

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

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA Y ECONÓMICA PARA LA CREACIÓN DE UNA
BARBERÍA EN LA COMUNA DE PROVIDENCIA, REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO.**

Trabajo de Titulación para optar al título
Profesional de Ingeniería de Ejecución en
Gestión Industrial

Alumno:
Renato Campusano López

Profesor Guía:
Dr. Ing. Cristian Ahumada Vera

2025

RESUMEN

KEYWORDS: BARBERÍA - COMUNA DE PROVIDENCIA – CREACIÓN - INNOVACIÓN.

El presente trabajo, se titula "Estudio de prefactibilidad técnica y económica para la creación de una barbería en la comuna de Providencia, Región Metropolitana". El objetivo es formar e implementar un negocio en un sector de la comuna de Providencia, donde se logre abarcar una demanda perteneciente al mercado de servicios de estética para varones, se proporcionará a los usuarios una atención personalizada, cómoda y de alta calidad.

En el Capítulo 1 "Diagnóstico y metodología de evaluación", se muestra y define el proyecto en cuestión, su objetivo general y específicos, impactos relacionados a su realización y cómo puede influir la creación de la empresa en la industria.

En el Capítulo 2 "Análisis de prefactibilidad de mercado", se muestra la forma en que se determina la demanda y su proyección, se analiza el mercado actual, las competencias y la definición de una serie de variables respecto a la ubicación, promoción, los servicios ofrecidos y la determinación del precio de estos.

En el Capítulo 3 "Análisis de prefactibilidad técnica", se describen los procesos de la barbería, se seleccionan todos los equipos necesarios para llevar a cabo los servicios y se determina si están disponibles y cumplen con los requisitos técnicos. Además, se establece el personal, los costos operacionales, gastos e inversiones, siendo esta última de 317,58 UF.

En el Capítulo 4 "Análisis de prefactibilidad administrativa, legal, societaria, tributaria, financiera y ambiental", se determina de donde se van a obtener los recursos, si cumple con la normativa ambiental, que tipo de sociedad se debe constituir, el ámbito administrativo de la barbería y si cumple con la normativa legal vigente.

En el capítulo N°5 "Evaluación Económica", se evalúan 4 flujos de caja con distintos porcentajes de financiamiento externo: 75%, 50% y 25% financiado por una entidad bancaria y un flujo puro sin financiamiento externo. Además, se realizan dos sensibilizaciones, donde se determina cuanto puede variar los ingresos y egresos afectando la rentabilidad del proyecto.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN	3
1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN	4
1.1. Diagnóstico	4
1.1.1. Antecedentes generales y específicos del proyecto.....	4
1.1.2. Objetivos del proyecto.....	4
1.1.2.1. Objetivo general.....	4
1.1.2.2. Objetivos específicos.....	5
1.1.3. Antecedentes cualitativos.....	5
1.1.3.1. Evolución del mercado de barberías.....	5
1.1.3.2. Demanda en la comuna de Providencia	6
1.1.3.3. Comportamiento del consumidor	6
1.1.3.4. Tendencias actuales en barbería	7
1.1.3.5. Competencia en el sector.....	7
1.1.4. Contexto de Desarrollo del proyecto.....	8
1.1.5. Tamaño del proyecto	8
1.1.6.1. Impacto económico.....	9
1.1.6.2. Impacto Social y cultural	10
1.1.6.3. Impacto Ambiental.....	11
1.2. Metodología	12
1.2.1. Definición situación sin proyecto.....	12
1.2.2. Definición situación con proyecto	12
1.2.3. Análisis de separabilidad.....	13
1.2.4. Medición beneficio costo.....	13
1.2.5. Indicadores económicos	14
1.2.6. Criterios de evaluación	17
1.2.7. Estructura de evaluación del proyecto	18
1.2.7.1. Prefactibilidad de mercado	18
1.2.7.2 Prefactibilidad técnica.....	20
1.2.7.3. Prefactibilidad administrativa, legal, societaria, tributaria, financiera y ambiental	20

1.2.7.4. Evaluación económica.....	20
CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO	21
2. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO	22
2.1. Definición del producto	22
2.2. Análisis de la demanda actual y futura	24
2.2.1. Encuesta	26
2.2.2 Capacidad Productiva	31
2.2.3 Proyección de la demanda	32
2.2.4. Variables que afectan a la demanda	33
2.2.4.1. Precio	34
2.2.4.2. Gustos y preferencias	34
2.2.4.3. Factores climáticos	35
2.2.4.5. Desconocimiento de la empresa	35
2.4. Análisis de la oferta actual y futura.....	36
2.5. Comportamiento del mercado.....	37
2.5.1. Cinco Fuerzas de Porter.....	37
2.5.1.1. Poder de Negociación de los Clientes.....	37
2.5.1.2. Poder de Negociación de los Proveedores	38
2.5.1.3. Amenaza de Nuevos Entrantes.....	38
2.5.1.4. Amenaza de Productos o Servicios Sustitutos.....	39
2.5.1.5. Rivalidad entre Competidores Existentes.....	39
2.5.2. Análisis PESTEL.....	40
2.5.2.1. Político	40
2.5.2.2. Económico.....	40
2.5.2.3. Social	41
2.5.2.4. Tecnológico	41
2.5.2.5. Ecológico	41
2.5.2.6. Legal	42
2.5.3. Análisis FODA.....	42
2.5.3.1. Fortalezas	42
2.5.3.2. Oportunidades	43
2.5.3.3. Debilidades	43

2.5.3.4. Amenazas	44
2.6. Determinación de niveles de precio y proyecciones	44
2.7. Análisis de localización	46
2.7.1. Macrolocalización	48
2.7.2. Microlocalización	48
2.8. Análisis del sistema de comercialización	50
2.8.1. Producto	50
2.8.2. Precio	50
2.8.3. Plaza	51
2.8.4. Promoción	51
CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA	52
3. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA	53
3.1. Descripción y selección de procesos	53
3.1.1. Adquisición y compras	53
3.1.2. Administración	53
3.1.3. Servicios de barbería	54
3.1.4. Proceso de la propuesta de valor	54
3.2. Diagrama de Flujo	54
3.3. Equipos necesarios para el servicio	56
3.4. Selección de equipos	56
3.4.1. Equipos ligados al servicio de barbería	56
3.4.1.1. Tijera entresacadora	56
3.4.1.2. Tijera filo navaja	56
3.4.1.3. Tijera micro dentada	57
3.4.1.4. Máquina perfiladora	57
3.4.1.5. Máquina para corte de cabello	58
3.4.1.6. Máquina Shaver	58
3.4.1.7. Peine	59
3.4.1.8. Rociador pulverizador	59
3.4.1.9. Cepillo bota pelos	60
3.4.1.10. Toallas	60

3.4.1.11. Calentador de toallas.....	61
3.4.1.12. Toallas desechables.....	61
3.4.1.13. Brocha para afeitar.....	62
3.4.1.14. Cepillo para afeitar.....	62
3.4.1.15. Navaja.....	62
3.4.1.16. Repuestos de navajas.....	63
3.4.1.17. Bowl para afeitar.....	63
3.4.1.18. Secador de pelo.....	64
3.4.1.19. Capa de corte.....	64
3.4.1.20. Capa de tinte.....	64
3.4.1.21. Brocha de tintura.....	65
3.4.1.22. Silla de barbería.....	65
3.4.1.23. Luz led circular.....	66
3.4.1.24. Espejos.....	66
3.4.1.25. Espejo de mano.....	67
3.4.1.26. Estación de lava pelo.....	67
3.4.1.27. Pechera.....	68
3.4.2. Equipos de infraestructura.....	68
3.4.2.1. Estación de trabajo barbería.....	68
3.4.2.2. Mesita bandeja plegable.....	69
3.4.2.3. Biombo.....	69
3.4.2.4. Mueble de cocina.....	69
3.4.2.5. Microondas.....	70
3.4.2.6. Minibar.....	70
3.4.2.7. Juego de tazas.....	71
3.4.2.8. Juego de Vasos.....	71
3.4.2.9. PlayStation 5.....	72
3.4.2.10. Control PlayStation 5.....	72
3.4.2.11. Rack de TV.....	72
3.4.2.12. Televisión 50 pulgadas.....	73
3.4.2.13. Futón.....	73
3.4.2.14. Notebook.....	74

3.5. Proyectos complementarios	76
3.6. LAY OUT	76
3.7. Determinación de Insumos, productos y subproductos.	77
3.7.1. Insumos administrativos.....	77
3.7.2. Insumos de aseo	77
3.8. Consumos de energía.	78
3.8.1. Consumo de electricidad.	78
3.8.2. Consumo hídrico.....	79
3.8.3. Otros Servicios.	80
3.8.4. Resumen consumos.....	80
3.9. Programas de trabajo; Turno y gasto en personal.....	80
3.9.1. Turnos y horario de operación.	80
3.10. Personal de operaciones, cargos, perfiles y sueldos.....	81
3.11. Inversiones en equipos y edificaciones.....	82
3.11.1. Equipos e instrumentos de trabajo.	82
3.12. Capital de Trabajo.	82
3.12. Costos de instalación y puesta en marchas.	83
3.13. Costos de imprevistos.	83
3.14. Resumen Inversión Inicial.	83
CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA,	
TRIBUTARÍA, FINANCIERA Y AMBIENTAL.	84
4. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA,	
FINANCIERA Y AMBIENTAL.	85
4.1. Prefactibilidad Administrativa.....	85
4.1.1. Personal	85
4.1.3. Sistemas de información administrativos	86
4.1.4. Personal administrativo, cargos, perfiles y sueldos.	86
4.1.5. Gastos en personal	86
4.2. Prefactibilidad Legal.	87
4.2.1. Marco legal vigente.	87
4.2.2. Políticas de desarrollo industrial.	88

4.2.3. Aspectos legales del giro del proyecto.....	88
4.2.3.1. Constitución de una sociedad.....	88
4.2.3.2. Iniciación de actividades.....	89
4.2.3.3. Factibilidad para la utilización de emisión de documentos del SII.....	89
4.2.3.4. Permiso del servicio de salud.....	89
4.2.3.5. Obtención de patente comercial.....	90
4.2.4. Incentivos.....	90
4.2.5. Aspectos laborales.....	90
4.3. Prefactibilidad Societaria.....	91
4.3.1. Relación entre los inversionistas.....	91
4.3.2. Estructura societaria.....	91
4.3.3. Estimación del gasto para dar forma a la estructura societaria.....	92
4.6. Prefactibilidad Ambiental.....	92
CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	93
5. EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	94
5.1. Consideraciones a utilizar.....	94
5.1.1. Horizonte del proyecto.....	94
5.1.2. Tasa de descuento.....	94
5.1.2.1. Tasa libre de riesgo (Rf).....	95
5.1.2.2. Tasa de rentabilidad de mercado (Rm).....	95
5.1.2.3. Beta.....	96
5.1.2.4. Cálculo de la tasa de descuento.....	97
5.1.3. Moneda a utilizar.....	97
5.1.4. Impuestos.....	97
5.1.5. Valor residual.....	98
5.1.6. Depreciaciones.....	98
5.1.7. Reinversiones.....	101
5.1.8. Financiamiento del proyecto.....	101
5.1.9. Ingresos del proyecto.....	103
5.1.10. Egresos del proyecto.....	104
5.2. Proyecto puro.....	104

5.2.1. Flujo de caja puro sin financiamiento externo.....	104
5.3. Proyecto con financiamiento externo.....	106
5.3.1. Flujo de caja con 25% de financiamiento externo.	106
5.3.2. Flujo de caja con 50% de financiamiento externo.	107
5.3.3. Flujo de caja con 75% de financiamiento externo.	108
5.4. Resumen indicadores económicos.....	109
5.5. Sensibilizaciones.....	109
5.5.1. Sensibilizaciones respecto al precio del servicio de corte de cabello (ingresos).	109
5.5.2. Sensibilizaciones respecto a las remuneraciones (egresos).....	111
5.5.3. Determinación de puntos de corte.	112
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	113
BIBLIOGRAFÍA	114
ANEXOS	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2-1: Indicadores demográficos de la población total.....	24
Tabla 2-2: Indicadores demográficos de la población por sexo e índice de masculinidad.	25
Tabla 2-3. Capacidad productiva de cada servicio.....	31
Tabla 2.4- Proyección de demanda Futura	32
Tabla 2.5: Crecimiento de la oferta de la actividad económica (peluquería y otros tratamientos de belleza” en la comuna de Providencia.....	36
Tabla 2.6- Proyección de la oferta de la actividad económica “Peluquería y otros tratamientos de belleza” en la comuna de Providencia.....	37
Tabla 2.7- Precios de servicios para el cabello	45
Tabla 2.8- Precios de servicios para la barba.....	45

Tabla 2.9- Precios de servicios para el rostro	45
Tabla 2.10- Promociones	46
Tabla 2.11- Planes mensuales.....	46
Tabla 3.1- Resumen activos fijos.....	75
Tabla 3.2- Insumos administrativos	77
Tabla 3.3- Insumos de aseo	78
Tabla 3.4- Consumo de electricidad	79
Tabla 3.5- Consumo hídrico	79
Tabla 3.6- Consumo de otros servicios	80
Tabla 3.7- Resumen de consumos	80
Tabla 3.8- Turnos y horarios de operación	81
Tabla 3.9- Capital de Trabajo	82
Tabla 3.10- Puesta en marcha	83
Tabla 3.11- Resumen inversión inicial	83
Tabla 4.1- Sueldos del personal	86
Tabla 4.2- Gastos en personal.....	87
Tabla 5.1- Bonos en UF últimos 10 años por el Banco Central.....	95
Tabla 5.2- Variación índice de precio selectivo de acciones.....	96
Tabla 5.3- determinación de Beta.....	96
Tabla 5.4- Tasa impositiva.....	98
Tabla 5.5- Depreciación de activos.	100
Tabla 5.6- Tasas de financiamiento	101
Tabla 5.7- Amortización financiamiento 25%.....	102
Tabla 5.8- Amortización financiamiento 50%.....	102
Tabla 5.9- Amortización financiamiento 75%.....	103
Tabla 5.10- Ingresos del proyecto.....	103

Tabla 5.11- Egresos del proyecto	104
Tabla 5.12- Flujo de caja proyecto puro	105
Tabla 5.13- Flujo de caja proyecto financiado 25%	106
Tabla 5.14- Flujo de caja proyecto financiado 50%	107
Tabla 5.15- Flujo de caja proyecto financiado 75%	108
Tabla 5.16- Resumen indicadores económicos	109
Tabla 5.17- Sensibilización de ingresos.....	110
Tabla 5.18- Sensibilización de egresos.....	111

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2-1: Índice ce de masculinidad (ÍM)	25
Gráfico 2-2: Segregación	26
Grafico 2-3: Frecuencia de corte de cabello	26
Gráfico 2-4: Elaboración propia: Encuesta de ubicación	27
Gráfico 2-5: Valoración en experiencia.....	27
Gráfico 2-6: Aceptación de recomendación de corte de pelo	28
Gráfico 2-7: Preferencia de cualidades en la experiencia de atenderse en una barbería	28
Gráfico 2-8: Disposición al pago del servicio de corte de cabello	29
Gráfico 2-9: Percepción frente a la existencia de planes y promociones.....	29
Gráfico 2-10: Percepción frente a la venta de productos de cuidado capilar en la barbería..	30
Gráfico 2-11: Percepción frente a la existencia de servicios fuera del corte de cabello.....	30
Gráfico 2-12: Proyección de la demanda.....	33
Gráfico 5-1: Sensibilización de ingresos.....	110
Gráfico 5-2: Sensibilización de egresos.....	112

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1- Mapa comuna de Providencia	48
Figura 2.2- Ubicación del proyecto dentro de la comuna de Providencia	49
Figura 2.3- Ubicación del proyecto en la dirección José Luis Aguilar #1157-A.....	49
Figura 3.1- Tijera entresacadora.....	56
Figura 3.2- Tijera filo navaja.....	57
Figura 3.3- Tijera micro dentada.....	57
Figura 3.4- Máquina perfiladora.	58
Figura 3.5- Máquina para cortar cabello.	58
Figura 3.6- Máquina Shaver.....	59
Figura 3.7- Peine.	59
Figura 3.8- Rociador pulverizador.....	60
Figura 3.9- Cepillo bota pelos.	60
Figura 3.10- Toallas.	61
Figura 3.11- Calentador de toallas.....	61
Figura 3.12- Toallas desechables.	61
Figura 3.13- Brocha para afeitar.	62
Figura 3.14- Cepillo para afeitar.	62
Figura 3.15- Navaja.	63
Figura 3.16- Repuestos de navajas.	63
Figura 3.17- Bowl para afeitar.	63
Figura 3.18- Secador de pelo.	64
Figura 3.19- Capa de corte.....	64
Figura 3.20- Capa de tinte.....	65
Figura 3.21- Brocha de tintura.....	65

Figura 3.22- Silla de barbero.....	66
Figura 3.23- Aro de luz.....	66
Figura 3.24- Espejo.....	67
Figura 3.25- Espejo de mano.....	67
Figura 3.26- Sillón lava pelo.....	68
Figura 3.27- Pechera de barbería.....	68
Figura 3.28- Mueble para estación de trabajo.....	68
Figura 3.29- Mesita bandeja plegable.....	69
Figura 3.30- biombo.....	69
Figura 3.31- Mueble de cocina.....	70
Figura 3.32- Microondas.....	70
Figura 3.33- Minibar.....	71
Figura 3.34- Juego de tazas.....	71
Figura 3.35- Juego de vasos.....	72
Figura 3.36- PlayStation 5.....	72
Figura 3.37- Control PlayStation 5.....	72
Figura 3.38- Rack de TV.....	73
Figura 3.39- Televisión LG 50 pulgadas.....	73
Figura 3.40- Futón.....	73
Figura 3.41- Notebook.....	74
Figura 3.42- Layout.....	76

ÍNDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama 3.1- Flujo de procesos.....	55
Diagrama 3.2- Organigrama.....	85

INTRODUCCIÓN

El incremento sostenido de la industria del cuidado personal y la creciente demanda por servicios especializados han generado un entorno propicio para el desarrollo de negocios innovadores dentro de este sector. En las últimas décadas, el rubro de la barbería ha experimentado una transformación significativa, pasando de ser un servicio básico para convertirse en una experiencia integral que combina estilo, bienestar y atención personalizada. Este cambio se ha visto impulsado por la creciente preocupación de los hombres por su imagen personal, así como por la influencia de tendencias globales que han consolidado la barbería como un espacio de cultura y estilo.

En este contexto, el presente trabajo se enfoca en la evaluación de un proyecto para la creación de una barbería en la comuna de Providencia, Santiago de Chile, la cual es una de las zonas más prósperas y cosmopolitas de la capital, con una población diversa y de alto nivel adquisitivo. Además, la comuna es conocida por su dinamismo comercial y su atractivo tanto para residentes como para visitantes, lo que la convierte en un lugar estratégico para la implementación de negocios relacionados con el cuidado personal. La propuesta de este proyecto no solo busca satisfacer la demanda local de servicios de barbería, sino también ofrecer una experiencia diferenciada que combine tradición, modernidad y un alto estándar de calidad.

El análisis que se presenta tiene como principal objetivo evaluar la viabilidad técnica, económica y comercial de este emprendimiento. Para ello, se llevará a cabo un estudio detallado del mercado local, identificando las características demográficas y el comportamiento de consumo de los potenciales clientes. Asimismo, se analizará la competencia existente en el sector, considerando tanto a las barberías tradicionales como a las nuevas propuestas que han surgido en los últimos años, con el fin de determinar las oportunidades y desafíos que plantea el mercado.

En términos financieros, se realizará una proyección económica que permita evaluar los costos de implementación, los ingresos esperados y el tiempo estimado para alcanzar el punto de equilibrio. Este análisis incluirá variables como la inversión inicial, los costos

operativos, el plan de precios y las estrategias de promoción que se implementarán para atraer y fidelizar a los clientes.

Por último, se presentará una propuesta estratégica que abarcará no solo los aspectos operativos del negocio, sino también el diseño de la experiencia del cliente, un factor clave en el éxito de este tipo de emprendimientos. La barbería no solo se concibe como un lugar donde los clientes reciben un servicio, sino como un espacio en el que se promueve una experiencia de bienestar integral, que combine el cuidado personal con un ambiente cómodo, estético y relajante.

CAPÍTULO 1: DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

En este capítulo, se muestra y define el proyecto en cuestión, su objetivo general y específicos, impactos relacionados a su realización y cómo puede influir la creación de la empresa en la industria.

1.1. Diagnóstico

1.1.1. Antecedentes generales y específicos del proyecto.

El proyecto de creación de una barbería en la comuna de Providencia, Santiago de Chile, surge en respuesta a una demanda en aumento por servicios de cuidado personal masculino, enfocados en una experiencia personalizada y de alta calidad. Providencia es una zona estratégica con un alto flujo de personas y una población de perfil socioeconómico medio-alto, lo que genera un mercado favorable para el desarrollo de una barbería que no solo ofrezca cortes de cabello y arreglo de barba, sino que también entregue una experiencia completa, con un enfoque en la comodidad y el cuidado integral.

Este proyecto contempla un espacio exclusivo y moderno, diseñado para que los clientes disfruten de un ambiente relajante y estético, alineado con un concepto personalizado. Además, se integrarán productos de calidad y técnicas de barbería avanzada, promoviendo prácticas sostenibles y productos eco-amigables, en sintonía con la creciente preferencia de los consumidores hacia opciones de bajo impacto ambiental. La barbería busca posicionarse en el mercado como un espacio innovador y confiable, que atienda a las necesidades de un nicho cada vez más interesado en el cuidado personal y la experiencia de bienestar, estableciendo así una marca diferenciada que priorice tanto la satisfacción del cliente como la fidelización a largo plazo.

1.1.2. Objetivos del proyecto

1.1.2.1. Objetivo general

Crear una barbería en la comuna de Providencia, Región Metropolitana de Santiago, que se distinga por ofrecer servicios de alta calidad y personalizados, orientados a satisfacer las necesidades de los clientes bajo un enfoque de innovación.

1.1.2.2. Objetivos específicos

Objetivos específicos

- Definir un modelo de negocio innovador y eficiente para la barbería, que combine servicios personalizados, una experiencia premium para los clientes y un enfoque en la sostenibilidad.
- Diseñar la estructura administrativa y establecer la forma legal del negocio.
- Analizar las inversiones iniciales, ingresos, costos operativos, con un horizonte de evaluación que permita estimar la rentabilidad esperada en diferentes escenarios.
- Satisfacer las expectativas y necesidades del público objetivo generando valor, fidelización y diferenciación.
- Realizar una evaluación integral de la viabilidad técnica y económica del proyecto, identificando los recursos, costos, ingresos y rentabilidad necesarios para garantizar su implementación exitosa y sostenibilidad a largo plazo.

1.1.3. Antecedentes cualitativos

El sector de las barberías ha evolucionado significativamente en los últimos años, reflejando cambios tanto en las preferencias de los consumidores como en las tendencias globales de cuidado personal. En particular, los hombres han experimentado una transformación en sus hábitos de consumo, mostrando un mayor interés por el cuidado estético y la personalización de servicios, factores que han influido directamente en el renacimiento de las barberías como negocios especializados.

1.1.3.1. Evolución del mercado de barberías

Históricamente, la barbería ha sido un espacio dedicado exclusivamente al corte de cabello y el afeitado masculino, con un enfoque práctico y funcional. Sin embargo, en las últimas dos décadas, este modelo ha dado paso a una nueva concepción del negocio, donde la experiencia del cliente cobra protagonismo. Hoy en día, las barberías han adoptado un enfoque más holístico, integrando servicios que van desde el arreglo de barba y el corte de

cabello, hasta tratamientos capilares y faciales personalizados. Este cambio ha estado impulsado, en gran parte, por una creciente tendencia hacia la sofisticación en el cuidado personal masculino.

El auge de las redes sociales y la exposición a tendencias internacionales también han influido en la demanda de servicios más especializados, promoviendo un estilo de vida en el que el cuidado personal no solo es una necesidad, sino una forma de autoexpresión. La barbería moderna se ha convertido en un lugar de encuentro donde los hombres buscan una experiencia que va más allá del corte de cabello, buscando exclusividad, identidad y personalización.

1.1.3.2. Demanda en la comuna de Providencia

Providencia, una de las comunas más reconocidas de Santiago por su dinamismo comercial y alto nivel socioeconómico, presenta un mercado ideal para la creación de una barbería de estas características. Con una población diversa, que abarca desde jóvenes profesionales hasta adultos con un alto poder adquisitivo, la comuna ofrece una base de clientes potenciales interesados en servicios que combinen estilo, comodidad y calidad.

Además, Providencia se ha posicionado como un centro neurálgico en términos de tendencias de moda y cuidado personal, lo que ha favorecido el crecimiento de negocios orientados al bienestar y la estética. La afluencia de personas que trabajan en la comuna y su amplio desarrollo comercial convierten a Providencia en un lugar estratégico para implementar un proyecto que busque capturar la atención de clientes que valoran una experiencia premium en barbería.

1.1.3.3. Comportamiento del consumidor

El perfil del consumidor masculino ha cambiado notablemente en los últimos años. Los hombres han comenzado a priorizar su imagen personal, demandando servicios de alta calidad que se adapten a sus necesidades específicas. Este nuevo tipo de consumidor no solo

busca eficiencia en el servicio, sino también comodidad, ambiente y una experiencia que le ofrezca un espacio de desconexión y relajación.

La barbería tradicional ha pasado de ser vista como una necesidad práctica a convertirse en un lugar donde se cuida tanto el aspecto físico como el bienestar emocional. Esta transformación en las expectativas de los clientes implica la creación de un espacio cuidadosamente diseñado, que combine tradición con modernidad, en un entorno acogedor y estilizado.

1.1.3.4. Tendencias actuales en barbería

A nivel global, se observa una clara tendencia hacia la personalización de los servicios de barbería, con un enfoque en la oferta de tratamientos especializados según las características particulares de cada cliente, como tipo de cabello o estilo personal. Además, el auge de la barbería como experiencia social ha impulsado la creación de espacios más amplios y versátiles, donde el cliente puede disfrutar de un entorno relajado, con servicios complementarios como cafetería o bebidas, haciendo de la visita una experiencia de lujo.

En la comuna de Providencia, donde conviven profesionales y residentes con un estilo de vida activo y demandante, existe una oportunidad clara para capitalizar estas tendencias. La apertura de una barbería que ofrezca servicios personalizados, junto con una experiencia de alto nivel, permitiría captar a un público exigente, que busca calidad y exclusividad en cada aspecto de su cuidado personal.

1.1.3.5. Competencia en el sector

Aunque existe una oferta considerable de barberías en la comuna de Providencia, muchas de ellas se centran en modelos tradicionales o de menor costo. Esto deja un espacio considerable para la creación de una barbería que se distinga por su enfoque en la calidad del servicio, la personalización y la experiencia del cliente. El análisis de la competencia revela que, si bien algunas barberías han adoptado estas tendencias, aún hay una oportunidad de

diferenciarse ofreciendo una propuesta innovadora y con un fuerte énfasis en el diseño de la experiencia.

1.1.4. Contexto de Desarrollo del proyecto

El proyecto de la creación de una barbería nace al percatarse que la comuna de Providencia es una gran extensión de plusvalía, puesto que en ella se encuentran varios comercios de toda índole. Uno de estos viene siendo las barberías, que en la última década han surgido como una gran propuesta de inversión. La población masculina cada vez se preocupa más por su imagen, y dentro de esto sale a resaltar el cabello y la barba, por lo que existe la oportunidad dentro del mercado, de brindar un servicio a los usuarios con el que queden más que satisfechos, y puedan fidelizar su comportamiento con el negocio.

1.1.5. Tamaño del proyecto

Para la elaboración del presente proyecto se requerirá un local físico donde se lleven a cabo los servicios de barbería, el cual contará con 42 m². Este será un espacio donde se encuentre el área de corte y estilismo, la recepción y zona de espera. También, el establecimiento contará con 2 baños, 1 para el personal y otro para los clientes, y por último un pequeño espacio para guardar cosas personales de los trabajadores.

La barbería será atendida por 3 personas, las cuales tendrán altos conocimientos y experiencia en estilismo para varones. Uno de los barberos contará con facultades administrativas, siendo el quien se encargue de la gestión del negocio.

Se dimensiona en promedio una cantidad de 108 personas atendidas semanalmente, logrando una cifra en cuanto al servicio principal de 432 cortes al mes.

Según la clasificación del Servicio de Impuestos Internos este proyecto se clasifica como miniempresa o Pyme, ya que se estima que las ventas anuales no superarán las 2400 UF.

Teniendo en cuenta estos factores la estimación de la inversión inicial necesaria será aproximadamente de \$12.000.000, equivalente a unas 317 UF.

1.1.6. Impactos relacionados con el proyecto

1.1.6.1. Impacto económico

Generación de empleo: Una barbería, como cualquier negocio también puede ser una oportunidad para generar empleo, en este caso para personas enfocadas en trabajos de servicios de barbería y peluquería para varones.

Estimulación de la economía local: Al abrir un negocio como la barbería, esta contará con atracción de clientes, lo cual trae consigo una estimulación en la economía local, al existir oportunidades de consumo al alrededor del negocio.

Colaboración con proveedores: Las barberías a menudo cuentan con la necesidad de abastecerse de materiales, herramientas y productos para realizar sus servicios de estilismo, es por esto que es fundamental la contar con la colaboración de proveedores, así logrando tener un impacto económico positivo en la comunidad al apoyar a otras empresas.

Inversión en infraestructura y equipamiento: Para operar una barbería, esta puede requerir inversiones en infraestructura y equipamiento, como la construcción o adaptación de las instalaciones, la compra de sillas, espejos, herramientas de peluquería, equipos de limpieza y otros elementos necesarios para brindar servicios de calidad. Estas inversiones pueden tener un impacto económico positivo a través de la creación de empleo y el gasto en bienes y servicios relacionados.

Contribución fiscal: El negocio de una barbería también puede tener un impacto económico a través de la contribución fiscal. Al generar ingresos y beneficios, la empresa puede contribuir al pago de impuestos locales y nacionales, lo que a su vez puede ayudar a financiar servicios públicos y programas comunitarios.

Es importante tener en cuenta que los impactos económicos pueden variar dependiendo del tamaño de la empresa, su ubicación geográfica y otros factores. Sin

embargo, en general, una empresa de este tipo puede tener un impacto económico positivo al generar empleo, estimular la economía local y contribuir a la comunidad a través de sus actividades comerciales.

1.1.6.2. Impacto Social y cultural

Abrir una barbería en la comuna de Providencia, podría tener varios impactos sociales y culturales, considerando las características particulares de esta zona. Algunos de los impactos más relevantes podrían ser los siguientes:

Impactos sociales

Dinamización de la economía local: Las barberías son negocios que contribuyen al desarrollo económico local. En Providencia, que es una comuna de clase media-alta con un sector comercial activo, una nueva barbería podría atraer a residentes y visitantes, creando empleo y generando ingresos para la comunidad.

Espacio de socialización: Las barberías tradicionales no solo brindan servicios estéticos, sino que también funcionan como lugares de encuentro. En una comuna como Providencia, que cuenta con una población diversa (jóvenes profesionales, familias, estudiantes universitarios), la barbería podría convertirse en un lugar donde personas de distintos grupos sociales se reúnen y conectan.

Impactos culturales

Fusión de tendencias modernas y tradicionales: Dependiendo del enfoque de la barbería, puede generar un impacto cultural al ofrecer una combinación entre servicios tradicionales y modernos. Por ejemplo, una barbería que conserve elementos de la barbería clásica, pero los mezcle con tendencias contemporáneas (como cortes de estilo urbano o hipster), puede atraer a un público que valore tanto la tradición como la innovación.

Preservación y evolución de la cultura urbana: Providencia es una comuna que tiene una mezcla interesante de lo moderno y lo tradicional en términos culturales. Una barbería que se integra en esta dinámica podría servir como un espacio que promueva ciertos estilos

de vida urbanos, como la moda hipster o incluso movimientos culturales relacionados con el arte urbano, la música y la moda, fortaleciendo la identidad cultural de la comuna.

Cambio en la oferta cultural y estética: La aparición de una barbería podría influir en la oferta cultural de la comuna. Las barberías modernas a menudo se asocian con el arte y la moda, y es posible que el lugar, además de ofrecer cortes de pelo, promueva la venta de productos locales, arte, o incluso eventos culturales como exposiciones o presentaciones de música en vivo, lo que añadiría diversidad a la vida cultural de la comuna.

1.1.6.3. Impacto Ambiental

Los negocios de barbería, al igual que cualquier otro negocio, pueden generar diversos impactos ambientales, tanto positivos como negativos. A continuación, se presentan algunos aspectos clave a considerar para minimizar su impacto en el entorno:

Consumo hídrico: La barbería cuenta favorablemente con un bajo consumo de agua, donde su uso se enfoca principalmente en el lavado de pelo y los dispensadores de agua en botellas con sistema de espray, para humedecer el cabello en el servicio de corte. Además, existe consumo hídrico en el uso del baño y al calentar agua para servir té o café a los clientes si así le gustan.

Energía: El funcionamiento diario de las instalaciones de la empresa, como la iluminación, la calefacción o el aire acondicionado, puede resultar en un consumo significativo de energía. Se recomienda emplear tecnologías eficientes, como iluminación LED y equipos energéticamente eficientes, así como implementar prácticas de conservación energética, como apagar los equipos cuando no estén en uso.

Gestión de residuos: El negocio de una barbería puede generar diversos residuos, entre ellos se encuentran principalmente desechos biológicos de cabello y residuos cortopunzantes correspondientes a las navajas ocupadas en cada cliente. Es por esto que es importante para la barbería contar con un sistema adecuado de gestión de residuos, donde

se realice la clasificación y reciclaje de los desechos, dando un final correcto a la basura emitida.

1.2. Metodología

1.2.1. Definición situación sin proyecto

Actualmente, en zonas cercanas a la ubicación objetivo, solo se encuentran barberías en av. Irarrazabal y en barrio Italia, sectores que cuentan con una alta circulación de personas. Sin embargo, estas se encuentran a una distancia de entre 1 kilómetro a 900 metros, es por esto que existe una escasez de servicios enfocados al estilismo masculino para los vecinos y personas que transitan día a día cerca de las intersecciones de Miguel Claro con av. Santa Isabel. Por ende, existe una oportunidad de negocio para satisfacer la demanda de la locación, y así generar un valor adicional al entorno.

1.2.2. Definición situación con proyecto

La implementación de este proyecto generaría un servicio adicional de barbería y estilismo para varones en una zona (800 mts a la redonda) ausente de este, dándole la oportunidad a las personas que se quieran atender en el local, de brindarles un ambiente cómodo y una atención personalizada de barbería, acompañadas con propuestas de valor como servicio de bebestibles y zona recreativa de espera. Además, el negocio tendrá disponibilidad de lunes a sábado incluyendo festivos, encontrándose en una buena localización, de fácil acceso y disposición de traslado.

Todo lo antes mencionado tiene como objetivo brindar un servicio de barbería del más alto nivel, con el uso de herramientas y productos de una alta calidad en las manos de personas de vasta experiencia y profesionalismo, así generando toda una experiencia el ir a cortarse el cabello.

1.2.3. Análisis de separabilidad

El análisis de separabilidad es una herramienta fundamental en la evaluación y toma de decisiones para la inversión. Este consiste en descomponer el proyecto en subproyectos; con el fin de que sean más pequeños y manejables, para así poder evaluar de forma individual su viabilidad.

El proyecto se plantea en base a la implementación en primera instancia de solo un recinto de barbería, por lo que no requiere ser revisado ni analizado bajo la separabilidad.

Para el éxito de tal se debe considerar factores que pueden variar en el tiempo, como es la normativa legal, costos asociados, área geográfica, etc. Por ello, el éxito del proyecto no asegura que de querer replicar debe ser bajo las mismas condiciones; se deberá reevaluar y analizar en ese contexto. Sin embargo, el análisis a generar será una base para nuevas propuestas y evaluaciones.

1.2.4. Medición beneficio costo

Los beneficios de la empresa están reflejados directamente en los ingresos percibidos, los cuales se obtienen de la siguiente forma:

- Servicios de barbería (estos se pueden solicitar individual, en promociones o bajo un plan).
- Servicios para el cuidado del cabello.
- Servicios para el cuidado de la barba.
- Perfilado de cejas.
- Depilación facial.

Por otro lado, los costos que se generan a raíz del proyecto son los siguientes:

Costos de inversión: Son aquellos costos que corresponde a la compra de activos para realizar los servicios de barbería, capital de trabajo, puesta en marcha y costos de imprevistos.

Costos operacionales: Aquellos equivalente a sueldos, insumos, servicios generales varios.

1.2.5. Indicadores económicos

Al estar hablando de un indicador, nos referimos a una medida cuantitativa o cualitativa que se utiliza con el fin de evaluar el progreso, eficiencia, eficacia e impacto de un proyecto o actividad. Estos indicadores permiten comparar el desempeño actual, con el objetivo de poder facilitar la identificación de desviaciones o problemas, de esta manera poder tomar acciones correctivas e incluso decisiones.

En economía, los indicadores son datos estadísticos cuantitativos que buscan el análisis económico en base a información específica, ya sea de un periodo pasado o presente. Básicamente con ellos puedes conocer cómo se encuentra la economía.

Para los inversionistas, estos indicadores permiten brindar un análisis con el que pueden interpretar el mercado para sus inversiones. Estos indicadores serán claves para establecer la factibilidad de los objetivos, toma de decisiones y mejora del desempeño del proyecto. Los indicadores para utilizar serán los siguientes:

Valor actual neto o valor actualizado neto (VAN)

El VAN es un criterio de inversión que consta en actualizar los cobros y pagos de una inversión. Esta actualización trae todos los flujos futuros (ingresos como egresos) a valor presente, de esta forma se puede conocer el valor monetario con el que será comparada la inversión.

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

En donde:

F_t : Flujo de dinero en cada periodo t.

I_0 : Inversión en el momento inicial (t=0).

n: Números de periodos de tiempo.

k: Tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión.

El VAN permite tomar dos tipos de decisiones, la primera analizar si la inversión es factible o no y segundo ver qué inversión es mejor sobre la otra. En base a los siguientes criterios.

- $VAN > 0$; Genera Beneficios, Rentabilidad del proyecto.
- $VAN = 0$; El proyecto no generará beneficios ni pérdidas; por ende, en un principio es indiferente.
- $VAN < 0$; El proyecto de inversión generará pérdidas, por lo que se recomienda rechazar.

Tasa interna de retorno (TIR)

El TIR es la tasa de interés o rentabilidad que nos ofrece la inversión, es el porcentaje de beneficio o pérdida que conlleva. Para ser más exacto mide la cantidad que no se ha retirado del proyecto, es decir cuánta rentabilidad le queda a la inversión. Otra característica de este indicador es que permite comparar las inversiones entre ellas. Cuanto mayor sea este, mejor será la inversión.

Brinda información acerca de cuál es el tipo de interés que debemos lograr para que la rentabilidad obtenida de la inversión sirva para cubrir todos los costes de esta. Esta información es la que marca la línea que determina si es una inversión rentable o no.

Además, es un indicador que está muy relacionado con el VAN. De hecho, el TIR se define también como el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero.

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

Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Cuando se habla del PRI se refiere a un indicador que permite saber cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente, este indicador puede revelar con precisión en cuantos años, meses y días, la fecha en la que será cubierta la inversión inicial.

Este indicador no considera todos los flujos del proyecto, ignora aquello que se produce con posterioridad al plazo de recuperación, en otras palabras, determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión, pero este resultado se debe comparar con la cifra que sugiere el inversionista.

Es una métrica fundamental ya que permite calcular el riesgo, y anteponer si un proyecto de inversión será rentable o no, ya que cuanto más largo sea el periodo, menor será el beneficio.

$$PRI = A + (B + C)/D$$

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 a inversión.

D: Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

IVAN

Corresponde a la relación entre el valor actual neto y la inversión inicial.

$$IVAN = VAN / I$$

Donde:

VAN: Valor actual neto.

I: Inversión inicial.

1.2.6. Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación proporcionan elementos de juicio para tomar decisiones importantes, que en conjunto a otros tipos de información (social, económica, ambiental, etc), decida sobre la conveniencia o no de realizar la inversión que se analiza. Desde el punto de vista económico los indicadores mencionados, serán claves para la toma de decisiones.

Evaluación de flujo de caja (VAN)

Para el proyecto se evaluará el VAN de cuatro formas; la primera sin financiamiento (proyecto puro), la segunda con financiamiento del 25%, la tercera con financiamiento del 50% y por último un financiamiento del 75%. En cualquiera de estos casos se debe cumplir que:

$VAN \geq 0$; se aceptará el proyecto.

$VAN < 0$; se rechazará el proyecto.

Evaluación tasa interna de retorno (TIR)

Se evaluará la tasa interna de retorno, para determinar si el proyecto se encuentra en función de una única tasa de rendimiento anual, buscando que los beneficios sean iguales a los desembolsos. Para ello se debe cumplir que.

$TIR \geq$ Tasa de descuento, se aceptará el proyecto.

$TIR <$ Tasa de descuento, se rechazará el proyecto.

Evaluación periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Se establece que si el periodo de recuperación de la inversión es menor o igual al periodo de evaluación. De cumplirse esto se aceptará el proyecto, de lo contrario se debe rechazar. Se debe considerar que el proyecto tiene un horizonte de 4 años.

1.2.7. Estructura de evaluación del proyecto

La estructura de evaluación determina metodologías, criterios y herramientas a utilizar para analizar el desempeño, progreso y resultado de un proyecto. Se busca poder proporcionar una visión clara y objetiva.

Los análisis o estudios de prefactibilidad permiten un análisis preliminar, antes de inyectar o comprometer recursos significativos en un proyecto. Sirven para evaluar la viabilidad inicial y determinar si vale la pena llevar a cabo el estudio de factibilidad. Esto implica evaluar los riesgos, las limitaciones económicas y los pasos necesarios para la ejecución. Sin este conocimiento, los imprevistos pueden obstaculizar el progreso y socavar los objetivos.

Gabriel Baca, en su libro Evaluación de proyecto (2001) define a la evaluación de proyectos como “Una materia interdisciplinaria, ya que durante la elaboración de un estudio de este tipo intervienen disciplinas como estadística, investigación de mercados, investigación de operaciones, ingeniería de proyectos, contabilidad en varios aspectos, distribución de la planta, finanzas, ingeniería económica y otras”.

El resultado de estas variables será analizado para ver la factibilidad de la creación de una barbería en la comuna de Providencia, en la Región Metropolitana, ciudad de Santiago de Chile.

1.2.7.1. Prefactibilidad de mercado

El estudio tiene como objetivo evaluar la viabilidad inicial de un proyecto desde la perspectiva del mercado. Se centra en entender la demanda potencial de los productos o servicios que se pretenden ofrecer, así como analizar la competencia y las condiciones del mercado en el que se planea ejecutar.

Este estudio nos entregará información valiosa sobre el entorno en que pretende aplicar el servicio. Dentro de las cosas que podemos obtener del estudio de mercado encontramos puntos fundamentales a evaluar.

- Tamaño y segmentación del mercado: Comprende el tamaño total del mercado, identifica los diferentes segmentos y sus características.
- Demanda y tendencias: Revela la necesidad y preferencias de los consumidores, así como la tendencia actual y futura. Proporciona información de que están consumiendo, cómo y por qué.
- Competencia: Identifica competidores actuales y potenciales, así como también permite evaluar fortalezas y debilidades. Incluye el análisis de precios, calidad, presencia y percepción.
- Clientes potenciales: Comprende quiénes son los clientes potenciales y cómo llegar a ellos de manera efectiva.
- Barreras de entrada: Identifica obstáculos que se podrían presentar en la entrada al mercado, como regulaciones, costos, barreras tecnológicas.
- Precios y márgenes: comprende la estructura de precios del mercado y evalúa los márgenes de beneficios esperados. Ayuda a determinar la rentabilidad y la estrategia de fijación de precios.
- Riesgos y oportunidades, ambos asociados al mercado objetivo.
- Proyecciones financieras.

En base a todos los datos e información recopilada anteriormente, el estudio de mercado permite realizar proyecciones financieras preliminares y evalúa la viabilidad económica.

Todas estas variables o respuestas proporcionan información necesaria para la toma de decisiones fundamentales, tanto estratégicas como para maximizar las oportunidades de éxito de barbería.

1.2.7.2 Prefactibilidad técnica

Aquí se analizan los apartados técnicos que son requeridos para el proyecto, como los equipos, herramientas y el lugar físico donde se situé, para determinar si cumplen con las cualidades y especificaciones necesarias para poder realizar el proyecto. Estos son la base para el cálculo financiero y su viabilidad.

1.2.7.3. Prefactibilidad administrativa, legal, societaria, tributaria, financiera y ambiental

En esta etapa del estudio se investigan y evalúan ciertos factores que son vitales para poner en marcha el proyecto, ya que se determina de donde se obtienen los recursos, si se cumple o no la normativa legal, el tipo de sociedad a constituir para el negocio, las funciones administrativas, entre otras.

1.2.7.4. Evaluación económica

Se analiza en base a la información recopilada del estudio de mercado y el estudio técnico, si el proyecto es rentable o no a través de su horizonte de planeación, aplicando cálculos mediante flujos de caja con distintas fuentes de financiamiento.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

2. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

En este se muestra la forma en que se determina la demanda y su proyección, se analiza el mercado actual, las competencias y la definición de una serie de variables respecto a la ubicación, promoción, los servicios ofrecidos y la determinación del precio de estos.

2.1. Definición del producto

La barbería enfoca sus actividades y recursos en brindar servicios de estilismo para varones y personas con pelo corto.

Los productos para comercializar en la barbería son:

- Servicio de corte de cabello: Consta de un corte de pelo con distintas máquinas y tijeras según lo requiera el estilo que desee el cliente. De igual manera este servicio brinda la opción de un lavado de pelo previo al corte.
- Servicio de decoloración total o visos: En este servicio se le aplica decolorante al cliente en la totalidad de su cabello, o bien si prefiere con el uso de un gorro para realizar los visos. Luego de aplicar el producto, se enjuaga el cabello y se aplica matizador hasta llegar al punto deseado. Si el cabello natural es de color muy oscuro, tendrá que repetirse el proceso.
- Servicio de restauración de color: El cliente al momento de agendar informará el color del tinte que quiera aplicarse, para que el personal de la barbería cuente con tiempo para abastecerse de este. Luego en el local al brindarle el servicio se le aplicará de la manera más prolija posible.
- Servicio de permanentes: Este servicio está enfocado en los clientes con pelo liso, a los cuales se les realiza un peinado ondulado con el uso de unos bigudíes, que son unos tubos para permanentes. El cabello adopta una forma ondulada en parte o en todo su volumen, este depende del crecimiento de su folículo piloso.

- Servicio de perfilado de barba: Al cliente se le perfila la barba con el uso de navaja y según el estilo que más desee. Incluye gel de afeitar, vapor y aceite para no irritar su piel.
- Servicio de rebaja de barba a máquina: Con el uso de una maquina se rebaja la barba al punto que más desee el cliente.
- Servicio de afeitado de barba al ras: Se le coloca una toalla caliente en la zona del mentón, mejillas y cuello al cliente para abrir los poros de la piel, luego se le retira y aplica una crema de afeitar, para posteriormente con el uso de una navaja se afeita en su totalidad al cliente. Incluye gel de afeitar, vapor, navaja más crema Post afeitado para no irritar su piel y evitar impurezas.
- Servicio de perfilado de cejas: Al cliente se le aplica un gel en la zona alrededor de las cejas y luego se perfilan con el uso de una navaja.
- Servicio de depilación facial: Con el uso de una cera, se retira el exceso de bello en zonas de pómulos, orejas y fosas nasales. Se procura realizar el retiro de la cera de forma rápida para evitar el dolor en el cliente.
- Limpieza Facial: En primera instancia al cliente se le pasa una toallita húmeda sobre toda la superficie de su cara, para posteriormente aplicar una mascarilla facial de carbón, vapor y crema hidratante con el finde exfoliar y retirar impurezas.

Propuesta de Valor.

La barbería está enfocada en brindar servicios de alta calidad con el objetivo de la completa satisfacción del cliente, es por lo que se generan propuestas de valor para que los usuarios consideren el negocio más llamativo frente a la competencia.

En el local habrá una zona denominada “espera entretenida”, el cual consiste en un espacio donde el cliente pueda recrearse mediante juegos de consola, más específicamente con un PlayStation 5, esto mientras espera que le toque su turno para el servicio deseado.

Además, cuando el usuario este recibiendo los servicios de estilismo, se le ofrecerán galletas y un bebestible, ya sea café, té o agua según su preferencia, esto para generar un valor agregado a su experiencia.

2.2. Análisis de la demanda actual y futura

Actualmente los servicios en cuanto a actividades de peluquería, barberías y establecimientos ligados al campo de la estética y a su cuidado son altamente demandados, puesto que son servicios que tienen una gran importancia para la gente, ya que brindan mejoras a su imagen personal.

Según los datos oficiales brindados por el último Censo del 2017 (no se consideran los del Censo realizado este 2024, puesto que salen a la luz en marzo de 2025) en la región Metropolitana existe una cantidad de 7.112.808 personas.

En base a esto, se debe ubicar en la comuna objetivo donde se desempeñará la barbería, la cual es la comuna de Providencia. Esta según los datos del Censo 2017, cuenta con un registro de una población de 142.079 habitantes, proyectando a este año (2024) un aumento del 15,44% (ver tabla 2-1).

Tabla 2-1: Indicadores demográficos de la población total

Población por Área Urbana-Rural						
Unidad Territorial	Censo 2017		Proyección 2024		% Ruralidad	
	Urbana	Rural	Urbana	Rural	Censo 2017	Proyección 2024
Comuna de Providencia	142.079	0	164.009	0	0,0	0,0
Región Metropolitana de Santiago	6.849.310	263.498	8.109.367	311.362	3,7	3,7
País	15.424.263	2.149.740	17.824.977	2.261.400	12,2	11,3

Fuente: Biblioteca Nacional del Congreso de Chile: “Providencia Indicadores 2024”

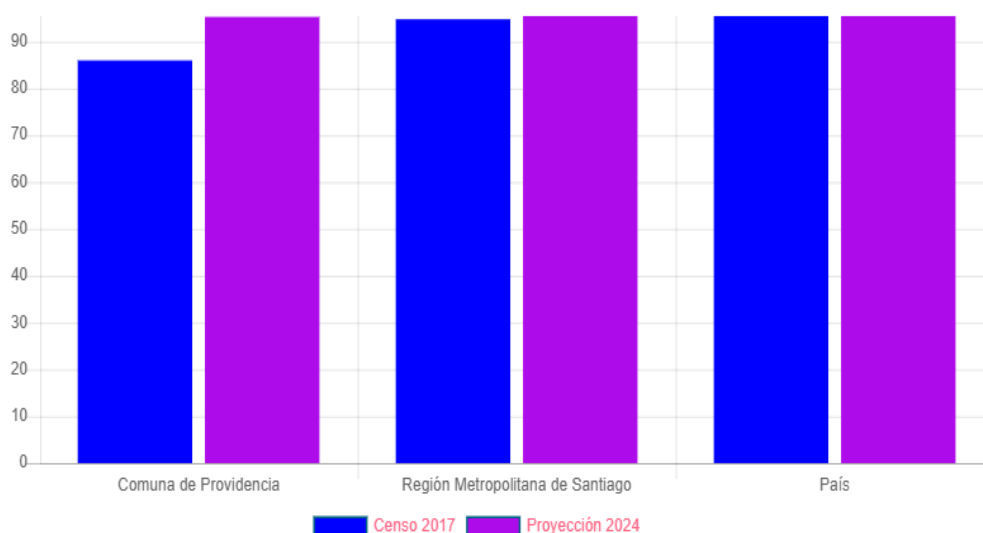
Siguiendo por la misma línea, la demanda objetivo en este proyecto es el público masculino dentro de la comuna, por lo tanto, la cantidad habitantes se reduce aproximadamente a la mitad, definiendo una demanda y una proyección de esta en el 2024 a 80.980 personas como potenciales clientes.

Cabe destacar que de igual forma la barbería atenderá personas que se encuentren fuera de la cifra antes mencionada, puesto que habrá gente de otras comunas que estén interesadas en contar con los servicios que ofrezca el negocio (ver Tabla 2-2).

Tabla 2-2: Indicadores demográficos de la población por sexo e índice de masculinidad.

Población por sexo e índice de masculinidad						
Unidad Territorial	Censo 2017		Proyección 2024		Índice Masculinidad (IM)	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Censo 2017	Proyección 2024
Comuna de Providencia	65.710	76.369	80.029	83.980	86,0	95,3
Región Metropolitana de Santiago	3.462.267	3.650.541	4.166.844	4.253.885	94,8	98,0
País	8.601.989	8.972.014	9.910.500	10.175.877	95,9	97,4

Fuente: Biblioteca Nacional del Congreso de Chile: "Providencia Indicadores 2024"



Fuente: Biblioteca Nacional del Congreso de Chile: "Providencia Indicadores 2024"

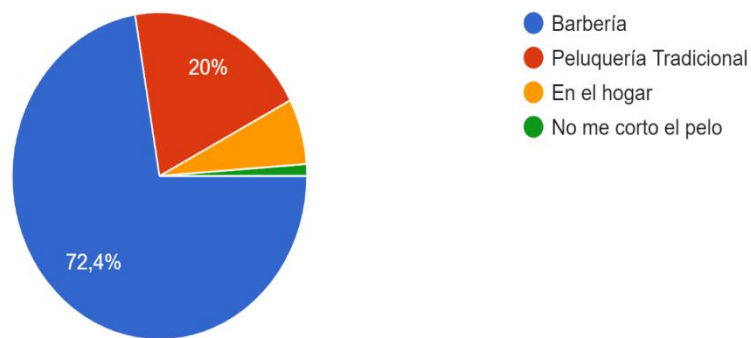
Gráfico 2-1: Índice de masculinidad (ÍM)

2.2.1. Encuesta

Se realizó una encuesta vía Google Forms para un tamaño de muestra de 170 datos (una calculadora de tamaño muestral arrojó que el tamaño mínimo de muestras para una población de 68000 es de 68 datos bajo un nivel de confianza del 90%, sin embargo, se prefirió aumentar el número hasta obtener una muestra de 170 datos para mayor precisión) con el enfoque de un público local proveniente de la comuna objetivo Providencia, sumado a comunas limítrofes. Basado en esto se recopiló la siguiente información:

¿Dónde te cortas el pelo?

170 respuestas

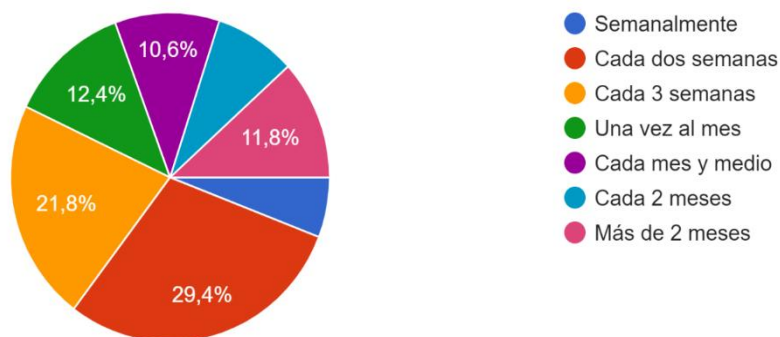


Fuente: Elaboración propia "Encuesta Proyecto Barbería"

Gráfico 2-2: Segregación

¿Cada cuanto te cortas el pelo?

170 respuestas

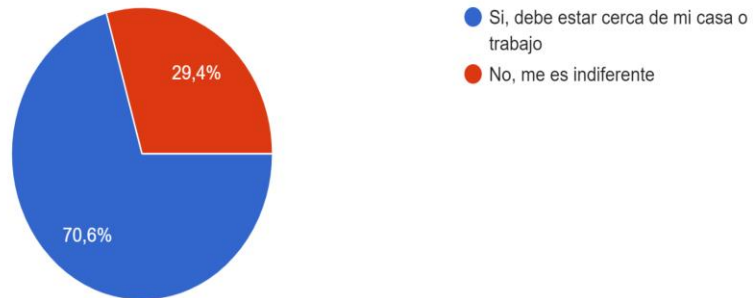


Fuente: Elaboración propia "Encuesta Proyecto Barbería"

Gráfico 2-3: Frecuencia de corte de cabello

¿Es para ti importante la distancia a la cual se encuentre la barbería donde quieras atenderte?

170 respuestas

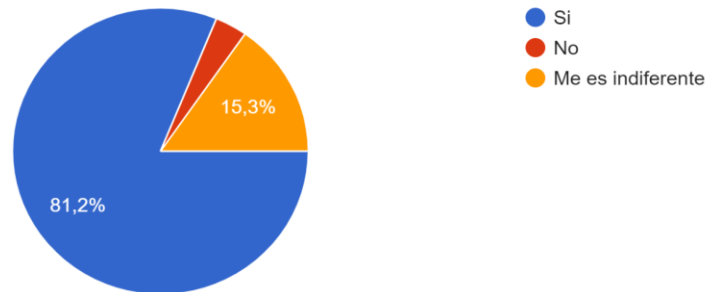


Fuente: Elaboración propia "Encuesta Proyecto Barbería"

Gráfico 2-4: Elaboración propia: Encuesta de ubicación

¿Valorarías que los barberos cuenten con experiencia y un portafolio de sus cortes?

170 respuestas

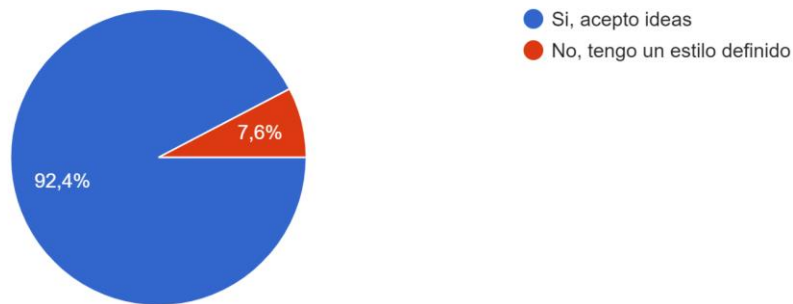


Fuente: "Elaboración propia "Encuesta Proyecto Barbería"

Gráfico 2-5: Valoración en experiencia

¿Aceptas recomendaciones del barbero a la hora de hacerte el corte de pelo?

170 respuestas

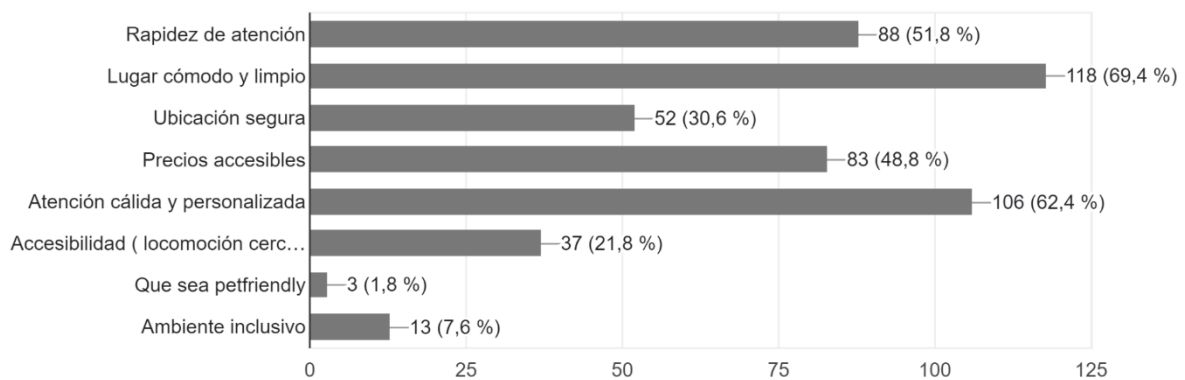


Fuente: Elaboración Propia "Encuesta Proyecto Barbería"

Gráfico 2-6: Aceptación de recomendación de corte de pelo

¿Qué es lo que mas valoras en la experiencia de ir a la barbería? (por favor selecciona un máximo de 3 opciones)

170 respuestas

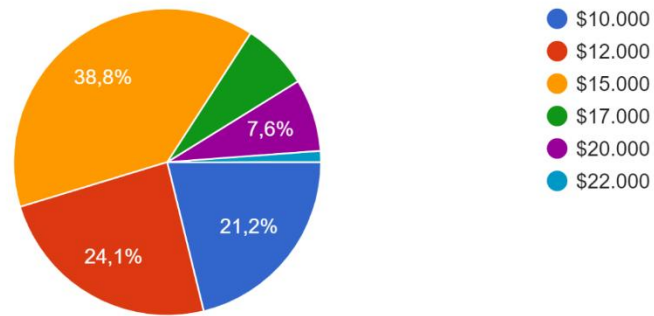


Fuente: Elaboración propia "Encuesta Proyecto Barbería"

Gráfico 2-7: Preferencia de cualidades en la experiencia de atenderse en una barbería

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un servicio de corte de pelo (lavado incluido)?

170 respuestas

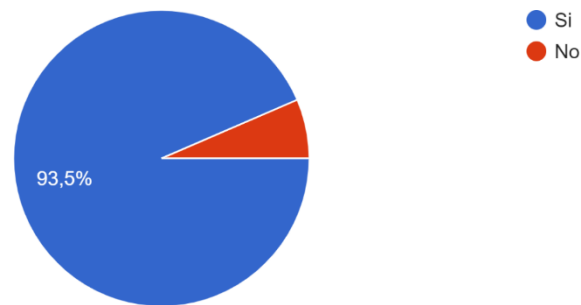


Fuente: Elaboración propia "Encuesta Proyecto Barbería"

Gráfico 2-8: Disposición al pago del servicio de corte de cabello

¿Apreciarías el que exista planes mensuales de servicios y distintas promociones?

170 respuestas

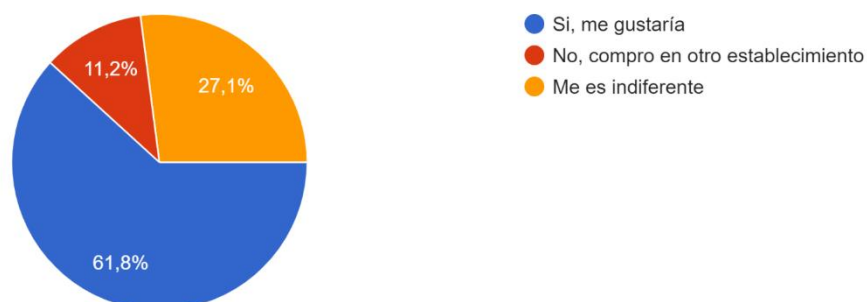


Fuente: Elaboración propia "Encuesta Proyecto Barbería"

Gráfico 2-9: Percepción frente a la existencia de planes y promociones

¿Valoras el hecho de que se vendan productos de cuidado capilar en la barbería?

170 respuestas

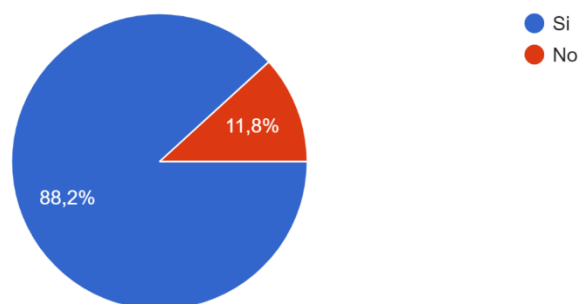


Fuente: Elaboración propia "Encuesta Proyecto Barbería"

Gráfico 2-10: Percepción frente a la venta de productos de cuidado capilar en la barbería

¿Te interesan los servicios de una barbería aparte del corte de pelo? (corte de barba, perfilado de cejas, depilación facial, decoloraciones, permanentes, etc)

170 respuestas



Fuente: Elaboración propia "Encuesta Proyecto Barbería"

Gráfico 2-11: Percepción frente a la existencia de servicios fuera del corte de cabello

2.2.2 Capacidad Productiva

Dado que la barbería ofrecerá sus servicios en un local fijo, hay que tener en cuenta las limitaciones que establece el espacio y personal, lo que será determinante para la capacidad de producción de la empresa.

Se debe considerar que el negocio atenderá 6 de los 7 días a la semana, en donde serán definidos los tiempos de cada servicio. Se usará de ejemplo práctico el servicio más demandado, el cual es el corte de cabello, que en promedio se realiza en un tiempo de 45 minutos, sin embargo, se fijará en 1 hora para incorporar los tiempos muertos entre cada cliente. Al haber 2 sillas se podrán atender 2 clientes a la vez. En la siguiente Tabla 2.3 se consideran todos los servicios:

Tabla 2-3. Capacidad productiva de cada servicio

Servicio	Tiempo del servicio (hrs)	Capacidad diaria por silla (9 hrs)	Capacidad diaria de la barbería	Capacidad Semanal de la barbería	Capacidad Mensual de la barbería	Capacidad Anual de la barbería
Corte de cabello (lavado incluido)	1,00	9,00	18,00	108,00	432	5184
Diseño con navaja	0,50	18,00	36,00	216,00	864	10368
Corrección de color	2,00	4,50	9,00	54,00	216	2592
Decoloración global	3,00	3,00	6,00	36,00	144	1728
Visos	3,00	3,00	6,00	36,00	144	1728
Permanentes	2,00	4,50	9,00	54,00	216	2592
Perfilado de barba	0,25	36,00	72,00	432,00	1728	20736
Afeitado de barba al ras	0,50	18,00	36,00	216,00	864	10368
Rebaje de barba con maquina	0,17	54,00	108,00	648,00	2592	31104
Perfilado de cejas	0,17	54,00	108,00	648,00	2592	31104
Limpieza facial	0,50	18,00	36,00	216,00	864	10368
Depilación en pomulos	0,17	54,00	108,00	648,00	2592	31104
Depilación en orejas	0,17	54,00	108,00	648,00	2592	31104
Depilación de vello nasal	0,17	54,00	108,00	648,00	2592	31104

Fuente: Elaboración propia

Las cifras recién mostradas son en base a lo más cercano que se puede definir el tiempo de cada servicio, ya que estos generalmente varían por el cliente y sus gustos específicos de como desee que se le realice.

2.2.3 Proyección de la demanda

Establecer la proyección de la demanda es una de las mayores dificultades a la hora de realizar un estudio de mercado, puesto que es ineludible y la proyección misma se hace en base a niveles de incertidumbre, para poder determinar de la forma más precisa el tamaño del mercado que potencialmente consumirán los servicios que realice la barbería, y en consecuencia los ingresos que se puedan percibir.

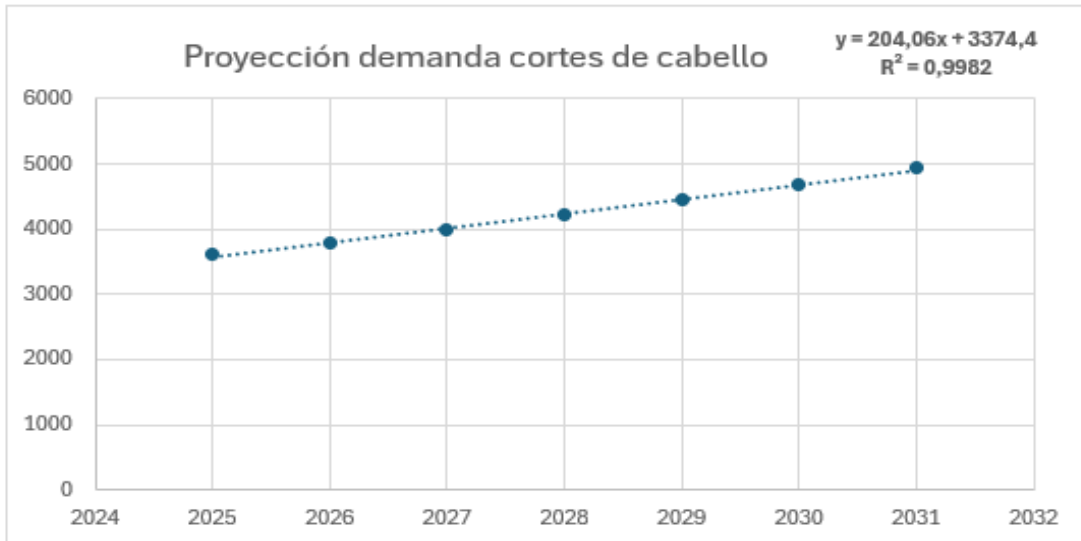
Existen varias técnicas para pronosticar el comportamiento del mercado, de las cuales para este estudio se opta por el uso del modelo estadístico de regresión lineal. Para este se tendrá en cuenta el servicio de corte de cabello, ya que es el que contará con una demanda más estable al ser el servicio más solicitado dentro del catálogo.

Basado en la encuesta realizada, se obtiene el dato que el 69,5% de los encuestados se realizan el servicio mínimo una vez dentro del mes en establecimientos de barbería, por lo que se tomará ese porcentaje para ubicar la cantidad demandada para el primer año según la capacidad productiva, para posteriormente incrementar anualmente según el indicador de crecimiento del mercado (Tabla 2.6), el cual es un 5,4% (ver Tabla 2.4).

Tabla 2.4- Proyección de demanda Futura

Año	Proyección demanda cortes de cabello
2025	3603
2026	3797
2027	4002
2028	4219
2029	4446
2030	4687
2031	4940
2032	5206

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 2-12: Proyección de la demanda

Luego de aplicar el modelo es posible determinar el grado de precisión y confiabilidad de los resultados de la regresión. Para esto, se utiliza el coeficiente de correlación (r^2), que señala que tan correcto es la estimación de la ecuación de regresión. En este caso, el resultado arroja que el r^2 corresponde a un 0,9982, lo que equivale a un 99,82%. Este dato dice que la relación entre las variables es extremadamente fuerte y positiva, con muy bajo nivel de riesgo y dándonos una mirada favorable hacia el futuro.

También es importante mencionar que según el modelo, en el año 2032 la demanda superaría la capacidad productiva de la barbería, por lo que habría que ampliar el negocio si se quisiera abarcar más mercado.

2.2.4. Variables que afectan a la demanda

El estudio de la demanda y las variables que puedan afectar en ella son cruciales para obtener una guía y enfocar las estrategias de marketing, comerciales, productivas, entre otras. Es fundamental analizar rigurosamente cada uno de estos factores y preparar una estrategia de negocios que se adapte a las necesidades de su mercado objetivo con el fin de maximizar la demanda de sus servicios. Las variables que afectan la demanda son las siguientes:

2.2.4.1. Precio

Uno de los factores clave que afecta la demanda siempre será el precio, ya que, si el valor del servicio es muy alto, las personas pueden buscar opciones más económicas en otros establecimientos u optar por alternativas como cortarse el pelo en el hogar, o bien de plano no cortárselo. Por otro lado, si el precio es muy bajo se puede tender a desconfiar de que el servicio ofrecido sea de baja calidad.

Para alinear las dos situaciones ya mencionadas, se optará por buscar un equilibrio entre ambos extremos sin dejar a un lado la sostenibilidad del proyecto. El valor se fijará teniendo en cuenta los precios que se manejan en la competencia local, y por su puesto considerando también el valor agregado que puede brindar el negocio, como lo son la zona de espera de entretenimiento y la atención cálida y personalizada.

Los valores de los servicios que brinde la barbería se establecen pensando en que el cliente pueda contar con una variedad de opciones y opte por la que más le convenga. Para esto se determinó la implementación de promociones combinando algunos servicios, como por ejemplo el corte de cabello más el perfilado de barba que juntos quedan a un precio más accesible que si solicitaran por separado. Por otra parte, también existe la opción de adquirir un plan mensual donde se brinde un servicio bajo la frecuencia que estime el cliente.

2.2.4.2. Gustos y preferencias

Un factor que siempre está presente al ofrecer algún producto o servicio son las preferencias y gustos de las personas. Por esto que la barbería está enfocada en brindar servicios de la más alta calidad con lo que respecta a estilismo para varones, generando un ambiente cómodo para los clientes, asesorándolos de la mejor manera para que se sientan satisfechos con su imagen y puedan resaltar su atractivo, siempre tomando en consideración sus gustos y como estos pueden adaptarse a las modas y tendencias de la actualidad. Los servicios que ofrece la barbería generan cercanía y confianza al cliente desde el momento que agendan una cita hasta cuando se retiran del local, con el fin de potenciar su fidelidad hacia la organización.

2.2.4.3. Factores climáticos

Los factores climáticos no son un elemento drástico que afecte directamente a la demanda del negocio, puesto que la barbería desempeña sus servicios en un local a puertas cerradas. Sin embargo, existen temporadas donde las temperaturas son muy altas en verano y en contraposición temperaturas muy bajas en invierno, por lo que la barbería contaría con un aire acondicionado para combatir este problema, liberando aire caliente o frío según sea necesario.

Por otra parte, si se diera el caso de que por alguna circunstancia climatológica el cliente no pudiese llegar a la barbería o tuviera complicaciones para hacerlo, existe la opción de reagendar su cita para brindarle el servicio en otra oportunidad.

2.2.4.5. Desconocimiento de la empresa

El desconocimiento de la empresa se puede presentar como obstáculo para atraer clientes, al ser un negocio nuevo que se integra a un mercado con basta competencia. Para esto la barbería se enfocará en fuertes estrategias de marketing y comunicación para dar a conocer su empresa, destacando sus fortalezas para generar confianza en la comunidad y consolidar su imagen.

Para esto se tendrá una gran presencia en redes sociales, plataformas líderes como Instagram y TikTok, en donde se dará a conocer aspectos de la barbería como las instalaciones, los insumos y herramientas de uso, los servicios entregados, el personal, etc. A medida que la barbería gane visibilidad, el desconocimiento inicial se superará paulatinamente y la demanda podrá ir en aumento.

2.4. Análisis de la oferta actual y futura

Según los datos obtenidos del Servicio de Impuestos Internos, en la comuna de Providencia en la región Metropolitana hubo 1066 establecimientos bajo la actividad “Peluquería y otros tratamientos de belleza” en 2023. Si se analizan los últimos 5 años desde ese registro se puede apreciar un aumento variable con respecto al año anterior en la cantidad de locales bajo esta actividad (ver Tabla 2.5).

Tabla 2.5: Crecimiento de la oferta de la actividad económica [peluquería y otros tratamientos de belleza” en la comuna de Providencia.

Año Comercial	Comuna del domicilio o casa matriz	Región del domicilio o casa matriz	Actividad económica	Número de empresas	Porcentaje de crecimiento
2019	Providencia	Región Metropolitana de Santiago	960200 - Peluquería y otros tratamientos de belleza	734	35,9%
2020	Providencia	Región Metropolitana de Santiago	960200 - Peluquería y otros tratamientos de belleza	768	4,6%
2021	Providencia	Región Metropolitana de Santiago	960200 - Peluquería y otros tratamientos de belleza	960	25,0%
2022	Providencia	Región Metropolitana de Santiago	960200 - Peluquería y otros tratamientos de belleza	1027	7,0%
2023	Providencia	Región Metropolitana de Santiago	960200 - Peluquería y otros tratamientos de belleza	1066	3,8%

Fuente: Servicio de Impuestos Internos (SII)

En base a estos datos, se puede obtener un promedio del incremento de esta actividad económica, el cual corresponde a un 15,3%. Sin embargo, frente al considerable remansado en los últimos dos años, se tomarán estos para proyectar la oferta futura de manera más aterrizada.

Tabla 2.6- Proyección de la oferta de la actividad económica “Peluquería y otros tratamientos de belleza” en la comuna de Providencia.

Año Comercial	Comuna del domicilio o casa matriz	Región del domicilio o casa matriz	Actividad económica	Número de empresas	Porcentaje de crecimiento
2024	Providencia	Región Metropolitana de Santiago	960200 - Peluquería y otros tratamientos de belleza	1123	5,4%
2025	Providencia	Región Metropolitana de Santiago	960200 - Peluquería y otros tratamientos de belleza	1184	5,4%
2026	Providencia	Región Metropolitana de Santiago	960200 - Peluquería y otros tratamientos de belleza	1248	5,4%
2027	Providencia	Región Metropolitana de Santiago	960200 - Peluquería y otros tratamientos de belleza	1315	5,4%
2028	Providencia	Región Metropolitana de Santiago	960200 - Peluquería y otros tratamientos de belleza	1386	5,4%

Fuente: Elaboración propia

Cabe destacar que esta información es para tener una referencia de la oferta en el mercado donde se implemente el proyecto de la barbería, puesto que la actividad económica mencionada anteriormente abarca más negocios con otros enfoques, como lo pueden ser peluquerías, centros de depilación, centros de bronceado, etc.

2.5. Comportamiento del mercado

Poder identificar y analizar a profundidad el entorno en que operará la barbería, ayudará a asegurar su viabilidad y éxito, identificando las ventajas competitivas del negocio a y de esa forma poder desarrollar estrategias para diferenciarse de la competencia. A su vez, permite estar al tanto de las tendencias y movimientos de la industria en que se encuentra el proyecto, para que así se pueda tomar decisiones informadas y ágiles.

2.5.1. Cinco Fuerzas de Porter

2.5.1.1. Poder de Negociación de los Clientes

En el mercado de servicios de barbería, el cliente tiene un poder de negociación elevado debido a la variedad de opciones disponibles en Providencia y en otras comunas de Santiago. Además, los consumidores pueden comparar precios, calidad y nivel de atención entre múltiples barberías y peluquerías, lo que incrementa sus expectativas y opciones.

Los clientes no solo buscan un corte de calidad, sino una experiencia personalizada. Las barberías de estilo boutique, que ofrecen un ambiente acogedor y atención diferenciada, son cada vez más valoradas. Esto implica que cualquier servicio que no cumpla con estos estándares corre el riesgo de perder clientes.

Para competir, la barbería debe ofrecer una propuesta de valor clara y distintiva, ya sea a través de la personalización del servicio, el ambiente o la inclusión de productos premium. Esto se llevará a cabo a través de la zona de espera entretenida, para que los clientes puedan jugar video juegos mientras aguardan su turno por el servicio. Además, se brindará galletas y bebestible (agua, café o té) si así lo desean. Por último, se cuenta con estrategias de fidelización, como descuentos a clientes frecuentes o servicios adicionales, esto puede ayudar a reducir el impacto del poder de negociación de los clientes.

2.5.1.2. Poder de Negociación de los Proveedores

Los proveedores de productos especializados (como aceites para barba, lociones capilares, herramientas de corte de alta calidad) pueden tener un poder de negociación moderado a alto, especialmente si optas por ofrecer productos exclusivos o premium que aporten a la diferenciación del servicio.

Disponibilidad y Exclusividad de Productos: Si bien existen varios proveedores de productos básicos, los proveedores de productos premium o eco-friendly suelen ser más limitados. Además, los precios de productos importados pueden ser influenciados por variables externas como el tipo de cambio.

Para minimizar la dependencia de pocos proveedores, se puede negociar acuerdos de suministro con varias marcas o desarrollar relaciones a largo plazo con distribuidores locales e internacionales. Esto no solo ayuda a garantizar la calidad, sino que permite negociar descuentos o exclusividad de ciertos productos.

2.5.1.3. Amenaza de Nuevos Entrantes

La barbería es un sector de fácil entrada, especialmente en áreas urbanas de alto tráfico como Providencia. La inversión inicial para una barbería de gama media no es elevada

en comparación con otros negocios, y la demanda de servicios de cuidado personal en hombres está en constante crecimiento, atrayendo nuevos competidores.

Barreras de Entrada: Aunque la inversión para abrir una barbería de calidad básica es relativamente baja, crear una barbería premium que se diferencie en el mercado puede requerir una inversión significativa en instalaciones, diseño y formación del personal. La construcción de una imagen de marca sólida y el desarrollo de una clientela leal pueden ser una barrera de entrada para otros competidores.

En cuanto al proyecto actual, para poder protegerse de la entrada de nuevos competidores, se implementa una estrategia de fidelización sólida y enfocarse en la personalización y calidad del servicio. Una reputación establecida en el mercado de barberías premium en Providencia también actúa como barrera para que los nuevos entrantes logren captar a los clientes más exigentes.

2.5.1.4. Amenaza de Productos o Servicios Sustitutos

La amenaza de sustitutos en el sector de barbería es moderada. Existen peluquerías que pueden ofrecer cortes básicos, pero la experiencia no suele ser la misma que la de una barbería especializada. Otros servicios de cuidado personal, como centros de estética o spas, pueden satisfacer algunas necesidades del público masculino, pero generalmente no ofrecen el mismo enfoque en barbería.

Además de peluquerías convencionales, también se podrían considerar como sustitutos a productos de auto-corte o kits de arreglo personal en casa, aunque suelen ser una opción secundaria para quienes buscan un servicio premium.

Para reducir el impacto de los sustitutos, es fundamental diferenciarse ofreciendo una experiencia única. Se consideran servicios complementarios como el asesoramiento en imagen, tratamientos faciales, o productos especializados, que ayuden a construir una relación con el cliente basado en la exclusividad y la confianza.

2.5.1.5. Rivalidad entre Competidores Existentes

La competencia en el mercado de barberías en Providencia es intensa. La tendencia de barberías boutique y de estilo vintage ha ganado popularidad, lo que aumenta la cantidad

de opciones para los consumidores. Las estrategias de precio y la calidad del servicio son los principales factores diferenciadores entre competidores.

Para manejar la alta rivalidad en Providencia, se invierte en marketing digital y en la creación de una identidad de marca fuerte. La personalización del servicio, la atención al detalle y la innovación en el ambiente físico y en el servicio son factores clave para sobresalir en un mercado saturado.

2.5.2. Análisis PESTEL

2.5.2.1. Político

La estabilidad política en Chile ofrece un entorno favorable para el emprendimiento. Sin embargo, es importante mantenerse actualizado sobre las normativas locales, especialmente aquellas que afecten la salud y la seguridad en establecimientos de cuidado personal.

Las barberías deben cumplir estrictas regulaciones de higiene y bioseguridad, especialmente en el contexto de recuperación postpandemia, lo que puede exigir inversiones en equipo de sanitización o infraestructura.

Estar en cumplimiento con estas regulaciones y demostrar responsabilidad en bioseguridad puede generar confianza en los clientes. Además, se podría explorar programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento, que ofrecen beneficios fiscales o financieros.

2.5.2.2. Económico

La situación económica actual puede influir en el comportamiento de gasto de los clientes, especialmente en servicios no esenciales. En épocas de recesión o inflación elevada, algunos consumidores pueden priorizar servicios básicos en lugar de premium.

Providencia cuenta con una población de ingreso medio-alto, lo cual es favorable para un negocio que busca ofrecer una experiencia de barbería de gama alta.

Establecer precios competitivos pero sostenibles permitirá captar a clientes que buscan calidad sin necesariamente estar dispuestos a pagar precios desorbitados. Además,

considerar opciones de membresías o paquetes de servicios podría mejorar la estabilidad de ingresos.

2.5.2.3. Social

Los hombres están cada vez más inclinados a invertir en el cuidado de su imagen, creando una demanda estable para servicios de barbería que combinen el estilo con el bienestar personal. La población de Providencia es diversa y está compuesta por profesionales jóvenes y adultos con interés en servicios de cuidado personal de alta calidad.

Desarrollar un ambiente acogedor, inclusivo y moderno, adaptado a las tendencias de estilo masculino, permite atraer a este segmento de mercado. Además, construir una presencia en redes sociales puede ayudar a atraer clientes que valoren la imagen y la estética.

2.5.2.4. Tecnológico

La tecnología en herramientas de corte, tratamiento capilar y gestión de citas ha avanzado, permitiendo mejorar la eficiencia y la calidad del servicio. Las plataformas de reservas en línea y la automatización de marketing son recursos clave para gestionar el negocio.

La presencia en redes sociales y el uso de herramientas digitales permiten llegar a una audiencia más amplia y mantener una relación cercana con los clientes. Adoptar herramientas tecnológicas, como una aplicación de reservas en línea o una plataforma de fidelización, puede mejorar la experiencia del cliente y optimizar la gestión operativa.

2.5.2.5. Ecológico

Los consumidores valoran cada vez más las prácticas ecológicas y la sustentabilidad. La gestión responsable de los desechos y el uso de productos orgánicos son factores que influyen positivamente en la imagen de la marca. Implementar prácticas como el reciclaje, la reducción del consumo de agua y el uso de productos biodegradables puede diferenciar a la barbería.

Ser una barbería con enfoque sostenible puede atraer a clientes conscientes del impacto ambiental, mejorando la percepción de la marca y fortaleciendo la lealtad de los clientes.

2.5.2.6. Legal

Es de suma importancia cumplir con las licencias comerciales y sanitarias requeridas. Los controles de bioseguridad son esenciales en establecimientos de barbería. Cumplir con las normativas laborales y ofrecer capacitación continua en bioseguridad y servicio al cliente ayuda a prevenir problemas legales y a mantener una buena reputación.

En Chile, los centros de estética 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. En definitiva, se exige a modo general:

- Certificado Municipal de Zonificación
- Autorización Sanitaria
- Cambio de Destino
- Patente comercial

2.5.3. Análisis FODA

2.5.3.1. Fortalezas

- Ubicación Estratégica en Providencia: El proyecto estará ubicado en una comuna central y concurrida de Santiago facilitando el acceso a una clientela amplia y variada, incluyendo profesionales y residentes de ingreso medio-alto.
- Concepto Diferenciado de Barbería Premium: La propuesta de una barbería que combine estética y experiencia personalizada se distingue de las opciones convencionales, lo que permite atraer a clientes que valoran el servicio exclusivo y de alta calidad.
- Ambiente y Experiencia de Usuario: La inversión en diseño de interiores, comodidad, y tecnología para la gestión de citas y reservas en línea refuerza la experiencia del cliente y promueve la fidelización.

- **Enfoque en Productos de Calidad y Servicios Personalizados:** Ofrecer productos y servicios premium, como aceites naturales para barba o tratamientos capilares, añade valor y fortalece la lealtad del cliente al brindar un servicio que excede las expectativas.
- **Equipo Profesional Capacitado:** Contar con barberos altamente capacitados y con habilidades de atención al cliente mejora la satisfacción y permite un servicio personalizado que se ajusta a las necesidades individuales de cada cliente.

2.5.3.2. Oportunidades

- **Creciente Demanda de Servicios de Cuidado Personal Masculino:** La tendencia hacia el cuidado personal y estético en hombres ha crecido de manera significativa, y los clientes buscan no solo un corte de calidad, sino también una experiencia completa de bienestar y cuidado.
- **Preferencia por Productos y Servicios Sostenibles:** El interés por productos naturales y prácticas eco-amigables sigue en aumento. Incorporar una filosofía sustentable puede diferenciarte aún más de la competencia y atraer a un segmento de clientes conscientes del impacto ambiental.
- **Expansión del Marketing Digital:** Las herramientas de marketing digital y redes sociales permiten llegar a un público más amplio. El uso de contenido visual en plataformas como Instagram y Facebook puede posicionar rápidamente la barbería y construir una comunidad de clientes leales.
- **Potencial de Alianzas y Colaboraciones:** Establecer alianzas con marcas de productos o con otros negocios locales (como gimnasios, cafés o tiendas de ropa masculina) puede ofrecer una experiencia más completa al cliente y contribuir al crecimiento de la barbería.
- **Oportunidad de Fidelización a Través de Membresías o Paquetes de Servicios:** Ofrecer planes de membresía o paquetes de servicios (como cortes recurrentes o planes mensuales) puede asegurar ingresos estables y fortalecer la lealtad del cliente.

2.5.3.3. Debilidades

- **Reconocimiento de Marca Inicialmente Limitado:** Como un nuevo negocio en Providencia, será necesario trabajar en la construcción de una marca reconocida y

confiable. Esto requiere inversiones adicionales en marketing y en estrategias de visibilidad.

- **Costos de Proveedores:** Al trabajar con productos de alta calidad o eco-friendly, los costos de los proveedores pueden ser elevados, impactando la estructura de precios de los servicios ofrecidos frente al costo-beneficio del negocio.
- **Capacidad Operativa y Horarios:** La capacidad de atender clientes puede verse limitada en función del espacio y la disponibilidad del personal, lo cual puede representar una limitación si la demanda aumenta rápidamente.

2.5.3.4. Amenazas

- **Alta Competencia en el Sector de Barberías:** Providencia cuenta con numerosas opciones de barberías y peluquerías, lo que genera una fuerte competencia. El desafío de diferenciarse y mantener clientes fieles es constante.
- **Vulnerabilidad a Cambios Económicos:** Ante una recesión o crisis económica, el gasto en servicios premium o de lujo podría disminuir, lo que afectaría la demanda en la barbería, especialmente en momentos de mayor inestabilidad financiera.
- **Exigencias Regulatorias y Normativas Sanitarias:** Las normativas de sanidad y bioseguridad en barberías son estrictas y pueden requerir inversiones adicionales para cumplir con los estándares, especialmente ante potenciales cambios en regulaciones.
- **Amenaza de Nuevos Entrantes:** La facilidad de entrada al mercado de barberías implica que nuevos competidores podrían ingresar rápidamente, aprovechando tendencias y saturando aún más el mercado, lo cual podría disminuir la cuota de mercado.

2.6. Determinación de niveles de precio y proyecciones

Para la determinación de los niveles de precio, se toman en cuenta los datos de la encuesta respecto a cuánto estarían dispuesto a pagar las personas por un servicio de corte de cabello, el cual señala que el 84,1% considera un precio razonable entre los \$10.000 y \$15.000. Es por esto que este servicio principal se establece en \$12.000, los demás servicios serán en base a la competencia y todos proyectarán modificaciones según reajuste del IPC.

En las siguientes tablas (2.7, 2.8 y 2.9) se muestran los precios en pesos y UF de los distintos servicios que se realizarán en la barbería, clasificados por enfoque de especialidad estética.

Tabla 2.7- Precios de servicios para el cabello

Servicio para el cabello

Servicio	Valor (clp)	Valor UF
Corte de cabello (lavado incluido)	\$12.000	0,32
Diseño con navaja	\$2.000	0,05
Corrección de color	\$40.000	1,05
Decoloración global	\$45.000	1,18
Visos	\$40.000	1,05
Permanentes	\$40.000	1,05

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2.8- Precios de servicios para la barba

Servicio para la barba

Servicio	Valor (clp)	Valor UF
Perfilado de barba	\$7.000	0,18
Afeitado de barba al ras	\$6.000	0,16
Rebaje de barba con maquina	\$3.000	0,08

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2.9- Precios de servicios para el rostro

Servicio para el rostro

Servicio	Valor (clp)	Valor UF
Perfilado de cejas	\$2.000	0,05
Limpieza facial	\$5.000	0,13
Depilación en pomulos	\$2.000	0,05
Depilación en orejas	\$2.000	0,05
Depilación de vello nasal	\$3.000	0,08

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, en las tablas 2.10 y 2.11 se muestran respectivamente las promociones y los planes mensuales brindados por la barbería.

Tabla 2.10- Promociones

Promociones

Servicio	Valor (clp)	Valor UF
Corte de cabello + perfilado de barba	\$15.000	0,39
Corte de cabello + limpieza facial	\$14.000	0,37
Perfilado de Barba + limpieza facial	\$11.000	0,29
Servicio tripack (corte cabello + perfilado de barba + limpieza facial)	\$20.000	0,53

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2.11- Planes mensuales

Planes mensuales

Servicio	Valor (clp)	Valor UF
Plan S : 2 cortes de cabello	\$21.000	0,55
Plan M : 3 cortes de cabello + 1 limpieza facial o 1 perfilado de barba	\$28.000	0,74
Plan L : 4 cortes de cabello + 2 limpiezas faciales o 2 perfilados de barba	\$35.000	0,92

Fuente: Elaboración propia

2.7. Análisis de localización

La localización estratégica de la barbería es fundamental para su éxito y crecimiento. El análisis de localización implica la evaluación meticulosa de diversos factores geográficos, demográficos, económicos y logísticos que pueden influir en el desempeño y la viabilidad del negocio. A continuación, se mencionan puntos para tener en cuenta dentro de este apartado:

Proximidad a los clientes

- Identificar las zonas residenciales de mayor poder adquisitivo y con mayor concentración de personas.
- Buscar un local ubicada cerca de estas áreas residenciales, para facilitar el acceso y la conveniencia de los clientes.
- Analizar el tiempo y la distancia de desplazamiento desde las principales zonas residenciales hasta la ubicación propuesta.

Ambiente comercial

- Buscar una ubicación con una presencia moderada de competidores, lo suficiente para generar un ambiente comercial atractivo, pero evitando una saturación del mercado.
- Analizar si hay sinergias potenciales con empresas complementarias.

Costo y disponibilidad de terrenos

- Comparar los precios y la disponibilidad de locales en diferentes zonas, considerando factores como tamaño, topografía y servicios básicos.
- Buscar un local que se ajuste al presupuesto de la empresa, pero que también cuente con el espacio y las características necesarias para el negocio.

Disponibilidad de infraestructura

- Evaluar la calidad y accesibilidad de las vías de acceso, transporte público, red vial, etc. en la zona.
- Verificar la disponibilidad y capacidad de los servicios básicos, como agua, electricidad, gas, telecomunicaciones, etc.
- Hay que asegurar que el terreno cuente con la infraestructura necesaria para el correcto funcionamiento de la barbería.

Disponibilidad de mano de obra

- Analizar la proximidad del local a zonas residenciales, para aumentar la captación de posibles interesados en trabajar dentro de la barbería.
- Considerar la facilidad de transporte y movilidad de los futuros empleados hacia la ubicación propuesta.

Proveedores y materias primas

- Identificar la cercanía del terreno a los principales proveedores de insumos y herramientas necesarios para el negocio.
- Analizar la facilidad de abastecimiento y la minimización de costos de transporte.

Teniendo en cuenta estos factores, se podría considerar la ubicación de la barbería que cumpla con las mejores características para el crecimiento exitoso del proyecto dentro de la comuna de Providencia.

2.7.1. Macrolocalización

El local estará ubicado en la región Metropolitana de Santiago, más específicamente en la comuna de Providencia, la cual es una comuna céntrica en la ciudad con alto flujo de personas y alto crecimiento en ámbitos comerciales.



Fuente: google.cl/maps/place/providencia

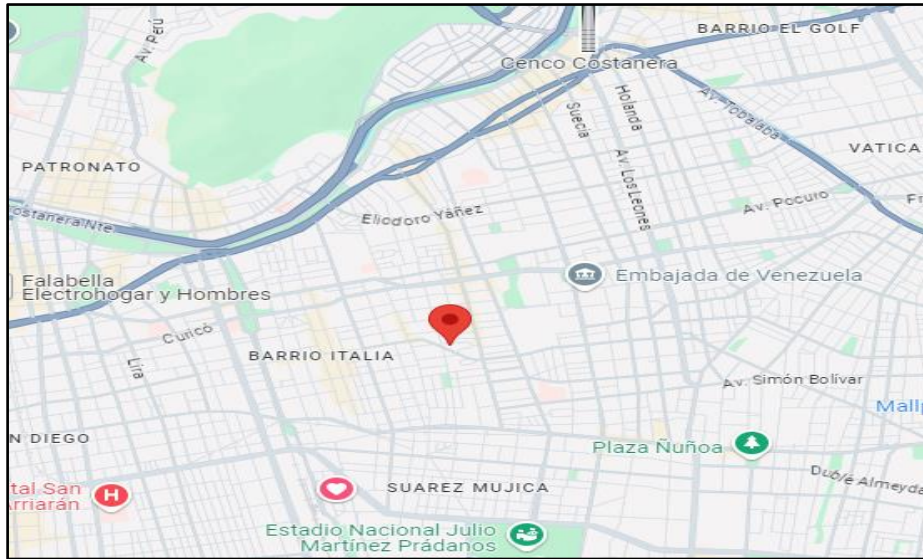
Figura 2.1- Mapa comuna de Providencia

2.7.2. Microlocalización

Dentro de la comuna de Providencia, la barbería se situaría a pasos de la intersección de las calles Miguel Claro con Av. Santa Isabel, más específicamente en la dirección José Luis Aguilar #1157-A.

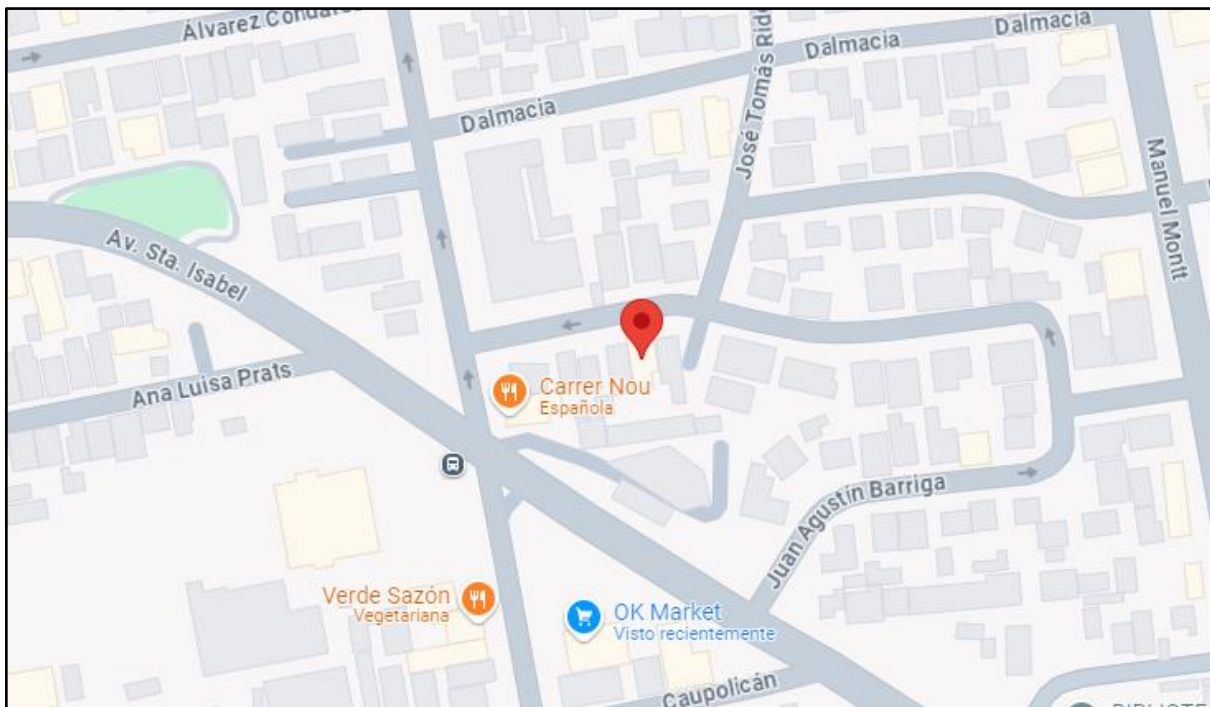
La barbería se ubicaría en un sector residencial, sin embargo, a pocos metros hacia el sur poniente se encuentra Av. Santa Isabel, que cuenta actualmente con negocios como bares, minimarkets, supermercado Líder Express y farmacias. De igual manera, hacia el

oriente se encuentra la calle Manuel Montt, que se caracteriza por tener una cantidad significativa de negocios de entretenimiento y gastronomía, lo cual es beneficioso para la atracción de potenciales clientes.



Fuente: google.cl/maps/place

Figura 2.2- Ubicación del proyecto dentro de la comuna de Providencia



Fuente: google.cl/maps/place

Figura 2.3- Ubicación del proyecto en la dirección José Luis Aguilar #1157-A

2.8. Análisis del sistema de comercialización

El análisis del sistema de comercialización es fundamental para asegurar que la barbería no solo atraiga clientes, sino que también mantenga una relación duradera con ellos. Al identificar y optimizar los canales de distribución, estrategias de promoción, fijación de precios y servicio postventa, la barbería puede diferenciarse de la competencia y establecerse como una opción confiable y preferida por las personas a la hora de cuidar su imagen. A continuación, se explican cada uno de los estos elementos mencionados en detalle:

2.8.1. Producto

Los productos serán los servicios brindados por la barbería, los cuales estarán enfocados en el cuidado del cabello, cuidado de la barba y cuidado facial. Estos serán realizados de la manera más profesional y generando un ambiente cómodo para el cliente, cosa de que junto a las propuestas de valor como la zona de espera entretenida y el brindar bebestibles, generen una experiencia grata a los usuarios.

2.8.2. Precio

Para la fijación de los precios fue importante y necesario analizar las barberías del sector donde se encuentra emplazados, realizar segmentación del servicio con precios de acuerdo a cada uno de ellos, esto será primordial para poder considerarse una empresa competitiva.

Se hará hincapié en la implementación de los planes mensuales y distintas promociones entre los servicios, ya que será una manera tentativa para los clientes de obtener los servicios a precios más accesibles. La barbería ofrecerá a sus usuarios soporte continuo mediante canales de comunicación (teléfono, WhatsApp, RRSS) para resolver sus dudas y problemáticas. Realizar seguimientos regulares con los clientes para asegurar su satisfacción y recoger feedback para mejoras continuas.

Se pretende entregar un programa de fidelización en el que se ofrecerán descuentos y beneficios adicionales a clientes frecuentes, para así fomentar la lealtad a la barbería. Para tener en cuenta la opinión de los usuarios se realizarán encuestas de satisfacción, de esta

forma se podrá analizar la experiencia de los clientes y así también recoger sus sugerencias de mejora para poder analizarlas e implementar en los servicios ofrecidos.

2.8.3. Plaza

La barbería actuará por sí misma con principal canal de distribución, donde los clientes podrán acudir al local y disfrutar de los distintos servicios que se ahí realicen. En primera instancia se implementará un sistema de reservas a través de WhatsApp, donde las personas podrán seleccionar la fecha y horario de cuando quieran atenderse, al igual que el o los servicios que deseen. Más adelante se espera implementar el agendamiento mediante una página web.

Las redes sociales serán la principal fuente para la interacción entre cliente y barbería, el uso de TikTok, Instagram y la aplicación antes mencionada, WhatsApp, serán los medios de comunicación oficiales, además de ser una manera continua para hacerse conocer y llegar a nuevos clientes.

2.8.4. Promoción

La publicidad es un factor primordial para que una organización se haga visible dentro del mercado, es por esto que la barbería contará con un perfil en Instagram y TikTok donde pueda enseñar los distintos servicios que realice, como así también sus resultados. Ejemplo de esto es la constante actividad en publicaciones e historias, mostrando los cortes de pelo que están en tendencia hoy en día, consejos para el cuidado del cabello, barba y rostro, visualizar el uso de herramientas, maquinas e insumos de alta calidad, mostrar el ambiente cómodo y limpio en el local, entre otras cosas. Todo con el fin de generar una cercanía, confianza y atracción al cliente.

Se colocará una paloma publicitaria en la esquina de la calle Miguel Claro con José Luis Aguilar, con el fin de llamar la atención de la gente que transite por la zona. También se creará la ubicación en Google Maps de la barbería y se les solicitará a los futuros clientes que dejen su reseña en la plataforma para ganar visualizaciones y contar con una buena calificación. Por último, se mandarán a hacer tarjetas de contacto para la difusión entre las personas y poder ampliar la llegada de clientes.

CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

3. ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA

En este capítulo, se abarca la descripción de los procesos, se seleccionan los equipos necesarios para realizar los servicios de barbería y se determina si se cumple con los requisitos técnicos para el óptimo funcionamiento del negocio. Sumado a esto, se establece el personal, los costos operacionales, gastos e inversiones. Este proyecto considera 307 UF como inversión inicial.

3.1. Descripción y selección de procesos.

Diversos son los procesos que se generan dentro del negocio de la barbería, desde el momento que el cliente tiene la intención de adquirir un servicio, hasta cuando se retira del establecimiento con la satisfacción de haber recibido una experiencia personalizada y cómoda de un corte de cabello, barba y/o limpieza facial. Además, existen procesos que se realizan indistintamente si se encuentra o no el cliente, como lo puede ser la compra de insumos, elaboración de publicidad, capacitaciones, etc.

3.1.1. Adquisición y compras.

Los insumos para la realización de los servicios principales y los servicios correspondientes a la propuesta de valor serán adquiridos en la etapa de puesta en marcha y posteriormente se irán reabasteciendo con la frecuencia según lo requiera puntualmente cada insumo, con el objetivo de no saturar la bodega donde se almacene su stock.

3.1.2. Administración.

La gestión administrativa es fundamental para que la barbería opere en las mejores condiciones y con una organización estructurada de sus procesos, ya que en esta se encuentran las funciones de abastecimiento de insumos y control del inventario, agendamiento de los clientes, creación de publicidad y contenido, asignación de horarios y cuadratura de las finanzas del negocio.

3.1.3. Servicios de barbería.

Los servicios de barbería serán el enfoque del negocio, y estos se clasifican en 3 grupos:

- Servicios para el cabello
- Servicios para la barba
- Servicios para el rostro

Dichos servicios serán realizados por todo el personal, esto refiere a los 3 barberos que trabajen en el local, puesto que estarán altamente calificados para las funciones que sean requeridas por los clientes. Este proceso comienza cuando el usuario se ubica en el área de estilismo masculino, ósea cuando toma asiento en la silla del barbero, y finaliza cuando se acaba el servicio solicitado y se levanta de dicha silla.

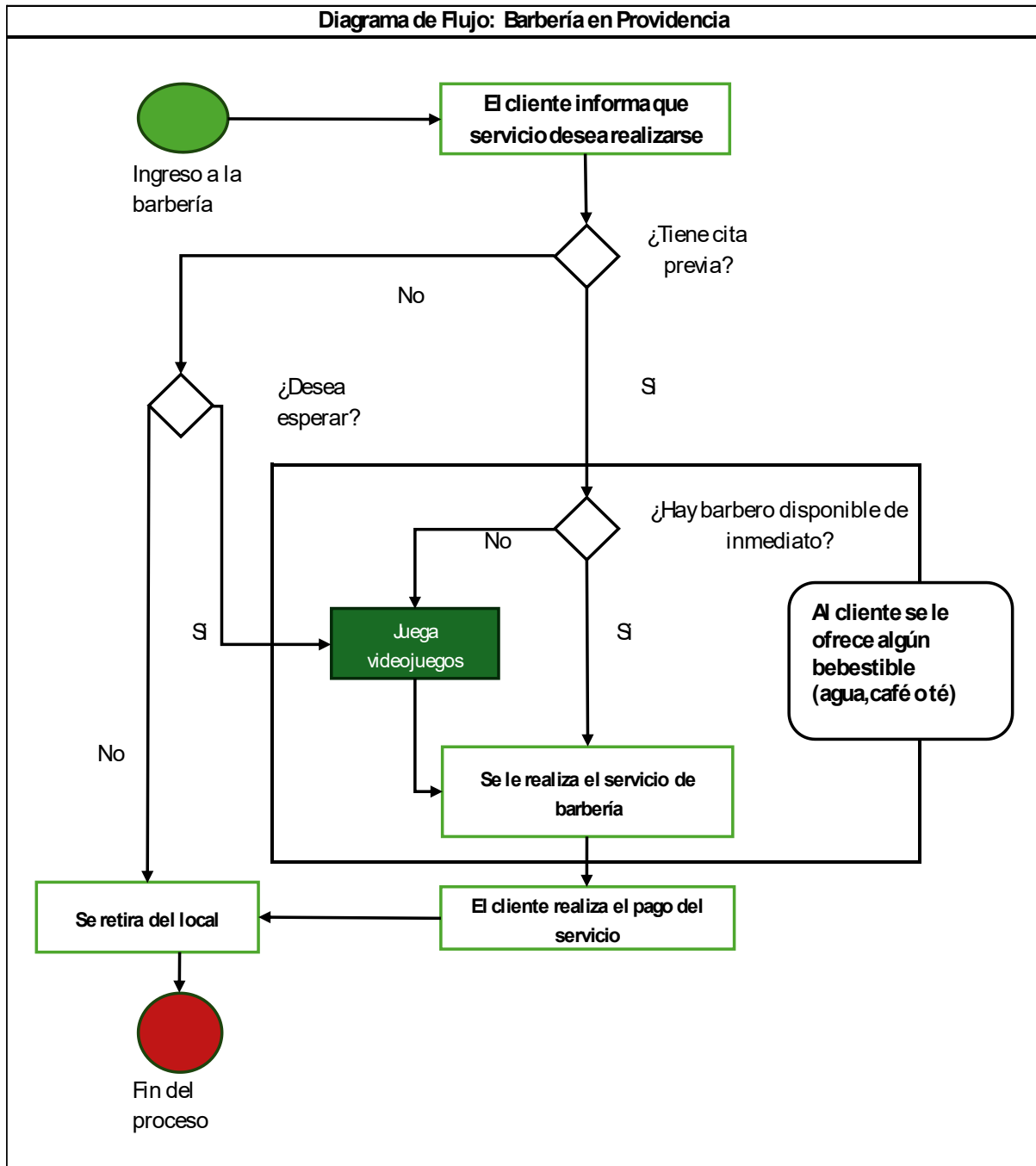
3.1.4. Proceso de la propuesta de valor.

La propuesta de valor consta de dos servicios que se realizan en tiempos distintos. El primero que corresponde a la “zona de espera entretenida” se desarrolla solo en el tiempo que el cliente espera la atención del servicio de barbería, y este dura en promedio unos 15 minutos, en donde el usuario podrá jugar videojuegos a la elección según el catálogo que se tenga en el momento. Por otro lado, el segundo servicio que consta en brindar bebestible ya sea café, té o agua, se realizará durante toda la experiencia dentro del local, con limitación de solo 1 bebestible a excepción del agua que es ilimitada.

3.2. Diagrama de Flujo

El diagrama de flujo es una herramienta clave para la evaluación del proyecto, puesto que proporciona una visión clara y estructurada de las etapas y actividades de este. Ayuda de una manera más rápida y visual de entender el flujo del trabajo, los pasos y como estos se interrelacionan.

La barbería cuenta con un diagrama de flujo enfocado en la satisfacción del cliente y en su constante confort en cuanto a la experiencia dentro del local, esto se puede observar de mejor manera en el diagrama 3.1.



Fuente: Elaboración propia de acuerdo con los procesos de utilización de servicios.

Diagrama 3.1- Flujo de procesos.

3.3. Equipos necesarios para el servicio.

3.4. Selección de equipos.

Para que la barbería pueda realizar sus servicios en óptimas condiciones y bajo los estándares que desea con el fin de brindar la mejor experiencia a sus clientes, debe contar con ciertos equipos, como maquinas, herramientas y muebles que conforman la infraestructura del local.

Los equipos se clasifican según su enfoque de uso dentro del proyecto, los cuales son:

- Equipos ligados al servicio de barbería.
- Equipos de inmueble.

3.4.1. Equipos ligados al servicio de barbería.

3.4.1.1. Tijera entresacadora.

Modelo: Tijera Henbor 769 Confort One Line 5.5"

Valor: \$23.990 / 0,63 UF

Cantidad: 2



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

Figura 3.1- Tijera entresacadora.

3.4.1.2. Tijera filo navaja.

Modelo: Tijera Filo Navaja Rotger Diamond Argus (202)

Valor: \$59.990 / 1,57 UF

Cantidad: 2



Fuente: <https://bepro.cl>

Figura 3.2- Tijera filo navaja.

3.4.1.3. Tijera micro dentada.

Modelo: Tijera Henbor 787 microdentada 5.5

Valor: \$21.990 / 0,58 UF

Cantidad: 2



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

Figura 3.3- Tijera micro dentada.

3.4.1.4. Máquina perfiladora.

Modelo: Desvelladora BaBylissPRO Silver

Valor: \$67.990 / 1,78 UF

Cantidad: 2



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

Figura 3.4- Máquina perfiladora.

3.4.1.5. Máquina para corte de cabello.

Modelo: FreshFade 2020T Trimmer JRL

Valor: \$99.990 / 2,62 UF

Cantidad: 2



Fuente: <https://kartmela.cl>

Figura 3.5- Máquina para cortar cabello.

3.4.1.6. Máquina Shaver.

Modelo: Máquina De Afeitar Wahl Professional Finale

Valor: \$89.990 / 2,46 UF

Cantidad: 2



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

Figura 3.6- Máquina Shaver.

3.4.1.7. Peine.

Modelo: KENT PEINETA CON DIENTES FINOS Y GRUESOS DE 154 mm

Valor: \$8.200 / 0,22 UF

Cantidad: 2



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

Figura 3.7- Peine.

3.4.1.8. Rociador pulverizador.

Modelo: Rociador Pulverizador Jaguar

Valor: \$8.900 / 0,23 UF

Cantidad: 2



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

Figura 3.8- Rociador pulverizador.

3.4.1.9. Cepillo bota pelos.

Modelo: Cepillo bota pelo con talquera profesional peluquería corte Cosméticaval

Valor: \$2.190 / 0,06 UF

Cantidad: 2



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

Figura 3.9- Cepillo bota pelos.

3.4.1.10. Toallas.

Modelo: Toallas de microfibra de salón 10 unidades

Valor: \$13.743 / 0,36 UF

Cantidad: 10



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

Figura 3.10- Toallas.

3.4.1.11. Calentador de toallas.

Modelo: Calentador / Esterilizador De Toalla Barberpro

Valor: \$55.000 / 1,44 UF

Cantidad: 1



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

Figura 3.11- Calentador de toallas.

3.4.1.12. Toallas desechables.

Modelo: Toallas desechables genéricas 40X59 cm, 50 unidades

Valor: \$9.390 / 0,25 UF

Cantidad: 10



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

Figura 3.12- Toallas desechables.

3.4.1.13. Brocha para afeitar.

Modelo: Brocha para afeitar Parker

Valor: \$19.500 / 0,51 UF

Cantidad: 2



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

Figura 3.13- Brocha para afeitar.

3.4.1.14. Cepillo para afeitar.

Modelo: Finger Brush Barber Pro Bp Color Blanco 2 unidades

Valor: \$4.990 / 0,13 UF

Cantidad: 2



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

Figura 3.14- Cepillo para afeitar.

3.4.1.15. Navaja.

Modelo: Navajín de afeitar R1 M metálico.

Valor: \$16.900 / UF 0,44

Cantidad: 2



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

Figura 3.15- Navaja.

3.4.1.16. Repuestos de navajas.

Modelo: 100 hojas dobles marca Dorco

Valor: \$7.494 / 0,20 UF

Cantidad: 20



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

Figura 3.16- Repuestos de navajas.

3.4.1.17. Bowl para afeitarse.

Modelo: Bowl para crear espuma Bepro

Valor: \$4.900 / 0,13 UF

Cantidad: 100



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

Figura 3.17- Bowl para afeitarse.

3.4.1.18. Secador de pelo.

Modelo: Secador de pelo babylisspro

Valor: \$77.510 / 2,03 UF

Cantidad: 2



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

Figura 3.18- Secador de pelo.

3.4.1.19. Capa de corte.

Modelo: Capa de corte negra con diseño de logo ANDIS

Valor: \$7.900 / 0,21 UF

Cantidad: 2



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

Figura 3.19- Capa de corte.

3.4.1.20. Capa de tinte.

Modelo: Capa anti-manchas marca WELLA

Valor: \$9.490 / 0,25 UF

Cantidad: 2



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

Figura 3.20- Capa de tinte.

3.4.1.21. Brocha de tintura.

Modelo: Maxcare Peineta 3d Para Tintura

Valor: \$1.490 / 0,04 UF

Cantidad: 100



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

Figura 3.21- Brocha de tintura.

3.4.1.22. Silla de barbería.

Modelo: Sillón De Peluquería New Black Star

Valor: \$139.990 / 3,67 UF

Cantidad: 2



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

Figura 3.22- Silla de barbero.

3.4.1.23. Luz led circular.

Modelo: Aro de luz HQ profesional 45cm con trípode

Valor: \$65.000 / 1,71 UF

Cantidad: 2



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

Figura 3.23- Aro de luz.

3.4.1.24. Espejos.

Modelo: Espejo 60x80 Rectangular Medio Punto

Valor: \$44.737 / 1,17 UF

Cantidad: 2



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

Figura 3.24- Espejo.

3.4.1.25. Espejo de mano.

Modelo: Espejo Barbería/peluquería Con Borde De Espuma 30x40cm

Valor: \$4.990 / 0,13 UF

Cantidad: 2



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

Figura 3.25- Espejo de mano.

3.4.1.26. Estación de lava pelo.

Modelo: Sillón Lava pelo Negro con Grifería Black Edition

Valor: \$299.990 / 7,87 UF

Cantidad: 1



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

Figura 3.26- Sillón lava pelo.

3.4.1.27. Pechera.

Modelo: Pechera de barbería.

Valor: \$29.990 / 0,79 UF

Cantidad: 2

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

Figura 3.27- Pechera de barbería.

3.4.2. Equipos de infraestructura.

3.4.2.1. Estación de trabajo barbería.

Modelo: Mueble de trabajo Milán para barbería

Valor: \$129.990 / 3,41 UF

Cantidad: 2

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

Figura 3.28- Mueble para estación de trabajo.

3.4.2.2. Mesita bandeja plegable.

Modelo: Haus mesa plegable negra

Valor: \$14.990 / 0,39 UF

Cantidad: 2



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

Figura 3.29- Mesita bandeja plegable.

3.4.2.3. Biombo.

Modelo: Biombo separador de ambientes Rinnova

Valor: \$49.990 / 1,31 UF

Cantidad: 1



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

Figura 3.30- biombo.

3.4.2.4. Mueble de cocina.

Modelo: Mueble de cocina Dalia para almacenaje.

Valor: \$84.990 / 2,23 UF

Cantidad: 1



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

Figura 3.31- Mueble de cocina.

3.4.2.5. Microondas.

Modelo: Horno microondas análogo 20 litros gris

Valor: \$64.990 / 1,71 UF

Cantidad: 1



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

Figura 3.32- Microondas.

3.4.2.6. Minibar.

Modelo: Minibar 47 Litros Negro HS 65LN

Valor: \$99.990 / 2,62 UF

Cantidad: 1



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

Figura 3.33- Minibar.

3.4.2.7. Juego de tazas.

Modelo: Set De 6 Taza Te 200 CC. Con Platillo Apilable. Línea Tower

Valor: \$9.851 / 0,26 UF

Cantidad: 1



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

Figura 3.34- Juego de tazas.

3.4.2.8. Juego de Vasos

Modelo: Set 6 vasos lisos 225ml CASA JOVEN

Valor: \$1.990 / 0,05 UF

Cantidad: 1



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

Figura 3.35- Juego de vasos.

3.4.2.9. PlayStation 5.

Modelo: PlayStation 5 Slim 1 control + 2 juegos

Valor: \$659.990 / 17,32 UF

Cantidad: 1



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

Figura 3.36- PlayStation 5.

3.4.2.10. Control PlayStation 5.

Modelo: Control inalámbrico PlayStation 5

Valor: \$64.990 / 1,71 UF

Cantidad: 1



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

Figura 3.37- Control PlayStation 5.

3.4.2.11. Rack de TV.

Modelo: Rack de TV 50" Tabaco

Valor: \$69.990 / 1,84 UF

Cantidad: 1



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

Figura 3.38- Rack de TV.

3.4.2.12. Televisión 50 pulgadas.

Modelo: Televisor 50 pulgadas LG

Valor: \$289.990 / 7,61 UF

Cantidad: 1



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

Figura 3.39- Televisión LG 50 pulgadas.

3.4.2.13. Futón.

Modelo: Futón Clyde 3 Cuerpos Negro

Valor: \$94.990 / 2,49 UF

Cantidad: 1



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

Figura 3.40- Futón.

3.4.2.14. Notebook.

Modelo: Notebook anticáidas Intel Celeron 4GB RAM

Valor: \$129.990 / 3,41 UF

Cantidad: 1



Fuente: <https://www.tottus.falabella.com>

Figura 3.41- Notebook.

Tabla 3.1- Resumen activos fijos.

ítem	Precio	UF	Cantidad	Precio TOTAL	TOTAL UF	Tipo de activo
tijeras para entersacar	\$23.990	0,63	2	\$47.980	1,3	Activos para barbería
tijeras de cabello	\$59.990	1,57	2	\$119.980	3,1	
Tijera microdentada	\$21.990	0,58	2	\$43.980	1,2	
Maquina perfiladora	\$67.990	1,78	2	\$135.980	3,6	
maquina para cortar el pelo	\$99.990	2,62	2	\$199.980	5,2	
shaver	\$89.990	2,36	2	\$179.980	4,7	
peine	\$8.200	0,22	2	\$16.400	0,4	
Botella de spray	\$8.900	0,23	2	\$17.800	0,5	
Cepillo para pelos	\$2.190	0,06	2	\$4.380	0,1	
toallas de microfibra	\$13.743	0,36	10	\$137.430	3,6	
Calentador de toallas	\$55.000	1,44	1	\$55.000	1,4	
Toallas desechables	\$9.390	0,25	10	\$93.900	2,5	
brocha para afeitar	\$19.500	0,51	2	\$39.000	1,0	
Cepillo de afeitar	\$4.990	0,13	2	\$9.980	0,3	
porta navaja	\$16.900	0,44	2	\$33.800	0,9	
repuesto navajas x100	\$7.494	0,20	20	\$149.880	3,9	
Bowl para afeitar	\$4.900	0,13	2	\$9.800	0,3	
secador de pelo	\$77.510	2,03	2	\$155.020	4,1	
capa de corte	\$7.900	0,21	2	\$15.800	0,4	
capa de tinte	\$9.490	0,25	2	\$18.980	0,5	
Brocha para tintura	\$1.490	0,04	100	\$149.000	3,9	
sillas de barbería	\$139.990	3,67	2	\$279.980	7,3	
luz circular con tripode	\$65.000	1,71	2	\$130.000	3,4	
espejos grandes	\$44.737	1,17	2	\$89.474	2,3	
espejos chico / mediano	\$4.990	0,13	2	\$9.980	0,3	
Lavapelos	\$299.990	7,87	1	\$299.990	7,9	
Pechera	\$29.990	0,79	2	\$59.980	1,6	
Mueble para zona de servicios de barbería	\$129.990	3,41	2	\$259.980	6,8	
mesita bandeja plegable	\$14.990	0,39	2	\$29.980	0,8	
biombo	\$49.990	1,31	1	\$49.990	1,3	
mueble para la cocina	\$84.990	2,23	1	\$84.990	2,2	
Microondas	\$64.990	1,71	1	\$64.990	1,7	
minibar	\$99.990	2,62	1	\$99.990	2,6	
Juego de Loza	\$9.851	0,26	1	\$9.851	0,3	
Vasos	\$1.990	0,05	1	\$1.990	0,1	
PlayStation 5	\$659.990	17,32	1	\$659.990	17,3	
Control de play	\$64.990	1,71	1	\$64.990	1,7	
sillón	\$69.990	1,84	1	\$69.990	1,8	
Televisión 50"	\$289.990	7,61	1	\$289.990	7,6	
Rack de TV	\$94.990	2,49	1	\$94.990	2,5	
Notebook	\$129.990	3,41	1	\$129.990	3,4	
TOTAL				\$4.415.155	115,9	

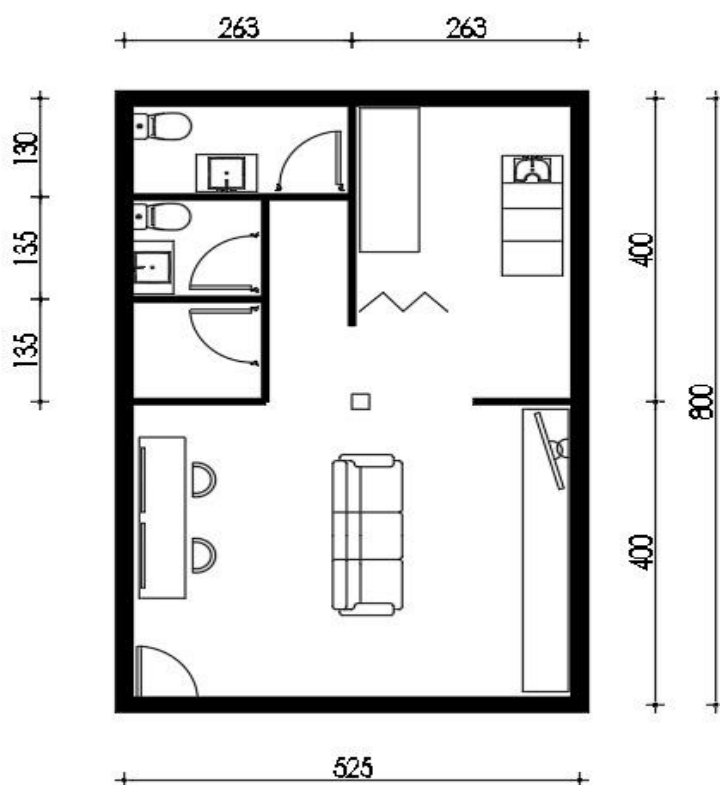
Fuente: Elaboración propia.

3.5. Proyectos complementarios

Por el momento no se encuentran contemplados proyectos complementarios asociados a la barbería en Providencia.

3.6. LAY OUT

En la comuna de Providencia, a metros de de la intercección de Av. Santa Isabel con la calle Miguel Claro, se ubica la dirección Jose Luis Aguilar #1157-A, encontrandose ahí el local donde realizará sus actividades la barbería. Contará con una superficie de 42 metros cuadrados, cuyas dimensines son de 5,25 metros sde ancho por 8 metros de largo, y contará con los siguientes sectores: Zona de espera entrentenida junto a la repción, zona donde se realizarán los servicios de barbería como tal, una pequeña bodega, dos baños, y una zona donde se ubicará un estante con articulos de cocina y el lavapelos a un costado. Las dimensiones explicadas más específicamente y expresadas en centímetros, se pueden observar en la siguiente figura 3.42.



Fuente: elaboración propia.

Figura 3.42- Layout.

3.7. Determinación de Insumos, productos y subproductos.

Los insumos y materiales que van a ser necesarios para realizar las distintas actividades de la barbería son los siguientes:

3.7.1. Insumos administrativos

En el negocio de la barbería serán necesarios algunos insumos para llevar a cabo las funciones administrativas, los cuales se irán adquiriendo de forma mensual generando un gasto de 0,31 UF. Cabe señalar que el libro de asistencia del personal, como también el libro de compra/vta/iva serán de uso mensual pero adquiridos de forma semestral. A su vez la licencia de Microsoft Office 365 será adquirida anualmente. Los gastos que generan la adquisición de estos insumos son recalculados para incorporarlos al desglose de insumos administrativos mensuales (Ver Tabla 3.2).

Tabla 3.2- Insumos administrativos

INSUMOS ADMINISTRATIVOS

Insumos	Cantidad	Precio unitario	Total Mensual	UF	TOTAL UF
Libro de asistencia mensual funcionarios	1	\$1.690	\$1.690	0,04	0,04
Licencia Microsoft Office 365	1	\$4.999	\$4.999	0,13	0,13
Libro compra/vta/iva	1	\$1.990	\$1.990	0,05	0,05
Lápices pasta BIC	5	\$290	\$1.450	0,01	0,04
Corrector	2	\$400	\$800	0,01	0,02
Destacadores	2	\$500	\$1.000	0,01	0,03
Total			\$11.929		0,31

Fuente: elaboración propia

3.7.2. Insumos de aseo

Como toda empresa, la barbería debe contar con un ambiente limpio e higienizado, es por esto que se consideran ciertos insumos de aseo para las labores de limpieza. Los insumos serán adquiridos con una frecuencia mensual, a excepción de ciertos artículos los cuales se compran semestralmente, los cuales fueron calculados para incorporarlos en el desglose mensual de insumos de aseo (Ver tabla 3.3).

Tabla 3.3- Insumos de aseo

INSUMOS DE ASEO

Insumos	Cantidad	Precio unitario	Total Mensual	UF	TOTAL UF
Botella de Cloro 1 Litro	1	\$1.490	\$1.490	0,04	0,04
Bolsa de Basura 80x100 cm Virutez 10 unidades	2	\$1.790	\$3.580	0,05	0,09
Papel Higienico Confort 8 unidades	3	\$3.670	\$11.010	0,10	0,29
Limpia piso 1 Litro	1	\$1.500	\$1.500	0,04	0,04
Esponjas	4	\$200	\$800	0,01	0,02
Paño multiuso ultra absorbente 3 unidades	2	\$3.190	\$6.380	0,08	0,17
Lavalozas quix 480 ml	1	\$1.000	\$1.000	0,03	0,03
Líquido Limpiavidrios 500ml	1	\$2.190	\$2.190	0,06	0,06
Limpiavidrios con mango extensible	0,166667	\$8.990	\$1.498	0,24	0,04
Pala	0,166667	\$3.990	\$665	0,10	0,02
Balde estrujador	0,166667	\$5.938	\$990	0,16	0,03
Basurero 25 Litros	0,166667	\$8.990	\$1.498	0,24	0,04
Eescobillón Virutex tradicional	0,166667	\$2.631	\$439	0,07	0,01
Mopa con mango Virutex	0,166667	\$6.390	\$1.065	0,17	0,03
Total			\$34.105		0,90
Artículos de compra semestral					

Fuente: elaboración propia

3.8. Consumos de energía.

La barbería al encontrarse en un local físico establecido contará con un consumo energético correspondiente al consumo hídrico y eléctrico para desempeñar sus servicios.

3.8.1. Consumo de electricidad.

El consumo de energía eléctrica por parte de la barbería es relativamente alto, ya que se considera que hay dispositivos y herramientas que deben estar en una constante conexión a la red eléctrica para poder brindar los servicios del negocio. Para esto se cuenta con el Proveedor Enel Distribución Chile S.A. quienes son los que abastecen a toda la región

Metropolitana. En la siguiente tabla 3.4 se puede apreciar el detalle del consumo de electricidad.

Tabla 3.4- Consumo de electricidad

CONSUMO DE ELECTRICIDAD	Cantidad	Kw/h	Horas de uso diario	Precio unitario	kw/h mensual	Total mensual	TOTAL UF
Iluminación	10	0,1	10	\$192	240	\$46.080	1,21
Notebook	1	0,5	10	\$192	120	\$23.040	0,60
Secador de pelo	2	0,4	4	\$192	76,8	\$14.746	0,39
Maquina para corte de cabello	4	0,2	5	\$192	96	\$18.432	0,48
Calentador de toallas	1	0,3	1	\$192	7,2	\$1.382	0,04
Hervidor	1	0,4	1	\$192	9,6	\$1.843	0,05
Router de Internet	1	0,12	24	\$192	69,12	\$13.271	0,35
Microondas	1	0,4	1	\$192	9,6	\$1.843	0,05
Minibar	1	0,3	10	\$192	72	\$13.824	0,36
Televisor	1	0,2	10	\$192	48	\$9.216	0,24
PlayStation 5	1	0,3	5	\$192	36	\$6.912	0,18
Letrero Pool de barbería	1	0,05	10	\$192	12	\$2.304	0,06
Aire acondicionado	1	0,8	10	\$192	192	\$36.864	0,97
Total						\$189.757	4,98

Fuente: Elaboración propia

3.8.2. Consumo hídrico.

Al igual que el consumo el eléctrico, la necesidad del uso de la red húmeda para poder realizar los servicios dentro de la barbería es fundamental. Por esto que a continuación se detalla el consumo hídrico del local abastecido por la empresa Aguas Andinas S.A. (ver tabla 3.5).

Tabla 3.5- Consumo hídrico

CONSUMO DE AGUA	Cantidad	Consumo unitario Mts ³ por día	Valor Mt ³ de agua	Consumo total Mts ³ mensual	TOTAL	TOTAL UF
WC	2	0,16	\$426,74	7,68	\$3.277	0,09
lavamanos	2	0,16	\$426,74	7,68	\$3.277	0,09
Lavapelos	1	0,15	\$426,74	3,6	\$1.536	0,04
llave adicional	1	0,5	\$426,74	12	\$5.121	0,13
Total				30,96	\$13.212	0,35

Fuente: Elaboración propia

3.8.3. Otros Servicios.

La barbería tendrá otros consumos aparte de los ya mencionados en los puntos anteriores, los cuales son (ver tabla 3.6):

Tabla 3.6- Consumo de otros servicios

CONSUMO DE OTROS SERVICIOS	Cantidad	Valor Mensual	TOTAL	TOTAL UF
Plan de Internet	1	\$32.000	\$32.000	0,84
Bidon de agua 20 litros	5	\$2.500	\$12.500	0,33
Seguros	1	\$35.000	\$35.000	0,92
Total			\$79.500	2,09

Fuente: Elaboración propia

3.8.4. Resumen consumos.

A continuación, se muestra el resumen de los consumos energéticos por parte de la barbería (ver tabla 3.7).

Tabla 3.7- Resumen de consumos

Tipo consumo	Valor mensual	Valor anual	UF
CONSUMO DE ELECTRICIDAD	\$189.757	\$2.277.089	59,77
CONSUMO DE AGUA	\$13.212	\$158.542	4,16
CONSUMO DE OTROS SERVICIOS	\$79.500	\$954.000	25,04
Total	\$282.469	\$3.389.632	88,98

Fuente: Elaboración propia

3.9. Programas de trabajo; Turno y gasto en personal.

3.9.1. Turnos y horario de operación.

La barbería contará con una operación de 6 días a la semana, de lunes a sábado con 9 horas de trabajo al día y una de colación, definidas en un horario de 10:00 hasta las 20:00. Los turnos estarán definidos según programación semanal, con posibilidad de modificaciones

según sea necesario y previa coordinación entre los trabajadores. Serán 3 barberos los que desempeñen sus funciones en el local trabajando 40 horas semanales (ver tabla 3.8).

Tabla 3.8- Turnos y horarios de operación

Horario	Lunes		Martes		Miércoles		Jueves		Viernes		Sábado	
10:00	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3
11:00	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3
12:00	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3
13:00	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3
14:00	colación											
15:00	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3
16:00	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3
17:00	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3
18:00	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3
19:00	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3
20:00	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3	Barbero 1	Barbero 2	Barbero 3	Barbero 2	Barbero 1	Barbero 3

Fuente: Elaboración propia

3.10. Personal de operaciones, cargos, perfiles y sueldos.

Al tratarse de una pequeña empresa y contar solo con 3 trabajadores, el perfil que estos deben cumplir es el siguiente:

Barbero

Cargo: Barbero

Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia en barbería o peluquería.

Perfil: Que cuente con curso de barbería aprobado.

Sueldo bruto: \$570.000

Funciones: Ejecutar distintos servicios de barbería a los clientes, además de ofrecerles y servirles bebestibles si fuese necesario.

Barbero con funciones administrativas.

Cargo: Barbero con funciones administrativas.

Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia en barbería o peluquería.

Perfil: Que cuente con curso de barbería aprobado y con conocimientos básicos de administración.

Sueldo bruto: \$720.000

Funciones: Ejecutar distintos servicios de barbería a los clientes, además de ofrecerles y servirles bebestibles si fuese necesario. También realizar distintas funciones administrativas del negocio, como control de inventarios, abastecimiento de herramientas e insumos, cuadratura de finanzas y creación de publicidad.

3.11. Inversiones en equipos y edificaciones.

3.11.1. Equipos e instrumentos de trabajo.

Los equipos necesarios para la realización del servicio fueron detallados en la tabla 3-4 dentro del punto 3.4, donde se especifica la cantidad y el precio de cada uno. El monto total de estos equipos es de \$ 4.415.155, equivalente a 115,9 UF.

3.12. Capital de Trabajo.

A continuación, se aprecia el detalle del capital de trabajo calculado mediante el modelo de déficit máximo acumulado (ver tabla 3.9).

Tabla 3.9- Capital de Trabajo

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ingreso Promedio	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32	0,32
Demanda	72	108	144	180	180	252	360	396	432	432	468	576
TOTAL INGRESOS	23,058	34,588	46,117	57,646	57,646	80,705	115,292	126,821	138,351	138,351	149,880	184,467
Remuneraciones	48,820	48,820	48,820	48,820	48,820	48,820	48,820	48,820	48,820	48,820	48,820	48,820
Insumos aseo	0,900	0,900	0,900	0,900	0,900	0,900	0,900	0,900	0,900	0,900	0,900	0,900
Insumo administrativos	0,310	0,310	0,310	0,310	0,310	0,310	0,310	0,310	0,310	0,310	0,310	0,310
Arriendo terreno	9,190	9,190	9,190	9,190	9,190	9,190	9,190	9,190	9,190	9,190	9,190	9,190
Total Egresos Fijos	59,220	59,220	59,220	59,220	59,220	59,220	59,220	59,220	59,220	59,220	59,220	59,220
Agua potable	0,350	0,353	0,357	0,360	0,364	0,367	0,371	0,375	0,379	0,382	0,386	0,390
Electricidad	4,980	5,025	5,075	5,126	5,177	5,229	5,281	5,334	5,387	5,441	5,496	5,551
Otros servicios	2,090	2,109	2,130	2,151	2,173	2,194	2,216	2,239	2,261	2,284	2,306	2,329
Total Egresos Variables	7,420	7,487	7,562	7,637	7,714	7,791	7,869	7,947	8,027	8,107	8,188	8,270
TOTAL EGRESOS	66,640	66,707	66,782	66,857	66,934	67,011	67,089	67,167	67,247	67,327	67,408	67,490
SALDO	-43,582	-32,119	-20,665	-9,211	-9,288	13,694	48,203	59,654	71,104	71,023	82,472	116,977
SALDO ACUMULADO	-43,582	-75,701	-96,365	-105,577	-114,142	-100,448	-52,245	7,409	78,513	149,536	232,008	348,985

Fuente: Elaboración propia

3.12. Costos de instalación y puesta en marchas.

En cuanto a los costos de puesta en marcha, se consideran los gastos que se desembolsarán únicamente al comienzo del proyecto para su funcionamiento. Para el caso de la barbería se detallan a continuación (ver tabla 3.10):

Tabla 3.10- Puesta en marcha

Puesta en Marcha	TOTAL (\$)	UF
Mes de garantía	\$350.000	9,19
Conformación de la estructura societaria	\$750.000	19,69
Marketing	\$20.000	0,52
Remodelación local	\$1.115.000	29,27
Total	\$2.235.000	58,67

Fuente: elaboración propia

3.13. Costos de imprevistos.

Este costo corresponde a un fondo destinado a ser ocupado en caso de que ocurra un suceso imprevisto y se deba realizar un gasto adicional. Para el caso del proyecto, el costo de imprevistos corresponderá a un 10% de la suma de los activos fijos, capital de trabajo y gastos de puesta en marcha.

3.14. Resumen Inversión Inicial.

A continuación, se muestra el total de la inversión inicial para el proyecto de la barbería la cual corresponde a 317,58 UF (ver tabla 3.11).

Tabla 3.11- Resumen inversión inicial

	TOTAL (\$)	UF
Inversión activos fijos	\$4.415.155	115,90
Puesta en marcha	\$2.235.000	58,67
Capital de Trabajo	\$4.348.463	114,14
Imprevistos (10%)	\$1.099.862	28,87
Total	\$12.098.480	317,58

Fuente: elaboración propia

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

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

En este capítulo, se determina de donde se van a obtener los recursos para el proyecto, qué tipo de sociedad se debe constituir, si cumple con la normativa ambiental, el ámbito administrativo de la barbería y si cumple con la normativa legal vigente.

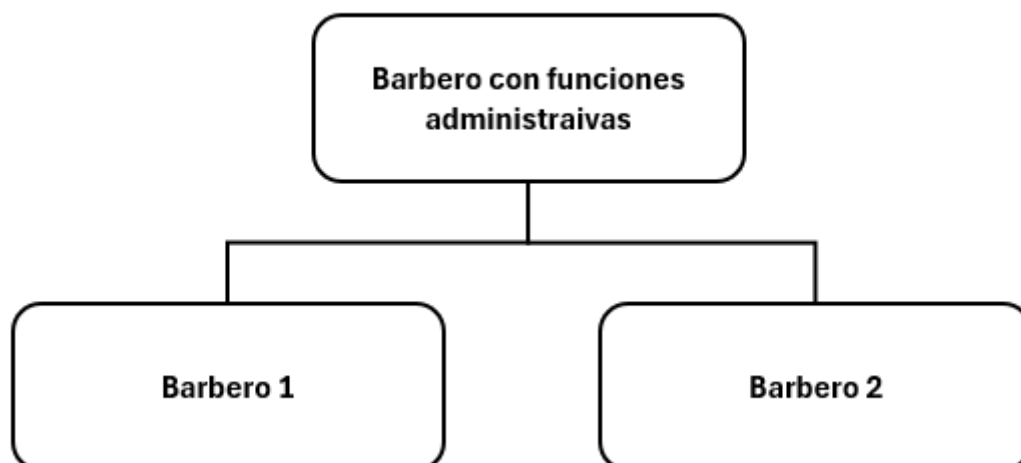
4.1. Prefactibilidad Administrativa

4.1.1. Personal

El proyecto pretende la creación de una miniempresa, la cual contará con 3 trabajadores que brindarán servicios de barbería, los cuales serán corte, cuidado y limpieza de cabello, barba y rostro. Además, uno de ellos contará con facultades administrativas, haciéndose cargo de la gestión del negocio.

4.1.2. Estructura Organizacional

La estructura organizacional permite asignar e identificar las funciones, cargos y responsabilidades de cada trabajador. Para explicar de mejor manera la estructura de la barbería se muestra a continuación en el diagrama 4.1 la jerarquía de cada trabajador.



Fuente: Elaboración propia

Diagrama 3.2- Organigrama

Los tres barberos contarán con las mismas funciones, sin embargo, a uno de ellos se le sumarán actividades administrativas para la óptima gestión del negocio.

4.1.3. Sistemas de información administrativos

Para el manejo y almacenamiento de información relevante de la barbería, se utilizará la herramienta de software Microsoft Excel, la cual ayudará a tener el registro del control de inventario, las planillas de remuneraciones y el agendamiento de los clientes. Estos registros también se irán subiendo a la nube del mismo proveedor de software, con el fin de contar con respaldos de la información en caso de siniestro. Además, se elaborarán reportes mensuales para analizar las ventas y balances de la barbería. El objetivo de la integración de sistemas de información en la miniempresa es poder organizar los datos y convertirlos en material estadístico importante para la toma de decisiones del negocio.

4.1.4. Personal administrativo, cargos, perfiles y sueldos.

La descripción del personal, perfiles y sueldos fue vista en el punto 3.9 del pasado capítulo. A modo resumen se puede observar en el detalle de la tabla 4.1.

Tabla 4.1- Sueldos del personal

Personal	Cargo	Perfil	Sueldo bruto
Barbero	Barbero	Curso de barbería aprobado.	\$570.000
Barbero con facultades administrativas	Barbero con facultades administrativas	Curso de barbería aprobado y conocimientos adiministrativos.	\$720.000

Fuente: elaboración propia

4.1.5. Gastos en personal

Los gastos en personal corresponden a los sueldos mensuales entregados a cada trabajador. De momento en el proyecto solo se contempla la remuneración sin bonos ni

aguinaldos, sin embargo, la barbería no se cierra a la posibilidad de que existan en un futuro. La tabla 4.2 muestra un resumen mensual de los gastos en personal del negocio.

Tabla 4.2- Gastos en personal

Personal	Cantidad de trabajadores	Sueldo bruto	Gasto Mensual	UF
Barbero	2	\$570.000	\$1.140.000	29,92
Barbero con facultades administrativas	1	\$720.000	\$720.000	18,90
Total			\$1.860.000	48,82
Total Anual			\$22.320.000	585,89

Fuente: Elaboración propia

4.2. Prefactibilidad Legal.

En el siguiente punto se detallan las normativas y leyes que necesita cumplir la barbería para poder ejecutar sus actividades. Chile se rige por una constitución en la cual se detallan los reglamentos, decretos, leyes y costumbres que determinan las condiciones que debe cumplir el proyecto para que se pueda llevar a cabo. De no cumplir con esto, el proyecto debe ser rechazado.

4.2.1. Marco legal vigente.

Para que la barbería cumpla con las leyes y normas chilenas vigentes, tanto el establecimiento como las actividades, debe cumplir con la siguiente documentación legal:

Código del Trabajo

- Decreto Ley N°824 Ministerio de Hacienda. Ley sobre impuesto a la renta.
- Decreto Ley N°594 Ministerio de Salud. Reglamento sobre las condiciones sanitarias y ambientales básicas en los lugares de trabajo.
- Ley N°19.300. Ley de bases del medio ambiente.

4.2.2. Políticas de desarrollo industrial.

En Chile existen diversas corporaciones gubernamentales que facilitan el apoyo al emprendimiento, principalmente a pymes, donde se aporta dinero que cubre gran parte de la inversión requerida. Algunas de estas instituciones son SERCOTEC, CORFO, etc. A su vez algunos programas que también aportan en el desarrollo industrial son el Capital semilla, Capital abeja, Yo emprendo, entre otros. Estas alternativas son relativamente fáciles de conseguir para el caso del proyecto de la barbería en Providencia, ya que trata de un negocio que necesita poca inyección monetaria y que aporte un crecimiento económico y comercial al sector donde se ubicará.

4.2.3. Aspectos legales del giro del proyecto.

Al momento de construir una empresa, la municipalidad de Providencia debe conceder una patente comercial, la cual se obtiene mediante los siguientes trámites:

- Constitución de una sociedad.
- Iniciación de actividades.
- Factibilidad para la utilización de emisión de documentos del SII.
- Permiso del servicio de salud.
- Obtención de patente comercial.

4.2.3.1. Constitución de una sociedad.

Para constituir una sociedad en Chile se debe realizar una escritura pública, redactada por un abogado u otro experto y presentada en una Notaría, donde se elabora una constitución, de la cual se obtiene un extracto, el cual es llevado al registro de comercio o Bienes Raíces, y se inscribe en sus registros, que, una vez publicado en el Diario oficial, se lleva a Notaría nuevamente para finalizar la constitución de la sociedad.

4.2.3.2. Iniciación de actividades.

La iniciación de actividades se realiza en el Servicio de Impuestos Internos (SII), obteniendo el RUT y una clave con las cuales se ingresa a la plataforma para realizar las actividades comerciales. Acompañado de esto, se debe realizar una declaración en la cual se informa el monto del capital de la empresa, dicha declaración se realiza en el formulario 4415 "Inscripción al rol único tributario y/o declaración jurada de inicio de actividades".

Además, se debe adjuntar los siguientes documentos:

- Documento original o copia legalizada de la escritura y su constancia de inscripción en el registro mercantil.
- Acreditar su publicación en el diario oficial.
- Acreditar domicilio mediante el Rol de Avalúo de la propiedad, certificado de avalúo, último recibo de contribuciones de Bienes Raíces, o la inscripción en el Conservador de Bienes Raíces. En caso de no ser el propietario, se debe presentar un contrato de arriendo legalizado notarialmente.

4.2.3.3. Factibilidad para la utilización de emisión de documentos del SII.

Al obtener el RUT para realizar el ingreso al SII, corresponde realizar las siguientes tramitaciones:

- Confirmación de la inscripción en sistema de facturación gratuito del Servicio de Impuestos Internos.
- Al ser aceptado se debe consultar por el resultado de la verificación de factibilidad de inscripción en el sistema de facturación del SII. Si no es aceptado por el SII, se debe adquirir de forma externa a través de empresas que prestan el servicio de facturación.

4.2.3.4. Permiso del servicio de salud.

Se debe presentar una solicitud para obtener un informe sanitario en el Servicio de Salud de la comuna, en este caso ubicado en las dependencias del Hospital del Salvador en Providencia.

4.2.3.5. Obtención de patente comercial.

Se debe presentar la siguiente documentación en la municipalidad de Providencia para la obtención de la patente comercial:

- Inicio de actividades del SII.
- Informe sanitario (SEREMI de Salud).
- Contrato de arrendamiento notarial (en caso de no ser dueño de la propiedad).
- Contrato de compra y venta notarial (en caso de ser el dueño de la propiedad).
- Escritura de constitución de sociedad.
- Rut sociedad (fotocopia).
- Cédula de identidad del representante legal (fotocopia).
- Certificado de capital simple (en caso de que el capital este compuesto de capital efectivo, maquinaria y herramientas).

4.2.4. Incentivos.

La barbería a medida que avance el proyecto podrá evaluar la posibilidad de brindar incentivos mediante la asignación de bonos y aguinaldos.

4.2.5. Aspectos laborales.

El proyecto de la barbería está sujeto a la normativa chilena DFL N°1 del Código del Trabajo, en la cual se señala todo lo relacionado al contrato de trabajo, capacitación laboral y protección a los trabajadores, además de los derechos y obligaciones del empleador como también las del trabajador. Esta normativa se encarga de velar por los siguiente:

- 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. Costos asociados al cumplimiento de la legislación vigente.

Como costos relacionados a la legislación se consideran las asesorías por parte de los abogados en el proceso de creación y constitución de la sociedad, además todo trámite legal para obtener el reconocimiento oficial del estado. También se considera el cumplimiento de todas las obligaciones legales con los trabajadores, esto corresponde a los sueldos, pagos de cotizaciones previsionales, indemnización, entre otros.

4.3. Prefactibilidad Societaria.

4.3.1. Relación entre los inversionistas.

La estructura societaria de la barbería corresponde a una Sociedad Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL) y esta se encuentra definida bajo solo una persona natural, por lo cual no existe relación entre inversionistas, al tratarse de uno solo. Lo que si existe es relación con las instituciones crediticias que serán fuentes de aporte para el financiamiento del proyecto.

4.3.2. Estructura societaria.

Como es mencionado en el punto anterior, la estructura societaria de la barbería en Providencia corresponde a una Sociedad Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL), la cual posee las siguientes características:

- Son formadas exclusivamente por una persona natural, con patrimonio propio 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 EIRL 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 a las Sociedades Anónimas (S.A.).

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

- Redacción de la Escritura y Constitución de la Sociedad: \$200.000 como máximo más el cobro de Notaria aproximadamente de \$75.000.
- Legalización y extracto de la Escritura Pública, depende de varios factores, tiene como valor máximo \$100.000.
- -Inscripción en el Registro de Comercio, \$5.500 más 0,2% del capital social y un valor máximo de \$256.000 establecido por ley.
- Publicación en el Diario Oficial, 1 UTM o sin costo para aquellos capitales de trabajo inferiores a 5.000 UF.
- Iniciación de actividades en SII, el cual no tiene costo alguno.
- Autorización Sanitaria, 0,5% del capital inicial.
- Patente Comercial, según el municipio de la comuna de Providencia.

4.6. Prefactibilidad Ambiental

El presente proyecto, como se ha señalado en capítulos anteriores, consiste la creación de una barbería en la comuna de Providencia, por lo tanto, en los procesos asociados a la actividad de la empresa, se generan desechos orgánicos principalmente del cabello que queda como residuo de los servicios brindados. Además, al igual que cualquier empresa se generan basura común, por lo cual, esto y lo antes señalado serán retirados bajo la responsabilidad del servicio municipal de la comuna.

CAPÍTULO 5: EVALUACIÓN ECONÓMICA

5. EVALUACIÓN ECONÓMICA.

En el siguiente capítulo, se abarca la parte final del proyecto donde se determina su rentabilidad y factibilidad en los distintos escenarios de financiamiento, mediante el uso de indicadores económicos (VAN, TIR, PRI). Gracias a esto se puede analizar la viabilidad de la creación de la barbería en Providencia según su horizonte de evaluación y decidir si efectuar el proyecto.

5.1. Consideraciones a utilizar.

5.1.1. Horizonte del proyecto.

El horizonte de evaluación de un proyecto es el periodo de tiempo en el que se evalúan los costos y beneficios de este. Para definir el horizonte de evaluación se toman en cuenta las características del proyecto, como la vida útil de los activos y las necesidades de los inversionistas. Dependiendo de las dimensiones e inversión del proyecto, no debe superar los 10 a 15 años, y en el caso de este estudio, la creación de una barbería en Providencia tomará como horizonte un periodo de 4 años en base a la vida útil de sus activos y al capital de inyección.

5.1.2. Tasa de descuento.

La tasa de descuento representa el retorno mínimo exigido por el inversionista con respecto a la inversión del proyecto, debido a que tiene renunciar a un uso alternativo de recursos, los cuales pueden ser invertidos en una mejor alternativa de negocio. Para el cálculo de esta tasa se utiliza la siguiente fórmula:

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

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 de mercado)

5.1.2.1. Tasa libre de riesgo (Rf).

La Tasa libre de riesgo, se obtiene a través de un promedio que entregan los intereses de los bonos en UF a 5 años, brindados por el Banco Central para los últimos 10 años. A continuación, en la Tabla 5-1, se pueden ver las tasas de los últimos 10 años y el promedio calculado que será el utilizado para el cálculo de la tasa final del proyecto.

Tabla 5.1- Bonos en UF últimos 10 años por el Banco Central

Periodo	Bonos en UF a 5 años (BCU, BTU)
2014	1,54
2015	1,12
2016	1,14
2017	1,04
2018	1,17
2019	0,39
2020	-0,50
2021	0,40
2022	1,85
2023	2,87
Promedio	1,10

Fuente: Banco Central.

5.1.2.2. Tasa de rentabilidad de mercado (Rm).

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 10 años en los mercados de renta variable, como se muestra a continuación en la tabla 5.2.

Tabla 5.2- Variación índice de precio selectivo de acciones.

Año	Var %
2014	4,10%
2015	4,43%
2016	12,80%
2017	34,03%
2018	1,17%
2019	-8,90%
2020	-11,79%
2021	2,89%
2022	22,15%
2023	9,60%
Promedio	7,05%

Fuente: Bolsa de Comercio de Santiago.

5.1.2.3. Beta.

El Beta mide la sensibilidad de una acción o sector a los movimientos del mercado en general.

- Beta > 1: Más volátil que el mercado (mayor riesgo y mayor potencial de retorno).
- Beta = 1: Volatilidad similar al mercado.
- Beta < 1: Menos volátil que el mercado (menor riesgo y menor retorno potencial).

La constante según tipo de negocio (B), entregada por Aswath Damodaran, actualizada en enero de 2024, corresponde al valor de beta en la sección de “Venta al por menor (líneas especiales)”, ya que dentro de las opciones de clasificación es la que más se adecua al enfoque de la barbería, al brindar servicios específicos al por menor.

Tabla 5.3- determinación de Beta

Nombre de la industria	Número de empresas	Beta	Relación D/E	Tasa impositiva efectiva	Beta sin apalancamiento	Efectivo / Valor firme
Venta al por menor (líneas especiales)	105	1,18	36,15%	9,53%	0,93	4,49%

Fuente: <https://pages.stern.nyu.edu>

5.1.2.4. Cálculo de la tasa de descuento.

Tomando los valores obtenidos anteriormente, es posible calcular la tasa de descuento del proyecto de la siguiente manera:

Rf: 1,10

Rm: 7,05

β : 1,18

$$R = 1,10 + (7,05 - 1,10) * 1,18$$

$$R = 8,12 \%$$

5.1.3. Moneda a utilizar.

Los valores señalados dentro de este estudio para la viabilidad del proyecto de la barbería en Providencia se encuentran expresados en pesos chilenos y 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 a nivel país. El valor de la UF utilizada en el proyecto corresponde a la del día 18 de Noviembre de 2024 con un valor de \$38.095,99.

5.1.4. Impuestos.

El impuesto a la renta corresponde a una parte de las utilidades de la empresa y se paga cada año. Este es determinado por el Servicio de Impuestos Internos y según la clasificación de la categoría de la empresa. Para efectos de este proyecto, se utilizará un 27% de tasa impositiva, según lo establece el organismo ya mencionado y lo cual se puede visualizar en la tabla 5.4.

Tabla 5.4- Tasa impositiva.

Año Tributario	Año Comercial	Tasa	Circular SII
2002	2001	15%	N° 44, 24.09.1993
2003	2002	16%	N° 95, 20.12.2001
2004	2003	16,5%	N° 95, 20.12.2001
2005 al 2011	2004 al 2010	17%	N° 95, 20.12.2001
2012 al 2014	2011 al 2013	20%	N° 63 30.09.2010, N° 48 19.10.2012
2015	2014	21%	N° 52, 10.10.2014
2016	2015	22,5%	N° 52, 10.10.2014
2017	2016	24%	N° 52, 10.10.2014
2018 y sgtes.	2017 y sgtes.	25%	N° 52, 10.10.2014
2018	2017	25,5%	N° 52, 10.10.2014
2019 y sgtes.	2018 y sgtes.	27%	N° 52, 10.10.2014

Fuente: Servicio de Impuestos Internos

5.1.5. Valor residual.

El valor residual corresponde al valor con el cual se venden los activos a precio de mercado. Esto quiere decir que es el precio de venta de un activo (bienes y derechos) después de que haya llegado al final de su vida útil y restando el coste de la venta. La vida útil es el periodo durante el cual un negocio amortiza ese activo. En el caso de este proyecto se determina el valor residual como el tercio del valor de la adquisición del activo.

5.1.6. Depreciaciones.

La depreciación es la pérdida de valor de un bien en consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo. Puede ser normal o acelerada. Para el caso de este proyecto, la

depreciación utilizada será acelerada, la cual corresponde a reducir en un tercio la vida útil del activo. La depreciación acelerada se calcula de la siguiente manera:

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

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, donde se señala que, para las herramientas de barbería no eléctricas, las cuales se emplean para realizar los servicios de corte, cuidado y limpieza de cabello, barba y rostro corresponden a 1 año (tijeras, peines, navajas, capas de corte y tinte, entre otros). Para activos como electrodomésticos y muebles corresponden a 2 y 3 años según la especificación del equipo. Fuera de lo antes mencionado se encuentra el calentador de toallas y las máquinas eléctricas para cortar el cabello que se deprecia en 5 años.

En la tabla 5.5 se puede apreciar el detalle de la depreciación por cada activo utilizado en el proyecto.

Tabla 5.5- Depreciación de activos.

Activos Fijos	Vida útil / 3	Valor compra Total	Valor compra UF	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Valor libro	Valor residual
tijeras para entersacar	1	\$47.980	1,26	1,26	-	-	-	-	0,42
tijeras de cabello	1	\$119.980	3,15	3,15	-	-	-	-	1,05
Tijera microdentada	1	\$43.980	1,15	1,15	-	-	-	-	0,38
Maquina perfiladora	5	\$135.980	3,57	0,71	0,71	0,71	0,71	0,71	1,19
maquina para cortar el pelo	5	\$199.980	5,25	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05	1,75
shaver	5	\$179.980	4,72	0,94	0,94	0,94	0,94	0,94	1,57
peine	1	\$16.400	0,43	0,43	-	-	-	-	0,14
Botella de spray	2	\$17.800	0,47	0,23	0,23	-	-	-	0,16
Cepillo para pelos	1	\$4.380	0,11	0,11	-	-	-	-	0,04
toallas de microfibra	1	\$137.430	3,61	3,61	-	-	-	-	1,20
Calentador de toallas	5	\$55.000	1,44	0,29	0,29	0,29	0,29	0,29	0,48
Toallas desechables	1	\$93.900	2,46	2,46	-	-	-	-	0,82
brocha para afeitar	1	\$39.000	1,02	1,02	-	-	-	-	0,34
Cepillo de afeitar	1	\$9.980	0,26	0,26	-	-	-	-	0,09
Porta navaja	1	\$33.800	0,89	0,89	-	-	-	-	0,30
repuesto navajas x100	1	\$149.880	3,93	3,93	-	-	-	-	1,31
Bowl para afeitar	1	\$9.800	0,26	0,26	-	-	-	-	0,09
secador de pelo	3	\$155.020	4,07	1,36	1,36	1,36	-	-	1,36
capa de corte	1	\$15.800	0,41	0,41	-	-	-	-	0,14
capa de tinte	1	\$18.980	0,50	0,50	-	-	-	-	0,17
Brocha para tintura	1	\$149.000	3,91	3,91	-	-	-	-	1,30
sillas de barbería	2	\$279.980	7,35	3,67	3,67	-	-	-	2,45
luz circular con tripode	2	\$130.000	3,41	1,71	1,71	-	-	-	1,14
espejos grandes	1	\$89.474	2,35	2,35	-	-	-	-	0,78
espejos chico /mediano	1	\$9.980	0,26	0,26	-	-	-	-	0,09
Lavapelos	2	\$299.990	7,87	3,94	3,94	-	-	-	2,62
Pechera	1	\$59.980	1,57	1,57	-	-	-	-	0,52
Mueble zona de servicios de barbería	2	\$259.980	6,82	3,41	3,41	-	-	-	2,27
mesita bandeja plegable	2	\$29.980	0,79	0,39	0,39	-	-	-	0,26
biombo	2	\$49.990	1,31	0,66	0,66	-	-	-	0,44
mueble para la cocina	2	\$84.990	2,23	1,12	1,12	-	-	-	0,74
Microondas	3	\$64.990	1,71	0,57	0,57	0,57	-	-	0,57
minibar	3	\$99.990	2,62	0,87	0,87	0,87	-	-	0,87
Juego de Loza	1	\$9.851	0,26	0,26	-	-	-	-	0,09
Vasos	1	\$1.990	0,05	0,05	-	-	-	-	0,02
PlayStation 5	2	\$659.990	17,32	8,66	8,66	-	-	-	5,77
Control de play	2	\$64.990	1,71	0,85	0,85	-	-	-	0,57
sillón	2	\$69.990	1,84	0,92	0,92	-	-	-	0,61
Televisión 50"	2	\$289.990	7,61	3,81	3,81	-	-	-	2,54
Rack de TV	2	\$94.990	2,49	1,25	1,25	-	-	-	0,83
Notebook	2	\$129.990	3,41	1,71	1,71	-	-	-	1,14
TOTAL		\$4.415.155	115,9	65,98	38,12	5,80	3,00	3,00	38,63

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en la tabla 5.5 la depreciación total de activos corresponde a 65,98 UF para el primer año, 38,12 UF el segundo año, 5,8 UF y 3 UF para el tercer y cuarto año respectivamente. La mayor depreciación total corresponde al primer año del proyecto puesto que una gran mayoría de activos se deprecian en este corto periodo de tiempo.

5.1.7. Reinversiones.

Como se mencionó en el punto anterior, una gran cantidad de activos cuentan con una vida útil muy acotada, por lo que se podría considerar necesario realizar reinversiones para una nueva adquisición de ellos. Sin embargo, para este proyecto se toma la decisión de no comprar nuevos activos, puesto que los adquiridos en el año 0 se pueden ser utilizados a lo largo de los 4 años que dura el proyecto, gracias al uso apropiado que se les da y a sus características individuales. Para dar un ejemplo de esto, se cuenta con muebles y equipos electrónicos dentro de la barbería, los cuales fácilmente su uso puede ser prolongado más allá de 4 años.

5.1.8. Financiamiento del proyecto.

Al momento de financiar el proyecto mediante fuentes externas, se determinan 3 escenarios distintos con su propio flujo de caja, los cuales reciben un financiamiento a largo plazo por parte de una entidad bancaria que corresponde a un 25%, 50% y 75% respectivamente.

Para el proyecto de la barbería se opta por adquirir un crédito del Banco estado que brinda una tasa de interés anual del 3,51% para miniempresas, donde el préstamo solicitado no supere los \$15.000.000 (393,74 UF). Ver tabla 5.6.

Tabla 5.6- Tasas de financiamiento

CRÉDITOS PARA PEQUEÑAS EMPRESAS												9
CRÉDITOS COMERCIALES TASA NOMINAL												9.1
	Hasta 89 días				Desde 90 días hasta 24 meses				Desde 24 meses hasta 48 meses			
	Tasa de interés Mínima		Tasa de interés Máxima		Tasa de interés Mínima		Tasa de interés Máxima		Tasa de interés Mínima		Tasa de interés Máxima	
Monto del Préstamo	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual
Inferior \$15.000.000	17,4%	1,45%	17,4%	1,45%	11,88%	0,99%	6,48%	0,54%	0%	0%	3,51%	0,2925%
Desde \$15.000.000 inferior \$ 50.000.000	16,2%	1,35%	17,4%	1,45%	13,8%	1,15%	9,48%	0,79%	13,8%	1,15%	9,48%	0,79%
sobre \$50.000.000	16,2%	1,35%	17,4%	1,45%	13,98%	1,1650%	9,48%	0,79%	13,98%	1,1650%	9,48%	0,79%

Fuente: Banco Estado

En las siguientes tablas 5.7, 5.8 y 5.9 se muestran las amortizaciones de los créditos en los distintos casos de financiamiento.

Tabla 5.7- Amortización financiamiento 25%.

Amortización de crédito solicitado 25%	
Monto crédito	79,40
Tasa anual(%)	3,51
Cuota	21,62

N° Cuota	K original	Interés	Cuota	Amortización	K final
1	79,40	2,79	21,62	18,83	60,56
2	60,56	2,13	21,62	19,49	41,07
3	41,07	1,44	21,62	20,18	20,89
4	20,89	0,73	21,62	20,89	0,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.8- Amortización financiamiento 50%.

Amortización de crédito solicitado 50%	
Monto crédito	158,79
Tasa anual(%)	3,51
Cuota	43,24

N° Cuota	K original	Interés	Cuota	Amortización	K final
1	158,79	5,57	43,24	37,67	121,12
2	121,12	4,25	43,24	38,99	82,13
3	82,13	2,88	43,24	40,36	41,77
4	41,77	1,47	43,24	41,77	0,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5.9- Amortización financiamiento 75%.

Amortización de crédito solicitado 75%	
Monto crédito	238,19
Tasa anual(%)	3,51
Cuota	64,86

N° Cuota	K original	Interés	Cuota	Amortización	K final
1	238,19	8,36	64,86	56,50	181,68
2	181,68	6,38	64,86	58,48	123,20
3	123,20	4,32	64,86	60,54	62,66
4	62,66	2,20	64,86	62,66	0,00

Fuente: Elaboración propia

5.1.9. Ingresos del proyecto.

Los ingresos del proyecto están netamente definidos por la venta de los servicios que brinda la barbería, de lo cual se tomó el servicio de corte de cabello (servicio más demandado) como dato para la estimación de los ingresos, el cual tiene un precio de \$12.000 cada uno (0,31 UF).

Según la proyección de la demanda se expresan los ingresos en la tabla 5.10.

Tabla 5.10- Ingresos del proyecto

Ingreso Anual	
Demanda	UF
3603	1134,88
3797	1196,17
4002	1260,76
4219	1328,84

Fuente: Elaboración propia

5.1.10. Egresos del proyecto.

Los egresos del proyecto corresponden a todos los desembolsos realizados anualmente por la empresa, ya sean fijos o variables. A continuación, en la tabla 5.11 se pueden observar los diversos gastos que tiene la barbería en UF.

Tabla 5.11- Egresos del proyecto

Egresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Remuneraciones	585,89	585,89	585,89	585,89
Arriendo local	110,28	110,28	110,28	110,28
Insumos administrativos	3,76	3,76	3,76	3,76
Insumos de aseo	10,74	10,74	10,74	10,74
Consumo electricidad	59,77	59,77	59,77	59,77
Consumo Hídrico	4,16	4,16	4,16	4,16
Consumo otros servicios	25,04	25,04	25,04	25,04
TOTAL FIJOS	799,64	799,64	799,64	799,64
TOTAL VARIABLES	79,96	83,96	88,16	92,57
TOTAL EGRESOS	879,61	883,61	887,81	892,21

Fuente: Elaboración propia

Los costos variables fueron determinados como el 10% de los costos fijos, donde se consideran el gasto en insumos de tintura, geles, matizadores, entre otros; los cuales son de uso directamente proporcional a la demanda. Estos costos van incrementando anualmente según el crecimiento de la demanda proyectada.

5.2. Proyecto puro.

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 (ver tabla 5.12), esta opción de inversión considera que el inversionista aporte el 100% del capital requerido.

- Unidad de Fomento: \$ 38.095,99 correspondiente al 18 de Noviembre de 2024.

- Impuesto: 27% correspondiente al impuesto de primera categoría.
- Tasa de descuento: 8,12%
- Tasa de interés anual del Banco Estado: 3,51%.

Tabla 5.12- Flujo de caja proyecto puro

Año	0	1	2	3	4
(+) Ingresos		1.134,88	1.196,17	1.260,76	1.328,84
(-) Egresos		-879,61	-883,61	-887,81	-892,21
(=) Margen		255,28	312,56	372,96	436,63
(-) Depreciación		-65,98	-38,12	-5,80	-3,00
(+) Valor Residual		0,00	0,00	0,00	38,63
(-) Valor Libro					-3,00
(-) Intereses L.P.		0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Intereses C.P.					
(=) Utilidad antes de impuestos		189,29	274,44	367,16	469,27
(-) Impuestos (27%)		-51,11	-74,10	-99,13	-126,70
(=) Utilidad después de Impuestos		138,18	200,34	268,03	342,56
(+) Depreciación		65,98	38,12	5,80	3,00
(-) Inversiones de activos	-115,90	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Valor Libro		0,00	0,00	0,00	3,00
(+) Créditos L.P.		0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Créditos C.P.		0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Amortizaciones de créditos L.P.					
(-) Amortizaciones de créditos C.P.					
(+/-) Capital de trabajo	-114,14				114,14
(-) Puesta en Marcha	-58,67				
(-) Imprevistos	-28,87				
(=) Flujo de Caja	-317,58	204,17	238,46	273,82	462,70
(=)FC Actualizado	-317,58	188,83	203,99	216,65	338,59
(=)FC Acumulado	-317,58	-128,75	75,24	291,89	630,48

Fuente: Elaboración propia

VAN: 630,48 UF

TIR: 69%

PRI: 2 Años

IVAN: 1,99

5.3. Proyecto con financiamiento externo.

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

- Unidad de Fomento: \$ 38.095,99 correspondiente al 18 de Noviembre de 2024.
- Impuesto: 27% correspondiente al impuesto de primera categoría.
- Tasa de descuento: 8,12%
- Tasa de interés anual del Banco Estado: 3,51%.

5.3.1. Flujo de caja con 25% de financiamiento externo.

Tabla 5.13- Flujo de caja proyecto financiado 25%

Año	0	1	2	3	4
(+) Ingresos		1.134,88	1.196,17	1.260,76	1.328,84
(-) Egresos		-879,61	-883,61	-887,81	-892,21
(=) Margen		255,28	312,56	372,96	436,63
(-) Depreciación		-65,98	-38,12	-5,80	-3,00
(+) Valor Residual		0,00	0,00	0,00	38,63
(-) Valor Libro					-3,00
(-) Intereses L.P.		-2,79	-2,13	-1,44	-0,73
(-) Intereses C.P.					
(=) Utilidad antes de impuestos		186,50	272,32	365,72	468,53
(-) Impuestos (27%)		-50,36	-73,53	-98,74	-126,50
(=) Utilidad después de impuestos		136,15	198,79	266,97	342,03
(+) Depreciación		65,98	38,12	5,80	3,00
(-) Inversiones de activos	-115,90	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Valor Libro		0,00	0,00	0,00	3,00
(+) Créditos L.P.	79,40	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Créditos C.P.					
(-) Amortizaciones de créditos L.P.		-18,83	-19,49	-20,18	-20,89
(-) Amortizaciones de créditos C.P.					
(+/-) Capital de trabajo	-114,14				114,14
(-) Puesta en Marcha	-58,67				
(-) Imprevistos	-28,87				
(=) Flujo de Caja	-238,19	183,30	217,42	252,59	441,28
(=)FC Actualizado	-238,19	169,53	185,98	199,85	322,92
(=)FC Acumulado	-238,19	-68,65	117,33	317,18	640,10

Fuente: Elaboración propia

VAN: 640,10 UF

TIR: 86%

PRI: 2 Años

IVAN: 2,02

5.3.2. Flujo de caja con 50% de financiamiento externo.

Tabla 5.14- Flujo de caja proyecto financiado 50%

Año	0	1	2	3	4
(+) Ingresos		1.134,88	1.196,17	1.260,76	1.328,84
(-) Egresos		-879,61	-883,61	-887,81	-892,21
(=) Margen		255,28	312,56	372,96	436,63
(-) Depreciación		-65,98	-38,12	-5,80	-3,00
(+) Valor Residual		0,00	0,00	0,00	38,63
(-) Valor Libro					-3,00
(-) Intereses L.P.		-5,57	-4,25	-2,88	-1,47
(-) Intereses C.P.					
(=) Utilidad antes de impuestos		183,72	270,19	364,28	467,80
(-) Impuestos (27%)		-49,60	-72,95	-98,35	-126,31
(=) Utilidad después de Impuestos		134,11	197,24	265,92	341,49
(+) Depreciación		65,98	38,12	5,80	3,00
(-) Inversiones de activos	-115,90	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Valor Libro		0,00	0,00	0,00	3,00
(+) Créditos L.P.	158,79	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Créditos C.P.					
(-) Amortizaciones de créditos L.P.		-37,67	-38,99	-40,36	-41,77
(-) Amortizaciones de créditos C.P.					
(+/-) Capital de trabajo	-114,14				114,14
(-) Puesta en Marcha	-58,67				
(-) Imprevistos	-28,87				
(=) Flujo de Caja	-158,79	162,43	196,37	231,36	419,86
(=)FC Actualizado	-158,79	150,23	167,98	183,05	307,24
(=)FC Acumulado	-158,79	-8,56	159,42	342,47	649,71

Elaboración propia

VAN: 649,71 UF

TIR: 117%

PRI: 2 Años

IVAN: 2,05

5.3.3. Flujo de caja con 75% de financiamiento externo.

Tabla 5.15- Flujo de caja proyecto financiado 75%

Año	0	1	2	3	4
(+) Ingresos		1.134,88	1.196,17	1.260,76	1.328,84
(-) Egresos		-879,61	-883,61	-887,81	-892,21
(=) Margen		255,28	312,56	372,96	436,63
(-) Depreciación		-65,98	-38,12	-5,80	-3,00
(+) Valor Residual		0,00	0,00	0,00	38,63
(-) Valor Libro					-3,00
(-) Intereses L.P.		-8,36	-6,38	-4,32	-2,20
(-) Intereses C.P.					
(=) Utilidad antes de impuestos		180,93	268,06	362,83	467,07
(-) Impuestos (27%)		-48,85	-72,38	-97,97	-126,11
(=) Utilidad después de impuestos		132,08	195,69	264,87	340,96
(+) Depreciación		65,98	38,12	5,80	3,00
(-) Inversiones de activos	-115,90	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Valor Libro		0,00	0,00	0,00	3,00
(+) Créditos L.P.	238,19	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Créditos C.P.					
(-) Amortizaciones de créditos L.P.		-56,50	-58,48	-60,54	-62,66
(-) Amortizaciones de créditos C.P.					
(+/-) Capital de trabajo	-114,14				114,14
(-) Puesta en Marcha	-58,67				
(-) Imprevistos	-28,87				
(=) Flujo de Caja	-79,40	141,56	175,32	210,13	398,44
(=)FC Actualizado	-79,40	130,93	149,98	166,25	291,56
(=)FC Acumulado	-79,40	51,54	201,51	367,77	659,33

Fuente: Elaboración propia

VAN: 659,33 UF

TIR: 200%

PRI: 1 Año

IVAN: 2,08

5.4. Resumen indicadores económicos.

Luego de calcular los flujos de caja en los 4 distintos escenarios de financiamiento, es importante comparar sus indicadores económicos para determinar cuál es el caso más favorable para la rentabilidad del proyecto. La comparación se puede visualizar a continuación en la tabla 5.16.

Tabla 5.16- Resumen indicadores económicos

	VAN	TIR	PRI	IVAN
Proyecto Puro	630,48	69%	2	1,99
Proyecto Financiado 25%	640,10	86%	2	2,02
Proyecto Financiado 50%	649,71	117%	2	2,05
Proyecto Financiado 75%	659,33	200%	1	2,08

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 5.16, todos los escenarios de financiamiento generan beneficios económicos para la barbería, al dar un VAN > 0 y una tasa interna de retorno mayor a la tasa de descuento del proyecto. Adicional a esto, se aprecia que la mejor opción para realizar el proyecto es con un financiamiento del 75%, ya que la rentabilidad obtenida es de 659,33 UF, recuperando la inversión al primer año y con una tasa de retorno del 200%.

5.5. Sensibilizaciones.

La sensibilización sirve para especificar cuánto se pueden modificar algunas variables relevantes y como afectan estas al proyecto (se opta por el mejor escenario de flujo de caja), en este caso, las variables seleccionadas son el precio del corte de cabello (ingresos) y el costo en las remuneraciones de los trabajadores (egresos).

5.5.1. Sensibilizaciones respecto al precio del servicio de corte de cabello (ingresos).

El cobro por el servicio de corte de pelo inicial es de 0,315 UF equivalente a \$12.000, mientras que al variar la ponderación de los ingresos el VAN se iguala a 0 cuando el precio del servicio baja a las 0,2464 UF, siendo equivalente a un 21,79% menor al cobro inicial.

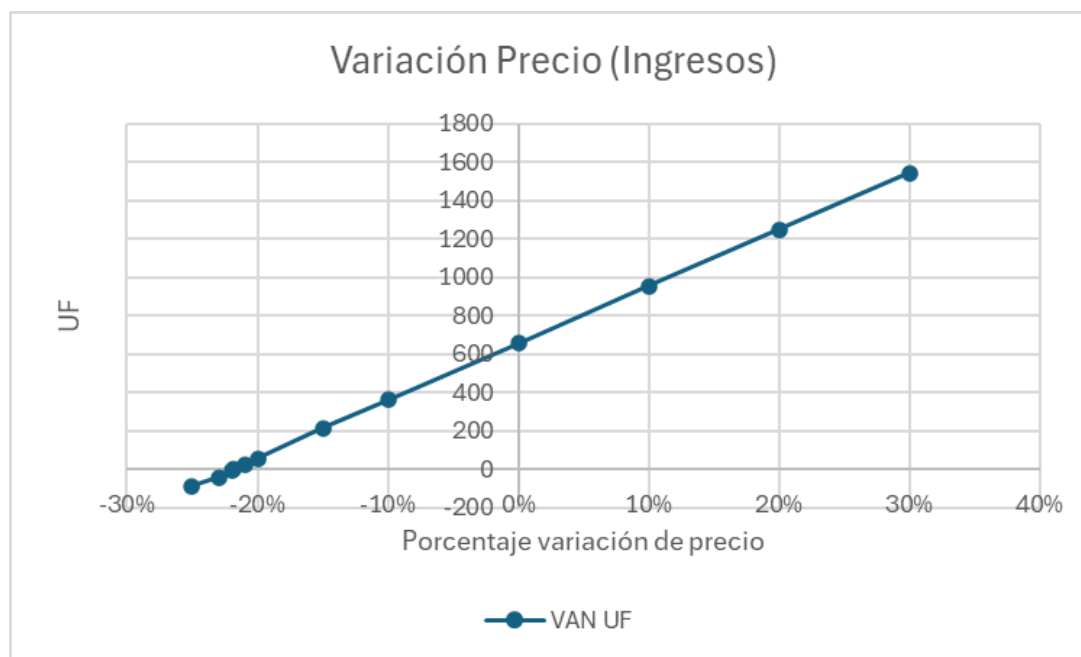
A continuación, en la tabla 5.17 se pueden observar las distintas variaciones en el precio del cobro por servicio y como va afectando en la rentabilidad del proyecto.

Tabla 5.17- Sensibilización de ingresos

Pago Servicio (UF)	Variación Precio	VAN UF	Variación VAN	TIR	PRI
0,409	30%	1544,71	134%	503%	1
0,378	20%	1249,58	90%	401%	1
0,346	10%	954,46	45%	299%	1
0,315	0%	659,33	0%	200%	1
0,283	-10%	364,20	-45%	106%	2
0,268	-15%	216,64	-67%	63%	3
0,252	-20%	57,58	-91%	21%	4
0,2488	-21,0%	25,23	-96%	14%	4
0,2464	-21,79%	0	-100%	8%	4
0,246	-22,0%	-7,11	-101%	7%	+4
0,243	-23,0%	-41,09	-106%	-1%	+4
0,236	-25%	-87,57	-113%	-9%	+4

Fuente: Elaboración propia

Al graficar los valores obtenidos de la tabla 5.17 se obtiene el siguiente grafico de variación del VAN respecto a la variación de precio.



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 5-1: Sensibilización de ingresos

5.5.2. Sensibilizaciones respecto a las remuneraciones (egresos).

El gasto anual en remuneraciones al personal de la barbería corresponde a 585,89 UF. El VAN se iguala a 0 cuando las remuneraciones aumentan en un 41%, con un costo de 831,96 UF por año.

En la tabla 5.18 se puede observar las variaciones de las remuneraciones y como esto afecta Al VAN del proyecto.

Tabla 5.18- Sensibilización de egresos

Remuneración (UF)	Variación Remuneración	VAN UF	Variación VAN	TIR	PRI
849,54	45,0%	-77,23	-112%	-1%	+4
831,96	41%	0	-100%	8%	+4
820,24	40,0%	14,4	-98%	11%	4
790,95	35,0%	100,67	-85%	30%	4
761,65	30,0%	186,93	52%	58%	3
703,07	20,0%	346,46	-47%	98%	2
644,48	10,0%	502,90	-24%	147%	1
585,89	0,0%	659,33	0%	200%	1
527,30	-10,0%	815,76	24%	255%	1

Fuente: elaboración propia

Al graficador los datos recién mostrados se puede obtener una mejor visualización del impacto de la variación de la remuneración del personal respecto al van del proyecto.

Fuente: Elaboración propia.

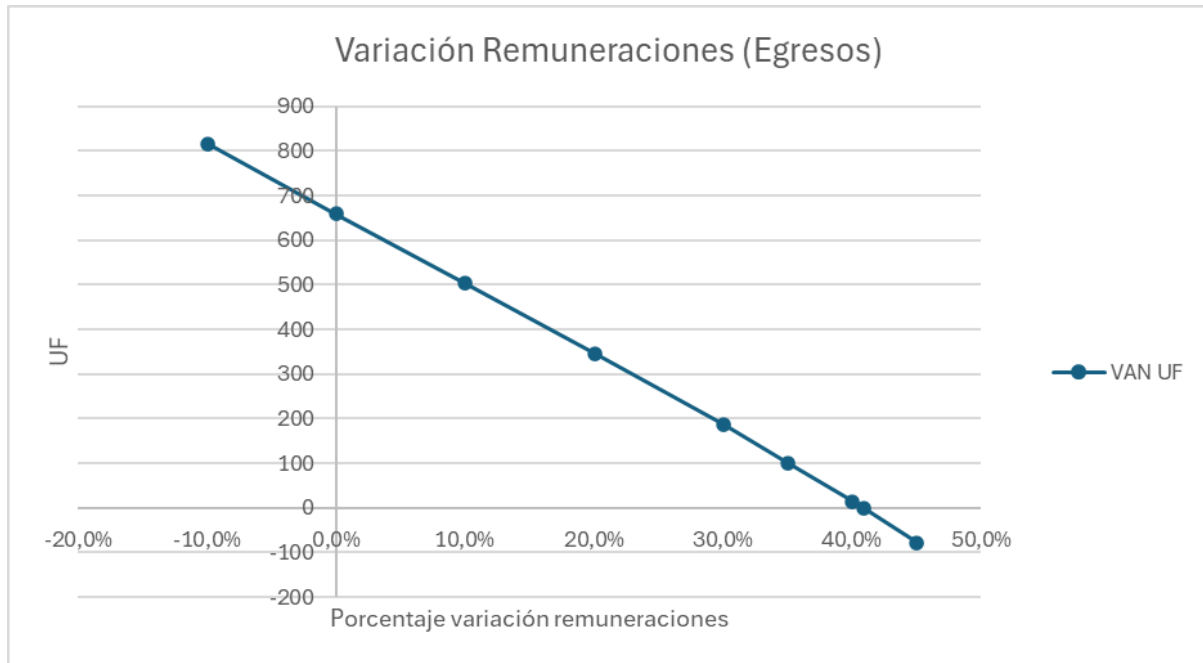


Gráfico 5-2: Sensibilización de egresos

5.5.3. Determinación de puntos de corte.

Resumiendo los datos de la sensibilización de variables de ingreso y egresos, se establece que con respecto al precio del servicio que brinda la barbería, este puede disminuir hasta en un 21,79% aproximadamente sin generar pérdidas, y a su vez, el costo de las remuneraciones del personal puede aumentar en un 41%.

Estos indicadores de sensibilización reflejan que el proyecto puede someterse a cambios bruscos frente a la alza o baja de ingresos y egresos, y aún así presentar rentabilidad siempre y cuando no sobrepasen los porcentajes obtenidos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente proyecto abordó la evaluación de un proyecto de barbería ubicado en la comuna de Providencia, Santiago de Chile, con una inversión inicial de 317,58 UF y un horizonte de análisis de 4 años. La evaluación contempló cuatro escenarios de financiamiento: proyecto puro y proyectos con financiamiento externo del 25%, 50% y 75%.

Tras analizar los indicadores económicos derivados del flujo de caja, se concluye que el escenario con financiamiento del 75% es el más ventajoso para llevar a cabo el proyecto. Este escenario presenta un Valor Actual Neto (VAN) de 659,33 UF, una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 200% y un Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) de tan solo 1 año. Estos indicadores destacan no solo la rentabilidad del proyecto, sino también su capacidad para generar retornos de manera rápida y sostenida.

Además de los sólidos fundamentos económicos, el proyecto presenta un valor agregado diferencial que fortalece su atractivo en el mercado. La barbería incorpora una zona de videojuegos en el establecimiento, diseñada para ofrecer una experiencia única de entretenimiento y comodidad a los clientes mientras esperan su servicio. Este enfoque innovador, orientado a la captación y fidelización de clientes, se complementa con una oferta diversificada de servicios, que incluye cortes de cabello, perfilado de barba y limpieza facial, junto con planes y promociones personalizadas.

Este modelo de negocio no solo busca satisfacer las necesidades básicas de sus clientes, sino también superar sus expectativas al brindarles un espacio acogedor y de entretenimiento, posicionándose como una propuesta integral en el competitivo mercado de las barberías.

En conclusión, el proyecto no solo es económicamente viable y altamente rentable bajo el escenario de financiamiento externo del 75%, sino que también cuenta con elementos diferenciadores que lo hacen competitivo y atractivo para su público objetivo. Por lo tanto, se recomienda avanzar en su implementación considerando este modelo de financiamiento, ya que maximiza los beneficios económicos y fortalece su posicionamiento en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

Apuntes de asignatura de Evaluación de Proyectos, Universidad Técnica Federico Santa María, Ingeniería de Ejecución en Gestión Industrial, año 2024.

Apuntes de asignatura Matemáticas Financiera, Universidad Técnica Federico Santa María, Ingeniería de ejecución en Gestión Industrial, año 2022.

Apuntes de asignatura Marketing y Comercialización, Universidad Técnica Federico Santa María, Ingeniería de Ejecución en Gestión Industrial, año 2023.

BANCO Estado, créditos para pequeñas empresas. Disponible en www.bancoestado.cl

Base de datos, Banco Central de Chile, obtención tasa de interés mercado secundario para cálculo de tasa de descuento.

PÁGINA web, Servicio de Impuestos Internos, obtención de tablas de vida útil de activos. Disponible en www.sii.cl

PÁGINA web, Homecenter Sodimac, obtención activos fijos. Disponible en www.sodimac.cl

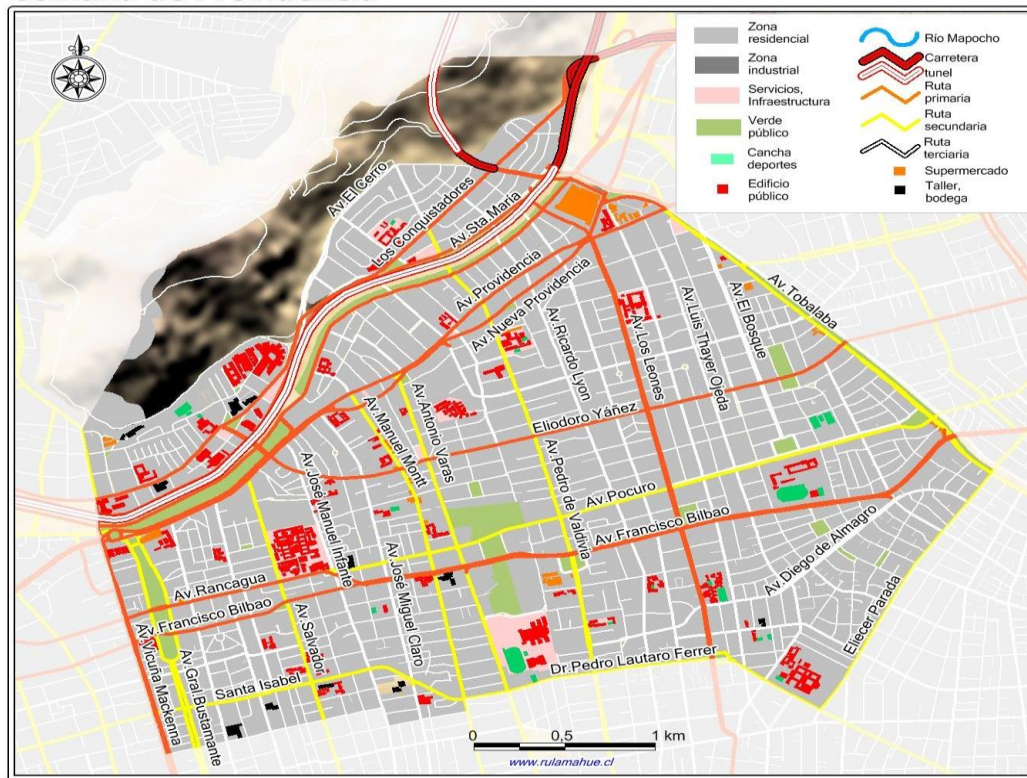
PÁGINA web, Mercado Libre, obtención activos fijos. Disponible en www.mercadolibre.cl

Municipalidad de Providencia, obtención de índices demográficos. Disponible en www.providencia.cl

PÁGINA web, Instituto Nacional de Estadística, obtención de la población objetivo para estimación de demanda. Disponible en www.INE.cl

ANEXOS

Comuna de Providencia



Fuente: www.rulamahue.cl

Figura 0.1- Mapa comuna de Providencia



Fuente: elaboración propia

Figura 0.2- Foto actual del local para la Barbería



Fuente: elaboración propia

Figura 0.3- Foto actual del local para la Barbería



Fuente: elaboración propia

Figura 0.4- Foto actual del local para la Barbería