. DIAGRAMA DE FLUJO

Un diagrama de flujo es para describir el proceso, sistema o algoritmo informático. En diagrama 3-1 se puede observar desde el inicio del servicio hasta que el cliente se retire del local.

Diagrama 3-1: Diagrama de flujo proceso centro de estética.



Powered by
bizagi
Modeler

Fuente: elaboración propia con programa Bizagi.

Diagrama 3 1: Flujo del proceso.

3.3. BALANCE DE MASA Y ENERGÍA

En este proyecto no se considera el estudio de balance de masa y energía, debido a que no se contemplan procesos industriales, puesto que lo que se entrega al cliente es un servicio especializado con determinados implementos. Si bien es cierto se usarán productos químicos con preparación industrial, tales como bases y geles, pero su dimensión es mínima por cada cliente, por lo que se consideran insumos consumibles y de costos fijos.

3.4. SELECCIÓN DE EQUIPOS

En la selección de equipos se definen cuáles son los implementos mínimos necesarios con lo que se deben contar en un centro de estética. Esto se separan en tres categorías las cuales son: equipo administrativo, hall de recepción y puestos de trabajo.

3.4.1. Equipo administrativo

Se hace una selección de equipos administrativos necesarios para el correcto funcionamiento del centro de estética.

Tabla 3 - 4: Equipo administrativo.

Equipo	Cantidad	Costo (\$ / unidad)	Costo total (\$)	Costo total (UF)
Escritorio	1	90.490	90.490	2,49
Silla	1	54.490	54.490	1,50
Notebook	1	599.990	599.990	16,53
Celular	1	199.990	199.990	5,51
Teléfono	1	36.990	36.990	1,02
Impresora	1	141.490	141.490	3,90
Estante de madera	1	99.990	99.990	2,75
Basurero	10	10.603	106.030	2,92
Total	-	-	1.329.460	36,63

Fuente: elaboración propia.

3.4.2. Hall de recepción

Para el bienestar y descanso de las clientas, se necesitará equipos e inmuebles para el hall de recepción.

Tabla 3 - 5: Equipo hall de recepción.

Equipo	Cantidad	Costo (\$/unidad)	Costo total (\$)	Costo total (UF)
Sillón 3 cuerpos	1	159.990	159.990	4,41
Poltronas	2	99.990	199.980	5,51
Mesa de centro	1	59.990	59.990	1,65
Alfombra	1	14.990	14.990	0,41
Maquina Dispensadora agua	1	49.990	49.990	1,38
Plantas decorativas	4	52.990	211.960	5,84
Hervidor	1	38.990	38.990	1,07
Total	-	-	735.890	20,27

Fuente: elaboración propia.

3.4.3. Puestos de trabajo

Las profesionales necesitan las mejores herramientas y productos para hacer un trabajo de calidad. En la tabla 3-6 se muestran los equipos para los puestos de trabajo.

Tabla 3 - 6: Equipos puestos de trabajo.

Equipo	Cantidad	Costo (\$ / unidad)	Costo total (\$)	Costo total (UF)
Mesa manicurista	6	69.990	419.940	11,57
Sillas	6	79.990	479.940	13,22
Espejos	2	37.090	74.180	2,04
Carros organizadores	6	19.990	119.940	3,30
Estantes para esmaltes	6	33.991	203.946	5,62
Camillas	4	99.990	399.960	11,02
Silla para clienta	6	29.000	174.000	4,79
Lampara iluminación	6	24.990	149.940	4,13
Lampara UV	6	79.990	479.940	13,22
Torno profesional de uñas	6	129.990	779.940	21,49
Reposabrazos para uñas	6	13.500	81.000	2,23
Extractor de polvo	6	33.990	203.940	5,62
Aro de luz	3	29.890	89.670	2,47
Total	-	-	3.656.336	100,73

Fuente: elaboración propia.

A continuación, en la tabla 3 - 7 se resumen el costo total se la selección de equipos para el buen funcionamiento del centro de estética:

Tabla 3 - 7: Resumen costo de equipos.

Equipos	Costo (\$)	UF
Equipo administrativo	1.329.460	37
Hall de recepción	735.890	20
Puestos de trabajo	3.656.336	101
Total	5.721.686	158

Fuente: elaboración propia.

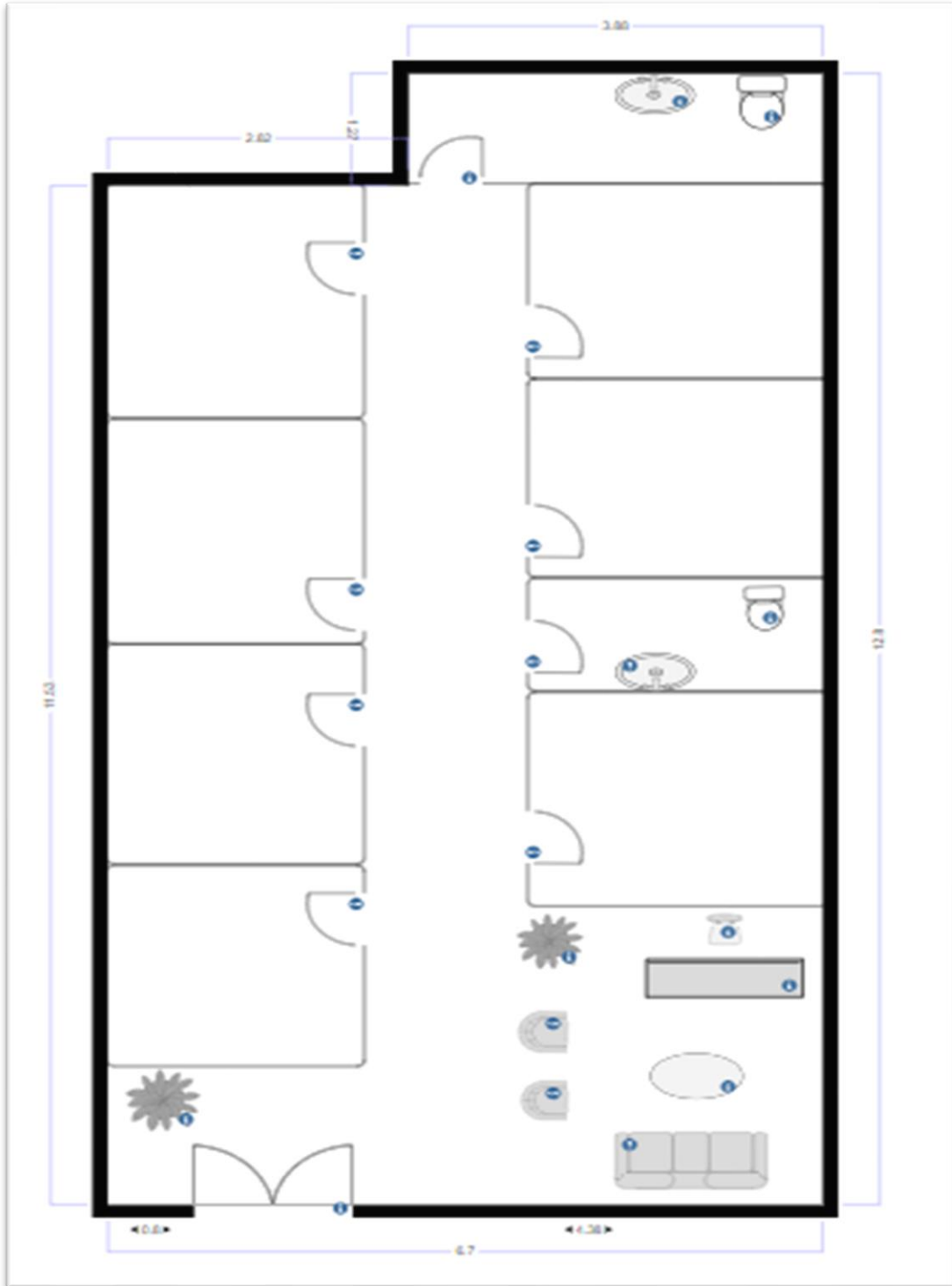
3.5. PROYECTOS COMPLEMENTARIOS

Por el momento no hay proyectos complementarios asociados a la empresa. A medida que el proyecto vaya avanzando se evaluara la posterior integración de otro servicio o proyecto complementario.

3.6. LAY-OUT

El plano corresponde a un local comercial ubicado en Avenida Providencia 1650, es un local ubicado en el segundo piso de una torre que cuenta solamente con locales comerciales. Tiene 7 piezas bien amplias y tiene dos baños, consta con una gran sala de estar que se usara como hall de recepción. La superficie del local es 86,33 m².

Su ubicación es privilegiada por su gran conectividad con grandes avenidas que dirigen hacia distintos puntos de la ciudad. El local es ideal para Spa de manos y pies, clínicas estéticas y dental entre otros. El arriendo del local es 48 Uf. Las medidas del local son 6,7 mt de ancho x 12,8 mt de largo



Fuente: elaboración propia.

Figura 3 - 1: Lay-aun del local.

3.7. DETERMINACIÓN DE INSUMOS, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS

Los insumos son aquellos elementos disponibles para el uso del cliente y que permiten paliar necesidades básicas.

3.7.1. Insumos administrativos y de aseo

Como en toda compañía, la empresa posee un área administrativa, y para que esta área pueda cumplir con su objetivo, diversos son los insumos que se utilizan. En la tabla 3 - 8 se puede observar que el gasto anual es de \$255.376 equivalente a 7,04 UF

Tabla 3 - 8: Insumos administrativos y aseo.

Insumos	Cantidad	Costo (\$/unidad)	Costo total (\$)	Cantidad Anual	Costo total (\$/mensual)	Costo total (UF/Anual)
Papel higiénico	6	2.965	17.790	3	53.370	1,47
Jabón	5	1.251	6.255	3	18.765	0,52
Cloro	5	928	4.640	10	46.400	1,28
Bolsas de basura	10	129	1.290	30	38.700	1,07
Escobillón	1	1.799	1.799	3	5.397	0,15
Pala	1	862	862	3	2.586	0,07
Mopa	2	2.919	5.838	6	35.028	0,97
Limpia piso	5	991	4.955	2	9.910	0,27
Libro asistencia	1	4.700	4.700	1	4.700	0,13
Resma oficio	1	6.490	6.490	2	12.980	0,36
Lápiz pasta	6	290	1.740	1	1.740	0,05
Corchetera	1	9.990	9.990	1	9.990	0,28
Corchetes	1	1.420	1.420	2	2.840	0,08
Perforadora	1	4.990	4.990	1	4.990	0,14
Archivador oficio	1	3.990	3.990	2	7.980	0,22
Total	-	-	-	-	255.376	7,04

Fuente: elaboración propia.

3.7.2. Productos y subproductos

En productos y subproductos esta todo lo que se usara para realizar el servicio de lifting de pestañas y manicura.

3.7.3. Productos para Lifting

En la tabla 3-9 se muestran los productos a utilizar para realizar lifting de pestañas.

Tabla 3 - 9: Productos para realizar lifting de pestañas.

Productos	Cantidad	Costo (\$/unidad)	Costo total (\$)	Cantidad Anual	Costo total (\$/mensual)	Costo total (UF/Anual)
Bigudíes	1	9.500	9.500	3	28.500	0,79
Toallas húmedas	1	1.000	1.000	12	12.000	0,33
Shampoo para pestañas	1	8.990	8.990	6	53.940	1,49
Pegamento	1	6.000	6.000	18	108.000	2,98
Pinceles	2	9.990	1.980	2	39.960	1,10
Papel film	1	3.000	3.000	3	9.000	0,25
Gel permanente	1	10.000	10.000	6	60.000	1,65
Gel neutralizador	1	10.000	10.000	6	60.000	1,65
Tinte	1	8.000	8.000	4	32.000	0,88
Botox	1	28.990	28.990	2	57.980	1,60
Keratina	1	12.000	12.000	2	24.000	0,66
Cepillos pestañas	100	49,9	4.990	4	19.960	0,55
Cotonos	200	7,25	1.450	4	5.800	0,16
Mondadientes	150	6,6	990	6	5.940	0,16
Herramienta Y	1	13.500	13.500	1	13.500	0,37
Ventilador portátil	1	6990	6.990	1	6.990	0,19
Total	-	-	-	-	537.570	14,81

Fuente: elaboración propia.

3.7.4. Productos para manicure y esmaltado permanente

En la tabla 3-10 se observan que productos son necesarios para realizar el esmalte permanente y manicura.

Tabla 3 - 10: Productos para manicura y esmaltado permanente.

Productos	Cantidad	Costo (\$/unidad)	Costo total (\$)	Cantidad anual	Costo total (\$/Anual)	Costo total (UF/Anual)
Kit pincel roubloff	1	20.000	20.000	6	120.000	3,31
Esmaltes Luxio	75	18.900	1.417.500	2	2.835.000	78,10
Geles de construcción	1	59.900	59.900	6	359.400	9,90
Fresa Ball	1	4.600	4.600	3	13.800	0,38
Fresa Ball 4	1	4.600	4.600	3	13.800	0,38
Fresa oliva 12 azul	1	4.450	4.450	3	13.350	0,37
Fresa flama 16 rojo	1	4.450	4.450	3	13.350	0,37
Fresa de carburo 60 azul	1	13.490	13.490	3	40.470	1,11
Repujador	1	3.990	3.990	1	3.990	0,11
Corta cutícula	1	17.290	17.290	3	51.870	1,43
Paños sin pelusa	1	1.860	1.860	6	11.160	0,31
Alcohol	1	4.990	4.990	6	29.940	0,82
Guantes de nitrilo	1	3.990	3.990	6	23.940	0,66
Mascarilla	1	1.666	1.666	12	19.992	0,55
Crema para manos	1	8.990	8.990	6	53.940	1,49
Aceite de cutícula	1	7.990	7.990	6	47.940	1,32
Lima	6	9.800	58.800	6	352.800	9,72
Buffer	1	2.990	2.990	3	8.970	0,25
Polygel	1	14.900	14.900	1	14.900	0,41
Top	1	29.000	29.000	8	232.000	6,39
Base	2	29.000	58.000	8	464.000	12,78
Removedor de cutícula	1	11.990	11.990	1	11.990	0,33
Algodón	1	1.250	1.250	2	2.500	0,07
Total					4.739.102	130,56

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 3-11, se muestran los costos totales.

Tabla 3 - 11: Costo total.

Ítem	Costo (\$/anual)	Costo total (UF/Anual)
Insumos	255.376	7,04
Productos y subproductos	5.276.672	145,37
Total	5.532.048	152,41

Fuente: elaboración propia.

3.8. FLEXIBILIDAD Y RENDIMIENTO

La flexibilidad de la empresa, es posible determinarla a través de la demanda, ya que estará sujeta a cambios del mercado. Una disminución de la demanda se puede presentar por diversos factores, tales como mal clima, llegada de nuevos competidores, entre otros. El centro de estética, en este caso, se enfocaría en buscar nuevos clientes o recuperar a quienes se han ido, mediante el marketing, promociones e invitaciones a influencers.

Ahora bien, el aumento de la demanda puede verse reflejada gracias a un marketing efectivo, por concursos, nuevos servicios que ofrecer. En el caso de que haya un aumento en el flujo de gente, se evaluara la posibilidad de contratar a más personal para que atiendan a más clientes.

3.9. CONSUMOS DE ENERGÍA Y SERVICIO

A continuación, se harán las estimaciones de consumo de energía, teniendo en cuenta el horario de funcionamiento del local. Los consumos de electricidad más importantes del centro de estética serían los de iluminación, notebook, equipos de manicuristas, aire acondicionado y hervidor. Estos equipos trabajan 24 días al mes. En la tabla 3-12 se puede observar el detalle de consumo por cada equipo eléctrico:

Tabla 3 - 12: Costo electricidad.

Equipo	Cantidad	Consumo unitario (Watt)	Consumo parcial (Watt)	Horas de uso mensual	Consumo mensual (KWh)	Valor KWh (\$)	Costo mensual de utilización (\$)	Costo mensual en UF
Notebook	1	70	70	180	12,6	132	1.663	0,05
Impresora	1	110	110	180	19,8	132	2.614	0,07
Foco	9	30	270	180	48,6	132	6.415	0,18
Tubo fluorescente	10	18	180	180	32,4	133	4.309	0,12
Router	1	10	10	720	7,2	133	958	0,03
teléfono	1	1,8	1,8	720	1,296	132	171	0,00
Hervidor	1	850	850	3	2,55	132	337	0,01
Aire acondicionado	1	3623	3623	180	652,14	132	86.082	2,37
Lampara UV	6	36	216	96	20,736	132	2.737	0,08
Torno	6	65	390	80	31,2	132	4.118	0,11
Lampara iluminación	6	40	240	100	24	132	3.168	0,09
Aro de luz	3	35	105	100	10,5	132	1.386	0,04
Total	-	-	-	-	-	-	113.959	3,14

Fuente: elaboración propia

3.9.1. Consumo de agua potable y gas

Estos tipos de consumos no aplicara en el proyecto, ya que, el valor del arriendo incluye el costo del agua, gastos comunes del edificio y servicio de gas.

3.10. PROGRAMAS DE TRABAJO: TURNOS Y GASTOS EN PERSONAL

En cualquier organización un rol fundamental la cumplen sus trabajadores, ellos son los encargados de llevar a la cima o al fracaso a una empresa. Es por esto por lo que en este proyecto se buscaran personas altamente calificados y con experiencia necesaria para atender correctamente a la clientela. Se contratarán a seis personas para realizar ambos servicios, es decir, esta persona debe tener experiencia como manicurista y en hacer lifting de pestañas. Adicional a esto, se contratará a una recepcionista para llevar el tema de los agendamientos y finanzas.

3.10.1. Turnos

Todo el personal contratado contará con un turno de lunes a viernes de 10:00 a 19:00 hora, teniendo dos horas de colación (de 13:00 a 15:00 hora) y los sábados el turno será de 09:00 a 14:00 hora. Con esto el personal trabajaran 40 horas a la semana.

3.10.2. Gasto en personal

El único gasto en el personal será la fabricación de una polera con el logo de la empresa, ellos podrán ir vestidos de la forma más cómoda posible. En la siguiente tabla se puede observar el costo por polera, cada trabajadora se les darán 3 poleras.

Tabla 3 - 13: Gastos en personal.

	Cantidad	Costo (\$/unidad)	Costo (\$) total	Valor total (UF)
Polera Pique manga corta premium	21	4.829	101.409	2,79

Fuente: elaboración propia.

3.11. PERSONAL DE OPERACIONES, CARGOS, PERFILES Y SUELDOS

El personal de operaciones requerido para el funcionamiento del centro de estética son seis manicuristas / lamimakers³, las que se encargarán de hacer los servicios ofrecidos. En la tabla 3-14 se encuentra la descripción del perfil de las manicuristas y lamimakers.

Tabla 3 - 14: Cargos y perfil.

Cargo	Manicurista y lamimakers
Perfil profesional	Enseñanza media completa Certificada en Manicura Rusa Certificada en lifting de pestañas
Funciones y responsabilidades	Realiza servicio de calidad en manicura rusa y permanente. Realizar servicio de calidad en lifting de pestañas. Realizar limpieza de su puesto de trabajo y local.
Conocimientos mínimos	Saber utilizar herramientas especiales (torno y lámpara UV).
Experiencia laboral	Acorde con el cargo (mínimo 1 año)

Fuente: elaboración propia.

³ Persona que realiza lifting de pestaña.

3.11.1. Sueldos

En la siguiente tabla se mostrarán los sueldos de las manicuristas / lamimakers.

Tabla 3 - 15: Liquidación de sueldo manicuristas y lamimakers.

RUT	NOMBRE		PERIODO DE PAGO	F. INGRESO
XXXX	XXXXX		octubre - 2023	XXXX
MODO DE PAGO	BANCO	CTA. CTE.	CARGO	
XXXXX	XXXX	XXXX	MANICURISTA / LAMIMAKERS	
DÍAS TRAB.	BASE IMPONIBLE		TOTAL, DESCUENTO LEGAL	
31	1.000.000		185.558	

DESCRIPCIÓN	HABERES	DESCUENTOS
Sueldo Base	1.000.000	
11,16% Cotiz. AFP Sobre 1.000.000		111.600
Cotización Salud 7% Sobre 1.000.000		70.000
Impt. 4% de 812.400 - Rebaja: 34538,4		-2.042
Seguro Cesantía		6.000
TOTALES	1.000.000	185.558

LIQUIDO A RECIBIR	814.442
--------------------------	----------------

Fuente: elaboración propia.

3.12. INVERSIONES EN EQUIPO Y EDIFICACIONES

Este punto está destinado a determinar el total de las inversiones que se necesitaran para que el centro de estética se encuentre operativo. Se separarán en dos tipos de inversiones, equipo y edificaciones.

3.12.1. Inversiones en equipo

La inversión en equipos se divide en tres, equipo administrativo, hall de recepción y puestos de trabajo. En la tabla 3-16 se mostrará el valor total de la inversión de equipos.

Tabla 3 - 16: Inversión en equipos.

Equipo	Cantidad	Costo (\$ / unidad)	Costo total (\$)	Costo total (UF)
Escritorio	1	90.490	90.490	2,49
Silla	1	54.490	54.490	1,50
Notebook	1	599.990	599.990	16,53
Celular	1	199.990	199.990	5,51
Teléfono	1	36.990	36.990	1,02
Impresora	1	141.490	141.490	3,90
Estante de madera	1	99.990	99.990	2,75
Basurero	10	10.603	106.030	2,92
Sillón 3 cuerpos	1	159.990	159.990	4,41
Poltronas	2	99.990	199.980	5,51
Mesa de centro	1	59.990	59.990	1,65
Alfombra	1	14.990	14.990	0,41
Máquina dispensadora de agua	1	49.990	49.990	1,38
Plantas decorativas	4	52.990	211.960	5,84
Hervidor	1	38.990	38.990	1,07
Mesa manicurista	6	69.990	419.940	11,57
Sillas	6	79.990	479.940	13,22
Espejos	2	37.090	74.180	2,04
Carros organizadores	6	19.990	119.940	3,30
Estantes para esmaltes	6	33.991	203.946	5,62
Camillas	4	99.990	399.960	11,02
Silla para clienta	6	29.000	174.000	4,79
Lampara iluminación	6	24.990	149.940	4,13
Lámpara UV	6	79.990	479.940	13,22
Torno profesional de uñas	6	129.990	779.940	21,49
Reposabrazos para uñas	6	13.500	81.000	2,23
Extractor de polvo	6	33.990	203.940	5,62
Aro de luz	3	29.890	89.670	2,47
Total	-	-	5.721.686	157,63

Fuente: elaboración propia.

3.12.2. Inversiones en edificación

En una visita al local, se determinó que este cuenta con lo necesario para instalar un centro de estética, solo falta pintar el local completo, pero esto no aplica para una inversión de edificación, así que no se tendrían gastos asociados.

3.12.3. Determinación de inversiones en equipos y edificaciones

Teniendo los valores de la tabla 3 - 16, se resume la inversión en la tabla 3-17.

Tabla 3 - 17: Inversión en equipos y edificación.

Ítem	Costo (\$)	Costo (UF)
Inversión de equipos	5.721.686	157,63
Inversión de edificación	0	0
Total	5.721.686	157,63

Fuente: elaboración propia.

3.13. INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo corresponde a la cantidad de capital en activos circulantes que se necesitan por encima de la inversión fija para que el proyecto pueda operar inicialmente y hacer frente a las obligaciones de corto plazo. El método utilizado para determinar este monto es el Método de Déficit Máximo Acumulado, donde se consideran los doce primeros meses.

3.13.1. Costos fijos

En la tabla 3-18 se muestran los distintos tipos de costos fijos que aplicaran al proyecto.

Tabla 3 - 18: Costos fijos.

Costos fijos	Costo total (\$/mensual)	Costo total (UF/mensual)	Costo total (\$/anual)	Costo total (UF/anual)
Arriendo	1.745.449	48,09	20.945.388	577,04
Sueldos	7.282.663	200,63	87.391.958	2407,62
Electricidad	113.959	3,14	1.367.508	37,67
Internet y teléfono	35.990	0,99	431.880	11,90
Otros servicios	101.409	2,79	101.409	2,79
Total	9.279.470	255,65	111.353.642	3067,75

Fuente: elaboración propia.

3.13.2. Costos variables

En la tabla 3-19 se observan los costos variables que, para el caso del proyecto, aplica solamente los insumos de producción.

Tabla 3 - 19: Costos variables.

Costos variables	Costo total (\$/mensual)	Costo total (UF/mensual)	Costo total (\$/anual)	Costo total (UF/anual)
Insumos producción	461.004	12,70	5.532.048	152,41

Fuente: elaboración propia.

3.13.3. Capital de trabajo

En la tabla 3-20 se observa el capital de trabajo, en donde se usa la demanda, precio costos fijos y variables. En la columna que dice porcentaje de participación significa que en el mes uno, solo se tomara en cuenta el 5% de la demanda calculada.

Tabla 3 - 20: Capital de trabajo.

Demanda estimada	4039											
Porcentaje participación	5%	5%	6%	6%	7%	8%	9%	9%	11%	11%	11%	12%
Numero de mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Demanda	201,95	201,95	242,34	242,34	282,73	323,12	363,51	363,51	444,29	444,29	444,29	484,68
Ingresos	166,91	166,91	200,29	200,29	233,67	267,06	300,44	300,44	367,20	367,20	367,20	400,58
Costos variables	7,62	7,62	9,14	9,14	10,67	12,19	13,72	13,72	16,76	16,76	16,76	18,29
Costos Fijos mensuales	255,65	255,65	255,65	255,65	255,65	255,65	255,65	255,65	255,65	255,65	255,65	255,65
Costos Totales	263,27	263,27	264,79	264,79	266,31	267,84	269,36	269,36	272,41	272,41	272,41	273,93
Saldo	-96,36	-96,36	-64,50	-64,50	-32,64	-0,78	31,07	31,07	94,79	94,79	94,79	126,65
Saldo Actualizado	-96,36	-	-	-321,71	-354,35	-355,14	324,06	292,99	198,20	103,41	-8,62	118,03

Fuente: elaboración propia.

Es en el sexto mes (junio) es donde se provoca el mayor déficit acumulado con un valor igual a 355,14 UF.

3.14. COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA

Los costos de puesta en marcha del proyecto son aquellos gastos que se realizan antes de iniciar con las actividades de la empresa y se realizan una sola vez. En este punto tendremos los aspectos legales, marketing, entre otros.

3.14.1. Mes de garantía

El valor del arriendo del local es de 48 UF, lo que equivalen a \$1.745.449, como todo tipo de contrato, el arrendador solicita un mes de garantía que sería el mismo valor de las 48 UF.

3.14.2. Marketing y publicidad

Como se entrará a un mercado potente, donde la competencia es demasiada, se invertirá \$1.500.000 en marketing y publicidad, para así tener un buen posicionamiento.

3.14.3. Trámites legales

Para hacer un centro de estética en cualquier comuna, se deben cumplir normas y generar documentos en distintos medios como el SII y municipalidad. Para esta ocasión se necesitan \$470.545 para cubrir todo tipo de trámites legales. Los montos se dividen de la siguiente manera:

Tabla 3 - 21: Costo trámites legales.

Ítem	Costo (\$)
Registro de marca	190.545
Publicación Diario	30.000
Abogado	80.000
Derechos notariales	45.000
Patente municipal	125.000
Totales	470.545

Fuente: elaboración propia.

3.14.4. Remodelación

Para una superficie de 86,33 m² y según la página de easy (figura 3-1) se necesitan 2,5 galones de pintura para una mano de pintura, en este caso se realizarán dos manos de pintura que equivalen a 5 galones.

Fuente: <https://www.easy.cl>

Figura 3 - 2: Calculadora de m2.

Lo que es mano de obra, se cobra por metros cuadrados, tipo de propiedad, la ubicación, la experiencia del pintor, superficie a pintar, condiciones de los muros y manos de pintura, la empresa Limpieza Total cobra \$4.500 por metro cuadrado, incluyendo materiales (sin pintura), como el local tiene 86,33 metros cuadrados, el valor final por mano de obra serian \$388.485. En la tabla 3 -22 se observan los detalles:

Tabla 3 - 22: Costos en remodelación.

ítem	Cantidad	Costo (\$/unidad)	Costo total (\$)	Costo total (UF)
Mano de obra	86,33	4.500	388.485	10,70
Pintura	5	72.023	360.115	9,92
Total, remodelación	-	-	748.600	20,62

Fuente: elaboración propia.

3.14.5. Página web

Se creará una página web donde se mostrarán los servicios a ofrecer, los perfiles de las manicuristas y lamimakers, se invertirá un monto de \$400.000, lo que significa que habrá un buen dominio y hosting web, ya que, el agendamiento web será un pilar fundamental en este negocio.

En la tabla 3-23 se puede observar el monto total de inversión en puesta en marcha:

Tabla 3 - 23: Costos para la puesta en marcha.

Servicio	Costo (\$)	Costo (UF)
Mes de garantía	1.745.449	48,09
Marketing y publicidad	1.500.000	41,32
Trámites legales	470.545	12,96
Remodelación	748.600	20,62
Página Web	400.000	11,02
Totales	4.864.594	134,02

Fuente: elaboración propia.

3.15. COSTOS DE IMPREVISTOS

Estos costos son aquellos que no están presupuestados, ya que se presentan de manera inesperada, entre los que se pueden mencionar, se encuentran la falla de algún equipo, desastres naturales, incendio o algún evento importante a nivel nacional o mundial. Para este proyecto el costo de imprevistos corresponderá a un 10% de la suma de los activos fijos, capital de trabajo e inversión de puesta en marcha. En la tabla 3-24 se muestran un resumen de las inversiones y el costo imprevisto.

Tabla 3 - 24: Costos de imprevistos.

Inversiones	Costo (\$)	Costo (UF)
Inversión de equipos y edificación	5.721.686	157,63
Puesta en marcha	4.864.594	134,02
Capital de trabajo	12.890.778,96	355,14
Total	23.477.059	646,78
Imprevistos (10%)	2.347.706	64,68
Total costo inversiones	25.824.765	711,46

Fuente: elaboración propia.

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

4. ANÁLISIS DE ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y LEGALES

En el capítulo presente se desarrollarán todos los aspectos administrativos y las normativas legales que se deben cumplir como empresa para el perfecto funcionamiento y operación del centro de estética.

4.1. ADMINISTRATIVA

Para cumplir con los objetivos propuestos en el proyecto, es muy importante organizar de la mejor forma posible los recursos administrativos y con esto obtener una máxima eficiencia y eficacia del proyecto en sí.

4.1.1. Personal

El proyecto debe contar con el personal idóneo para su correcto funcionamiento, tiene que estar altamente calificado para que cumpla todos los objetivos que se le pidan y así obtener buenas ganancias en el negocio. En el centro de estética se contratará a siete personas, una recepcionista y seis manicuristas /lamimakers.

4.1.2. Estructura organizacional

Acá se definirá dónde estará ubicado cada integrante según su cargo y función. Será del tipo funcional, ya que, será una empresa pequeña donde solo habrá dos funciones. Quien encabezará será el inversionista del proyecto y los reportes serán directamente con él. La importancia de este miembro en el grupo de trabajo es muy esencial, ya que, será el encargado de velar por el correcto funcionamiento de la empresa.

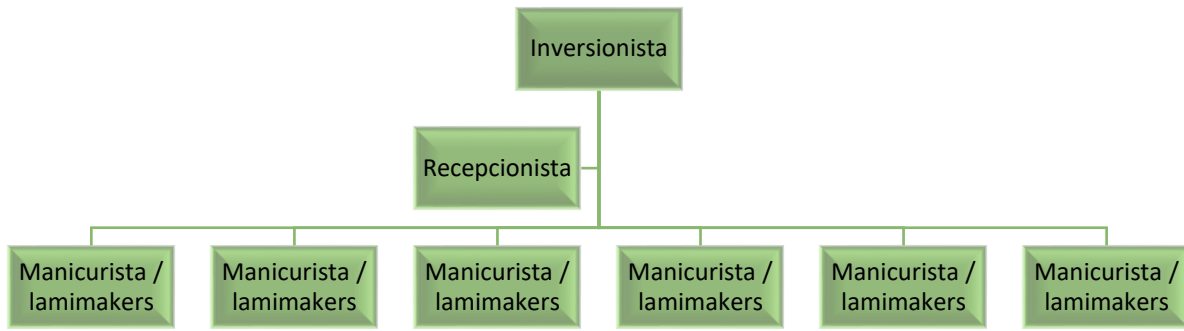


Diagrama 4 - 1: Estructura organizacional.

Fuente: elaboración propia.

4.1.3. Sistema de información administrativos

Se cuentan con herramientas comunes de Microsoft tales como Word, Excel y Power Paint, que ayudará a la recepcionista a manejar de manera correcta los gastos y ganancias de la empresa. Lo positivo es que este software no implica un gasto para la empresa.

4.1.4. Personal administrativo, cargos, perfiles y sueldos

La única persona con cargo administrativo será la recepcionista, en la tabla 4-1 se muestra su cargo y perfil.

Tabla 4 - 1: Cargo, perfil y funciones de la recepcionista.

Cargo	Recepcionista
Perfil profesional	Técnico Universitario en administración.
Funciones y responsabilidades	Llevar el control mensual de la agenda. Hacer pedidos de insumos faltantes. Realizar el cobro a las clientes. Llevar la contabilidad de la empresa. Brindar atención al personal interno y externo en sus requerimientos de información. Llevar las cuentas en redes sociales.
Conocimientos mínimos	Excel nivel básico. Manejo de redes sociales.
Experiencia laboral	Acorde con el cargo (mínimo 1 año)

Fuente: elaboración propia.

El sueldo se mostrará en la tabla 4-2, que correspondería a una liquidación de sueldo:

Tabla 4 - 2: Liquidación de sueldo recepcionista.

RUT	NOMBRE		PERIODO DE PAGO	F. INGRESO
XXXX	XXXXX		octubre - 2023	XXXX
MODO DE PAGO	BANCO	CTA. CTE.	CARGO	
XXXXX	XXXX	XXXX	RECEPCIONISTA	
DÍAS TRAB.	BASE IMPONIBLE		TOTAL, DESCUENTO LEGAL	
31	982.083		184.239	

DESCRIPCIÓN	HABERES	DESCUENTOS
Sueldo Base	982.083	
11,16% Cotiz. AFP Sobre 982.083		109.600
Cotización Salud 7% Sobre 982.083		68.746
Impt. 0% de 797.844 - Rebaja: 0		0
Seguro Cesantía		5.892
TOTALES	982.083	184.239
LIQUIDO A RECIBIR	797.844	

Fuente: elaboración propia.

4.1.5. Gastos en personal

En la tabla 4-3 y 4-4 se detalla el costo por remuneraciones y gastos asociados al empleador:

Tabla 4 - 3: Gastos en personal remuneraciones.

Trabajadores	Sueldo imponible (\$)	Seguro invalidez 1,54% (\$)	Mutual 0,9% (\$)	Seguro cesantía 2,4% (\$)	Costo total para el empleador (\$/mensual)	Costo total (UF/mensual)
Recepcionista	924.000	17.371	8.316	22.176	971.863	26,77
Manicurista /lamimakers	1.000.000	18.800	9.000	24.000	6.310.800	173,86
Total	1.924.000	36.171	17.316	46.176	7.282.663	200,63

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4 - 4: Gastos en personal ropa corporativa.

	Cantidad	Costo (\$/unidad)	Costo total (\$)	Valor total (UF)
Polera Pique manga corta premium	21	4.829	101.409	2,79

Fuente: elaboración propia.

4.2. LEGAL

Para la puesta en marcha del centro de estética es necesario cumplir con las normativas chilenas vigentes que regulan este tipo de empresas y tener en cuenta las obligaciones y prohibiciones que afectan al giro del negocio.

4.2.1. Marco legal vigente nacional e internacional

Como el proyecto es la entrega de un servicio a un cliente, se genera una relación comercial con él. Esta actividad en Chile está regulada por la Ley N°19.496, la cual establece las normas sobre protección de los derechos del consumidor. Busca normar la relación entre los proveedores y los consumidores estableciendo infracciones en perjuicio del consumidor y señalar los procedimientos que aplican en estas materias.

4.2.2. Políticas de desarrollo industrial

En Chile existen diversas corporaciones gubernamentales que apoyan el emprendimiento, principalmente a pymes, donde aportan dinero que cubre gran parte de la inversión requerida. Algunas de estas instituciones son Sercotec, Corfo, etc. También existen programas que aportan en el desarrollo industrial como Yo Emprendo.

4.2.3. Aspectos legales del giro del proyecto

Los requisitos para abrir un centro de estética en Chile varían según se trate estrictamente de un centro de belleza o de un centro de cuidados estéticos. Para este caso será de un centro de belleza, ya que solo serán invasiones ambulatorias mínimas. Lo primero es determinar si la organización legal del negocio será a través de una persona natural o jurídica. Para este proyecto se tendrá una organización legal como persona jurídica.

4.2.3.1. Persona Jurídica

La empresa como ente asumirá los derechos, obligaciones y deudas. Puede estar conformada por una o más personas, quienes no pondrán en riesgo su patrimonio. Esto sucede porque la persona jurídica constituirá su propio patrimonio, y quienes están a cargo solo deberán responder por el monto aportado.

4.2.3.2. Obligaciones tributarias

Este paso se refiere a 3 trámites, el primero es elegir el régimen tributario, para este proyecto se elegirá el Pro-Pyme general, el cual es exclusivo para las micro, pequeñas y medianas empresas cuyos objetivos esenciales son fortalecer el desarrollo y crecimiento económico y estimular el emprendimiento de estos para acelerar la economía. El Pro-Pyme general 14D N°3 está dirigido a empresas cuyo promedio de ingresos brutos más los ingresos de sus relaciones en los últimos 3 años no deben superar las 75 mil UF. Luego viene el tema de iniciar actividades en el servicio de impuestos internos (SII), lo que permite declarar el inicio de actividades y obtener el RUT de la empresa. Para este negocio el código es 960200 y la actividad económica se llama Peluquería y otros tratamientos de belleza. Y por último está el timbraje de documentos, que permite que el contribuyente acceda al timbraje de documentos para legalizar sus operaciones comerciales. Se usará un impuesto a la renta de primera categoría, lo que corresponde a un 27%.

Tabla 4 - 5: Giro según Servicio de impuestos interno.

Código	Giro	Afecto a	Categoría	Disponible Internet
		IVA	Tributaria	
960200	Peluquería y otros tratamientos de belleza	G	G	Si

Fuente: elaboración propia.

4.2.3.3. Obtener el permiso de funcionamiento

La ley de rentas indica que toda actividad económica está sujeta a una contribución de patente. Esto debe pagarse semestralmente al municipio respectivo. Es importante saber que la autorización municipal es el permiso definitivo de funcionamiento, y es lo que llamamos patente comercial. En el caso particular de las peluquerías, centros de belleza o cosmetología se requieren permisos especiales. En Chile los centros de estéticas y similares están regidos por el decreto supremo N°244 del año 1975 y corresponde al servicio Nacional de Salud fiscalizar su funcionamiento. Esto corresponde cuando se trate de institutos de belleza, gabinetes de pedicura, peluquerías u otros similares, por lo que se debe acudir a la secretaria regional del ministerio de salud para obtener una licencia para establecer y operar. Para esto es que la Seremi pide una autorización sanitaria, que es un requisito fundamental para garantizar que los establecimientos que ofrecen servicios de belleza y cuidado personal cumplan con los estándares mínimos de higiene y seguridad. Los requisitos para la obtención de este documento son:

- Licencia de funcionamiento: antes de solicitar la autorización sanitaria, el centro de estética debe contar con la licencia municipal de funcionamiento correspondiente.
- Condiciones del local: el establecimiento debe cumplir con ciertas condiciones mínimas de higiene y seguridad, como por ejemplo contar con un sistema de ventilación adecuado, iluminación suficiente, agua potable y sistemas de eliminación de residuos y aguas servidas.

- Equipamiento y material: el centro de estética debe contar con el equipamiento y materiales necesarios para llevar a cabo los servicios que ofrece. Esto incluye, por ejemplo, mesas de trabajo, sillas, camillas, productos de limpieza y desinfección, entre otros.
- Personal capacitado: el personal que trabajara en el centro de estética debe contar con la capacitación necesaria para llevar a cabo los servicios que ofrece. Esto incluye, por ejemplo, conocimientos en técnicas de belleza, higiene y seguridad, primeros auxilios, entre otros.
- Protocolos de higiene y seguridad: El centro de estética debe contar con protocolos claros y definidos para garantizar la higiene y seguridad de sus clientes y personal. Estos protocolos deben incluir medidas de limpieza y desinfección, manejo de residuos, control de enfermedades contagiosas, entre otros.
- Registro sanitario de los productos: Todos los productos que se utilicen en el centro de estética, como cremas, lociones, tónicos, entre otros, deben contar con un registro sanitario válido y estar aprobados por las autoridades de salud.
- Inspección sanitaria: Finalmente, para obtener la autorización sanitaria, el centro de estética debe someterse a una inspección sanitaria por parte de las autoridades competentes. Durante esta inspección, se verifica que el establecimiento cumpla con todos los requisitos exigidos y se emite la autorización sanitaria en caso de cumplir con las normas.

4.2.4. Incentivos

Inicialmente no serán establecidos en los contratos de trabajo, ningún tipo de incentivos al personal durante el periodo de puesta en marcha del proyecto, debido a contingencias o resultados poco favorables que puedan ser originados por la demanda real. Será solo regido por las normativas legales establecidas en el contrato de trabajo.

4.2.5. Aspectos laborales

El proyecto está sujeto a la normativa chilena DFL N°1 del Código del Trabajo, en donde se señala todo lo relacionado a contrato de trabajo, capacitación laboral y protección a los trabajadores, además de los derechos y obligaciones tanto del empleador como del trabajador. A modo de resumen esta ley se encarga de velar por los siguientes ítems: contrato individual de trabajo y capacitación laboral, remuneraciones, jornada laboral, permisos, feriados, protección de los trabajadores, seguro contra accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, protección a la maternidad, entre otros.

4.2.6. Costo asociado al cumplimiento de la legislación vigente

Los costos asociados a este proyecto constan principalmente de la inscripción en registro de comercio, publicación en diario oficial, patente comercial, autorización sanitaria. Estos costos fueron explicados en el punto 3.14.3. Por otra parte, también se considera el cumplimiento de todas las obligaciones legales con los trabajadores, en cuanto al pago de cotizaciones-previsionales de salud y previsión de indemnización por eventuales despidos.

4.3. SOCIETARIA

La construcción de la sociedad es uno de los primeros pasos para poner en marcha el proyecto, ya que indica cual es el capital que se aporta de parte de los socios y participación en ganancias

4.3.1. Relación entre los inversionistas

La estructura societaria de la empresa corresponde a una sociedad individual de responsabilidad limitada (SIRL) y está definida bajo solo una persona natural, por lo cual no existe relación entre inversionistas, al tratarse de uno solo.

4.3.2. Estructura societaria

Como se menciona en el punto anterior, la estructura societaria de la empresa corresponde a una Sociedad Individual de Responsabilidad Limitada (SIRL) la cual posee a las siguientes características:

- Son formadas exclusivamente por una persona natural, con patrimonio propia y distinto al del titular, es decir, no se tocará el patrimonio propio de la persona, por lo que brinda más seguridad en el capital del inversionista.
- Realizan actividades de carácter netamente comercial (no a actividades de segunda categoría)
- Las SIRL están sometidas a las normas del código de comercio, cualquiera sea su objeto, pudiendo realizar toda clase de operaciones civiles y comerciales, excepto las reservadas por la ley de las sociedades anónimas (S.A).

4.3.3. Estimación de gastos para dar forma a la estructura societaria

Los costos asociados a este proyecto constan principalmente de constitución de sociedad, inscripción en registro de comercio y publicación en el diario oficial, además se deben considerar los gastos de la patente comercial y todos los trámites que se deben hacer en el SII, los cuales no tienen costo.

4.4. TRIBUTARIA

Se establece el sistema tributario y determinación de impuestos bajo el régimen que conduce un proyecto de crear de marca de gin para su comercialización.

4.4.1. Sistema tributario

El sistema tributario en Chile está compuesto por el conjunto de las normas legales, organismos públicos y procedimientos destinados al cobro de impuestos, los cuales se clasifican en dos grandes grupos: impuestos directos, donde son aquellos que gravan o afectan la obtención de la renta o riqueza en manos del sujeto que la tiene y los impuestos indirectos que afectan la manifestación de la riqueza, gravando, actos y/o contratos.

4.4.1.1. Impuesto a la renta

En Chile las empresas y personas deben pagar sus impuestos por las rentas o dineros generados por sus actividades. Estas rentas pueden ser obtenidas derivadas del capital (si la persona o empresa vende algún producto y/o servicio) o del trabajo (si la empresa realiza asesorías o la persona obtiene un salario por cumplir ciertas funciones). El impuesto a las rentas del capital se denomina impuesto de primera categoría. Para el año 2023, este impuesto corresponde a un 27%, para calcularlo se descuentan a las ventas todos los costos asociados, obteniendo las utilidades, a las cuales se le aplica el impuesto del 27%. Dado esto, es obligación para las empresas y personas declarar sus ventas y costos, para así determinar cuánto corresponde pagar al estado.

4.4.1.2. Impuesto al valor agregado (IVA)

El impuesto al valor agregado o IVA es una carga fiscal sobre el consumo, es decir, financiado por el consumidor como impuesto regresivo, aplicando en muchos países. En Chile corresponde a un recargo del 19% sobre las ventas y las compras que se realicen dentro del giro en el periodo de un mes. Se calcula como la diferencia entre el crédito fiscal y el débito fiscal, si esta diferencia fuera negativa el remanente se considera en el mes siguiente.

4.4.2. Mecanismo de determinación de gasto en impuesto

Para llevar un orden con los gastos en impuestos y no tener problemas tributarios, la contabilidad será llevada por la recepcionista en conjunto con un contador, quien será el encargado mensualmente de llevar el balance correcto, llenar los formularios respectivos, generando los pagos de IVA y previsionales correspondientes.

4.5. FINANCIERA

El estudio financiero es fundamental para la empresa, ya que, permite saber de dónde y cómo se obtienen los recursos económicos para la puesta en marcha, compra de activos, capital de trabajo e imprevistos necesarios para la realización de un proyecto. El financiamiento del proyecto puede ser mediante uso de capital propio, o de alguna fuente externa.

4.5.1. Fuentes de financiamiento

Para realizar el estudio del centro de estética, se consideran diferentes formas de financiamiento, las cuales son compartidas entre uso de capital propio y de recursos económicos externos, donde será evaluada la proporción de capital que cada uno deba aportar.

Las formas de que el proyecto será evaluado son las siguientes:

- Proyecto puro sin financiamiento.
- Financiado en un 25% con recursos externos
- Financiado en un 50% con recursos externos
- Financiado en un 75% con recursos externos.

4.5.2. Inversionistas

Son personas o entidades que estas dispuestos a desembolsar una cierta cantidad de dinero en un determinado negocio. Para el proyecto que se está presentando, el inversionista principal será de una fuente bancaria a elegir con las mejores tasas de interés. Lo que se definirá más adelante con los resultados de los flujos de caja, será el porcentaje de participación de la entidad bancaria.

4.5.3. Instituciones crediticias

Las instituciones crediticias corresponden a todos aquellos establecimientos que ofrecen créditos de consumo a las personas o empresas. En Chile son diversas compañías que realizan estos préstamos, hasta las distintas casas comerciales hoy en día prestan dinero a quien lo necesite y cumpla con ciertos requisitos.

Para este proyecto, se solicitará un préstamo a una institución bancaria, donde, dependiendo del monto y plazo del préstamo, ser la tasa de interés estipulada.

4.5.4. Leasing

Es un sistema de financiamiento que consiste en un contrato de arriendo, a un plazo previamente pactado, en el cual el arrendatario cancela cuotas mensuales que en su totalidad amortizan el valor de los bienes. Al finalizar el contrato, el arrendatario tiene la alternativa de adquirir el bien, cancelando la cuota de opción de compra, la cual, en la generalidad de los casos equivale a una cuota más del contrato.

Para este proyecto no aplicara esta opción.

4.5.5. Costo de financiamiento

El costo de financiamiento externo tiene que ver con los gastos que implican adquirir un crédito en alguna institución bancaria. Estos corresponden a los costos en tramitaciones y principalmente a los intereses que las instituciones crediticias cobran por los préstamos solicitados, los cuales dependen y varían de si estos son de corto o de largo plazo.

4.6. AMBIENTAL

En la actualidad las políticas ambientales son muy importantes, ya que, se les ha tomado el peso a las consecuencias de la contaminación ambiental en el presente y futuro. La Ley 19.300 APRUEBA LEY SOBRE BASES GENERALIDADES DEL MEDIO AMBIENTE, tiene como objetivo dar garantías constitucionales para asegurar a todas las personas el derecho de vivir en un medio ambiente libre de contaminación.

El presente proyecto, como se ha enseñado en capítulos anteriores, consiste en la creación de un centro de estética donde se ofrecerán servicios de manicura y lifting de pestañas, por lo tanto, en los procesos asociados a la actividad de la empresa, no se generan residuos contaminantes. Debido a esto, no será necesario realizar un análisis de afluentes, ya que no produce un impacto negativo al ambiente.

4.6.1. Impacto medio ambiental

Los insumos que se usaran en los servicios no son tóxicos y no dañan la capa de ozono, por lo que los residuos serán desechados en basura común en conjunto con la basura de papeles u otros productos.

4.6.2. Marco legal vigente

Este punto no aplicara para el proyecto de la estética.

4.6.3. Análisis de afluentes

Al igual que el punto anterior, este proyecto no necesita un análisis ambiental, ni menos de afluentes.

4.6.4. Ajuste a las normas

No aplicara para el proyecto mostrado.

CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN ECONÓMICA

5. EVALUACIÓN ECONÓMICA

La evaluación económica es la parte final del proyecto. Donde mediante el uso de indicadores económicos (VAN, TIR, PRI) se puede determinar la rentabilidad de éste y decidir si es factible o no realizar el proyecto en el horizonte propuesto.

5.1. CONSIDERACIONES A UTILIZAR

Dentro de las consideraciones a utilizar se encuentran puntos clave que se definirán para clarificar los cálculos posteriores, estos se plantean a continuación.

5.1.1. Horizonte del proyecto

Se dice que lo más recomendable para una evaluación de un proyecto es que no supere los 10 años como horizonte de trabajo. Generalmente, este periodo se define según la vida útil de los activos operacionales, para el proyecto del centro de estética no es el caso, ya que, los activos tienen menos tiempo de vida útil con relación a cualquier maquinaria o equipo productivo de una empresa determinada. Para este caso se estimó que el horizonte fuera de 5 años. Posterior a esto se determinará si se extenderá el proyecto o no de acuerdo con sus resultados.

5.1.2. Tasa de descuento CAPM

La tasa de descuento representa el retorno mínimo exigido por el inversionista a la inversión del proyecto, debido a que tiene que renunciar a un uso alternativo de recursos, los cuales pueden ser invertidos en su mejor alternativa de negocio.

Para el cálculo de la tasa se considera el modelo CAPM (solo para flujo sin financiamiento).

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

Fuente: elaboración propia.

Figura 5 - 1: Fórmula tasa de descuento.

Donde:

- R: tasa de descuento
- R_f: tasa libre de riesgo
- R_m: tasa de rentabilidad del mercado
- β: constante según tipo de negocio (relación entre el riesgo del proyecto respecto al riesgo del mercado).

5.1.2.1. Tasa libre de riesgo

La Tasa libre de riesgo, se obtiene a través del último mes que entregan los intereses de los bonos en UF a 5 años, entregados por el Banco Central para el año 2023. A continuación, en la Tabla 5-1, se pueden ver las tasas de los últimos 10 meses, donde octubre es el último mes con una tasa de un 3,52%

Tabla 5 - 1: Datos de bonus del gobierno.

Descripción series	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
Tasa de interés de política monetaria	11,25	11,25	11,25	11,25	11,25	11,25	11,20	10,25	9,62	9,45
Tasas BCP 2 años							6,31	6,10	6,29	7,20
Tasas BCP 5 años							5,43	5,61	5,96	6,52
Tasas BCP 10 años	5,35	5,70	5,52	5,54	5,55	5,31	5,33	5,63	5,97	6,53
Tasas BCU 2 años							3,52	3,36	3,35	3,69
Tasas BCU 5 años							2,51	2,59	2,77	3,52
Tasas BCU 10 años	1,75	2,08	1,96	1,81	2,10	2,12	2,16	2,37	2,62	3,02

Fuente: elaboración propia, con datos obtenidos del banco central.

5.1.2.2. Tasa de rentabilidad de mercado

La tasa de rentabilidad de mercado o tasa media de retorno se obtiene a través de la variación del índice de precio selectivo de acciones (IPSA), entregado por la Bolsa de Comercio de Santiago para los últimos 20 años en los mercados de renta variable.

Tabla 5 - 2: IPSA

Cantidad Final	Cantidad Inicial
Cierre Promedio IPSA octubre 2023	Cierre Promedio IPSA octubre 2003
5671,36	1530,04

Fuente: elaboración propia.

Aplicando la fórmula para calcular la tasa de rendimiento da como resultado 2,71

$$\text{Tasa de Rendimiento} = \frac{\text{Cantidad Final} - \text{Cantidad Inicial}}{\text{Cantidad Inicial}}$$

Fuente: Clase de trabajo de Titulo 2023, Sebastián Amaro.

Figura 5 - 2: Tasa de rendimiento.

$$\text{Tasa de rendimiento: } \frac{5671,36 - 1530,04}{1530,04} = 2,71$$

Finalmente aplicamos la fórmula para calcular la tasa de rentabilidad de mercado:

$$Rm = (1 + \text{tasa de rendimiento})^{\left[\frac{1}{\text{Tiempo del Calculo de tasa}}\right]} - 1$$

Fuente: Clase de trabajo de Titulo 2023, Sebastián Amaro.

Figura 5 - 3: Fórmula tasa de rendimiento del mercado.

$$Rm: (1+2,71) ^ (1/20) - 1$$

$$Rm: 6,77 \%$$

5.1.2.3. Beta

La constante según tipo de negocio (B), entregada por Aswath Damodaran, actualizada en enero de 2023, corresponde al valor de beta en la sección de productos para el cuidado de la salud, al no existir un ítem de centros de estéticas, se toma el factor dado para distintas empresas de servicios de productos para el cuidado de la salud. (Ver tabla 5-3).

Tabla 5 - 3: Beta.

Nombre de la industria	Número de empresas	Beta	Relación D/E	Tasa efectiva de impuestos	Beta no apalancada	Efectivo / valor de la empresa
Productos para el cuidado de la salud	254	1,16	12,60%	3,70%	1,06	3,20%

Fuente: Aswath damodaran.

5.1.2.4. Cálculo de la tasa de descuento

Tomando los valores obtenidos anteriormente, la tasa de descuento sería la siguiente:

Rf: 3,52

Rm: 6,77

β : 1,16

$$R = 3,52 + (6,77 - 3,52) * 1,16$$

$$R = 7,29 \%$$

Teniendo la tasa de descuento calculada de un 7,29% falta aplicar el riesgo del país, de acuerdo con el EMBI, este riesgo es de 149,05 puntos lo que se transforma en un 1,49 que se debe sumar a la tasa de descuento.

El EMBI (Indicador de Bonos de Mercados Emergentes) es el principal indicador de riesgo país y está calculado por JP Morgan, muestra la diferencia de la tasa de interés que pagan los bonos denominados en dólares, emitido por países subdesarrollados y los bonos del tesoro de Estados Unidos, que se consideran libres de riesgo.

Finalmente, la tasa de descuento quedaría de la siguiente manera:

- Tasa de descuento: 7,29 + 1,49
- Tasa de descuento: 8,78%

5.1.3. Tasa de descuento WACC

Para realizar los cálculos en los flujos de caja financiados se usará la tasa de descuento WACC, en la figura 5-4 se observa la fórmula y luego se mostrará como calcularla.

$$WACC = CAPM \left(\frac{S_{Propio}}{S_{Total}} \right) + (TasaDeuda) \left(\frac{S_{Préstamo}}{S_{Total}} \right) (1 - Impuesto)$$

Fuente: Clase de trabajo de Titulo 2023, Sebastián Amaro.

Figura 5 - 4: Fórmula para calcular tasa de descuento WACC.

5.1.3.1. Cálculo para un 25% de financiamiento

En la tabla 5-4 se muestran los datos usados para realizar el cálculo.

Tabla 5 - 4: Datos para aplicar en fórmula WACC.

CAPM	8,78 %
\$ Propio	533,60 UF
% Total	711 UF
Tasa deuda	3,78 %
\$ Préstamo	178 UF
\$ Total	711 UF
Impuesto	27%

Fuente: elaboración propia.

Aplicando la fórmula de la figura 5-4, se obtiene una tasa de descuento WACC de un 7,27% para un financiamiento de un 25%.

5.1.3.2. Cálculo para un 50% de financiamiento

En la tabla 5-5 se muestran los datos usados para realizar el cálculo.

Tabla 5 - 5: Datos para aplicar en fórmula WACC.

CAPM	8,78 %
\$ Propio	356 UF
% Total	711 UF
Tasa deuda	3,78 %
\$ Préstamo	356 UF
\$ Total	711 UF
Impuesto	27%

Fuente: elaboración propia.

Aplicando la fórmula de la figura 5-4, se obtiene una tasa de descuento WACC de un 5,77% para un financiamiento de un 50%.

5.1.3.3. Cálculo para un 75% de financiamiento

En la tabla 5-6 se muestran los datos usados para realizar el cálculo.

Tabla 5 - 6: Datos para aplicar en fórmula WACC.

CAPM	8,78 %
\$ Propio	178 UF
% Total	711 UF
Tasa deuda	3,78 %
\$ Préstamo	534 UF
\$ Total	711 UF
Impuesto	27%

Fuente: elaboración propia.

Aplicando la fórmula de la figura 5-4, se obtiene una tasa de descuento WACC de un 4,26% para un financiamiento de un 75%.

5.1.4. Moneda a utilizar

Los valores obtenidos en primer lugar son expresados en pesos chilenos, pero posteriormente fueron convertidos en UF (unidad de fomento) debido al reajuste que recibe diariamente y donde se va actualizando su valor tomando en cuenta el principal factor que es la inflación. El valor de la UF utilizada en el proyecto corresponde a la del día 20 de octubre de 2023 con un valor de \$36.298,11.

5.1.5. Impuestos

El impuesto a la renta corresponde a una parte de las utilidades de la empresa y se paga cada año. Para el año 2023 según el servicio de impuestos internos (SII), el impuesto a la renta corresponde a un 27%.

5.1.6. Depreciaciones

La depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo. Puede ser normal o acelerada. Para el caso del proyecto, la depreciación utilizada será acelerada, que corresponde a reducir en un tercio de la vida útil del activo.

La depreciación acelerada se calcula según fórmula expuesta en figura 5-5.

$$D = \frac{I}{N/3}$$

Fuente: elaboración propia.

Figura 5 - 5: Formula para depreciar activos en forma acelerada.

Donde:

D= Depreciación de cada año

I= Valor compra activo

N= Número de años de vida útil del activo

El número de años de vida útil del activo se obtiene de la nueva tabla de vida útil de los bienes físicos del activo inmovilizado del SII.

Todos los valores de vida útil mencionados fueron calculados mediante depreciación acelerada, pero no necesariamente significa que dejarán de ser ocupados y dados de baja, sino que se utilizó este método como escudo fiscal, para reducir los impuestos en los primeros años de actividad de vida del activo.

Tabla 5 - 7: Depreciación de activos.

Equipo	Costo total (\$)	Costo total sin IVA	Costo total UF sin IVA	Vida útil	Vida útil acelerada	Año 1	Año 2	Año 3
Escritorio	90.490	76.042	2,09	7	2	1,05	1,05	0
Silla	54.490	45.790	1,26	7	2	0,63	0,63	0
Notebook	599.990	504.193	13,89	6	2	6,95	6,95	0
Celular	199.990	168.059	4,63	10	3	1,54	1,54	1,54
Teléfono	36.990	31.084	0,86	10	3	0,29	0,29	0,29
Impresora	141.490	118.899	3,28	10	3	1,09	1,09	1,09
Estante de madera	99.990	84.025	2,31	7	2	1,16	1,16	0
Basurero	106.030	89.101	2,45	3	1	2,45	0	0
Sillón 3 cuerpos	159.990	134.445	3,70	7	2	1,85	1,85	0
Poltronas	199.980	168.050	4,63	7	2	2,31	2,31	0
Mesa de centro	59.990	50.412	1,39	7	2	0,69	0,69	0
Alfombra	14.990	12.597	0,35	7	2	0,17	0,17	0
Maquina dispensadora de agua	49.990	42.008	1,16	7	2	0,58	0,58	0
Hervidor	38.990	32.765	0,90	9	3	0,30	0,30	0,30
Mesa manicurista	419.940	352.891	9,72	7	2	4,86	4,86	0
Sillas	479.940	403.311	11,11	7	2	5,56	5,56	0
Carros organizadores	119.940	100.790	2,78	7	2	1,39	1,39	0
Estantes para esmaltes	203.946	171.383	4,72	7	2	2,36	2,36	0
Camillas	399.960	336.101	9,26	7	2	4,63	4,63	0
Silla para clienta	174.000	146.218	4,03	7	2	2,01	2,01	0
Lampara iluminación	149.940	126.000	3,47	3	1	3,47	0	0
Lampara UV	479.940	403.311	11,11	3	1	11,11	0	0
Torno profesional de uñas	779.940	655.412	18,06	3	1	18,06	0	0
Reposabrazos para uñas	81.000	68.067	1,88	3	1	1,88	0	0
Extractor de polvo	203.940	171.378	4,72	3	1	4,72	0	0
Aro de luz	89.670	75.353	2,08	3	1	2,08	0	0
Total	5.435.546	4.567.686	125,84	-	-	83,19	39,43	3,22

Fuente: elaboración propia.

5.1.7. Reinversiones

Para el proyecto que se está evaluando no se consideran reinversiones, por ende, este punto no aplicara.

5.1.8. Valor libro

Es aquel valor de los activos que no alcanzan a depreciarse en el horizonte en el estudio, es decir será el monto que falta por depreciar de acuerdo con la vida útil que determina el SII por sus características, el valor libro para este proyecto no aplicara, ya que, sus activos se deprecian como máximo a 3 años.

5.1.9. Valor residual

El valor residual es el valor estimado de un activo al final de su vida útil, cuando ya ha sido utilizado durante varios años. Para el proyecto del centro de estética el valor residual será de un 15%. En la tabla 5-8 se observa el valor residual de cada activo, dando un total de 18,88 UF.

Tabla 5 - 8: Valor residual.

Equipo	Costo total (\$)	Costo total sin IVA	Costo total UF sin IVA	Valor residual (UF)
Escritorio	90.490	76.042	2,09	0,31
Silla	54.490	45.790	1,26	0,19
Notebook	599.990	504.193	13,89	2,08
Celular	199.990	168.059	4,63	0,69
Teléfono	36.990	31.084	0,86	0,13
Impresora	141.490	118.899	3,28	0,49
Estante de madera	99.990	84.025	2,31	0,35
Basurero	106.030	89.101	2,45	0,37
Sillón 3 cuerpos	159.990	134.445	3,70	0,56
Poltronas	199.980	168.050	4,63	0,69
Mesa de centro	59.990	50.412	1,39	0,21
Alfombra	14.990	12.597	0,35	0,05
Maquina dispensadora de agua	49.990	42.008	1,16	0,17
Hervidor	38.990	32.765	0,90	0,14
Mesa manicurista	419.940	352.891	9,72	1,46
Sillas	479.940	403.311	11,11	1,67
Carros organizadores	119.940	100.790	2,78	0,42
Estantes para esmaltes	203.946	171.383	4,72	0,71
Camillas	399.960	336.101	9,26	1,39
Silla para clienta	174.000	146.218	4,03	0,60
Lampara iluminación	149.940	126.000	3,47	0,52
Lampara UV	479.940	403.311	11,11	1,67
Torno profesional de uñas	779.940	655.412	18,06	2,71
Reposabrazos para uñas	81.000	68.067	1,88	0,28
Extractor de polvo	203.940	171.378	4,72	0,71
Aro de luz	89.670	75.353	2,08	0,31
Total	5.435.546	4.567.686	125,84	18,88

Fuente: elaboración propia.

5.1.10. Ingresos del proyecto

Los ingresos del proyecto están netamente definidos por la venta de los servicios, los cuales, tienen un costo promedio de \$30.000 (0,83 UF) y una tasa de crecimiento del 3,7%, valor dado por el IPC acumulado este año a octubre y según la demanda anual se traduce a lo expresado en la tabla 5-9.

Tabla 5 - 9: Ingresos.

	Año 1 (\$)	Año 2 (\$)	Año 3 (\$)	Año 4 (\$)	Año 5 (\$)
Demanda	4039	4362	4711	5088	5495
Ingreso (\$)	121.170.000	135.705.553	151.984.791	170.216.887	190.636.105
Ingreso UF	3338,19	3738,64	4187,13	4689,41	5251,96

Fuente: elaboración propia.

5.1.11. Egresos del proyecto

Los egresos del proyecto corresponden a todos los gastos realizados anualmente tanto para costos fijos como costos variables. La tasa de crecimiento para estos costos será según el IPC, acumulado este año a octubre, que corresponde a un 3,7%. A continuación, en la tabla 5-10 se pueden observar los diversos gastos que tiene la empresa, donde los costos fijos del proyecto son demasiados altos debido a los sueldos y cantidad de personal a necesitar, lo mismo el arriendo del local, ubicado en providencia hace tener un mejor estrato social y los costos variables son bajos, ya que, los insumos y productos anuales son muy bajo en costos.

Tabla 5 - 10: Egresos.

	Año 1 (\$)	Año 2 (\$)	Año 3 (\$)	Año 4 (\$)	Año 5 (\$)
Costos fijos	111.353.642	115.473.727	119.746.255	124.176.867	128.771.411
Costos variables	5.532.048	5.736.734	5.948.993	6.169.106	6.397.363
Total egresos	116.885.690	121.210.461	125.695.248	130.345.972	135.168.773
Total egresos en UF	3220,16	3339,31	3462,86	3590,99	3723,85

Fuente: elaboración propia.

5.2. PROYECTO PURO

Este ítem hace referencia a la realización del flujo de caja sin financiamiento bancario, el proyecto se calcula únicamente con inversión de su dueño o los inversionistas vinculados a este.

5.2.1. Flujo de caja puro sin financiamiento externo

El proyecto puro contempla la evaluación del flujo de caja sin ningún crédito a largo plazo, esta opción de inversión considera que el inversionista aporte el 100% del capital requerido.

Tabla 5 - 11: Flujo de caja puro.

	0	1	2	3	4	5
Ingresos	0	3338	3739	4187	4689	5252
Costos Variables	0	-152	-158	-164	-170	-176
Costos Fijos	0	-3068	-3181	-3299	-3421	-3548
Utilidad Operacional	0	118	399	724	1098	1528
Depreciación	0	-83	-39	-3	0	0
Valor Residual	0	0	0	0	0	19
Utilidad Antes de Impuestos	0	35	360	721	1098	1547
Impuestos	0	-9	-97	-195	-297	-418
Utilidad Después de Impuestos	0	25	263	526	802	1129
Depreciación	0	83	39	3	0	0
Inversión Activos Fijos	-158	0	0	0	0	0
Inversión en Intangibles, Puesta en Marcha e imprevistos	-199	0	0	0	0	0
Inversión en Capital de Trabajo	-355	0	0	0	0	0
Recuperación Capital de Trabajo	0	0	0	0	0	355
Recuperación de IVA	0	30	0	0	0	0
Flujo de caja	-711	139	302	530	802	1484
Flujo Actualizado	-711	127	255	411	573	975
Flujo Actualizado Acumulado	-711	-584	-329	83	655	1630

Fuente: elaboración propia.

5.2.2. Indicadores económicos

Estos se obtienen a través de los datos proporcionados por los flujos de caja e indican en términos generales la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

Tabla 5 - 12: Indicador económico del flujo de caja puro.

VAN	1630 UF
TIR	51,6%
PRI	3
IVAN	2,29

Fuente: elaboración propia.

5.2.3. Rentabilidad del proyecto puro

De los resultados obtenidos de los indicadores económicos, se realizará una evaluación según los criterios establecidos en el primer capítulo, en el punto 1.2.6, lo que entrega la siguiente información:

- Un VAN con valor superior a cero indica un proyecto que generara ganancias y la inversión se recupera, por lo que es recomendable realizar el proyecto.
- La tasa de descuento CAPM calculada es 8,78%, el valor obtenido es superior a la TIR calculada (51,6%), es recomendable aprobar el proyecto, ya que, alcanza la rentabilidad mínima.
- El Payback es superior al horizonte del proyecto que es de 3 años, lo que quiere decir que durante los primeros 3 años del proyecto los inversionistas no podrán recuperar el capital invertido.
- El IVAN del proyecto puro dio como resultado 2,29 lo que es mayor a 0, esto indica tener otro factor para aprobar el proyecto, ya que, indica que es 2,29 veces mayor a la inversión inicial.

5.3. PROYECTO CON FINANCIAMIENTO

A continuación, se evaluarán tres condiciones con diferentes porcentajes de financiamiento externo, donde el inversionista colocará un 25%, 50% y 75% respectivamente cuyas condiciones son las siguientes:

- Unidad de fomento: \$36.298,11 correspondiente al 20 de octubre del 2023.
- Impuesto: 27% correspondiente al impuesto de primera categoría.
- Tasa de descuento: 8,78%
- Tasa de interés anual del Banco Estado: 3,78%

5.3.1. Flujo de caja con financiamiento de un 25%

El financiamiento del banco para este flujo de caja será de un 25% de la inversión inicial, lo que equivale a 178 UF y el resto de la inversión, la cual corresponde a 534 UF serán financiadas por el inversionista con capitales propios.

Se usa una tasa anual de 3,78% dada por el Banco Estado a un plazo de 5 años para créditos comerciales menores a 2.000 UF, lo que entrega una cuota anual de 40 UF. En la tabla 5-13 se detallará el interés y la amortización de cada año.

Tabla 5 - 13: Amortización para flujo de caja financiado a un 25%.

Periodo	Saldo deuda	Interés	Cuota	Amortización	Saldo Insoluto
Año 1	178	7	40	33	145
Año 2	145	5	40	34	111
Año 3	111	4	40	36	75
Año 4	75	3	40	37	38
Año 5	38	1	40	38	0

Fuente: elaboración propia.

Tabla 5 - 14: Flujo de caja financiado 25%.

	0	1	2	3	4	5
Ingresos	0	3338	3739	4187	4689	5252
Costos Variables	0	-152	-158	-164	-170	-176
Costos Fijos	0	-3068	-3181	-3299	-3421	-3548
Utilidad Operacional	0	118	399	724	1098	1528
Depreciación	0	-83	-39	-3	0	0
Intereses Crédito Largo Plazo	0	-7	-5	-4	-3	-1
Valor Residual	0	0	0	0	0	19
Utilidad Antes de Impuestos	0	28	354	717	1096	1546
Impuestos	0	-8	-96	-194	-296	-417
Utilidad Después de Impuestos	0	21	259	523	800	1128
Depreciación	0	83	39	3	0	0
Amortización Crédito Largo Plazo	0	-33	-34	-36	-37	-38
Inversión Activos Fijos	-158	0	0	0	0	0
Inversión en Intangibles, Puesta en Marcha e imprevistos	-199	0	0	0	0	0
Inversión en Capital de Trabajo	-355	0	0	0	0	0
Recuperación Capital de Trabajo	0	0	0	0	0	355
Recuperación de IVA	0	30	0	0	0	0
Flujo Antes de Financiamiento	-711	101	264	491	763	1445
Crédito Largo Plazo	178	0	0	0	0	0
Flujo Después de Financiamiento	-534	101	264	491	763	1445
Flujo Después de Financiamiento Actualizado	-534	94	229	398	576	1017
Flujo Después de Financiamiento Actualizado Acumulado	-534	-440	-210	187	764	1781

Fuente: elaboración propia.

5.3.2. Indicadores económicos flujo financiado 25%

Luego de hacer el flujo de caja con un financiamiento de un 25% se observan los valores en la tabla 5-15.

Tabla 5 - 15: Indicador económico flujo de caja financiado 25%.

VAN	1781 UF
TIR	60,6%
PRI	3
IVAN	3,34

Fuente: elaboración propia.

5.3.3. Rentabilidad del proyecto con financiamiento del 25%

De los resultados obtenidos de los indicadores económicos, se realizará una evaluación según los criterios establecidos en el primer capítulo, en el punto 1.2.6, lo que entrega la siguiente información:

- Un VAN con valor superior a cero indica un proyecto que generara ganancias y la inversión se recupera, por lo que es recomendable realizar el proyecto (VAN 1781 UF).
- La tasa de descuento WACC calculada es 7,27%, el valor obtenido es superior a la TIR calculada (60,6%), es recomendable aprobar el proyecto, ya que, alcanza la rentabilidad mínima.
- El Payback es superior al horizonte del proyecto que es de 3 años, lo que quiere decir que durante los primeros 3 años del proyecto los inversionistas no podrán recuperar el capital invertido.
- El IVAN del proyecto puro dio como resultado 3,34 lo que es mayor a 0, esto indica tener otro factor para aprobar el proyecto, ya que indica que es 3,34 veces mejor que la inversión inicial.

5.3.4. Flujo de caja con financiamiento de un 50%

El financiamiento del banco para este flujo de caja será de un 50% de la inversión inicial, lo que equivale a 356 UF y el resto de la inversión, la cual corresponde a 356 UF serán financiadas por el inversionista con capitales propios.

Se usa una tasa anual de 3,78% dada por el Banco Estado a un plazo de 5 años para créditos comerciales menores a 2.000 UF, lo que entrega una cuota anual de 79 UF. En la tabla 5-16 se detallará el interés y la amortización de cada año.

Tabla 5 - 16: Amortización para flujo de caja financiado a un 50%.

Periodo	Saldo deuda (UF)	Interés (UF)	Cuota (UF)	Amortización (UF)	Saldo Insoluto (UF)
Año 1	356	13	79	66	290
Año 2	290	11	79	68	221
Año 3	221	8	79	71	150
Año 4	150	6	79	74	77
Año 5	77	3	79	77	0

Fuente: elaboración propia.

Con los resultados de la amortización, interés y cuota con un crédito al 50%, se puede observar el resultado del flujo de caja en la tabla 5-17.

Tabla 5 - 17: Flujo de caja financiado en un 50%.

	0	1	2	3	4	5
Ingresos	0	3338	3739	4187	4689	5252
Costos Variables	0	-152	-158	-164	-170	-176
Costos Fijos	0	-3068	-3181	-3299	-3421	-3548
Utilidad Operacional	0	118	399	724	1098	1528
Depreciación	0	-83	-39	-3	0	0
Intereses Crédito Largo Plazo	0	-13	-11	-8	-6	-3
Valor Residual	0	0	0	0	0	19
Utilidad Antes de Impuestos	0	21	349	713	1093	1544
Impuestos	0	-6	-94	-192	-295	-417
Utilidad Después de Impuestos	0	16	255	520	798	1127
Depreciación	0	83	39	3	0	0
Amortización Crédito Largo Plazo	0	-66	-68	-71	-74	-77
Inversión Activos Fijos	-158	0	0	0	0	0
Inversión en Intangibles, Puesta en Marcha e imprevistos	-199	0	0	0	0	0
Inversión en Capital de Trabajo	-355	0	0	0	0	0
Recuperación Capital de Trabajo	0	0	0	0	0	355
Recuperación de IVA	0	30	0	0	0	0
Flujo Antes de Financiamiento	-711	63	226	452	724	1406
Crédito Largo Plazo	356	0	0	0	0	0
Flujo Después de Financiamiento	-356	63	226	452	724	1406
Flujo Después de Financiamiento Actualizado	-356	59	202	382	578	1062
Flujo Después de Financiamiento Actualizado Acumulado	-356	-296	-95	288	866	1928

Fuente: elaboración propia.

5.3.5. Indicadores económicos flujo financiado 50%

Los indicadores económicos para un flujo de caja financiado un 50% con el Banco Estado se pueden observar en la tabla 5-18.

Tabla 5 - 18: Indicador económico flujo de caja financiado 50%.

VAN	1928 UF
TIR	75,2%
PRI	3
IVAN	5,42

Fuente: elaboración propia.

5.3.6. Rentabilidad del proyecto con financiamiento del 50%

De los resultados obtenidos de los indicadores económicos, se realizará una evaluación según los criterios establecidos en el primer capítulo, en el punto 1.2.6, lo que entrega la siguiente información:

- Un VAN con valor superior a cero indica un proyecto que generara ganancias y la inversión se recupera, por lo que es recomendable realizar el proyecto.
- La tasa de descuento WACC calculada es 5,77%, el valor obtenido es superior a la TIR calculada (75,2%), es recomendable aprobar el proyecto, ya que, alcanza la rentabilidad mínima.
- El Payback es superior al horizonte del proyecto que es de 3 años, lo que quiere decir que durante los primeros 3 años del proyecto los inversionistas no podrán recuperar el capital invertido.
- El IVAN del proyecto puro dio como resultado 5,42 lo que es mayor a 0, esto indica tener otro factor para aprobar el proyecto, ya que indica que es 5,42 veces mejor que la inversión inicial.

5.3.7. Flujo de caja con financiamiento de un 75%

El financiamiento del banco para este flujo de caja será de un 75% de la inversión inicial, lo que equivale a 534 UF y el resto de la inversión, la cual corresponde a 177 UF serán financiadas por el inversionista con capitales propios.

Se usa una tasa anual de 3,78% dada por el Banco Estado a un plazo de 5 años para créditos comerciales menores a 2.000 UF, lo que entrega una cuota anual de 119 UF. En la tabla 5-19 se detallará el interés y la amortización de cada año.

Tabla 5 - 19: Amortización para un flujo de caja al 75%.

Periodo	Saldo deuda (UF)	Interés (UF)	Cuota (UF)	Amortización (UF)	Saldo Insoluto (UF)
Año 1	534	20	119	99	435
Año 2	435	16	119	103	332
Año 3	332	13	119	107	225
Año 4	225	9	119	111	115
Año 5	115	4	119	115	0

Fuente: elaboración propia.

Con los resultados de la amortización, interés y cuota con un crédito al 75%, se puede observar el resultado del flujo de caja en la tabla 5-20.

Tabla 5 - 20:Flujo de caja financiado en un 75%.

	0	1	2	3	4	5
Ingresos	0	3338	3739	4187	4689	5252
Costos Variables	0	-152	-158	-164	-170	-176
Costos Fijos	0	-3068	-3181	-3299	-3421	-3548
Utilidad Operacional	0	118	399	724	1098	1528
Depreciación	0	-83	-39	-3	0	0
Intereses Crédito Largo Plazo	0	-20	-16	-13	-9	-4
Valor Residual	0	0	0	0	0	19
Utilidad Antes de Impuestos	0	15	343	708	1090	1543
Impuestos	0	-4	-93	-191	-294	-417
Utilidad Después de Impuestos	0	11	251	517	796	1126
Depreciación	0	83	39	3	0	0
Amortización Crédito Largo Plazo	0	-99	-103	-107	-111	-115
Inversión Activos Fijos	-158	0	0	0	0	0
Inversión en Intangibles, Puesta en Marcha e imprevistos	-199	0	0	0	0	0
Inversión en Capital de Trabajo	-355	0	0	0	0	0
Recuperación Capital de Trabajo	0	0	0	0	0	355
Recuperación de IVA	0	30	0	0	0	0
Flujo Antes de Financiamiento	-711	25	187	414	685	1366
Crédito Largo Plazo	534	0	0	0	0	0
Flujo Después de Financiamiento	-178	25	187	414	685	1366
Flujo Después de Financiamiento Actualizado	-178	24	172	365	580	1109
Flujo Después de Financiamiento Actualizado Acumulado	-178	-154	18	384	963	2072

Fuente: elaboración propia.

5.3.8. Indicadores económicos flujo financiado 75%

Los indicadores económicos para un flujo de caja financiado un 75% con el Banco Estado son los siguientes:

Tabla 5 - 21: Indicador económico flujo de caja financiado 75%.

VAN	2072
TIR	106,2%
PRI	2
IVAN	11,65

Fuente: elaboración propia.

5.3.9. Rentabilidad del proyecto con financiamiento del 75%

De los resultados obtenidos de los indicadores económicos, se realizará una evaluación según los criterios establecidos en el primer capítulo, en el punto 1.2.6, lo que entrega la siguiente información:

- Un VAN con valor superior a cero indica un proyecto que generara ganancias y la inversión se recupera, por lo que es recomendable realizar el proyecto.
- La tasa de descuento WACC calculada es 4,26%, el valor obtenido es superior a la TIR calculada (106,2%), es recomendable aprobar el proyecto, ya que, alcanza la rentabilidad mínima.
- El Payback es superior al horizonte del proyecto que es de 2 años, lo que quiere decir que durante los primeros 2 años del proyecto los inversionistas no podrán recuperar el capital invertido.
- El IVAN del proyecto puro dio como resultado 11,65 lo que es mayor a 0, esto indica tener otro factor para aprobar el proyecto, ya que indica que es 11,65 veces mejor que la inversión inicial.

En la tabla 5-22 se observa el resumen de indicadores de los cuatro flujos de cajas, proporcionando claridad sobre la viabilidad financiera del proyecto, donde el mejor flujo de caja es el financiado por el banco con 75% del capital.

Tabla 5 - 22: Resumen indicadores económicos.

	Flujos de caja			
	Puro	Financiado 25%	Financiado 50%	Financiado 75%
VAN	1630	1781	1928	2072
TIR	51,64%	60,59%	75,17%	106,22%
PRI	3	3	3	2
IVAN	2,29	3,34	5,42	11,65

Fuente: elaboración propia.

5.4. SENSIBILIZACIONES

La sensibilización sirve para especificar cuánto se pueden modificar algunas variables relevantes del proyecto, en este caso, las variables seleccionadas son el precio del servicio y el costo en las remuneraciones de los trabajadores para el flujo de caja con 75% de financiamiento.

5.4.1. Sensibilizaciones al precio del servicio

Siendo el cobro inicial de 0,83 UF por los servicios de manicura y lifting (equivalente a \$30.000), el VAN se iguala a 0 cuando el precio del servicio baja a 0,70 UF, siendo equivalente a un 15,29% menos del cobro inicial. En la tabla 5-17 se observa las distintas variaciones en el VAN (esto aplicado al flujo de caja puro).

Tabla 5 - 23: Sensibilización del precio.

Ingresos	VAN UF
30%	6138
20%	4783
10%	3427
0	2072
-10%	717
-15,29%	0
-20%	-639
-30%	-1994

Fuente: elaboración propia.

5.4.2. Sensibilizaciones a los costos fijos

Para el cálculo de esta sensibilización se usan los costos fijos del proyecto puro, los cuales pueden ser las remuneraciones, ya sea por algún imprevisto, negociación o por mayor contratación de personal. Para que el VAN siga siendo positivo o igual a cero, la variación del costo fijo no puede subir más de un 19,51%.

Tabla 5 - 24: Sensibilización de los costos fijos.

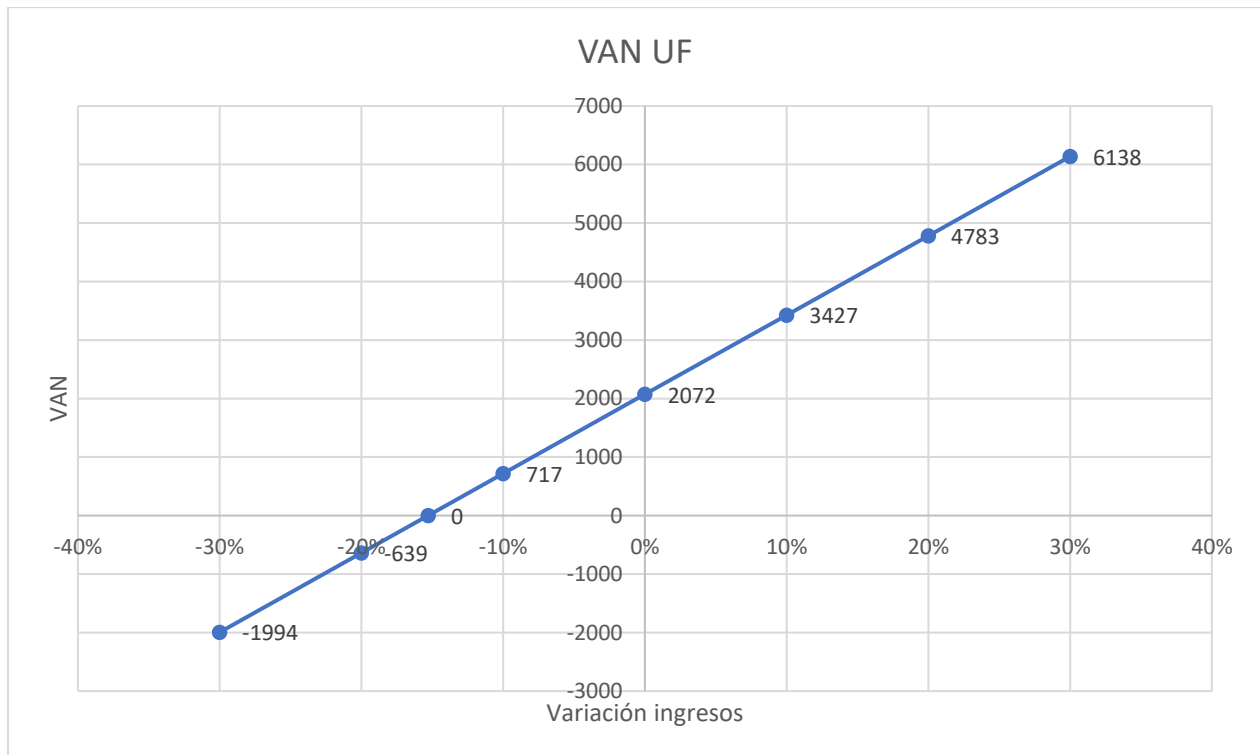
Costos fijos	VAN
60%	-4302
40%	-2177
20%	-53
19,51%	0
0%	2072
-20%	4197
-40%	6322
-60%	8446

Fuente: elaboración propia.

5.4.3. Gráficos de sensibilización

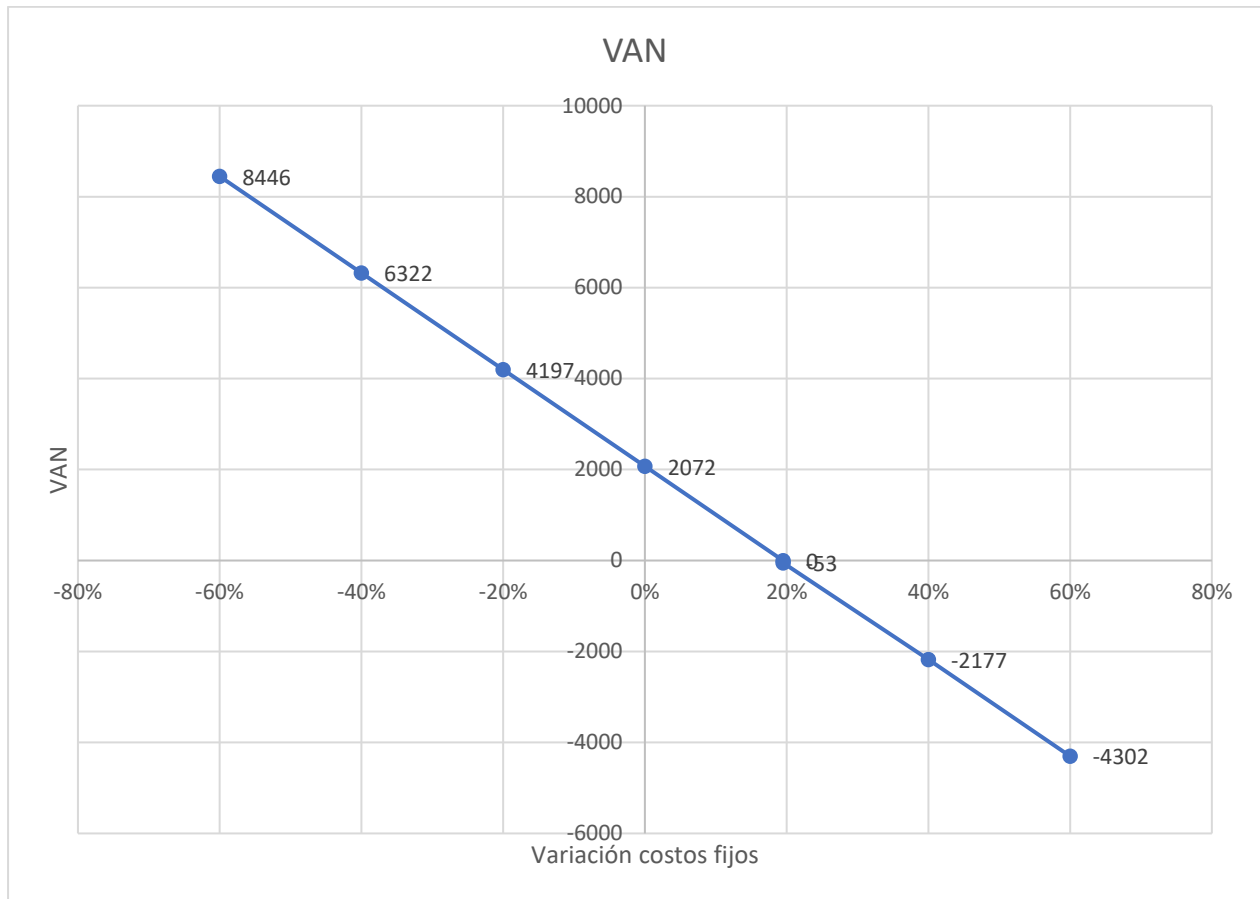
En este punto se exponen los gráficos de cómo se comporta la recta respecto de la modificación en los indicadores respecto al proyecto puro.

Gráfico 5 - 1: Sensibilización de los ingresos.



Fuente: elaboración propia.

Gráfico 5 - 2: Sensibilización de los costos fijos.



Fuente: elaboración propia.

5.4.4. Determinación de puntos de corte

Corresponden a los puntos exactos donde indicador del proyecto VAN es cero, esto quiere decir, donde el proyecto deja de ser viable. El análisis se realizó considerando dos variables, precio y costos fijos. Para el caso del precio se realizó de manera decreciente respecto a su valor, mientras que en el caso de los costos fijos se realizó de manera creciente respecto a los costos fijos anuales.

Tabla 5 - 25: Puntos de corte.

	Punto de corte
Precio	-15,29%
Costos fijos	19,51%

Fuente: elaboración propia.

Teniendo en cuenta que el valor del servicio es de \$30.000, y si existe una disminución del valor más de un 15,29% (equivalente a \$25.413) el VAN del proyecto será 0 y no será rentable ni viable.

Para el costo fijo si las remuneraciones aumentan más de un 19-51% el VAN será 0 y el proyecto no será rentable ni viable.

CONCLUSIÓN

Concluyendo el estudio de prefactibilidad técnico y económico para la implementación de un centro de estética especializado en manicura y lifting de pestañas en la comuna de Providencia, se ha identificado un mercado potencial, debido al aumento de ventas en productos de estética y belleza a nivel mundial, con una población objetivo posible de 577.017 habitantes, donde la demanda del proyecto será inicialmente de 4039 clientes, creciendo anualmente en un 8%. La evaluación técnica ha destacado la viabilidad de establecer un centro equipado con tecnología de vanguardia y personal capacitado para ofrecer servicios de alta calidad.

Desde el punto de vista económico, se ha determinado que el proyecto presenta oportunidades de rentabilidad, considerando el poder adquisitivo de la población local y la disposición a invertir en servicios de estética. Además, se ha analizado la competencia en la zona y se han identificado estrategias para diferenciar el centro y captar la atención de clientes potenciales.

El estudio también ha considerado factores externos como regulaciones locales, tendencias del mercado y cambios en el comportamiento del consumidor. Se han propuesto medidas de mitigación de riesgos y estrategias de marketing para asegurar la sostenibilidad a largo plazo del centro.

En cuanto al tema económico se realizaron cuatro flujos de caja financiados en distintos porcentajes, siendo el financiado un 75% con un crédito bancario la mejor opción, dando un VAN de 2072 UF, una TIR de 106,2% y un periodo de retorno de inversión en el año 2.

En resumen, el centro de estética especializado en manicura y lifting de pestañas en Providencia se presenta como una oportunidad viable desde el punto de vista técnico y económico, siempre y cuando se implementen las estrategias adecuadas y se mantenga un enfoque constante en la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

BIBLIOGRAFÍA

- A., V. I. (22 de Noviembre de 2022). REGISTRO DE MARCA EN CHILE. Recuperado el 20 de Octubre de 2023, de AIJAABOGADOS: https://www.aijabogados.cl/registro-de-marca/#Cuanto_cuesta_registrar_una_marca
- ALONSO, C. (9 de Noviembre de 2023). RIESGO PAÍS CHILE. Recuperado el 10 de Noviembre de 2023, de LATERCERA: <https://www.latercera.com/pulso/noticia/riesgo-pais-de-chile-llega-a-su-mayor-nivel-desde-marzo-por-escenario-externo-e-incertidumbre-constitucional/K2GFRBF2CNBC7KC4W7AETC4RS4/>
- AUTORIZACIÓN SANITARIA PARA CENTROS DE ESTÉTICAS. (s.f.). Recuperado el 2 de Noviembre de 2023, de PERMISOSSANITARIOS: <https://permisossanitarios.cl/autorizacion-sanitaria/autorizacion-sanitaria-para-centros-de-estetica/>
- BETAS POR SECTOR. (Enero de 2023). Recuperado el 10 de Noviembre de 2023, de PAGES.STERN.NYU.EDU: https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html
- BM ESTÉTICA. (25 de Agosto de 2021). Recuperado el 14 de Septiembre de 2023, de BEAUTYMARKET: <https://www.beautymarket.es/estetica/la-belleza-mas-solicitada-que-nunca-aumenta-su-demanda-en-un-en--estetica-25864.php#>
- CHARLIE. (21 de Noviembre de 2023). TENDENCIAS. Recuperado el 27 de Noviembre de 2023, de TENDENCIAS: <https://www.tendencias.com/belleza/todo-lifting-pestanas-como-se-hace-cuanto-dura-precio-recomendaciones>
- ESTADÍSTICAS DE EMPRESA. (s.f.). Recuperado el 20 de Octubre de 2023, de SII: https://www.sii.cl/sobre_el_sii/estadisticas_de_empresas.html
- GODADDY. (27 de Marzo de 2023). CUÁNTO CUESTA UNA PÁGINA WEB EN CHILE. Recuperado el 25 de Octubre de 2023, de CL.GODADDY: <https://cl.godaddy.com/blog/cuanto-cuesta-pagina-web-chile/>
- HIDRASENSE. (s.f.). Recuperado el 12 de Septiembre de 2023, de HIDRASENSE: <https://hidrasense.com.mx/blogs/noticias/que-es-la-manicure-y-su-importancia>

- IMPUESTO A LA RENTA. (s.f.). Recuperado el 25 de Octubre de 2023, de SII:
https://www.sii.cl/ayudas/aprenda_sobre/3072-1-3080.html
- INDICADORES PREVISIONALES. (s.f.). Recuperado el 20 de Octubre de 2023, de PREVIRED:
<https://www.previred.com/indicadores-previsionales/>
- IPSA. (s.f.). Recuperado el 10 de Noviembre de 2023, de ES.INVESTING:
<https://es.investing.com/indices/ipsa-historical-data>
- LOCAL COMERCIAL. (s.f.). Recuperado el 20 de Octubre de 2023, de PORTALINMOBILIARIO:
https://www.portalinmobiliario.com/MLC-2076698954-local-comercial-en-providencia-_JM#position=4&search_layout=grid&type=item&tracking_id=17ade9c4-953f-4123-bb5d-7def1184d1b7
- LOZANO, C. E. (21 de Agosto de 2023). SPA´RELAJARSE. Recuperado el 13 de Septiembre de 2023, de SPARELAJARSE: <https://www.sparelajarse.com/es/tratamientos/pies-manos/manicura>
- MANCILLA, P. (21 de Octubre de 2021). SCRIBD. Recuperado el 12 de Septiembre de 2023, de ES.SCRIBD: <https://es.scribd.com/document/531867869/Historia-Del-Lifting#>
- MARTÍNEZ, J. (7 de Julio de 2021). PATENTE COMERCIAL. Recuperado el 25 de Octubre de 2023, de BLOG.NUBOX: https://blog.nubox.com/empresas/patente-comercial?hs_amp=true&utm_term=&utm_campaign=Leads+%7C+Google+Dynamic+Search+%7C+Blog+Empresas&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_tgt=aud-549274379985:dsa-1640839555341&hsa_grp=69547107302&hsa_src=g&hsa_net=adwor
- ORGASMI MANICURA. (28 de Junio de 2020). Recuperado el 13 de Septiembre de 2023, de ORGASMI: <https://orgasmi.es/manicura-sin-mas/>
- PAOLA. (13 de Febrero de 2020). EN QUE GASTAN LAS FAMILIAS CHILENAS. Recuperado el 15 de Septiembre de 2023, de CON LETRA GRANDE: <https://www.conletragrande.cl/educacion-financiera/cuales-son-los-mayores-gastos-de-los-hogares-en-chile>
- PRODUCTOS DE BELLEZA. (17 de Abril de 2020). Recuperado el 13 de Septiembre de 2023, de CNNCHILE: https://www.cnnchile.com/coronavirus/aumenta-la-demanda-y-el-consumo-de-los-productos-de-belleza-a-pesar-de-la-cuarentena_20200417/

PRODUCTOS E INSUMOS. (s.f.). Recuperado el 20 de Octubre de 2023, de MISSUNAS:
<https://www.missunas.cl/>

PROYECCIONES DE POBLACIÓN. (s.f.). Recuperado el 4 de Octubre de 2023, de INE.GOB:
<https://www.ine.gob.cl/estadisticas/sociales/demografia-y-vitales/proyecciones-de-poblacion>

RAMÍREZ, M. J. (14 de Octubre de 2020). SEGMENTOS SOCIOECONÓMICOS EN CHILE. Recuperado el 2 de Octubre de 2023, de MARKETING4ECOMMERCE:
<https://marketing4ecommerce.cl/como-se-clasifican-segmentos-socioeconomicos-en-chile/>

REPORTES COMUNALES. (2020). Recuperado el 16 de Septiembre de 2023, de BIBLIOTECA DEL CONGRESO NACIONAL DE CHILE:
<https://www.bcn.cl/siit/reportescomunales/repordf.html?anno=2020&idcom=13123>

REQUISITOS PARA ABRIR UN CENTRO DE ESTÉTICA EN CHILE. (s.f.). Recuperado el 2 de Noviembre de 2023, de FUNDACIONLEALTADCHILE: <https://fundacionlealtadchile.org/centro-estetica/>

REQUISITOS PARA REGISTRAR UNA EMPRESA EN CHILE. (s.f.). Recuperado el 2 de Noviembre de 2023, de FUNDACIONLEALTADCHILE: <https://fundacionlealtadchile.org/registrar-empresa/>

REYES, V. (31 de Julio de 2023). GREMIO DE ESTILISTAS. Recuperado el 2 de Octubre de 2023, de BIOBIOCHILE: <https://www.biobiochile.cl/noticias/economia/actualidad-economica/2023/07/31/gremio-de-estilistas-acusa-demasiados-peluqueros-ilegales-y-que-chilenos-ahora-gastan-menos-en-su-pelo.shtml>

ROA, M. M. (11 de Mayo de 2021). BIENES DE CONSUMO. Recuperado el 14 de Septiembre de 2023, de STATISTA: <https://es.statista.com/grafico/10676/los-paises-mas-coquetos/>

SAAVEDRA, D. H. (26 de Octubre de 2023). REGÍMENES TRIBUTARIOS. Recuperado el 2 de Noviembre de 2023, de BLOG.NUBOX: https://blog.nubox.com/contadores/nuevos-regimenes-tributarios?utm_term=&utm_campaign=Leads+%7C+Google+Dynamic+Search+%7C+Blo

g+Contadores&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_tgt=dsa-1638143763778&hsa_grp=131983087337&hsa_src=g&hsa_net=adwords&hsa_mt=&hs

TABLA VIDA ÚTIL DE BIENES FÍSICOS DE ACTIVOS. (s.f.). Recuperado el 2 de Noviembre de 2023, de SII: https://www.sii.cl/pagina/valores/bienes/tabla_vida_enero.htm

TASA DE INTERES. (s.f.). Recuperado el 10 de Noviembre de 2023, de BANCOESTADO: <https://www.bancoestado.cl/bancoestado/inteditorformularios/genera.asp?datos=152>

TASA LIBRE DE RIESGO (CON BONOS DEL GOBIERNO). (s.f.). Recuperado el 10 de Noviembre de 2023, de BCENTRAL: https://si3.bcentral.cl/Siete/ES/Siete/Cuadro/CAP_ESTADIST_MACRO/MN_EST_MACRO_IV/PEM_TPMY TASAS/PEM_TPMY TASAS?cbFechaInicio=2003&cbFechaTermino=2023&cbFrecuencia=MONTHLY&cbCalculo=NONE&cbFechaBase=

VALOR IPC. (20 de Octubre de 2023). Obtenido de SII: https://www.sii.cl/valores_y_fechas/utm/utm2023.htm

VALOR UF. (s.f.). Recuperado el 20 de Octubre de 2023, de SII: https://www.sii.cl/valores_y_fechas/uf/uf2023.htm

ZURITA, M. (20 de Mayo de 2022). FORBES. Recuperado el 14 de Septiembre de 2023, de FORBES: <https://forbes.cl/negocios/2022-05-20/la-belleza-luego-de-la-llegada-de-una-pandemia-como-proyecta-loreal-su-negocio-en-latinoamerica>