UNIVERSIDAD TECNICA FEDERICO SANTA MARIA

Repositorio Digital USM **https://repositorio.usm.cl**

Tesis USM TESIS de Pregrado de acceso ABIERTO

2022

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICO Y ECONÓMICO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO INTEGRAL EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN

FUENTES STUARDO, CAROLINA NICOL

https://hdl.handle.net/11673/53539

Repositorio Digital USM, UNIVERSIDAD TECNICA FEDERICO SANTA MARIA

UNIVERSIDAD TECNICA FEDERICO SANTA MARIA

SEDE CONCEPCION REY BALDUINO DE BELGICA

CONCEPCION

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICO Y ECONÓMICO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ESTÉTICA Y SPA INTEGRAL EN CONCEPCIÓN

CAROLINA FUENTES STUARDO

2022

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

SEDE CONCEPCION

“REY BALDUINO DE BELGICA”

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICO Y ECONÓMICO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ESTÉTICA Y SPA INTEGRAL EN CONCEPCIÓN

TRABAJO PARA OPTAR AL TITULO PROFESIONAL DE INGENIERO DE EJECUCION EN GESTION INDUSTRIAL.

Alumna: Carolina Nicol Fuentes Stuardo

Profesor Guía: Arnaldo Jélvez Caamaño.

2022

AGRADECIMIENTOS

Quisiera agradecer primero que todo a Dios por abrir las puertas para entrar a estudiar, por darme la sabiduría y fuerzas que necesité para culminar la carrera. También por darme la oportunidad de conocer gente maravillosa en el camino, que hoy en día se han transformado en buenos amigos.

Agradezco también a mi familia: padres, hermanos, pareja, hijo, por apoyarme, por la comprensión y motivarme en este proceso cada vez que lo necesité. Pero en especial a mi madre quien ha sido un pilar fundamental en mi vida, y hoy soy una gran mujer, gracias a ella , a sus consejos, valores y amor incondicional.

Agradezco a mi pequeño hijo Luciano por su comprensión, a pesar de ser pequeño, él entendía que debía pasar menos tiempo con él para poder estudiar. Pero este sacrificio valió la pena, porque todo este esfuerzo tiene su recompensa.

Y finalmente quisiera agradecer a mis profesores, que son un gran elemento para la Universidad (Luis Ceballos, Manuel Jélvez, Jorge Urrutia) por su buena disposición para brindarme ayuda cada vez que lo necesité, por compartirme sus conocimientos, tanto en clases como fuera de ellas. Gracias por la paciencia y guiarme en estos años de estudios.

INTRODUCCION

El presente proyecto tiene por finalidad evaluar la prefactibilidad de instalar un Centro de Estética y Spa relajación en la Ciudad de Concepción.

La propuesta de valor de la empresa es entregar una experiencia de Centro de Estética y Spa con ambas líneas integradas. Se diferenciará de la oferta actual por su tecnología innovadora el cual les garantizará a los clientes obtener resultados desde la primera sesión de sus tratamientos. Además, cuenta con el personal altamente calificado.

El Centro Integral buscará posicionarse a través de servicios tales como: Tratamientos reductivos, Tratamientos faciales antienvejecimiento, Levantamiento de glúteos, Masajes de relajación, hidromasajes, Depilación láser.

El precio por venta se estima en $25.000 promedio el valor de la sesión de cada tratamiento y el volumen de venta para el primer año se estima en $ 150.000.000 y se espera aumenten en un 5% anual. Los costos operaciones se espera aumenten 3% cada año. Se realizarán 3 evaluaciones financieras , solicitando un crédito del 50% y 75% del total de la inversión, con una tasa de descuento del 15 % y 16% respectivamente.

Se realizará un análisis del marco legal y regulatorio del negocio fundamentalmente lo relativo a las normas que regula la práctica de cosmetología y embellecimiento corporal. Este estará incluido en el Anexo.

Para llevar a cabo dicho estudio se realizarán tres tipos de análisis: Estudio de mercado, Estudio técnico, Estudio económico dónde calcularán los indicadores VAN, TIR para verificar la conveniencia de la ejecución del proyecto.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN **3**
Idea a desarrollar 6
Justificación 8
Objetivo General 10
Objetivos Específicos 10
Metodología 10
CAPITULO 1: ESTUDIO DE MERCADO **11**
1.1 Definición de Empresa 12
1.2 Misión 12
1.3 Visión 13
1.4 Análisis FODA 13
1.5 Análisis de la Oferta 15
1.6 Análisis de la Competencia 17
1.7 Análisis de la demanda 20
1.8 Modelo CANVAS 22
1.9 Condiciones de Comercialización 26
1.10 Mercado Potencial a cubrir 27
CAPITULO 2: ESTUDIO TÉCNICO **29**
2.1 Tamaño del Proyecto 30
2.2 Análisis de localización 32
2.3 Ingeniería del proyecto 32
2.4 Costos de inversión de bienes tangibles 33
2.5 Costos de inversión de bienes intangibles 34
2.6 Costos de operación 35
2.7 Costos Variables unitarios 35
2.8 Resumen de Costos 36
2.9 Inversión Total 37
2.10 Estructura organizacional 37
2.11 Descripción de cargos 38

CAPITULO 3: ESTUDIO ECONÓMICO **39**
3.1 Financiamiento 40
3.2 Objetivo del estudio 40
3.2 Activo tangible e intangible 40
3.4 Inversión inicial 41
3.5 Inversión total 41
3.6 Depreciación 42
3.7 Amortización 43
3.8 Proyección de costos 44
3.9 Tasa de descuento 45
3.10 Alternativa de financiamiento 46
3.11 Flujos de Caja 47
3.12 Evaluación de resultados 50
3.13 Análisis de Sensibilidad 50
Conclusiones **51**
Bibliografía **52**
ANEXOS **53**

PLANTEAMIENTO DE ESTUDIO

LA IDEA A DESARROLLAR

La idea es instalar un Centro de estética y Spa de relajación en la ciudad de Concepción, considerando:

- El acelerado ritmo de vida ha generado que profesionales y personas en general, estén preocupados por su bienestar físico y mental, ya que rutinas laborales, personales, además de factores sociales, económicos, están causando altos niveles de estrés en las personas.
- El estrés se ha convertido en uno de los grandes males del Siglo XXI. Según estimaciones del investigador Jeffrey Pfeffer, profesor de la Escuela de Postgrado de Negocios de la Universidad de Stanford, y recopiladas por el Foro Económico Mundial, 120.000 trabajadores mueren anualmente por causas asociadas al estrés. (Pfeffer, 2019)
- Una forma de ofrecer a estas personas una alternativa de relajación que ayude a mejorar su bienestar y calidad de vida es acceder a los servicios del Spa relajación y Centro de Estética.
- El retorno a la valorización del tiempo disponible y la preocupación por el culto al cuerpo sano están desarrollando el mercado de los Centros de Estética, SPA.
- La industria de la belleza es una de las más valoradas por millones de mujeres y hombres en el mundo, presentando hasta inicios del 2020 un crecimiento económico del 6.8%, de acuerdo con datos de Kantar.(Empresa mundial de datos) (Kantar, 2021)
- El envejecimiento de la población permite deducir un incremento futuro en tratamientos estéticos faciales. En estados Unidos se adoptó el término *woopies* para representar a la gente mayor y adinerada, que después de jubilarse manifiesta necesidades de consumo, dispone de una pensión segura y tienen reducidas responsabilidades u obligaciones financieras.
- Entre 2018 y 2023, la industria antienvejecimiento invertirá 50.000 millones de dólares en investigación a nivel global. Se prevé que este mercado tenga un crecimiento anual en este periodo del 5,7%, según las estimaciones recogidas por el portal de datos Statista. (Statista, 2019)
- En Concepción sólo existe un centro que brinda el servicio en estas dos líneas

integradas. (Centro de Estética y Spa de relajación) Los demás 31 centros existentes en la zona prestan estos servicios por separados en diferentes locales.

- Existe una demanda insatisfecha en la zona a la hora de querer realizarse tratamientos estéticos, ya que los tiempos de espera para acceder a estos servicios varían entre 7 a 15 días.
- El crecimiento demográfico de la población ha alcanzado un 6,75% de crecimiento en los últimos 5 años.
- Factor inmigratorio. Población extranjera residente en Chile llegó a 1.462.103 personas en 2020, un 0,8% más que en 2019. (INE, 2021)

Es por ello que se pretende analizar la prefactibilidad técnica, económica y mercado, para establecer un Centro de Estética y SPA relajación en Concepción, que propone brindar a sus clientes los servicios de:

- Tratamientos Reductivos corporales
- Tratamientos faciales antienvejecimiento
- Levantamiento de Glúteos
- Masajes de relajación (piedras calientes, hidromasajes)
- Depilación láser.

El centro de estética busca entregar a sus clientes una experiencia que le permita superar situaciones de estrés o mejorar su calidad de vida mediante un bienestar personal.

JUSTIFICACIÓN

Los antecedentes anteriores muestran un aumento de la demanda insatisfecha por estos servicios y el proyecto se justifica por poder ofrecer un servicio integral, en una ubicación estratégica, con tecnología vanguardista, productos de la más alta calidad y profesionales calificados.

Se realizó una encuesta telefónica a Centros de Estética y Spa ubicados en Concepción para determinar la demanda insatisfecha. Es decir, cuantos días debe esperar el cliente para acceder a los servicios ofrecidos. (Tratamientos estéticos y masajes antiestrés)

El cual determinó que el 23 % tiene disponibilidad de horas de 7 a 10 días, el 37% disponibilidad de 10 a 15 días y el 40% tiene disponibilidad de horas de 15 días a más.

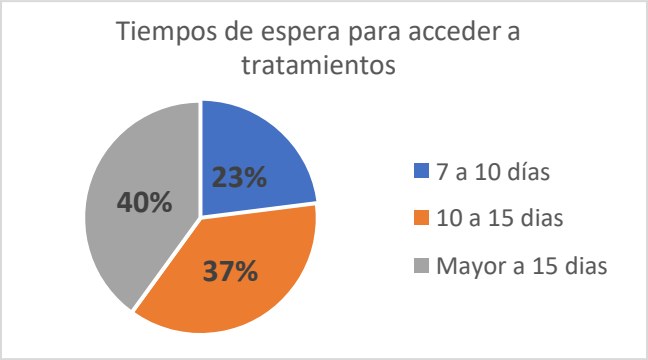


Gráfico 1 Fuente: Elaboración propia, según datos obtenidos a través de encuesta telefónica

Las personas pueden lograr a través de estos servicios la superación de ciertas imperfecciones auto percibidas, con lo cual mejoran su calidad de vida y bienestar integral.

Asistir a un Centro de Estética y Spa de relajación alivia el estrés emocional, evita enfermedades (depresión, ansiedad, trastorno de sueño).

"Cuando se realiza un masaje relajante aplicando las técnicas correctas, se logra aliviar el estrés emocional, des contractura y relaja los músculos, aumenta la circulación de la sangre eliminando los productos de desecho acumulados en el torrente sanguíneo, reduce el ritmo cardiaco y la presión sanguínea. Además, disminuye los dolores corporales ya que al estimular la circulación de la sangre los nutrientes y el oxígeno que circulan por ella llegan con mayor rapidez a las zonas necesitadas del cuerpo". (Empresarial, 2019)

Debido a la pandemia Se han incrementado las consultas de psicología para el tratamiento de problemas de ansiedad y depresión. Así lo recoge una encuesta realizada durante los meses de agosto a octubre por la Asociación Americana de Psicología (APA) en la que han participado 1.787 psicólogos.

Según afirman los profesionales encuestados, se ha observado un aumento notable de consultas de pacientes con ansiedad y depresión desde el inicio de la pandemia de coronavirus, así como de las solicitudes de intervenciones psicológicas a través de la modalidad de videoconferencia o telefónica. Como consecuencia, tres de cada 10 psicólogos (29%) señalan que están atendiendo a más pacientes desde el comienzo de la pandemia.

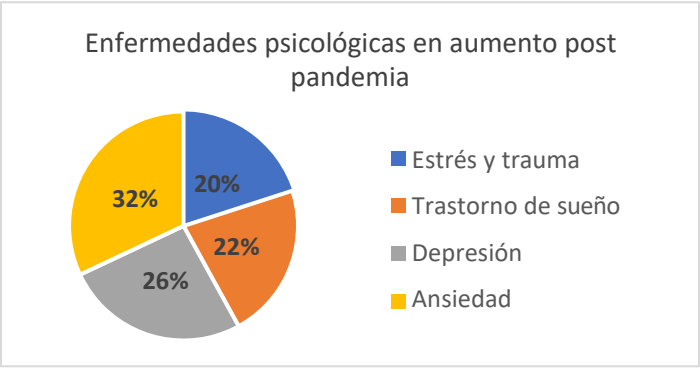


Gráfico 2 Fuente: Elaboración Propia según datos de encuesta APA

Específicamente, el 60% de los psicólogos y psicólogas dedicados al tratamiento psicológico de la depresión han informado del aumento de este tipo de demanda, así como el 74% de los psicólogos especialistas en ansiedad han señalado un aumento de las consultas para este tratamiento psicológico. Asimismo, otros problemas de salud mental que han experimentado un aumento de la demanda han sido los trastornos relacionados con el estrés y trauma (48%) y los trastornos del sueño (51%).

En definitiva, los resultados de la encuesta de la APA siguen la línea de los informados en otros países, en los que se observa que la pandemia sanitaria ha tenido un impacto psicológico negativo en la población, así como ha supuesto un gran impulso para la expansión de los servicios de tele psicología. (APA, 2021)

OBJETIVO GENERAL

Evaluar la prefactibilidad de un proyecto que consiste en la instalación de un Centro de Estética y Spa en la Ciudad de Concepción.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

3.2.1 Estimar el mercado potencial para los servicios a ofrecer.

3.2.2 Identificar las variables estratégicas y operacionales claves del negocio.

3.2.3 Evaluar la rentabilidad financiera del proyecto y su análisis de sensibilidad

METODOLOGIA

1. Se desarrollará un Estudio de Mercado, para poder estimar el potencial mercado, utilizando el modelo de demanda y oferta, incluyendo un análisis de la competencia.
2. Se desarrollará un Estudio Técnico para definir los procesos, la infraestructura, los insumos relevantes y el costeo de ellos.
3. Se desarrollará un estudio financiero, con el fin de evaluar la rentabilidad del negocio utilizando los indicadores del VAN Y del TIR.
4. Se utilizará el Análisis FODA con el fin de identificar los factores externos e internos que afectan a la empresa y sugerir una estrategia competitiva.

CAPITULO I

ESTUDIO DE MERCADO

ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo del estudio de mercado es obtener información sobre los deseos y necesidades de los clientes activos y potenciales, para poder contribuir de una manera eficaz a mejorar las decisiones de comercialización en la empresa.

Los principales tópicos que aborda la investigación de mercado son:

3.2.4 Identificar segmentos de mercado
3.2.5 Estimar el grado de penetración de un producto
3.2.6 Estimar el potencial mercado
3.2.7 Pronóstico de la evolución de la demanda
3.2.8 Evaluación de la imagen y posicionamiento de marca
3.2.9 Conocer el comportamiento del consumidor
3.2.10 Conocer las expectativas y nivel de satisfacción de los consumidores

1.1 DEFINICION DE EMPRESA

Glam Wellness se encuentra ubicado en la ciudad de Concepción. Propone un modelo de negocio para mejorar el bienestar físico y mental de las personas. La propuesta de valor de la empresa es entregar una experiencia de Centro de Estética y Spa con ambas líneas integradas. Se diferenciará de la oferta actual por su tecnología vanguardista el cual les garantizará a los clientes obtener resultados desde la primera sesión de sus tratamientos. Además, cuenta con servicios innovadores y personal altamente calificado .

Glam Wellness buscará posicionarse a través de servicios tales como: Tratamientos reductivos, Tratamientos faciales antienvejecimiento, Levantamiento de glúteos, Masajes de relajación, hidromasajes, Depilación láser.

1.2 MISION

Entregar a las personas un servicio con altos estándares de calidad que permita mejorar su bienestar y calidad de vida.

1.3 VISION

Ser un centro valorado por las personas en el tiempo por la buena atención, calidad humana, excelentes productos y tecnología vanguardista.

1.4 ANALISIS FODA

El análisis FODA es una de las herramientas esenciales que provee de los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implementación de acciones y medidas correctivas y la generación de nuevos o mejores proyectos de mejora.

En el proceso de análisis FODA, se consideran los factores económicos, políticos, sociales y culturales que representan las influencias del ámbito externo a la empresa, que inciden sobre su quehacer interno.

F1.- Buena calidad de servicio, Atención personalizada, servicios innovadores, tecnología Vanguardista.

F2.- Recurso humano capacitado. Las personas que realizan los tratamientos y masajes son profesionales que poseen conocimientos necesarios y el certificado de competencias otorgado por la SEREMI y establecimientos de Educación Superior.

Oportunidades

O1.- Mercado en crecimiento, en 2023 la industria cosmética generará 800.000 millones de dólares, un 50% más que en 2017, cuando la facturación alcanzó los 530.000 millones.

O2.- Oportunidad de fondos externos para proyectos de apoyo a empresas del rubro de belleza. Tales como Corfo, Capital Semilla, Capital Abeja.

O3.- Aumento poder de compra del segmento objetivo. Aumento del crecimiento demográfico.

Debilidades

D1.- La empresa no dispone de una marca que la posicione en el mercado.

es una barrera de entrada a este rubro.

D2.- Falta de capital para poner en marcha el negocio.

Amenazas

A1.- Existe la posibilidad de sustitución, ya que existen productos similares a menor precio y además algunas empresas entregan servicio domiciliario.

A2.- Competidores consolidados en el mercado.

Estrategias FO-DO-FA-DA

Luego de realizado el análisis interno y externo, se resume en una matriz para poder determinar las estrategias y poder agruparlas en pares, para comprender y determinar los planes a seguir.

FACTORES INTERNOS / **FACTORES EXTERNOS**	**Fortalezas:** **F1.** .- Buena calidad de servicio, Atención personalizada, servicios innovadores, tecnología Vanguardista. **F2.** Recurso humano capacitado **F3.** La empresa cuenta con una aplicación para agendar horas de atención.	**Debilidades:** **D1**. La empresa no dispone de una marca que la posicione en el mercado. **D2.-** Falta de capital para poner en marcha el negocio.
Oportunidades: **O1.** Mercado en crecimiento **O2.** Oportunidad de fondos externos para proyectos de apoyo a empresas.	**FO (Max-Max).** **F1.O1:** Fortalecer la calidad del servicio dado el aumento de la demanda.	**DO(Mini-Max).** **D1.O2:** Desarrollar una marca propia utilizando proyectos de desarrollo financiados externamente.
Amenazas **A1**.- Existe la posibilidad de sustitución.	**FA(Maxi-Mini).** **F2.A2.-** Una estrategia para superar a los competidores consolidados es enfocarse en la	**DA(Mini-Mini).** **D3.A1:** Existe la posibilidad de disminuir el grado de sustitución

A2.- Competidores consolidados en el mercado.	eficiencia de los servicios capacitando constantemente al personal.	aprovechando las redes sociales como herramienta de comunicación para que acompañen en la correcta difusión de la marca Glam Wellness para así lograr la captación de cliente y su posterior fidelización.

Tabla 1 Fuente: Elaboración Propia, Matriz FODA

1.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Servicio a ofrecer

La finalidad de este servicio es que cada cliente se sienta especial al obtener la atención de calidad necesaria para mejorar la salud y belleza tanto corporal como mental. Para ello se utilizarán diferentes técnicas y tecnología vanguardista, con respaldo de profesionales calificados. Los servicios que brindará el centro de estética son:

Tratamientos Reductivos: Beneficios: Eliminar grasa localizada de diferentes zonas del cuerpo, reducir medidas, tonificar músculos, combatir flacidez, estilizar la figura y eliminar celulitis. Las técnicas usadas serán para este tratamiento serán: drenaje linfático, radiofrecuencia, ondas rusas, cavitación.	
Tratamiento Rejuvenecimiento Facial: Este tratamiento consiste en rejuvenecer el rostro, eliminar las líneas de expresión, arrugas, provocando retracción y remodelación del tejido, generando así un efecto lifting facial de forma rápida, segura y sin necesidad de pasar por un pabellón.	
Limpieza facial: El objetivo de este tipo de tratamiento ayuda a mejorar la salud y el aspecto de nuestro rostro, eliminando las células muertas, puntos negros, comedones, espinillas e impurezas que se acumulan en el rostro y que hacen que la piel pierda vitalidad, frescura y luminosidad.	

Glúteos Push Up: Utilizaremos máquinas de última tecnología para dar volumen al músculo (reposicionar grasa localizada), combatir la flacidez de glúteos, tonificando, levantado y reafirmando la zona con resultados visibles en pocas sesiones.	
Depilación Láser: La depilación con láser reduce drásticamente el crecimiento del vello. La exclusiva tecnología de vanguardia en depilación laser diodo Dermi Ice utiliza una técnica de barrido que permite que sea más rápido y mejor tolerado el procedimiento. Además, es posible tratar todo tipo de pieles, tanto claras, oscuras o bronceadas, y vellos de hombres y mujeres en rostro y cuerpo.	
Masajes descontracturantes y de relajación: El masaje con piedras calientes es una técnica de origen oriental que consiste en la penetración del calor y el peso de las piedras que relajan el tejido muscular. Esta terapia no sólo trabaja en el plano físico, sino que también en el mental, ya que ayuda a trabajar tensiones musculares y a conseguir un perfecto equilibrio energético.	

Tabla 2 Fuente: Elaboración propia, Servicios a ofrecer

ANALISIS DEL PRECIO

Para la correcta fijación de precios de cada uno de los servicios se realizó una investigación de los precios de la competencia actual: Tarifa, descuentos, facilidades de pago. En esta tabla se muestran los valores promedio para cada uno de los servicios (es decir, los que más se solicitan de cada uno) y el volumen de ventas estimado según el mercado.

Servicios	Valor 1 sesión (P)	Personas x día (Q)	Ventas x día P*Q	Ventas x mes (26 días)	Ventas x año
Tratamiento Reductivo	$27.000	11	$297.000	$6.534.000	$78.408.000
Tratamiento facial	$28.000	9	$252.000	$5.544.000	$66.528.000
Glúteos Push up	$23.000	8	$184.000	$4.048.000	$48.576.000
Masajes de relajación	$25.000	12	$300.000	$6.600.000	$79.200.000
Depilación láser.	$22.000	5	$110.000	$2.420.000	$29.040.000
Total, Servicios	**$25.000**	**45**	**$1.143.000**	**$25.146.000**	**$301.752.000**

Tabla 3 Fuente: Elaboración propia en base a encuesta realizada a Centros de Estética

Para determinar la demanda se realizó una encuesta telefónica a Centros de estética que están en la ciudad de Concepción, se determinó que actualmente les visitan 45 personas diariamente, de las cuales el 24% prefiere tratamientos reductivos, el 20% tratamientos faciales, 18% glúteos Push up, 27% masajes de relajación siendo éste el más solicitado por el mercado y por ende se obtienen mayores ingresos, por último el 11% de las personas prefiere depilación láser, el cual es el que tiene menor demanda y menores ingresos, ya que existe una variedad de productos sustitutos.

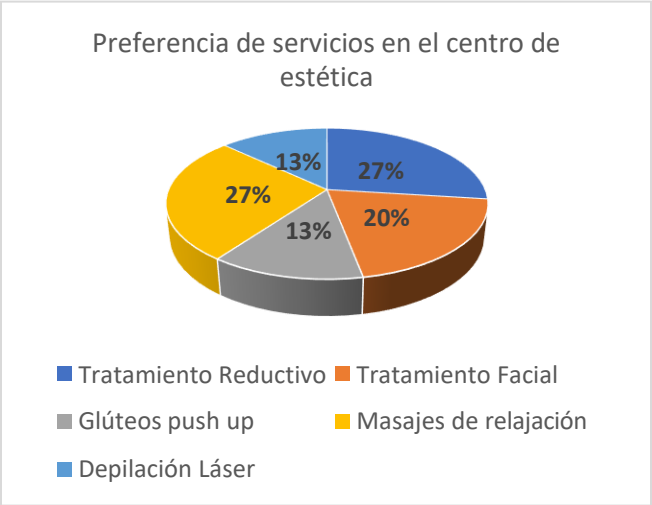


Gráfico 3 Fuente: Elaboración propia en base a encuesta realizada a Centros de Estética

1.6 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Para el análisis de competidores, se procedió a cuantificar la oferta existente en la ciudad, en términos de spa y centros de bienestar. En la siguiente tabla se nombran los 32 oferentes de Concepción.

• Centro de Belleza Hamsa SPA	• Centro de Estética Mediterráneo
• Central láser	• Centro de Estética Artemis
• Estética y Belleza Espacio Cero	• Belle Dona Spa
• Velouria Spa	• Spa Villuco
• Glam and Beauty SPA	• Musa salón y Spa
• Centro Belleza y elegancia	• Centro de Estética Bellus
• Emma Sepúlveda Estética	• Centro de Estética Equilibrium
• Clínica Estética Zankyou	• Clínica Fit
• Spa Sofia Hernández	• Clínica Wellness Kin
• Clínica Estética Diverso	• Centro de Estética punto Cero
• Eva Spa	• Clínica Belleza

• Elite Láser	• Skin Center
• Kine Slim	• Camino del Agua
• Neptuno Spa	• Kine Glam
• Estética Emma Sepúlveda	• Clínica Estética Check
• Bellus	• Worbell Beauty Spa

Tabla 4 Fuente: Elaboración propia, análisis de la competencia

RECONOCIMIENTO DE MARCAS

A continuación, se consultó a través de una encuesta a 90 personas si conoce la oferta existente, el lugar al que generalmente concurre, captación y mejoras en los servicios, lo cual arroja los siguientes resultados:

Centros de estética y Spa que conoce en Concepción, aunque sea sólo de nombre.

Respuestas	
Clínica Fit	20%
Emma Sepúlveda Estética	15%
Elite Láser	7%
Camino del Agua Spa	8%
Check Estética	14%
Kine Glam	7%
Centro de estética Bellus	6%
Spa Neptuno	19%
No conozco los lugares mencionados	5 %

Tabla 5 Fuente: Elaboración propia, Reconocimiento de marcas

Para determinar quiénes serían los competidores directos, se toma como referencia, la información obtenida a través de una encuesta, en donde los encuestados se pronuncian en relación al reconocimiento de marcas.

Según lo anterior, se determina que los competidores directos son 4 empresas:

- Clinica FIT
- Spa Neptuno
- Emma Sepúlveda Estética
- Check Estética

En la siguiente matriz se aprecian los servicios y el valor de por sesión que entregan los competidores directos o relevantes:

Servicios	Clínica FIT	Spa Neptuno	Emma Sepúlveda	Check Estética
Masajes reductivos (radiofrecuencia, HIFU, criofrecuencia, crioliposis).	$35.000	$32.000	$20.000	$35.000
Drenaje Linfático	X	$25.000	X	X
Tratamiento ondas rusas	$20.000	X	X	X
Limpieza facial	$20.000	$25.000	$25.000	
Tratamiento anti-edad	$75.000	$30.000	$45.000	$120.000
Depilación Láser	$30.000	$37.000	$35.000	$67.000
Glúteos Push up	$59.000	$50.000	X	$59.000
Masaje piedras volcánicas	X	$20.000	X	X
Masaje Terapéutico	X	$21.000	X	X
Aromaterapia	X	$16.000	X	X

Tabla 6 Fuente: Elaboración propia, Análisis de la competencia

De la tabla anterior se puede inferir que Spa Neptuno es el único competidor que ofrece una amplia gama de servicios. El servicio más económico es una limpieza facial con un valor de $20.000 por sesión y el servicio con el precio más alto es el tratamiento facial antienvejecimiento.

ANÁLISIS DE CAPACIDADES DE LOS COMPETIDORES DIRECTOS

1. **Clínica Fit**: Clínica Estética ubicada en Chacabuco 1039, Concepción.

- Fortalezas: Conocido Públicamente, Tecnología Vanguardista, Todo medio de pago, cuenta con estacionamiento.
- Debilidades: No realiza masajes de relajación. Altos precios de los servicios, no posee página web para agendar horas.

2. **Spa Neptuno:** Centro Integral de relajación y Belleza, ubicado en Aníbal Pinto 941.

- Fortalezas: Es uno de los centros integrales más conocidos y frecuentados en la ciudad, cuenta con amplia variedad de servicios, posee cafetería.
- Debilidades: Tecnología obsoleta, Poca disponibilidad para agendar servicios, no posee tinas de Hidromasajes.

3. **Emma Sepúlveda:** Centro de Masoterapia y estética, ubicada en Aníbal Pinto 372.

- Fortalezas: Tecnología innovadora, Recursos humanos bien capacitados, ofrece servicios de tendencia tales como, microblanding y micropigmentación.
- Debilidades: No posee página web para agendar horas, no cuenta con

estacionamiento, no ofrece servicios de masajes de relajación.

4. **Check Estética:** Clínica Estética ubicada en Lomas de San Sebastián.

- Fortalezas: Tecnología Vanguardista, Recursos humanos bien capacitados, servicios innovadores, promoción frecuente en redes sociales.
- Debilidades: No realiza masajes de relajación, altos precios de servicios, no posee página web para mostrar los servicios ofrecidos y ver disponibilidad de horas.

1.7 ANALISIS DE DEMANDA

Nuestros servicios pueden ser utilizados por personas de estrato social ABC1, C2, C3. Que se encuentren ubicados en la ciudad de Concepción. En este caso será el 35% de la población. Hemos clasificado a nuestro mercado en dos tipos de clientes fundamentales: Jóvenes y Adultos de sexo femenino y masculino, entre 23 y 64 años. Debido a que los tratamientos varían en función de la edad de las personas y este segmento cuenta con la capacidad adecuada de pago.

El INE en Chile considera que a partir de los 23 años la población es considerada como "joven" y demandan servicios corporales, por otro lado, hay un segmento de mercado grande de "edad gris". Este último es económicamente independiente y tiende a demandar servicio de tratamiento antienvejecimiento.

Para dimensionar el potencial de mercado, específicamente Concepción (que es donde se pretende iniciar el proyecto), se comenzó analizando la información poblacional del último Censo realizado por el INE en el 2017. (CASEN, 2017)

Características demográficas.

Edad	Hombres	Mujeres	Total población
0 – 22	32.716	33.578	66.294
23- 64	67.739	69.770	137.509
65+	15.169	19.689	34.858
Total población	**115.624**	**123.037**	**238.661**

Tabla 7 Fuente: Elaboración propia, en base a Censo de población 2017, INE

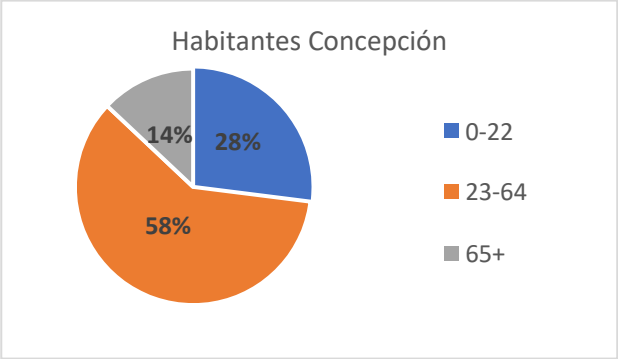


Gráfico 4 Fuente: Elaboración propia en base a Censo de Población 2017, INE

En conclusión, se define que existe un alto potencial del target objetivo en Concepción. Se determinó que hay 137.509 habitantes (hombres y mujeres) de 23-64 años.

Indicadores de Ingresos Según la encuesta Casen se estima que la población chilena aumentará los ingresos el 4% cada año.

INDICADORES DE INGRESOS				
2013	**2015**	**2017**	**2019**	**2021**
595.317	629.824	696.965	747.789	798.613

Tabla 8 Fuente: Elaboración propia, en base a encuesta Casen

Características Sociales

NSE.	INGRESOS	%
E	$324.000	18,5
D	$562.000	42,9
C3	$899.000	21
C2	$1.360.000	8
C1	$2.739.000	5,4
AB	$6.452.000	0,5

Tabla 9 Fuente: Elaboración Propia en base a estudios que realizó (AIM)

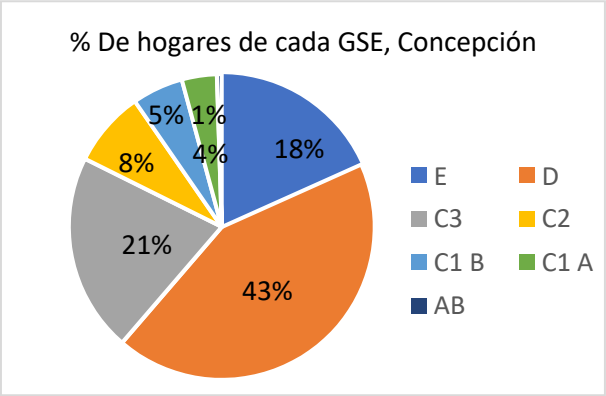


Gráfico 5 Fuente: Elaboración propia en base a estudios que realizó (AIM)

A través de estos indicadores es posible observar que el 35% de la población en Concepción Pertenece al Estrato Social ABC1, C2, C3. Así lo reveló el estudio de actualización de los Grupos Socioeconómicos (GSE) del país que realizó la Asociación de Investigadores de Mercado (AIM).

1.8 MODELO CANVAS

Es un tipo de modelo de negocio, el cual describe de manera lógica la forma en que las organizaciones crean, entregan y capturan valor. Está constituido por 9 bloques que son aspectos claves en cualquier empresa.

9 BLOQUES DE CONSTRUCCIÓN GLAM WELLNESS

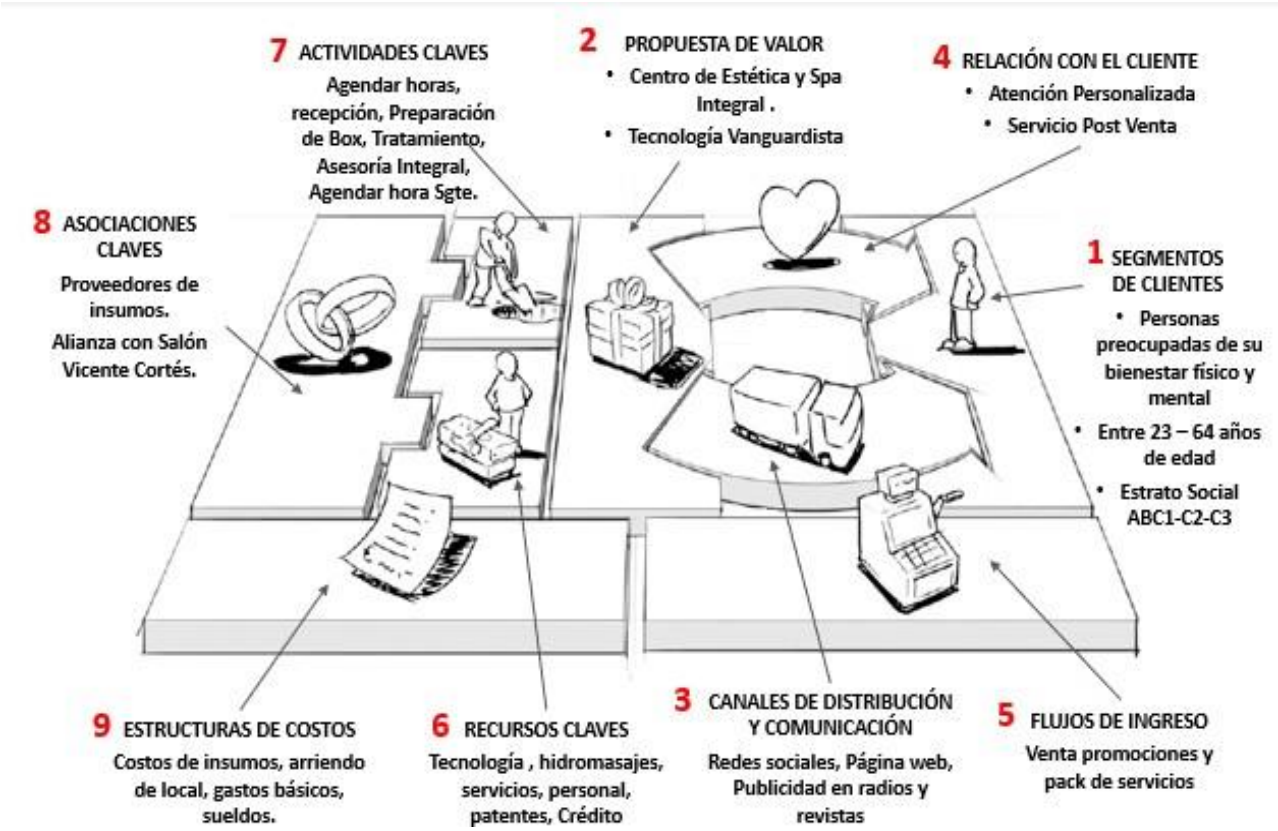
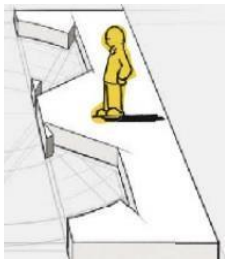
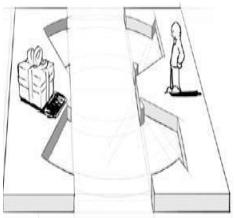


Ilustración 1 Fuente: Elaboración propia: Modelo Canvas

1. **Segmentos de clientes:** Los clientes con características homogéneas deberán ser agrupados en segmentos definidos donde se describirán sus necesidades, pero correctamente distinguidos unos de otros.
   El mercado objetivo serán personas preocupadas por mejorar su apariencia física y salud mental. Jóvenes y adultos de sexo femenino y masculino entre 23 y 64 años de estrato social ABC1, C2, C3. Que se encuentren ubicados en la ciudad de Concepción.

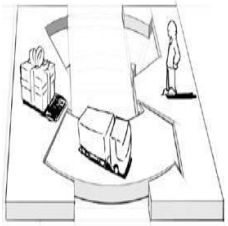


2. **Propuesta de valor:** Se define el valor creado para cada segmento de clientes. Al hablar de valor nos referimos no solo a los productos sino a los servicios complementarios a las ventas.
   La propuesta de valor de la empresa es brindar una experiencia de un Centro de Estética y Spa con ambas líneas integradas , que ayude a



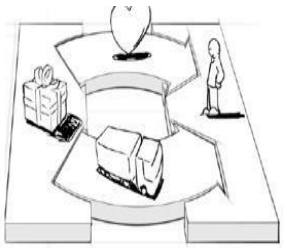
mejorar el bienestar físico y mental, mediante servicios innovadores, personal altamente calificado y tecnología vanguardista que otorga resultados inmediatos en cada sesión.

3. **Canales:** En esta etapa se establece la manera de cómo se debe llegar a los clientes, es decir, como recibirán las propuestas de valor. Se consideran las variables como la información, evaluación, compra, entrega y postventa.



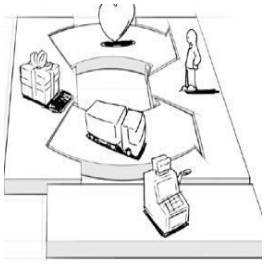
   En este caso será a través de Redes Sociales, Publicidad en Revistas, radio, Asistiremos a programas de Tv de la región, sorteos de giftcard. Avisos promocionales por correos electrónicos, Página web.

4. **Relación con clientes:** Aquí se definen los recursos monetarios y de tiempo que necesitamos para mantenernos en contacto con el cliente.



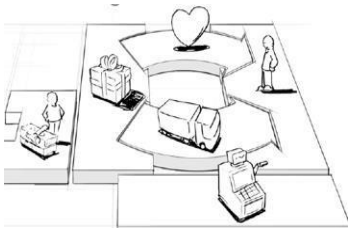
   La Atención será personalizada, brindaremos asesoría integral finalizada cada sesión. Servicio Post Venta (seguimiento a través de llamadas telefónicas, para preguntar que tal le pareció el servicio, cómo se siente después del tratamiento y que aspectos debería mejorar. Evaluación de servicio en la página web).

5. **Fuentes de ingresos:** Se identifica cuál es el precio que están dispuestos a pagar nuestros clientes por nuestros servicios. Así se podrá tener una visión global de cuales grupos son más rentables y cuáles no.



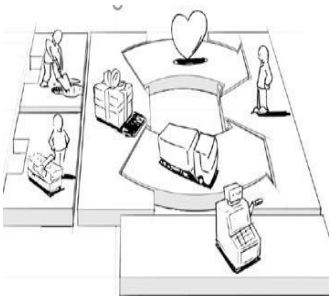
   Ingreso por venta $29.000 promedio de cada sesión y Existen pack de promociones de 6, 9 y 12 sesiones de tratamientos reductivos, tratamientos faciales, Glúteos Push up y depilación láser. El precio de las promociones serán acorde a la estación. Demanda alta, media y baja en el año. Ingresos por venta de Giftcard.

6. **Recursos Clave:** Aquí identificamos todos los recursos necesarios para poder construir las ofertas que queremos hacer llegar a nuestros clientes sumando los elementos obtenidos en



las etapas anteriores**.** Tecnología Vanguardista , el Centro de Estética cuenta con máquinas para realizar tratamientos reductivos, tratamientos faciales antienvejecimiento, depilación láser, que otorgan a los clientes la satisfacción de ver los resultados inmediatos en cada sesión, Tina de Hidromasajes para relajar músculos, aliviar dolores, entre otros beneficios. Obtener permisos exigidos tales como licencias o patentes otorgadas por el Ministerio de Salud, Personal altamente calificado, Crédito otorgado por el banco.

7. **Actividades Claves:** En esta etapa es fundamental saber qué es lo más importante que se tiene que realizar para que el modelo de negocio funcione, hablamos de las actividades y procesos necesarios para generar la oferta.



Agendar las horas: Las horas deberán ser agendadas previamente a través de la página web o vía telefónica. De lo contrario no podrá ser atendida, porque no habrá máquinas o personal disponible.

Recepción: Consiste en atender al cliente cuando llega al Centro , recibir el pago, ingresarla al sistema para que el profesional pueda ver que llegó el paciente, esta etapa es esencial ya que debemos hacer sentir cómodo al cliente antes de recibir el tratamiento, por ejemplo, ofreciéndole un café, mostrándole los vestidores, entre otros.

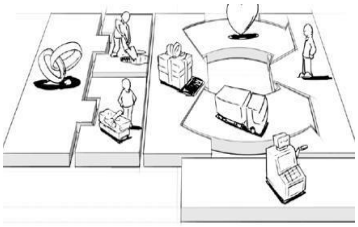
Preparación del Box: Se debe sanitizar la máquina y cambiar insumos.

Realización de Tratamientos o masajes: Se lleva a cabo el Tratamiento facial , Tratamiento Reductivo, Hidromasajes, depilación láser, Glúteos Push up con una duración de 40 minutos cada uno.

Asesoría Integral : Asesoría y recomendaciones después del tratamiento, estas serán en el ámbito de alimentación y actividad física.

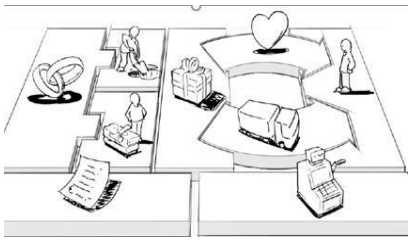
Agendar la siguiente hora: El cliente debe volver a recepción para agendar el día de la siguiente sesión.

8. **Socios- Alianzas Estratégicas:** Es fundamental realizar asociaciones estratégicas entre empresas para encaminar el modelo de negocio. Aquí se describe a los proveedores, clientes y accionistas. La empresa tendrá convenio con proveedores, asegurando una compra de alto volumen mensual y así generar



economía de escala. También se realizará una asociación con el Salón Vicente Cortés, (famoso a nivel nacional, ubicado en Concepción) ya que el mercado objetivo que asiste al Salón es similar al target del Centro de Estética. La alianza consistirá en ofrecerle a los clientes un 10% de descuento en los servicios si viene recomendada desde el Salón o Centro de Estética.

9. **Estructura de Costos:** En este bloque se deben definir los costos que se tienen que implementar, lo que permitirá saber cuál será la utilidad que tendrá nuestro negocio. Costos de insumos, Arriendo de local, pago de publicidad, gastos básicos, sueldos, Marketing.



1.9 CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN

Promoción: Durante los primeros meses de actividad se requerirá desembolsar dinero por concepto de publicidad con el objetivo de dar a conocer el centro a los potenciales clientes**.** Las formas de promoción serán:

- Contratación servicio de marketing digital para así desarrollar una página web, donde entregue información acerca de los servicios y productos que se ofrecen en el local. La plataforma deberá contar además con una galería de fotos de los servicios y sección de contacto, para que los usuarios puedan enviar sus inquietudes vía email.
- Redes Sociales
- Publicidad en Revistas, radio.
- Asistiremos a programas de Tv de la región.
- Captación de clientes por medio de sorteos de giftcard.
- Avisos promocionales por correos electrónicos.

En cuanto al canal de distribución, existirán distintas maneras de poder comprar y reservar las horas para que las personas puedan realizarse los tratamientos, estas son, vía telefónica, vía página web y directamente en el centro. Se requerirá reservar con anterioridad la hora, de tal modo que se puedan organizar los horarios y ver la disponibilidad de días a ofrecer los servicios.

Plaza:

Para determinar la localización del centro de estética realizamos una tabla con atributos de algunas comunas de la Región del Bío Bío y llegamos a la conclusión que la mejor ubicación es el centro de Concepción, porque es una de las zonas que cuenta con mayor ubicación de centros comerciales, oficinas administrativas, arriendos y accesibilidad en vehículos.

Sector	Arriendos disponibles	Cercanía oficinas Adm.	Accesibilidad En vehículos	Centros Comerciales
Centro Concepción	+	+	+	+
Lomas San Andrés	-	-	+	+
Centro de Talcahuano	-	+	+	-
Andalué	-	-	+	-

Tabla 10 Fuente: Elaboración propia según atributos de las comunas del Gran Concepción

1.10 MERCADO POTENCIAL A CUBRIR

Para dimensionar el potencial de mercado, específicamente Concepción (que es donde se pretende iniciar el proyecto), se comenzó analizando la información poblacional del último Censo realizado por el INE en el 2017 y proyección al año 2021.

Características Demográficas.

Edad	Hombres	Mujeres	Total población
0 – 22	32.716	33.578	66.294
23- 64	67.739	69.770	137.509
65+	15.169	19.689	34.858
Total población	**115.624**	**123.037**	**238.661**

Tabla 11 Fuente: Elaboración propia, en base a Censo de población 2017, INE

En conclusión, se define que existe un alto potencial del target en Concepción. Se determinó que hay 137.509 habitantes (hombres y mujeres) de 23-64 años . El 35& de la población pertenece al Estrato social AB C1 C2 C3.

Además, se considerará un 5 % adicional por las ciudades del Gran Concepción que pueden acceder al Centro. Tales como Coronel, Hualpén, Chiguayante, San Pedro de la paz. Ya que por cultura las comunas se acercan al centro urbano.

Mercado Potencial 40% AB C1 C2 C3	55.004
80% Mujeres	44.003
20% Hombres	11.001

Tabla 12 Fuente: Elaboración propia, Mercado Potencial

Para comenzar se estima que el centro atenderá un 11% , debido a que es un centro nuevo y no cuenta con una marca posicionada .Considerando además que existen 31 Centros de Estética y Spa Integral que cuentan con clientes fidelizados.

12% atenderá el Centro	6.000
80% Mujeres	4.800
20% Hombres	1.200

Tabla 13 Fuente: Elaboración propia, Mercado potencial a cubrir

Proyección de demanda

Se estima un aumento de demanda del 5% debido al crecimiento del negocio , al crecimiento demográfico y al crecimiento de la industria de la belleza. El aumento del precio será de un 4% debido al crecimiento de ingresos de la población cada año según datos obtenidos de encuesta Casen.

Proyección	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(Q)Mercado Potencial	6.000	6.300	6.615	6.946	7.293
(P)Precio Promedio	$25.000	26.750	28.623	30.626	32.770
Ingresos por Venta	$150.000.000	$168.525.000	$189.337.838	$212.721.060	$238.992.111

Tabla 14 Fuente: Elaboración propia: Proyección de demanda

- Se estima que el mercado potencial a cubrir el primer año será de 6.000 personas y aumente a 7.293 en el año 5.
- El precio promedio de los servicios para el año 1 será de $25.000 y al año 5 incrementará a $32.770
- Los ingresos por venta se estiman en $150.000.000 en el año 1 y que aumenten a $238.992.111 en el año 5.

CAPITULO II

ESTUDIO TÉCNICO

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico tiene como objetivo Identificar, analizar y evaluar las variables técnicas que afectan la viabilidad del proyecto. Y esas variables van a afectar la estructura de inversiones, costos y ganancias derivados del proyecto.

2.1. Tamaño del proyecto.

Volumen de ventas según capacidad de máquinas

La capacidad de las máquinas dependerá del horario que funcione el Centro de Estética. Éste atenderá de lunes a sábado desde las 10 am hasta las 20 horas, es decir estarán en funcionamiento 10 horas por día, Sin embargo se debe que considerar que no se podrá ocupar el 100% de su capacidad, ya que aún no es un centro conocido por lo que no tendremos el flujo esperado, además hay que descontar los minutos en los que se limpien las máquinas y horarios de colación de los profesionales .Por ende se ha estimado un 40 % de su capacidad para el primer año con un aumento de demanda el 5% por los próximos 5 años, debido al crecimiento de ingresos económicos de la población, según encuesta Casen .

1.- En la siguiente tabla se puede observar la cantidad de sesiones obtenidas en cada servicio que podrían realizarse por día, mensual y por año, si las máquinas funcionaran las 10 horas que estará abierto el local y trabajando al 100% de su capacidad. Se puede concluir que se obtendría un total de 13.200 servicios al año.

Servicios	Horas/ servicio	Capacidad hrs. máquina x día	Servicios por día	Servicios por mes (22 días)	Servicios Por año
Tratamiento Facial	1	10	10	220	2640
Tratamiento Corporal	1	10	10	220	2640
Ondas Rusas	1	10	10	220	2640
Depilación láser	1	10	10	220	2640
Masajes de relajación	1	10	10	220	2640
Total servicios			**50**	**1100**	**13200**

Tabla 15 Fuente: Elaboración propia. Tamaño del proyecto

La siguiente tabla muestra 20 servicios por día, 440 mensual y 5280 al año que se pueden realizar en el centro de estética si la máquina trabaja el 40% de su capacidad. Con estos datos se puede concluir que el volumen de ventas el primer año estimado es de será de $132.000.000

Servicios	Horas/ servicio	Capacidad 40% horas x día	Servicios por día	Servicios por mes (22 días)	Servicios Por año (Q)	Valor 1 sesión (P)	Ventas Año (P*Q)
Tratamiento reductivo	1	4	4	88	1056	$27.000	$28.512.000
Tratamiento Facial	1	4	4	88	1056	$28.000	$29.568.000
Glúteos Push up	1	4	4	88	1056	$23.000	$24.288.000
Masaje de relajación	1	4	4	88	1056	$25.000	$26.400.000
Depilación láser	1	4	4	88	1056	$22.000	$23.232.000
Total servicios			**20**	**440**	**5280**	**$25.000**	**$132.000.000**

Tabla 16 Fuente: Elaboración propia. Capacidad de la máquina

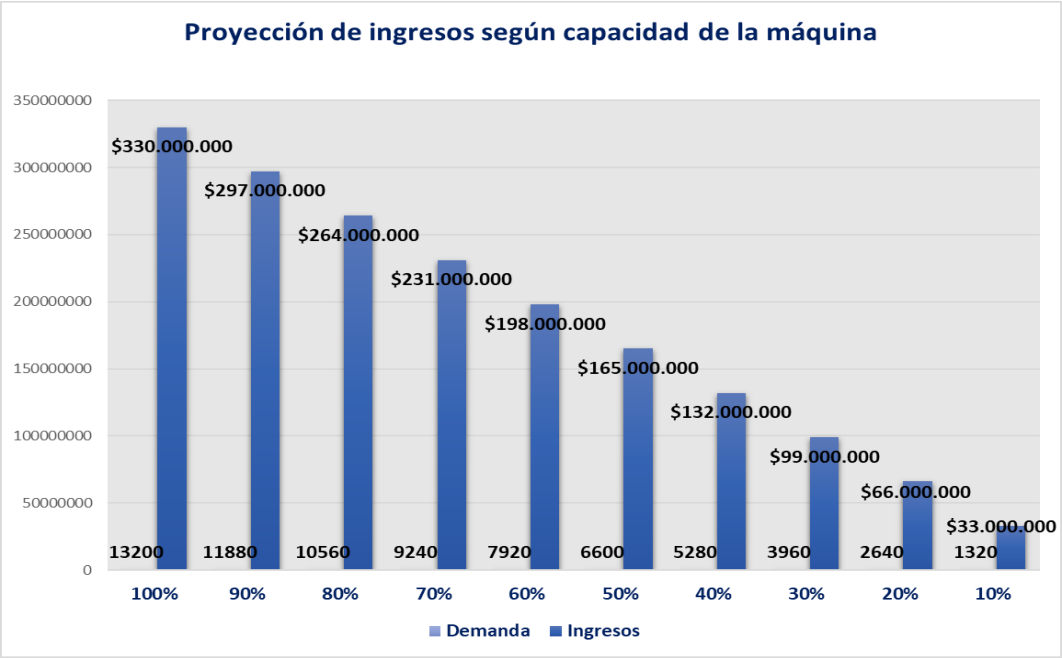


Gráfico 6 Fuente: Elaboración propia. Proyección de ingresos según la capacidad de la máquina.

2.2

2.2 Análisis de Localización

Para determinar la localización del centro de estética se realizó una tabla con atributos de algunas comunas de la Región del Bío Bío y se llegó a la conclusión que la mejor ubicación es el centro de Concepción, porque es una de las zonas que cuenta con mayor ubicación de centros comerciales, oficinas administrativas, arriendos y accesibilidad en vehículos.

2.3 Ingeniería de Proyecto

Para operar el centro de estética en el centro de la ciudad de Concepción, se considera el arriendo de una planta Libre con una superficie de 100 m2, que tiene como costo mensual aprox.: $985.000.

La instalación en arriendo Contempla la demanda mensual de los servicios de:

- Energía Eléctrica: 13 focos leds con un consumo de x watts cada uno para la iluminación del local.
- Energía para equipos de los servicios, sala multiuso, recepción, boxes y oficinas.
- Aire acondicionado, Televisores, Computadores, Sala Multiuso etc.
- Agua Potable: Para consumo en Baños, box, Clientes y operadores
- Telefonía, Cable e Internet: Plan empresas.
- Gastos Comunes: Vigilancia, Mantenimiento edificio

Layout: Con el Layout se podrán visualizar las principales demandas, dotaciones y servicios requeridos por el centro de estética.

- Superficie de Planta Libre: 100 m2, incluye 2 baños, vestidores, recepción, sala de reuniones, bodega de insumos, sala con tinas de hidromasaje, oficina gerente.
- Dimensiones Planta: 14,3 x 7 mts.
- Dimensiones Box: 2,9x2, 4.
- 4 box para atención de servicios principales.

La planta de este centro se puede apreciar en la siguiente imagen:

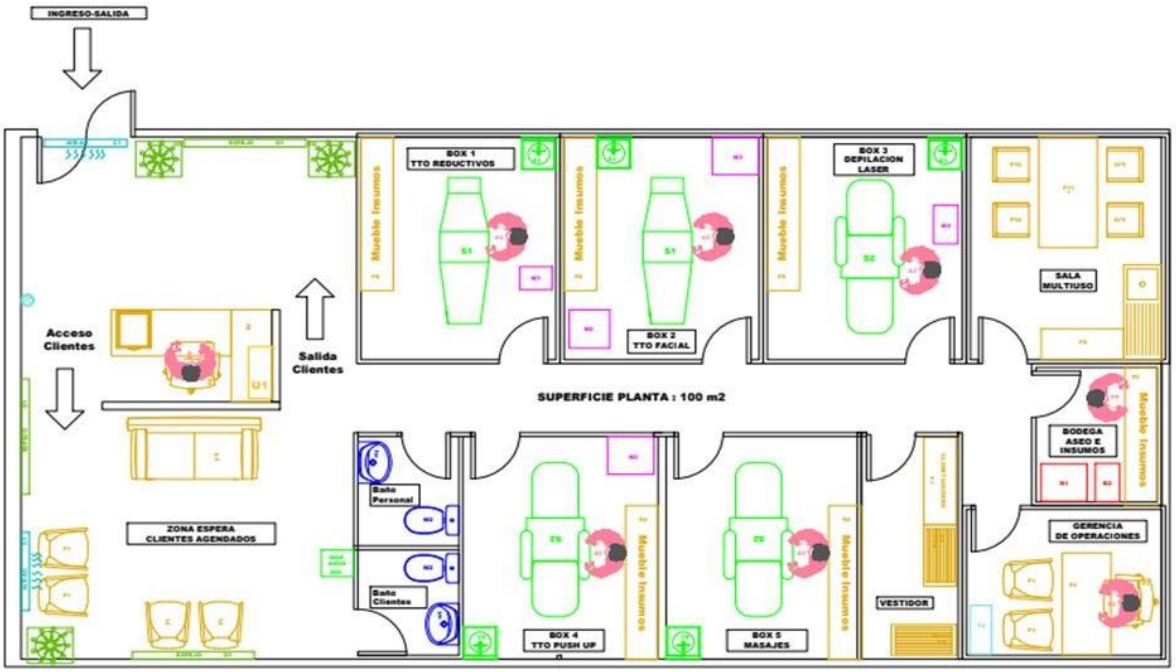


Ilustración 2. Fuente: Elaboración propia, Layout original del Centro de Estética Integral.

2.4 Costos de Inversión de bienes tangibles

Esta tabla indica la calidad de los bienes tangibles a evaluar . En la columna 4 se describe el costo unitario, y la columna 5 indica el costo total asociados a ellos.

El total de inversión de bienes tangibles que se necesitan para asegurar el correcto funcionamiento del proyecto es de $29.259.019

Bienes Tangibles	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
línea Productiva	Maquina 4D HIFU	1	$3.990.900	$3.990.900
	Maquina Radiofrecuencia	1	$2.599.900	$2.599.900
	Maquina Ondas Rusas	1	$289.990	$289.990
	Tinas de Hidromasaje	1	$3.500.000	$3.500.000
	Maquina Dep. Láser	1	$1.990.900	$1.990.900
Soporte	Camilla Masajes	2	$180.000	$360.000
	Camilla para Depilación	2	$250.000	$500.000
	Lava manos servicio	4	$389.990	$1.559.960
	Dispensador Agua	1	$239.990	$239.990
Mobiliario	Silla recepción Clientes	6	$150.000	$900.000
	sofá recepción Clientes	1	$299.990	$299.990

	Silla Administrativos	2	$184.990	$369.980
	Escritorio Gerencia	1	$554.800	$554.800
	Mueble Bodega	1	$351.990	$351.990
	Mueble Insumos	4	$309.900	$1.239.600
	Mueble Lockers	1	$239.990	$239.990
	Banca Vestidor	2	$179.990	$359.980
	Mesa recepción	1	$589.300	$589.300
	Silla Reuniones	4	$179.900	$719.600
	Mesa Reuniones	1	$139.990	$139.990
electrónicos	Televisor 43"	2	$259.990	$519.980
	Teléfonos	4	$75.990	$303.960
	Computador	2	$429.990	$859.980
Ornamento	Espejo ornamental	2	$239.200	$478.400
	Plantas decorativas	4	$70.000	$280.000
Baños	Lava manos Baño	2	$289.990	$579.980
	WC Baños	2	$539.990	$1.079.980
Instalaciones	Instalaciones Varias	2	$520.000	$520.000
climatización	Aire Acondicionado	2	$914.990	$1.829.980
Útiles de Of	utilería general OF	1	$250.000	$250.000
Seguridad	cámaras IP Vigilancia	1	$459.900	$459.900
	Sistema protección Incendio	1	$1.299.999	$1.299.999
Total		**63**	**$21.962.549**	**$29.259.019**

Tabla 17. Fuente: Elaboración propia. Inversión de bienes tangibles

2.5. Costos de Inversión de bienes intangibles

Los bienes intangibles son aquellos gastos preoperativos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. En el caso del Centro Integral se pueden amortizar en 3 años, y la inversión necesaria será de $4.300.000.

Inversión Intangible	
Capacitaciones Previas	$1.500.000
Gastos Puesta en Marcha	$900.000
Publicidad Previa	$700.000
Licencia	$1.200.000
Total	**$4.300.000**

Tabla 18 Fuente: Elaboración propia: Inversión de intangibles

2.6 Costos de operación

El balance de personal incorpora las estructuras de remuneraciones fijas, incluyendo gratificaciones, leyes sociales, bonos de alimentación y movilización.

Los costos relacionados a la remuneración bruta anual del personal son de $94.200.000

		Remuneración mensual Bruta	
Cargo	**N° de puestos**	**Unitaria**	**Total**
Gerente	1	$1.500.000	$1.500.000
Jefe de Operaciones	1	$1.200.000	$1.200.000
Kinesióloga	1	$850.000	$850.000
Cosmetóloga	2	$550.000	$1.100.000
Masajistas	2	$650.000	$1.300.000
Ejecutiva de Admisión	2	$600.000	$1.200.000
Auxiliar de Aseo	2	$350.000	$700.000
Total mensual	**12**	**$5.500.000**	**$7.850.000**
Total anual			**$94.200.000**

Tabla 19. Fuente: Elaboración propia, Costos de operación.

Costos Fijos

La siguiente tabla indica los costos fijos para el funcionamiento básico de la empresa y éstos tienen un valor anual de $ 16.054.680.

	Mes	**Anual**
Teléfono, internet	$81.990	$983.880
Arriendo	$985.000	$11.820.000
Agua	$120.700	$1.448.400
Energía	$150.200	$1.802.400
Total	**$1.337.890**	**$16.054.680**

Tabla 20. Fuente: Elaboración propia. Costos fijos

2.7 Costos Variables Unitarios

Para asignar el costo variable unitario se identificaron los insumos generales que ocupan los servicios del Centro de Estética Integral, así como también el costo por la unidad de medida de cada uno en base a precios de referencia del mercado.

En la siguiente tabla se especifican los insumos, medidas , rendimiento y costos relacionados a ellos. Y se estima que el costo variable total unitario es de $3.950.

Insumos	costo insumos	Medida de insumos	Rendimiento	Medida unitaria	costo variable unitario
gel reductor	9.000	1 litro	10	100 gramos	$900
gel facial	8.000	500 gramos	10	50 gramos	$800
toallas de baño	3.000		1		$1.500
aceites corporales	6.000	1 litro	15	67 gramos	$400
toallas de papel	7.000	40 metros	20	2 mts.	$350
Total					**$3.950**

Tabla 21 Fuente: Elaboración propia. Costos Variables Unitarios

2.8 Resumen de Costos

Para calcular el costo variable total se multiplicó el costo variable unitario por la demanda proyectada del primer año, estimada en el estudio de mercado y es de un total de 6.000 personas.

El costo variable total es de $23.700.000

Cantidad demanda	CVU	Total C. Variables
6.000	**$3.950**	**$23.700.000**

Proyección de Costos

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad		6.000	6.396	6.780	7.187	7.618
CVU		3.950	4.069	4.191	4.316	4.446
Tot Costos Variables		**23.700.000**	**26.022.126**	**28.410.957**	**31.019.083**	**33.866.635**
Costos Fijos		**110.254.680**	**113.562.320**	**116.969.190**	**120.478.266**	**124.092.614**
TOT COSTOS OPERACIONALES		**133.954.680**	**139.584.446**	**145.380.147**	**151.497.349**	**157.959.249**

Tabla 22 Fuente: Elaboración propia: Resumen y proyección de Costos operacionales

2.9 Inversión Total

Capital de trabajo

Capital de trabajo se calculó dividiendo los ingresos del primer año por 12 meses , dio un total de ingresos $12.500.000 por mes. Sin embargo, el primer y segundo mes se espera un flujo menor, ya que el local no posee una marca posicionada en el mercado y del 3 mes en adelante se estabilizará .

Los costos operacionales se dividieron en 12 meses y fueron parejos todo el año.

Y se determina que el capital será el máximo acumulado, porque desde el tercer mes los ingresos son mayores que los costos

Determinación KT	1	2	3	4	5	6	7
ingresos	$4.166.667	$8.333.333	$12.500.000	$12.500.000	$12.500.000	$12.500.000	$12.500.000
Costos	-$11.162.890	-$11.162.890	-$11.162.890	-$11.162.890	-$11.162.890	-$11.162.890	-$11.162.890
Utilidad	-$6.996.223	-$2.829.557	$1.337.110	$1.337.110	$1.337.110	$1.337.110	$1.337.110
Utilidad Acum	-$6.996.223	-$9.825.780	-$8.488.670	-$7.151.560	-$5.814.450	-$4.477.340	-$3.140.230

Tabla 23 Fuente: Elaboración propia. Capital de trabajo

La inversión total del proyecto (Inversión de intangibles+ inversión de bienes intangibles+ capital de trabajo) es de $43.223.158

Inversión bienes Tangibles	$29.259.019
Inversión bienes intangibles	$4.300.000
Capital de trabajo	$9.825.780
Total Inversión	**$43.384.799**

Tabla 24. Fuente: Elaboración propia: Inversión total

2.10 Estructura Organizacional

A través de la estructura organizacional la empresa fija funciones y responsabilidades; establece objetivos; crea procesos , define protocolos y diseña estrategias de mejoramiento.

El Centro Glam Wellness es liderada por el gerente, quien recibe reportes del jefe de operaciones, que a su vez está a cargo del personal en el Centro Integral.

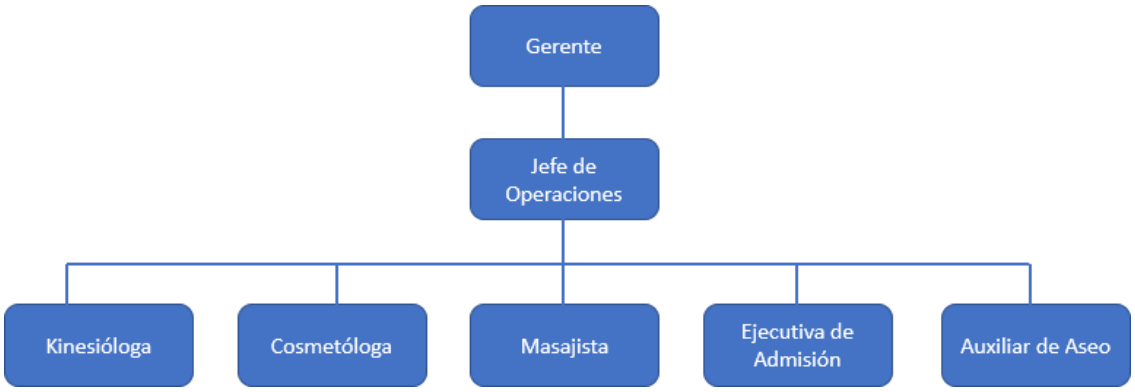


Ilustración 3 Fuente: Elaboración propia: Estructura Organizacional

2.11 Descripción de Cargos

Cargo	Cantidad	Funciones
Gerente	**1**	Dirigir, planificar actividades, promociones y servicios ofrecidos en el Centro Integral. Liderar las funciones de cada uno de sus operarios
Jefe de Operaciones	**1**	Encargado de la administración y contabilidad. Supervisar el correcto funcionamiento, y asegurarse que se cumplan con los protocolos de calidad y servicio, para la máxima satisfacción del cliente.
Kinesióloga	**1**	Profesional encargada de realizar masajes descontracturantes y tratamientos reductivos con la utilización de máquinas.
Cosmetóloga	**2**	Profesional encargada de realizar limpiezas faciales y tratamientos estéticos antienvejecimiento.
Masajista	**2**	Su función es realizar masajes de relajación en diferentes partes del cuerpo, utilizando técnicas innovadoras.
Ejecutiva de Admisión	**2**	Encargada de atención al cliente, llamadas telefónicas y reservas de horas.
Auxiliar de aseo	**2**	Garantizar el aseo y el correcto funcionamiento del recinto.

Tabla 25. Fuente: Elaboración propia. Descripción de cargos

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

ESTUDIO ECONÓMICO

3.1 Financiamiento

Los tres aspectos por evaluar en el proyecto serán los siguientes:

- **Financiamiento con capital propio.**

  Sin ningún tipo de endeudamiento externo.

- **Préstamo del 50% del total de la inversión .**

  Con una tasa de interés anual del 15 % obtenido por la simulación de un crédito en un banco de la plaza.

- **Préstamo del 75% del total de inversión**

  Con una tasa de interés anual del 16,5 % obtenido por la simulación de un crédito en un banco de la plaza.

La tasa de descuento para el proyecto puro es de 11,27 %, para el proyecto financiado del 50% es la tasa de descuento es del 15 % y para el proyecto financiado del 75% la tasa es del según el modelo CAPM.

3.2 Objetivos del Estudio

Evaluar la factibilidad económica del proyecto Centro Integral, mediante indicadores y criterios de evaluación (VAN, TIR).

VAN: Valor Actual Neto. El criterio en sí facilita el análisis financiero puesto que al traer a valor presente las cifras presentadas en alguna unidad monetaria, que en este caso será el peso ($), nos ayudará a determinar qué tipo de inversión será la mejor alternativa entre las opciones.

TIR: Tasa Interna de Retorno. Este criterio presenta de manera porcentual la cifra que hace que el VAN sea cero. La TIR nos da una medida relativa de la rentabilidad. Nos mostrará el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá la inversión**.**

3.3 Activos Tangibles e intangibles

Activos tangibles: Son aquellos bienes, derechos y otros recursos controlados económicamente por la empresa, estos bienes son tienen por finalidad obtener beneficios o rendimientos económicos en el futuro.

Activo intangible: Es un activo que no puede ser percibido físicamente. Se tiene en cuenta en la contabilidad porque posee la capacidad de generar beneficios económicos futuros.

El total de activos tangibles e intangibles para poner en marcha el negocio es de $28.260.268

Inversión bienes Tangibles	$29.259.019
Inversión bienes intangibles	$4.300.000
Total de activos	**$33.559.019**

3.4 Inversión Inicial

La correcta evaluación y estimación del escenario económico permitirá obtener y determinar si el proyecto es rentable según las condiciones dadas, Esto en la empresa se traduce en poder determinar su inversión total, los diversos tipos de financiamientos y que entidades financieras podrían participar de la puesta en marcha del proyecto.

Al considerar la percepción de los inversionistas, existen parámetros que permiten a tener una visión más cuantificadora de la rentabilidad de la empresa, no tan solo en el corto plazo sino en periodos más largos de tiempo, denominado VAN, por su parte el TIR, cual permite a través variaciones de ingresos v/s costos y por medio de cuando se recupera la inversión que finalmente determinaran si es factible o no implementar el proyecto.

La inversión inicial del proyecto hace mención a todos aquellos recursos destinados para la adquisición de bienes físicos e intangibles indispensables para la correcta ejecución del proyecto, según la definición estratégica que nace de los estudios previos, incluyendo el capital de trabajo, que lograra el normal funcionamiento y operación de la actividad económica de estudio en los periodos en los cuales no se consigan ingresos suficientes.

Dado lo anterior, la inversión inicial del proyecto estará conformado de:

- Bienes inmuebles o activo fijo
- Intangibles y gastos organizacionales y puesta en marcha
- Capital de trabajo

La inversión total del proyecto (Inversión de intangibles+ inversión de bienes intangibles+ capital de trabajo) es de $43.384.799

Inversión bienes Tangibles	$29.559.019
Inversión bienes intangibles	$4.300.000
Capital de trabajo	$9.825.780
Total Inversión	**$43.384.799**

Tabla 26 Fuente: Elaboración propia. Inversión total del proyecto

3.6 Depreciación

La depreciación es tratada como un gasto reembolsable que afecta los flujos en el proyecto para efecto tributario, rebajando la base imponible. Para este proyecto, se utilizará la depreciación calculada mediante el método lineal en base a la vida útil que registra el Servicio de Impuestos Internos (SII).

					años	Depreciación	valor libro		Al año 5	Al año 5
Bienes Tangibles		Cantidad	Valor unitario	Inv total	vida útil	lineal	5 año	5 Año	% salvamento	valor salvamento
línea Productiva	Maquina 4D HIFU	1	$3.990.900	$3.990.900	10	$399.090	$1	$1.995.450	30%	$1.197.270
	Maquina Radiofrecue	1	$2.599.900	$2.599.900	10	$259.990	$1	$1.299.950	30%	$779.970
	Maquina Ondas Rusas	1	$289.990	$289.990	10	$28.999	$1	$144.995	30%	$86.997
	Tinas de Hidromasaje	1	$3.500.000	$3.500.000	10	$350.000	$1	$1.750.000	30%	$1.050.000
	Maquina Dep. Láser	1	$1.990.900	$1.990.900	10	$199.090	$1	$995.450	30%	$597.270
Soporte	Camilla Masajes	2	$180.000	$360.000	6	$60.000	$1	$60.000	25%	$90.000
	Camilla para Depilaci	2	$250.000	$500.000	6	$83.333	$1	$83.333	25%	$125.000
	Lava manos servicio	4	$389.990	$1.559.960	6	$259.993	$1	$259.993	25%	$389.990
	Dispensador Agua	1	$239.990	$239.990	6	$39.998	$1	$39.998	25%	$59.998
Mobiliario	Silla recepción Client	6	$150.000	$900.000	6	$150.000	$1	$150.000	25%	$225.000
	sofá recepción Client	1	$299.990	$299.990	6	$49.998	$1	$49.998	25%	$74.998
	Silla Administrativos	2	$184.990	$369.980	6	$61.663	$1	$61.663	25%	$92.495
	Escritorio Gerencia	1	$554.800	$554.800	6	$92.467	$1	$92.467	25%	$138.700
	Mueble Bodega	1	$351.990	$351.990	6	$58.665	$1	$58.665	25%	$87.998
	Mueble Insumos	4	$309.900	$1.239.600	6	$206.600	$1	$206.600	25%	$309.900
	Mueble Lockers	1	$239.990	$239.990	6	$39.998	$1	$39.998	25%	$59.998
	Banca Vestidor	2	$179.990	$359.980	6	$59.997	$1	$59.997	25%	$89.995
	Mesa recepción	1	$589.300	$589.300	6	$98.217	$1	$98.217	25%	$147.325
	Silla Reuniones	4	$179.900	$719.600	7	$102.800	$1	$205.600	25%	$179.900
	Mesa Reuniones	1	$139.990	$139.990	7	$19.998	$1	$39.997	25%	$34.998
electrónicos	Televisor 43"	2	$259.990	$519.980	6	$86.663	$1	$86.663	25%	$129.995
	Teléfonos	4	$75.990	$303.960	7	$43.423	$1	$86.845	28%	$85.109
	Computador	2	$429.990	$859.980	6	$143.330	$1	$143.330	25%	$214.995
Ornamento	Espejo ornamental	2	$239.200	$478.400	7	$68.343	$1	$136.685	25%	$119.600
	Plantas decorativas	4	$70.000	$280.000	7	$40.000	$1	$80.000	25%	$70.000
Baños	Lava manos Baño	2	$289.990	$579.980	7	$82.854	$1	$165.708	25%	$144.995
	WC Baños	2	$539.990	$1.079.980	7	$154.283	$1	$308.565	25%	$269.995
Instalaciones	Instalaciones Varias	1	$520.000	$520.000	8	$65.000	$1	$195.000	28%	$145.600
climatización	Aire Acondicionado	2	$914.990	$1.829.980	8	$228.747	$1	$686.242	28%	$512.394
Útiles de Of	utilería general OF	1	$250.000	$250.000	5	$50.000	$1	$1	20%	$50.000
Seguridad	cámaras IP Vigilancia	1	$459.900	$459.900	6	$76.650	$1	$76.650	25%	$114.975
	Sistema protección In	1	$1.299.999	$1.299.999	6	$216.666	$1	$216.666	25%	$325.000
Total		63	$21.962.549	$29.259.019		$3.876.853		$9.874.723		$8.000.457
				Inversión		Depreciación		Valor libro 5 año		valor salvamento

Tabla 27. Fuente: Elaboración propia. Depreciación

3.6 Amortización

a) Financiamiento 50%

La información del financiamiento fue obtenida a través del banco Santander. Se solicito un crédito del 50% de la inversión inicial, equivalente a $21.692.400 a un período de 5 años y con una tasa de interés del 15% anual .

50%	Inversión Activo fijo + KT
Inversión tang. E intangible	33.559.019
Capital Trabajo	9.825.780
Total Inversión Inicial	**43.384.799**

Santander

Monto del crédito: $21.962.400

Monto cuota actual: $6.471.680

Número de cuotas anuales: 5

Tasa de interés anual: 15%

Moneda: Pesos Chilenos

50 % Crédito	21.692.400
n=	5
Tasa=	15,0%
CUOTA	**6.471.180**

Periodo	Interés	Amortización	Cuota	Saldo
0				21.692.400
1	3.253.860	3.217.320	6.471.180	18.475.079
2	2.771.262	3.699.918	6.471.180	14.775.161
3	2.216.274	4.254.906	6.471.180	10.520.255
4	1.578.038	4.893.142	6.471.180	5.627.113
5	844.067	5.627.113	6.471.180	0

Tabla 38 Fuente: Elaboración propia. Tabla de Amortización

b) Amortización financiamiento 75%

. Se solicito un crédito del 75% de la inversión inicial, equivalente a $32.538.599a un período de 5 años y con una tasa de interés del 16,5% anual .

75%	Inversión Activo fijo + KT
Inversión tang. E intangible	33.559.019
Capital Trabajo	9.825.780
Total Inversión Inicial	**43.384.799**

Santander

Monto del crédito: $32.538.599

Monto cuota actual: $10.053.748

Número de cuotas anuales: 5

Tasa de interés anual: 16,5%

Moneda: Pesos Chilenos

75% Crédito	32.538.599
n=	5
Tasa=	16,5%
CUOTA	10.053.748

Periodo	Interés	Amortización	Cuota	Saldo
0				32.538.599
1	5.368.869	4.684.879	10.053.748	27.853.721
2	4.595.864	5.457.884	10.053.748	22.395.837
3	3.695.313	6.358.434	10.053.748	16.037.402
4	2.646.171	7.407.576	10.053.748	8.629.826
5	1.423.921	8.629.826	10.053.748	0

Tabla 29. Fuente: Elaboración propia, Tabla de amortización

3.7 Proyección de beneficios e ingresos

Para la proyección de ingresos se estima un aumento de demanda del 5% debido al crecimiento del negocio , al crecimiento demográfico y al crecimiento de la industria de la belleza. El aumento del precio será de un 7% debido al crecimiento de ingresos de la población cada año según datos obtenidos de encuesta Casen.

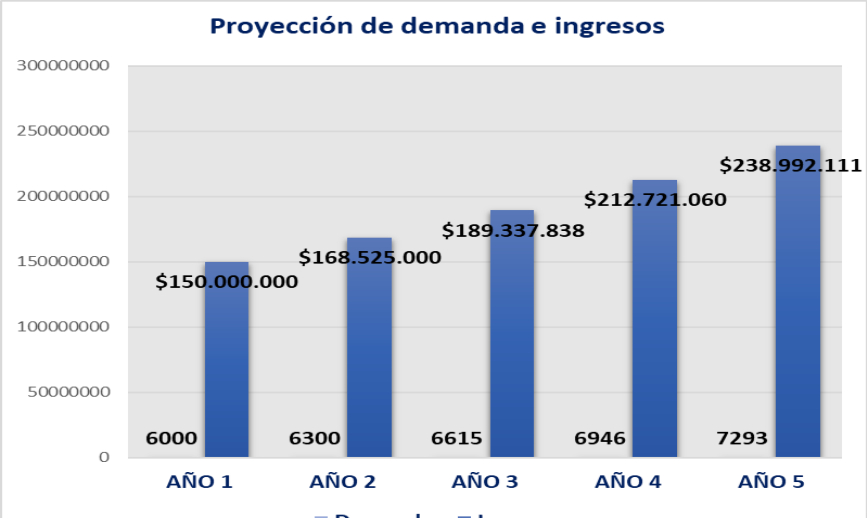


Gráfico 7 Fuente: Elaboración propia. Proyección de

3.8 Tasa de descuento

Los datos utilizados para la tasa libre de riesgos serán tomados del BCP, 5 años, boletín Banco Central, para la Beta por Sector Productos de salud, se obtendrá de betas demodaran y el rendimiento del mercado se obtendrá del promedio IPSA 2016 al 2021.

	BCP, 5 años, Boletín Banco Central	
RF =	Tasa libre de Riesgo	**3,31%**
BU =	Beta por productos de salud	**0,86**
Rm =	Rendimiento de Mercado	**12,57%**
	Promedio Ipsa 2016 a 2021	
CAMP	**11,27%**	

CALCULO DE TASA DE DESCUENTO	
CAMP=	**Rf + beta *(Rm-Rf)**
CAMP	**11,3%**
CALCULO DE TASA INFLADA	
TD Inflada=	**TD real+ inflada + (TD real * inflación)**
inflación 2021	**3,51%**
TD Inflada	**15,18%**

Tabla 30. Fuente: Beta damodaran. Tasa de Descuento

3.9 Análisis de alternativas de financiamiento

La alternativa de financiamiento será evaluada a partir de una simulación de crédito obtenida desde el banco Santander el cual ofrece un crédito a plazo de 5 años con un interés de anual del 15% y 16,7 %.

TASA DESCUENTO PROYECTO FINANCIADO AL 50%			
Calculo de descuento WACC (50%)		**DATOS**	
		% propio	**50%**
WACC=(%Propio)*tasa_dcto+(%préstamo)*Int_banc0*(1-%impuesto)		% Deuda	50%
		TASA DE DESCUENTO EMPRESA	**11,27%**
WACC	11,11%	**INTERES BANCARIO 50%**	**15%**
		IMPUESTO RENTA	**0,27**
TD Inflada=	**15,01%**		

TASA DESCUENTO PROYECTO FINANCIADO AL 75%			
Cálculo de descuento WACC (75%)		**DATOS**	
		% propio	**25%**
WACC=(%Propio)*tasa_dcto+(%préstamo)*Int_banc0*(1-%impuesto)		% Deuda	75%
		TASA DE DESCUENTO EMPRESA	**11,27%**
WACC	11,85%	**INTERES BANCARIO 75%**	**16,5%**
		IMPUESTO RENTA	**0,27**
TD Inflada=	**15,36%**		

Tabla 16. Fuente: Banco Central. Tasa de Descuento Proyecto Financiado

3.10. a) Flujo de caja Puro

FLUJO DE CAJA PURO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(-) INVERSIÓN INICIAL	-33.559.019					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	-9.825.780					
(+) INGRESOS		150.000.000	168.525.000	189.337.838	212.721.060	238.992.111
(-) COSTOS		-133.954.680	-139.584.446	-145.380.147	-151.497.349	-157.959.249
(-) DEPRECIACIÓN		-3.876.853	-3.876.853	-3.876.853	-3.876.853	-3.876.853
(+) VALOR DE SALVAMENTO						8.000.457
(-) VALOR LIBRO						-9.874.723
(=) RESULTADO OPERACIONAL		12.168.467	25.063.701	40.080.837	57.346.859	75.281.744
(-) PÉRDIDA PERIODO ANTERIOR			0	0	0	0
(=) UTILIDAD BRUTA		12.168.467	25.063.701	40.080.837	57.346.859	75.281.744
(-) IMPUESTOS 27%		-3.285.486	-6.767.199	-10.821.826	-15.483.652	-20.326.071
(=) UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO		8.882.981	18.296.501	29.259.011	41.863.207	54.955.673
(+) PÉRDIDA PERIODO ANTERIOR		0	0	0	0	0
DEPRECIACIÓN		3.876.853	3.876.853	3.876.853	3.876.853	3.876.853
(+) VALOR LIBRO						9.874.723
(+) RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO						9.825.780
(=) FCN	-43.384.799	12.759.834	22.173.354	33.135.864	45.740.060	78.533.029
(=) FLUJO EN K0	-43.384.799	11.467.081	17.908.001	24.050.377	29.835.146	46.035.372
(=) PER_RECUP_IN	-43.384.799	-31.917.718	-14.009.716	10.040.660	39.875.807	85.911.178

TASA DE DESCUENTO	11,27%
VAN	85.911.178
TIR	54,6%

Tabla 31. Fuente: Elaboración Propia. Flujo de Caja Puro

b) Flujo de Caja Financiado 50%

FLUJO DE CAJA FINANCIADO 50%						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(-) INVERSIÓN INICIAL	-33.559.019					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	-9.825.780					
(+) PRESTAMO	21.692.400					
(+) INGRESOS		150.000.000	168.525.000	189.337.838	212.721.060	238.992.111
(-) COSTOS		-133.954.680	-139.584.446	-145.380.147	-151.497.349	-157.959.249
(-) DEPRECIACIÓN		-3.876.853	-3.876.853	-3.876.853	-3.876.853	-3.876.853
(-) INTERESES		-3.253.860	-2.771.262	-2.216.274	-1.578.038	-844.067
(+) VALOR DE SALVAMENTO						8.000.457
(-) VALOR LIBRO						-9.874.723
(=) RESULTADO OPERACIONAL		8.914.607	22.292.439	37.864.563	55.768.820	74.437.677
(-) PÉRDIDA PERIODO ANTERIOR			0	0	0	0
(=) UTILIDAD BRUTA		8.914.607	22.292.439	37.864.563	55.768.820	74.437.677
(-) IMPUESTOS 27%		-2.406.944	-6.018.958	-10.223.432	-15.057.582	-20.098.173
(=) UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO		6.507.663	16.273.480	27.641.131	40.711.239	54.339.504
(+) PÉRDIDA PERIODO ANTERIOR		0	0	0	0	0
DEPRECIACIÓN		3.876.853	3.876.853	3.876.853	3.876.853	3.876.853
(+) AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO		-3.217.320	-3.699.918	-4.254.906	-4.893.142	-5.627.113
(+) VALOR LIBRO						9.874.723
(+) RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO						21.692.400
(=) FCN	-21.692.400	7.167.196	16.450.415	27.263.078	39.694.950	84.156.367
(=) FLUJO EN K0	-21.692.400	6.231.704	12.436.320	17.920.388	22.686.385	41.819.084
(=) PER_RECUP_IN	-21.692.400	-15.460.696	-3.024.376	14.896.012	37.582.397	79.401.481

TASA DE DESCUENTO	15,01%
VAN	79.401.481
TIR	81%

Tabla 32. Fuente: Elaboración propia. Flujo de Caja Financiado al 50%

Flujo de Caja Financiado al 75%

FLUJO DE CAJA FINANCIADO 75%						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(-) INVERSIÓN INICIAL	-33.559.019					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	-9.825.780					
(+) PRESTAMO	32.538.599					
(+) INGRESOS		150.000.000	168.525.000	189.337.838	212.721.060	238.992.111
(-) COSTOS		-133.954.680	-139.584.446	-145.380.147	-151.497.349	-157.959.249
(-) DEPRECIACIÓN		-3.876.853	-3.876.853	-3.876.853	-3.876.853	-3.876.853
(-) INTERESES		-5.368.869	-4.595.864	-3.695.313	-2.646.171	-1.423.921
(+) VALOR DE SALVAMENTO						8.000.457
(-) VALOR LIBRO						-9.874.723
(=) RESULTADO OPERACIONAL		6.799.598	20.467.837	36.385.524	54.700.687	73.857.823
(-) PÉRDIDA PERIODO ANTERIOR			0	0	0	0
(=) UTILIDAD BRUTA		6.799.598	20.467.837	36.385.524	54.700.687	73.857.823
(-) IMPUESTOS 27%		-1.835.891	-5.526.316	-9.824.092	-14.769.186	-19.941.612
(=) UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO		4.963.707	14.941.521	26.561.433	39.931.502	53.916.211
(+) PÉRDIDA PERIODO ANTERIOR		0	0	0	0	0
DEPRECIACIÓN		3.876.853	3.876.853	3.876.853	3.876.853	3.876.853
(-) AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO		-4.684.879	-5.457.884	-6.358.434	-7.407.576	-8.629.826
(+) VALOR LIBRO						9.874.723
(+) RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO						9.825.780
(=) FCN	-10.846.200	4.155.681	13.360.490	24.079.851	36.400.779	68.863.741
(=) FLUJO EN K0	-10.846.200	3.602.292	10.039.121	15.684.251	20.552.152	33.703.415
(=) PER_RECUP_IN	-10.846.200	-7.243.908	2.795.213	18.479.464	39.031.616	72.735.031

TASA DE DESCUENTO	15,36%
VAN	72.735.031
TIR	112%

Tabla 33. Fuente: Elaboración propia. Flujo de Caja Financiado al 75%

3.11 Evaluación de Resultados

Al analizar los resultados obtenidos de los flujos de caja se puede inferir que:

Si el valor del VAN es mayor a cero, el proyecto se puede considerar rentable. Aunque el VAN tiene muchas limitaciones a la hora de considerar circunstancias imprevistas o excepcionales en el mercado, ya que lo que hace es medir los flujos de caja futuros del proyecto y llevarlos al presente, por lo que mientras mayor sea este indicador, más atractivo será el proyecto.

Si la TIR es muy alta, significa que estaremos ante un proyecto de inversión muy rentable. Sin embargo, en el caso de encontrar una TIR baja, la rentabilidad del proyecto estará en el aire y, quizás, sea mejor pensar en derivar nuestra inversión a otros proyectos.

Ante lo mencionado anteriormente se considerará como mejor alternativa el proyecto puro.

	Proyecto Puro	Proyecto financiado 50%	Proyecto Financiado 75%
Tasa descuento	**11,27%**	15,01%	15,36%
VAN	**85.911.179**	79.401.481	72.735.031
TIR	**55%**	81%	112%
PRI	**3er año**	3er año	2do año

3.12 Análisis de Sensibilidad

	COSTOS SUBIENDO DE 10 EN 10%						
	85.911.178	1	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5
	1	$85.911.178	$39.893.817	$2.200.234	-$27.550.037	-$48.215.793	-$61.907.249
	0,9	$26.107.415	-$10.116.713	-$36.999.729	-$54.076.605	-$67.768.062	-$81.459.518
	0,8	-$22.433.661	-$46.245.962	-$59.937.418	-$73.628.874	-$87.320.330	-$101.011.787
INGRESOS	0,7	-$52.106.774	-$65.798.230	-$79.489.687	-$93.181.143	-$106.872.599	-$120.564.055
BAJANDO	0,6	-$71.659.043	-$85.350.499	-$99.041.955	-$112.733.411	-$126.424.868	-$140.116.324
DE 10 EN 10%	0,5	-$91.211.311	-$104.902.768	-$118.594.224	-$132.285.680	-$145.977.136	-$159.668.593
	0,4	-$110.763.580	-$124.455.036	-$138.146.493	-$151.837.949	-$165.529.405	-$179.220.861
	0,3	-$130.315.849	-$144.007.305	-$157.698.761	-$171.390.218	-$185.081.674	-$198.773.130
	0,2	-$149.868.117	-$163.559.574	-$177.251.030	-$190.942.486	-$204.633.942	-$218.325.399

Los 1 significan la situación actual . En el análisis de sensibilidad se puede observar que si los ingresos bajan un 10 % el VAN es positivo, pero si bajan un 20 % se hace negativo. Lo máximo que pueden bajar los ingresos es en 14% que es donde el VAN se hace cero. Y si se mantienen los ingresos y suben los costos lo máximo que pueden subir es un 20%.

En conclusión, al hacer el análisis de sensibilidad el proyecto es muy sensible, porque no soporta una baja sostenida de ingresos, aunque el TIR sea alto.

A pesar de que el VAN es de 85.911.179 el análisis de sensibilidad es muy sensible a la baja de ingresos del 14% y subida de costos del 20%.

CONCLUSIONES

Los Centros de estética y spa ofrecen tratamientos, terapias, masajes que permiten mejorar el bienestar físico, emocional y calidad de vida de las personas. En Concepción existen 31 oferentes , pero sólo 1 de ellos es un Centro con ambas líneas integradas, tal es el caso de Spa Neptuno, si bien su fortaleza es que es muy conocido por la población, la desventaja es que posee tecnología obsoleta.

La propuesta de valor de Glam Wellness busca que los clientes vivan y sientan una experiencia de un Centro de Estética y Spa con ambas líneas integradas, que les permita obtener resultados inmediatos en cada sesión utilizando tecnología innovadora.

La empresa pretende implementar diversas estrategias para posicionar la marca en el mercado, disminuir la amenaza de competidores, disminuir los productos sustitutos y lo más importante, para que pueda perdurar en el tiempo.

El mercado potencial son personas entre 23-64 años de estrato social ABC1C2 C3. Se estima que la demanda para el primer año será de 6.000 personas y espera aumente a 7.618 en el año 5. Dado la existencia de un mercado potencial la propuesta es estratégica y técnicamente viable.

En el estudio económico se evaluaron 3 escenarios de financiamiento y se ha logrado determinar que el proyecto más recomendable es el Proyecto Puro. Sin embargo, el análisis de sensibilidad nos muestra que es muy sensible a la baja de ingresos y al aumento de costos.

Bibliografía

APA, E. (2021). *INFOCOP*. Obtenido de http://www.infocop.es/view_article.asp?id=15196

CASEN. (2017). *INE*. Obtenido de https://regiones.ine.cl/biobio/inicio/biob%C3%ADo

Empresarial, A. R. (2019). *Bienestar emocional y físico*. Obtenido de Akaenlinea Revista Empresarial: https://ekaenlinea.com/un-masaje-relajante-una-vez-al-mes-evita-enfermedades-provocadas-por-el-estres-

INE. (2021). *INE*. Obtenido de https://www.ine.cl/prensa/2021/07/29/poblaci%C3%B3n-extranjera-residente-en-chile-lleg%C3%B3-a-1.462.103-personas-en-2020-un-0-8-m%C3%A1s-que-en-2019

Kantar. (2021). *Líder Empresarial*. Obtenido de https://www.liderempresarial.com/la-belleza-un-mercado-en-crecimiento/

Pfeffer, J. (2019). *Foro Económico Mundial*. Obtenido de https://es.weforum.org/agenda/2019/03/las-consecuencias-del-estres-laboral/

Statista, P. d. (2019). *Cinco días*. Obtenido de https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/08/28/extras/1566990768_320477.html

ANEXOS

Para la recolección se datos se consultó a través de una encuesta en base a 4 preguntas estructuradas a 90 personas de sexo femenino y masculino entre 23 y 64 años de edad . La escala de medición fue de tipo dicotómica.

1. **¿ Cuál de estos tratamientos prefiere?**

	SI	NO
Tratamientos Reductivos		
Tratamientos Faciales		
Depilación Láser		
Masajes terapéuticos		
Glúteos Push up		

2. **¿Asiste o conoce estos Centros de Estética y Spa ?**

	SI	NO
Clínica Fit		
Emma Sepúlveda		
Elite Láser		
Camino del Agua Spa		
Check Estética		
Kine Glam		
Centro Bellus		
Spa Neptuno		
Conozco los lugares mencionados		

3. **¿Cuánto tiempo debe esperar para agendar horas ?**

	SI	NO
7 a 10 días		
10 a 15 días		
15 a más días		

4. **¿Con qué frecuencia asiste a un Centro de Estética y Spa?**

	SI	NO
Cada 1 semana		
Cada 2 o 3 semanas		
Cada 1 mes		
Cada 2 meses o más		
Nunca		

Reglamento que regula la práctica de Cosmetología y embellecimiento corporal.

TÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 1°.- El presente reglamento regula las prácticas destinadas al cuidado, mantención de la salud de la piel y embellecimiento estético corporal de las personas, con fines exclusivamente cosméticos no invasivos; las condiciones de su aplicación, los establecimientos dónde se ejecutan, el ejercicio, al personal, la obligación de informar al usuario los riesgos para la salud y los productos utilizados para estos fines; además de la publicidad enunciada en estos establecimientos.

ARTÍCULO 2°.- Los establecimientos que realicen prácticas que involucren procedimientos invasivos, aun cuando persigan fines de embellecimiento y que impliquen mayor riesgo sanitario como aquellas que utilicen instrumentos, aparatología o equipos en las zonas del cuerpo que involucren solución de la continuidad de la piel o mucosas, deberán regirse de acuerdo a la normativa vigente para estos fines y por tanto deberán contar con una dirección técnica a cargo de un profesional del área de la salud, además de autorización sanitaria previa a su funcionamiento.

ARTÍCULO 3º.- Se entenderá por Cosmetóloga (o) al personal que preste servicios propios de Cosmetología que incluya el cuidado preventivo y la mantención de la salud de la piel, únicamente de la piel sana y sus anexos, y los tratamientos estéticos faciales y corporales. Este personal podrá utilizar aparatología de uso cosmético o estético en rostro, cuello o corporal.

TÍTULO II DE LA AUTORIZACIÓN SANITARIA

ARTÍCULO 4º.- La (él) Cosmetóloga(o) requerirá de autorización sanitaria entregada por la Secretaría Regional Ministerial de Salud, en adelante la SEREMI.

ARTÍCULO 5º Para obtener la autorización sanitaria el (la) Cosmetólogo(a) deberá rendir y aprobar el examen teórico, el que será elaborado por una comisión nacional constituida por profesionales del área de salud, el cual será evaluado por representantes de la SEREMI.

ARTÍCULO 6.- En los establecimientos que se realicen estas prácticas utilizando aparatología de uso cosmético/estético para el cuidado y embellecimiento corporal, se exceptúa facial y cuello, deberán contar con una dirección técnica a cargo de un profesional del área de la salud, además de autorización sanitaria de sala de procedimientos no invasiva previa a su funcionamiento.

TÍTULO III DEL PERSONAL

ARTÍCULO 7°.- La(el) Cosmetóloga (o) o Cosmetóloga esteticista, debe contar con las competencias y conocimientos necesarios para el área donde se va a desempeñar y el certificado de competencias otorgado por la SEREMI o del Centros de Formación Técnica u otro establecimiento de educación superior reconocido oficialmente por el Ministerio de Educación, donde realizó sus estudios, que avalen el ejercicio de las funciones y las responsabilidades correspondientes.

ARTÍCULO 8º.- Los (las) cosmetólogos(as) no podrán efectuar las siguientes actividades:

a) Diagnosticar ni prescribir tratamiento de tipo médico, de patologías propias de la piel.

b) Utilizar aparatología invasiva que involucre la solución de la continuidad de la piel o administrar productos farmacéuticos o medicamentos que requieran prescripción médica. Se exceptúan aquellos medicamentos de uso tópico que hayan sido prescritos previamente por un médico.

ARTÍCULO 9°.- El personal no podrá atender a personas con manifestaciones evidentes de signos o síntomas presuntos de afecciones patológicas de la piel, sus anexos y otros órganos; o enunciar diagnósticos, dar indicaciones terapéuticas o prescribir tratamientos.

TÍTULO VI DE LOS REGISTROS

ARTÍCULO 10º.- Todo establecimiento, deberá mantener un sistema de registro escrito y foliado de las prácticas realizadas según su tipificación, que permita conocer la trazabilidad de la práctica, en el que se deberá anotar:

ARTÍCULO 11º.- El establecimiento deberá contar con el registro de la información obligatoria suscrito por el cliente o su representante legal, donde se señale haber recibido la información, lo que se manifestará mediante su firma en dicho registro.

ARTÍCULO 12.- Todo establecimiento deberá contar con un Libro de Sugerencias y Reclamos debiendo mantenerse y estar a disposición de los usuarios y funcionarios de la SEREMI en todo momento y circunstancia.

TÍTULO X FISCALIZACIÓN Y SANCIONES.

ARTICULO 13º.- Toda la documentación, información y registros, deberá estar disponible a la autoridad sanitaria en el momento de la fiscalización.

ARTÍCULO 14º.- Corresponderá a las SEREMI vigilar y fiscalizar las condiciones exigidas en este reglamento para las actividades cosméticas dirigidas al cuidado y embellecimiento estético-corporal que en ellos se realicen.

ARTÍCULO 15º.- El incumplimiento de las disposiciones de este Reglamento y su normativa complementaria será sancionado previa instrucción del correspondiente sumario sanitario por la SEREMI dentro del ámbito de sus competencias, de conformidad con el Libro Décimo del Código Sanitario.

TÍTULO XI DISPOSICIONES FINALES

ARTÍCULO 44º.- El presente reglamento entrará en vigencia al año inmediatamente siguiente a su publicación en el Diario Oficial, fecha en que se entenderá derogado el Reglamento Nº 244 de 1975, “Reglamento de funcionamiento de Institutos de Belleza y establecimientos similares y el reglamento” .