



UNIVERSIDAD GABRIELA MISTRAL

ESCUELA DE NEGOCIOS Y TECNOLOGÍA

**“Comercialización de ropa americana al
cuidado del medio ambiente”**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
INGENIERO COMERCIAL**

PRESENTA

**M° ANTONIETA FERNÁNDEZ DONOSO
FLAVIA FRANCO FUENTES
JULIO CESAR SANCHEZ QUINTEROS
VIVIANA VASQUEZ SILVA**

**DIRECTORES DE TESIS
ORLANDO ROJAS RAUQUE**

SANTIAGO, OCTUBRE 2023



II. Autorización de publicación


Autorización para subir documentos digitalizados en el Repositorio Digital UGM

Autorizo a la Universidad Gabriela Mistral para incluir esta memoria en el repositorio digital de la universidad, con el fin de diseminarlo, almacenarlo y preservarlo, quedando disponible en texto completo y de libre acceso.

A considerar para la autorización de publicación de memorias en el repositorio digital

- **Si usted como autor o autores deciden autorizar.** El documento estará disponible en texto completo.
- **Si usted como autor o autores deciden usar embargo.** Consiste en establecer una cantidad de tiempo en que la publicación no estará en libre acceso; es una alternativa a la publicación inmediata. El tiempo de embargo consiste en 6 meses, 1 año o 2 años.
- **Si usted como autor o autores deciden no autorizar.** Se creará un documento con datos básicos **portada, tabla de contenido y resumen** (metadatos) y colocará esa información en el sitio web, tal como si fuese una referencia bibliográfica. Se indicará en el registro que el autor decidió no autorizar el acceso al documento en texto completo.

Firma de autorización por cada uno de los autores de la memoria

		
Uso de embargo	Autorización total	No autorizo

Indique período de tiempo de embargo:

6 meses ___ 1 año ___ 2 años X

Dedicatoria

A nuestras familias, nuestras fuentes de inspiración y fortaleza,

Este proyecto de tesis no habría sido posible sin su inquebrantable apoyo y comprensión. En cada paso del camino, han estado a nuestro lado, sosteniéndonos en nuestros esfuerzos y celebrando nuestros logros. A pesar de los desafíos y sacrificios, nunca dejaron de creer en nosotros y en nuestra visión.

A nuestros hijos, por su paciencia y comprensión mientras trabajábamos en este proyecto, sabemos que no siempre fue fácil, pero su amor incondicional nos impulsó a seguir adelante.

A nuestras parejas, por ser nuestro apoyo constante, por entender las noches largas de estudio y la dedicación que requería este trabajo. Su aliento y comprensión fueron fundamentales para nuestro éxito.

A nuestros padres y seres queridos, por su eterno respaldo y por ser nuestro faro en las tormentas de la vida. Sus consejos y valores nos han guiado en este viaje.

A nuestros amigos y colegas, por su colaboración y contribución a este proyecto. Su amistad y confianza fueron un regalo invaluable.

A nuestros compañeros de equipo, quienes han compartido esta travesía de conocimiento y aprendizaje, extendemos nuestro agradecimiento por su colaboración y dedicación. Juntos, hemos enfrentado desafíos, superado obstáculos y alcanzado metas que parecían inalcanzables.

Esta tesis es el reflejo de la fortaleza de nuestro equipo, una prueba de que cuando se unen talentos y se trabaja en armonía, se pueden lograr resultados extraordinarios. Esperamos que este trabajo no sólo enriquezca nuestras vidas académicas, sino que también inspire a otros a perseguir sus sueños con determinación y unidad.

En conjunto, ustedes son la razón por la cual perseveramos en este emprendimiento académico. Este logro es también suyo, y lo compartimos con gratitud y amor.

Con cariño y agradecimiento,

Resumen ejecutivo

El proyecto de tesis se centra en la importación y comercialización de ropa americana en Chile, con un enfoque innovador y sostenible. Este proyecto se basa en un análisis riguroso y sólido, respaldado por indicadores financieros atractivos, incluida un TIR del 38.51% y un VAN de 2.053 UF con crédito.

Desde una perspectiva operativa, el proyecto adopta una estrategia de marketing basada en el modelo AIDA, con un énfasis en la diferenciación y la fidelización de clientes. La cadena de valor se considera crítica, y la colaboración estratégica con proveedores es una ventaja competitiva clave.

La propuesta de valor se basa en ofrecer la mejor relación precio-calidad y disponibilidad en el mercado. Los clientes objetivo abarcan tanto a minoristas como a mayoristas, lo que garantiza una base sólida y diversificada.

Este proyecto no solo promete resultados financieros sólidos, sino que también se destaca por su enfoque estratégico y operativo. Con la visión de liderar en costos y una clara orientación hacia la sostenibilidad, está bien posicionado para prosperar en la industria de la ropa americana al por mayor en Chile.

Además, este proyecto tiene un atractivo índice de Porter de nivel medio-alto, lo que indica un entorno competitivo favorable. Con un enfoque en la innovación, la sostenibilidad y la satisfacción del cliente, este proyecto tiene el potencial de influir significativamente en el desarrollo económico sostenible del país y en la evolución de la industria de la moda en Chile.

En resumen, el proyecto de importación y comercialización de ropa americana en Chile está listo para abrazar el futuro y marcar una diferencia en la industria y en la economía del país en su conjunto. Es un testimonio del espíritu emprendedor y la visión de futuro que pueden impulsar el progreso y la transformación en cualquier sector. ¡El futuro es brillante y prometedor!

Índice

Capítulo I,	
Descripción del proyecto.....	6
Justificación del proyecto.....	8
Objetivo.....	8
Alcance y limitaciones.....	9
Capítulo II,	
Análisis del entorno externo.....	10
Análisis del macroentorno.....	11
Análisis del microentorno.....	11
Conclusión de los análisis.....	14
Capítulo III,	
Estudio de Mercado.....	15
Desierto vestido y el sobreconsumo en el país.....	17
Benchmarking de la industria.....	17
Análisis de la competencia.....	17
Definición de la estrategia.....	17
Tipo de muestreo.....	18
Tamaño de la muestra.....	18
Estimación de demanda.....	19
Resultados.....	20
Capítulo IV,	
Proyecto.....	21
Descripción del negocio.....	22
Estrategia Empresariales.....	25
Análisis interno.....	25
Análisis situacional estratégico.....	27
Ventaja competitiva.....	30
CANVAS.....	34
Capítulo V,	
Estrategia de marketing.....	38
Objetivos.....	39
Marketing Operativo.....	39
Producto.....	41
Segmento objetivo.....	41
Plan de marketing.....	42
Presupuesto de marketing.....	44

Capítulo VI,	
plan de operaciones.....	45
Mapa de procesos de la empresa.....	46
Presupuesto de operaciones.....	48
Capítulo VII,	
Plan de recursos humanos.....	49
Estructura organizacional de la empresa.....	50
Estructura legal de la empresa.....	51
Perfiles de cargo.....	52
Políticas de la empresa.....	56
Presupuesto de recursos humanos.....	57
Capítulo VIII,	
Plan financiero.....	58
Objetivos financieros.....	59
Costos de importación.....	59
Ventas por año.....	60
Costos fijos.....	60
Costos Variables.....	62
Capital de trabajo.....	63
Amortización puesta en marcha.....	64
Depreciación.....	64
Flujo con crédito.....	66
VAN y TIR con crédito.....	67
Análisis de sensibilidad.....	67
Flujo sin crédito.....	68
VAN y TIR sin crédito.....	68
Matriz de Riesgo.....	69
Capítulo IX,	
Conclusiones.....	70
Carta Gantt de plan de acción.....	71
Conclusión.....	72

Capítulo I

Descripción del proyecto

El presente proyecto tiene como objetivo analizar el desarrollo de una empresa de importación y comercialización al por mayor de ropa americana, con especial enfoque en la ciudad de Santiago y con distribución a las diversas regiones de Chile continental. Este proyecto surge en respuesta a la creciente demanda por ropa asequible y de calidad en el mercado chileno, así como a la necesidad de impulsar prácticas más sostenibles en la industria textil.

- **Descripción del problema**

El problema que encontramos es que los vendedores de ropa americana de regiones, deben viajar a Santiago para conseguir sus productos limitándose en tiempo y cantidad de compra por el transporte. La oportunidad de negocio que vimos en estos es que si podemos distribuir los fardos de ropa americana a lo largo y ancho del país, podemos captar este mercado con el fin de poder ofrecerles precios competitivos y mayores cantidades (centralización y concentración Venta de Fardo por Mayor).

- **Descripción de la necesidad y oportunidad.**

Existe una creciente necesidad en el mercado chileno de opciones asequibles para la compra de ropa de calidad a un buen precio. La oportunidad radica en la posibilidad de brindar una alternativa sostenible a la moda rápida, reduciendo la cantidad de ropa desechada y ofreciendo productos de larga duración. Además, la importación de ropa americana permite acceder a prendas de marcas reconocidas a precios más bajos.

- **Descripción de la propuesta de solución innovadora.**

La innovación del proyecto está dada por la reutilización de piezas de ropa que comercializamos y que el cliente final no utiliza, estas piezas serían recompradas por nosotros a un menor valor para luego generar nuevos fardos e ingresarlas al inventario de venta. Por lo tanto, el objetivo que buscamos con esta innovación es preservar el valor de los productos, componentes y materiales por el mayor tiempo posible, favoreciendo de este modo la economía circular y minimizando las probabilidades de que estas terminen como desperdicio textil.

Justificación del proyecto

La justificación radica en abordar el problema del desperdicio textil y la falta de opciones sostenibles en la industria de la moda. La innovación en la recompra y el ciclo de reciclaje no solo beneficiará al medio ambiente, sino que también generará valor económico al poder permitir a nuestros clientes directos tener una mayor rotación de productos.

Los beneficios y el impacto que nuestro proyecto aporta en diversos aspectos, como el medio ambiente (al promover la reutilización y el reciclaje), la economía local (estimular la demanda), y los clientes (al brindarles opciones de compra y la posibilidad de recompra con descuento).

Actualmente hay una tendencia mundial de cuidar el medio ambiente, reflejándose en la reducción del desecho textil y el consumo del fast fashion, dejándonos una oportunidad por el crecimiento del consumo de la ropa americana.

Objetivo

- **Objetivo General**

Desarrollar un plan de negocios para una empresa de comercialización de ropa americana a nivel nacional continental en formato de fardos provenientes desde Norteamérica y Europa, preocupándose en desarrollar el proyecto con un enfoque en economía circular mediante la recompra de productos que no sean comercializados por nuestros clientes para poder darles un nuevo uso ya sea por ciclo de venta o reciclaje.

- **Objetivos Específicos**

1. Definir una estrategia comercial.
2. Elaborar un estudio técnico.
3. Realizar un análisis financiero y económico.
4. Desarrollar una visión de negocio, donde la sustentabilidad sea el foco fundamental.

Alcance y limitaciones

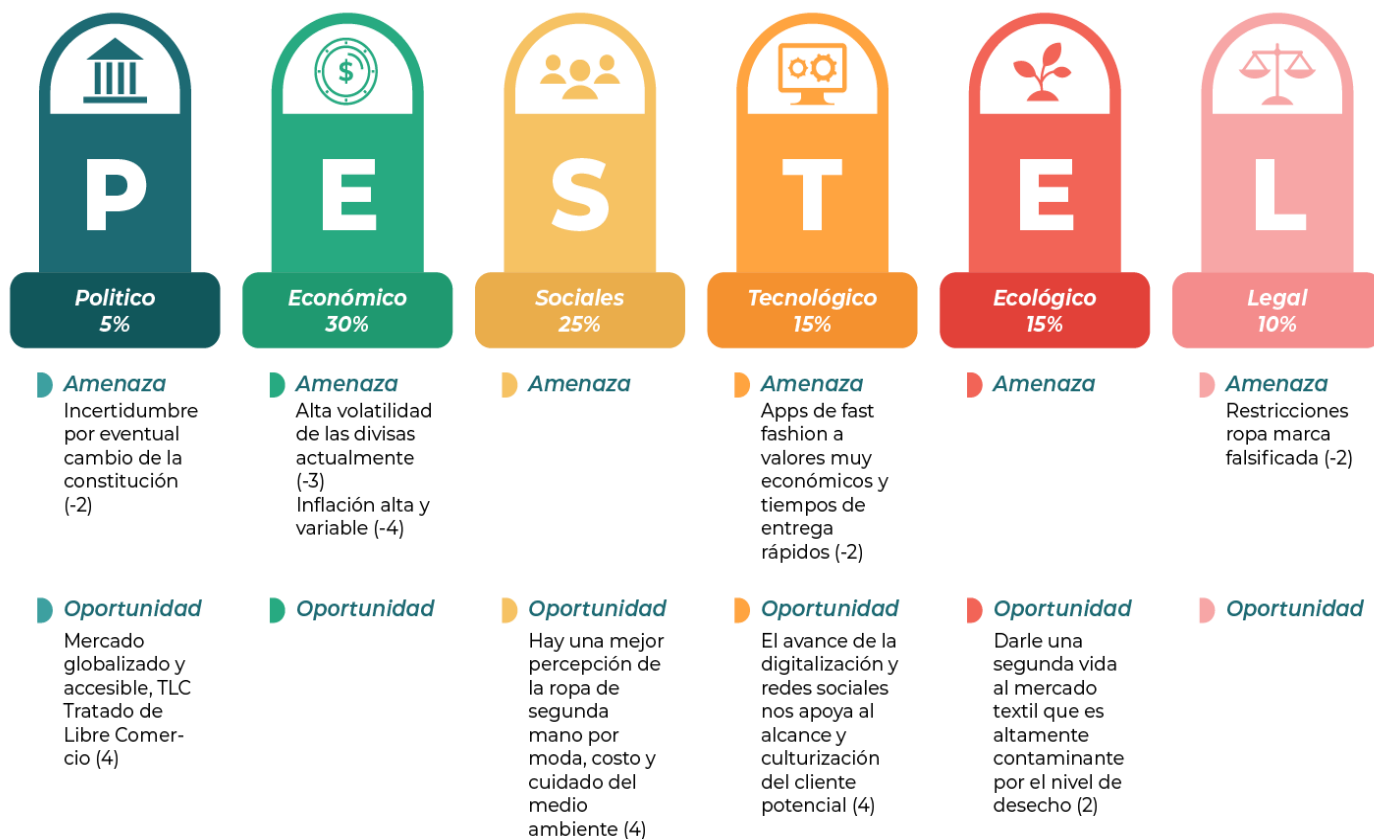
Se deben considerar aspectos legales y aduaneros desde la mirada de los países de donde consideremos realizar las importaciones y mantener al día las modificaciones de estos aspectos, como primera instancia consideraremos países de Norte América y Europa.

El alcance incluye la importación, comercialización y distribución de ropa americana en fardos de diferentes pesos. La recompra y reventa de prendas no comercializadas también están dentro del alcance. Las limitaciones pueden ser la dependencia de proveedores extranjeros, la capacidad de procesamiento de las prendas recompradas y los desafíos en la educación del consumidor sobre la importancia de la sostenibilidad en la moda.

Capítulo II

Análisis del entorno externo

Análisis del macroentorno



Análisis del microentorno

Porter	Bajo Medio Alto		
	1) Poder de Negociación de los Clientes		
2) Poder de Negociación de los Proveedores	✓		
3) Amenaza de Nuevos Competidores		✓	
4) Amenaza de Productos Sustitutos	✓		
5) Rivalidad entre Competidores Existentes		✓	

1) Poder de Negociación de los Clientes	Bajo	Medio	Alto
Volumen del comprador			✓
Costes o facilidades del cliente de cambiar de empresa			✓
Existencia de productos sustitutos		✓	
Sensibilidad del comprador al precio			✓
Poder de negociación de los Clientes			✓

El poder de negociación de los clientes mayoristas es medio, ya que buscan obtener productos de calidad al mejor precio posible.

2) Poder de Negociación de los proveedores	Bajo	Medio	Alto
Costos de cambiar de suministrador en relación con los costos de cambio firme		✓	
Facilidad de productos alternativos	✓		
Grado de concentración del proveedor	✓		
Diferencias de calidad	✓		
Poder de negociación de los proveedores	✓		

El poder de negociación de proveedores internacionales de ropa usada, consideramos que es bajo, porque:

- No hay monopolio en la industria
- Como empresa no tenemos un costo elevado para cambiar de proveedor
- El proveedor no puede entrar como potencial competidor.

3) Amenaza de nuevos competidores

	Bajo	Medio	Alto
La existencia de barreras de entrada		✓	
Los costos de cambio		✓	
Los requisitos de capital		✓	
Acceso a la distribución	✓		
Amenaza de nuevos competidores		✓	

Analizamos cuánta competencia va a aparecer en el mediano plazo, consideramos que es medio, debido a los requisitos de importación y logística asociados con el negocio de importación de ropa usada, sin embargo, la experiencia y las relaciones establecidas con proveedores internacionales pueden ser una ventaja competitiva para el proyecto.

4) Amenaza de productos sustitutos

	Bajo	Medio	Alto
Los costos de cambio de comprador	✓		✓
Percepción del nivel de diferenciación entre productos	✓		
Tendencia del comprador hacia productos alternativos		✓	
Amenaza de productos sustitutos	✓		

Consideramos que la amenaza de productos sustitutos es baja, dado que la ropa usada importada tiene características únicas que la diferencian de la ropa nueva. La oferta de productos exclusivos y de calidad a precios más bajos que la ropa nueva minimiza la posibilidad de que los clientes mayoristas recurran a otras opciones en el mercado.

5) Rivalidad entre competidores existentes	Bajo	Medio	Alto
Número de competidores		✓	
Tasa de crecimiento de la industria			✓
Las barreras de salida	✓		
Valor de la marca	✓		
Rivalidad entre competidores existentes		✓	

Creemos que no existen muchos competidores en esta industria, porque el producto es el mismo para todos, lo que nos permite mantenernos estables en la participación y tener una fuerza media.

Conclusión de los análisis

En conclusión, con una fuerza de Porter media-baja, el atractivo es medio-alto para el proyecto de importación y comercialización de ropa americana en Chile, lo que nos da oportunidades para ingresar y diferenciarnos en el mercado mayorista a través de una oferta atractiva, en precios y calidad de productos con un enfoque en la sostenibilidad.

El proyecto debe continuar desarrollando estrategias competitivas para mantener su posición y enfrentar los desafíos en el mercado de la ropa americana.

Los resultados de estos análisis realizados en el macroentorno y el microentorno, destacan los factores claves que podrían influir en el éxito del proyecto, incluyendo oportunidades y desafíos.

Estos análisis nos proporcionaron una comprensión integral del entorno externo en el cual el proyecto se desarrollará y guiará las decisiones estratégicas futuras.

Capítulo III

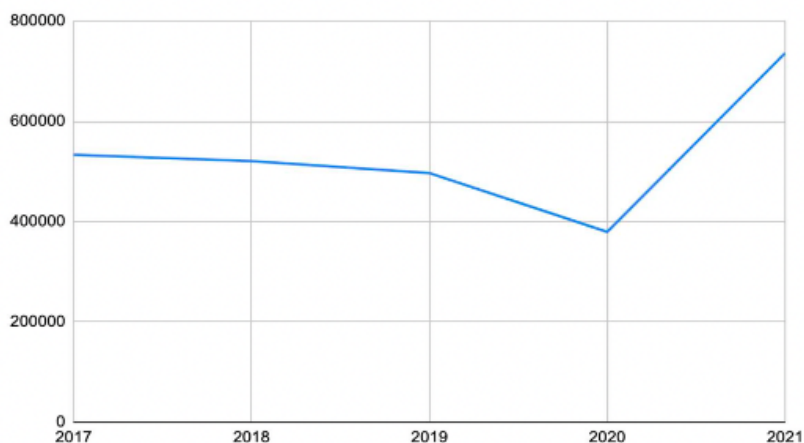
Estudio de Mercado

Conocer el contexto general sobre la industria textil y el consumo de ropa americana a nivel global y nacional. Chile es uno de los países que más ropa consume por persona. En los últimos 20 años, la compra de vestuario ha aumentado en un 233%, pasando de 15 prendas en promedio en 2007, a 27 (Euromonitor, 2017) en 2013 y a 50 (Iglesias, 2021) en 2021.

Esta última cifra es similar al promedio de consumo de ropa de Estados Unidos (53 prendas) y mayor, por ejemplo, al de Reino Unido (33 prendas) en 2017 (Common Objective, 2018). Según el Banco Central (2022), en 2021 se importaron 736.183 toneladas de ropa.

Este fenómeno no es nuevo, ya que en 2011 se hablaba del aumento del consumo de vestuario y calzado en el país fruto del crecimiento de PIB, la apertura comercial y la posibilidad de acceso a vestuario de menor precio que los producidos a nivel local (Lobos, 211). Es así como Euromonitor señalaba que del 100% del vestuario adquirido por los chilenos, solo un 8% correspondía a productos confeccionados en el país.

Importación de prendas de vestir en el periodo 2017 a 2021, figura 1 y tabla 1



El mercado de segunda mano estadounidense alcanzará los 70.000 millones de dólares en 2027. Los consumidores estadounidenses de segunda mano afirman que el valor es el factor principal que influye en sus decisiones de compra. Alrededor del 37 % de los consumidores gastaron una mayor parte de su presupuesto en ropa de

segunda mano el año pasado. De ellos, el 63 % aumentó su gasto en respuesta a la inflación.

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Cantidad (toneladas)	533.335	520.752	496.887	379.384	736.183

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Central.

Desierto vestido y el sobreconsumo en el país

La ropa que sobra de los fardos, ya sea porque está rota o manchada, aparece esparcida por el desierto, ya que esta entra al país por la región de Tarapacá y es el sector más cercano para deshacerse de ella. Sobre este tema, Carola Moya, la directora de ADC Circular y Santiago Slow, confirma que “hay altísimos niveles de contaminación textil en el desierto de Atacama, cerca de la comuna de Alto Hospicio, ya que de las casi 29 mil toneladas de ropa usada que importa la Zofri, un 40 % termina en vertederos ilegales en pleno desierto”

Benchmarking de la industria

Consideramos que el benchmarking de la industria chilena es fardos.cl, la cual lleva más de 35 años de historia liderando en el país y a nivel internacional es www.wholesale-usedclothing.com, estos competidores nos ayudan a determinar patrones los cuales seguir para que nuestra empresa sea exitosa.

Análisis de la competencia

Nuestra competencia son todos aquellos distribuidores de ropa americana, los cuales poseen como punto fuerte su ubicación geográfica, mejores precios, calidad y disponibilidad de mayor volumen de stock constantemente .

Definición de la estrategia

Dado que somos muy jóvenes en el negocio, hemos escogido la estrategia de penetración de mercado.

Importar volumen de fardo de ropa reciclada desde los mercados (europeos, canadienses, americanos) a través de contenedores a Chile y venderlos al por mayor con distribución a nivel nacional.

Nuestra estrategia se basa en tener una logística directa al cliente, con sus pedidos llegando 24 a 48 horas desde que se gestionó su pedido (todo dependiendo de su ubicación geográfica la cual se cubrirá a través de vía terrestre) y diferenciandonos por entregar la certeza de que el cliente recibirá su orden en el plazo establecido.

	Actuales	Nuevos
Actuales	Penetración de mercado	Desarrollo de productos
	- Fardos de ropa atemporal - Fardos de ropa unisex - Fardos de ropa de niños	
Nuevos	Desarrollo de mercados	Diversificación

Tipo de muestreo

En el caso de este proyecto de importación y comercialización al por mayor de ropa americana, se utilizará un Muestreo Probabilístico Estratificado, este método implica dividir la población en subgrupos homogéneos llamados estratos, y luego seleccionar una muestra aleatoria de cada estrato. En este contexto, los estratos podrían ser diferentes segmentos de mercado, como minoristas, mayoristas, y clientes individuales, a los cuales elegimos aleatoriamente para esta muestra.

El tamaño de la muestra se determinará considerando el nivel de confianza, margen de error, variabilidad de la población y tipo de análisis estadístico que se llevará a cabo. El objetivo es obtener una muestra lo suficientemente grande y representativa para obtener resultados confiables en el estudio de mercado.

Tamaño de la muestra

Se tiene previsto encuestar a un total de 10 compradores tipo de ropa americana en la región metropolitana y 15 compradores tipo en otras regiones del país.

Para determinar el tamaño de la muestra, se consideraron los siguientes elementos:

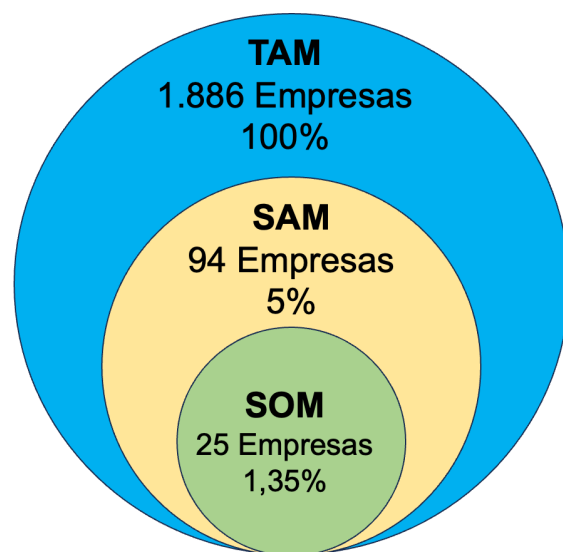
- Población Objetivo: Minoristas y mayoristas de ropa usada, así como posibles clientes individuales interesados en la recompra de ropa no comercializada.
- Nivel de Confianza: Se establece un nivel de confianza del 95%, significa que se espera que los resultados estén dentro de un margen de error aceptable en el 95% de las ocasiones.
- Margen de Error: Se establece un margen de error del 5%, significa que los resultados pueden variar en $\pm 5\%$ en comparación con la población total.
- Variabilidad de la Población: Se refiere a la heterogeneidad o similitud de la población en relación con la variable de interés, que es la compra de ropa de segunda mano. Esta muestra considera a representantes de diversas regiones del país.
- Análisis Estadístico: Nos permite analizar y representar la información obtenida de la muestra.

Estimación de demanda

La estimación de la demanda TAM-SAM-SOM con empresas B2B dedicadas a la comercialización de la ropa americana en Chile, se consideraron todas las empresas registradas en el Servicio de Impuestos Internos hasta el 2021.

El TAM (Total Addressable Market) representa el tamaño total del mercado de importación de prendas de vestir es de 1.886 empresas en 2021, según SII.

Mercado de la Ropa Americana en Chile (Inf. SII 2021)



Actividad económica	
Suma de Número de empresas	2021
Etiquetas de fila	2021
Región Metropolitana de Santiago	289
Región de Valparaíso	190
Región de Tarapacá	107
Región del Biobío	197
Región de La Araucanía	199
Región de Arica y Parinacota	62
Región de Los Lagos	156
Región del Libertador Gral. Bernardo O'Higgins	150
Región de Los Ríos	139
Región del Maule	110
Región de Coquimbo	86
Región de Ñuble	73
Región de Antofagasta	41
Región Aisén del Gral. Carlos Ibáñez del Campo	37
Región de Magallanes y de la Antártica Chilena	34
Región de Atacama	16
Total general	1.886

El SAM (Serviceable Available Market) es la porción del mercado disponible, en este caso, la demanda total de empresas de ropa americana en Chile, tanto a nivel mayorista como minorista, es de 94 empresas que equivale al 5%.

El SOM (Serviceable Obtainable Market) es el Mercado Objetivo.

- Localización geográfica: Región Metropolitana y otras regiones del norte y sur del país.

- La cantidad de empresas a abordar durante los primeros 5 años es de 25, lo que equivale a 1,35% del mercado total de empresas de Ropa Americana en Chile.

Resultados

Hemos concluido luego de realizar el estudio de mercado, que finalizado el 5to año tenemos un pronóstico de ventas de alcanzar un 1,35% del mercado total de Ropa Americana. A partir de éste análisis vamos a poder determinar nuestra máxima capacidad de ventas, para poder realizar la regresión lineal hasta llegar desde el 5to año al año 1 con el objetivo de proyectar nuestras ventas en el análisis financiero.

Numero de Eº	Peso Vta x año	Año
25	1,35%	5
22	1,17%	4
19	1,01%	3
16	0,87%	2
14	0,76%	1
0	0,00%	0

También nos permitirá definir con mayor precisión las estrategias de marketing y ventas, así como la planificación de la oferta de productos y servicios. La información valiosa sobre la demanda esperada, la aceptación de la recompra y las preferencias de los clientes, respaldan la toma de decisiones informadas para el éxito del proyecto.

Capítulo IV

Proyecto

Descripción del negocio

- **Visión**

Convertirnos en el principal referente en Chile para la comercialización de ropa americana de alta calidad y estilo, ofreciendo a nuestros clientes una amplia gama de productos de moda que reflejan las últimas tendencias y la mejor relación calidad-precio. Buscamos ser reconocidos por nuestra excelencia en servicio al cliente, sostenibilidad en nuestros procesos y contribución positiva a la industria de la moda en Chile

- **Misión**

Nuestra misión es proporcionar a nuestros clientes en Chile acceso a prendas de vestir de alta calidad y estilo procedentes de Estados Unidos. Nos esforzamos por ofrecer una cuidadosa selección de productos que satisfagan las necesidades y preferencias de moda de nuestros clientes. Además, estamos comprometidos con la transparencia, la sostenibilidad y la satisfacción del cliente en cada paso de nuestra operación. Nuestra meta es ser el destino preferido para aquellos que buscan moda americana de calidad en Chile

- **Valores**

1. **Sostenibilidad:** Compromiso con prácticas comerciales sostenibles, incluyendo la reducción de residuos, el uso de materiales reciclados y la promoción de la moda responsable.
2. **Calidad:** Ofrecer ropa americana de alta calidad que perdure en el tiempo, promoviendo la durabilidad y reduciendo el desperdicio.
3. **Inclusión:** Ofrecer una amplia gama de tallas y estilos para atender a diversos gustos y necesidades, promoviendo la inclusión y la diversidad.
4. **Ética:** Garantizar condiciones laborales justas y éticas en toda la cadena de venta y respetar los derechos de los trabajadores.
5. **Comunidad:** Contribuir positivamente a la comunidad local y global, a través de iniciativas de responsabilidad social corporativa y apoyo a causas sociales y medioambientales.
6. **Innovación:** Buscar constantemente formas innovadoras de reducir el impacto ambiental y mejorar la sostenibilidad en la industria de la moda.
7. **Experiencia del cliente:** Brindar un servicio excepcional al cliente y una experiencia de compra memorable.

Descripción del producto

- **Productos**

Fardos de ropa americana que incluyen una variedad de prendas de vestir, como camisetas, pantalones, vestidos, chaquetas, calzado, accesorios, y más. Estas prendas pueden ser de diferentes estilos, tallas y marcas.

- **Condición**

Fardos de 20 y 45 kilos.

- **Selección**

Fardos compuestos por una selección aleatoria de ropa o pueden estar temáticamente organizados, como fardos de ropa de temporada (invierno, verano) o fardos de ropa para hombres, mujeres o niños, etc.

- **Calidad**

La calidad de la ropa en los fardos puede variar, pero muchas empresas de comercialización se esfuerzan por ofrecer prendas de calidad para mantener a sus clientes satisfechos como es en nuestro caso.

Destacamos por nuestra propuesta de recompra, donde nuestros clientes pueden vender las prendas no comercializadas y obtener descuentos en futuras compras. Además, promovemos la sostenibilidad al reutilizar y reciclar las prendas no utilizadas.

Objetivos estratégicos

- **Objetivo General**

Convertirnos en el líder reconocido en la comercialización de ropa americana de alta calidad a un precio competitivo en el mercado chileno, ofreciendo a nuestros clientes una experiencia de compra excepcional, promoviendo prácticas comerciales sostenibles y logrando un crecimiento constante en nuestras operaciones y presencia en el mercado

- **Objetivos Específicos**

1. Ampliar de la gama de productos: Aumentar la variedad de productos ofrecidos, incluyendo ropa de diferentes estilos, tallas y marcas para satisfacer diversas necesidades y preferencias de los clientes.

2. Mejorar la calidad: Mantener altos estándares de calidad en la selección de prendas de vestir, asegurando que las prendas sean de alta calidad y estén en buenas condiciones.

3. Experiencia del cliente: Implementar un servicio al cliente excepcional, incluyendo una plataforma de compra en línea intuitiva y un servicio de atención al cliente eficiente para garantizar una experiencia de compra excepcional.

4. Sostenibilidad: Desarrollar e implementar prácticas comerciales sostenibles, como la reducción de residuos y la promoción de la moda responsable, para contribuir al cuidado del medio ambiente.

5. Expansión geográfica: Explorar oportunidades para expandir la presencia en el mercado a través de la apertura de nuevas tiendas físicas o la expansión de la presencia en línea.

6. Crecimiento constante: Establecer metas específicas de crecimiento en ventas y utilidades para lograr un crecimiento constante y sostenible en el tiempo.

7. Reconocimiento de marca: Trabajar en la construcción de una marca reconocible y de confianza en el mercado chileno, a través de estrategias de marketing y relaciones públicas efectivas.

8. Responsabilidad social: Comprometerse con iniciativas de responsabilidad social corporativa que beneficien a la comunidad y refuercen la imagen de la empresa como una entidad ética.

9. Medición y análisis: Implementar métricas de rendimiento para evaluar constantemente el progreso hacia la consecución de estos objetivos y ajustar las estrategias según sea necesario.

Estrategia Empresariales

Nuestra estrategia empresarial es Liderazgo en Costo.

Buscamos establecer alianzas estratégicas con proveedores que nos entreguen buena calidad al menor precio de mercado.

Análisis interno

Se evaluarán los recursos internos de la empresa, incluyendo activos tangibles como instalaciones, equipos y tecnología, así como activos intangibles como la marca, la reputación y los conocimientos. Se identificarán las fortalezas y debilidades de la organización en relación con su entorno competitivo.

I.- Actividades de soporte

Las actividades claves en la cadena de valor son esenciales para el funcionamiento exitoso del negocio. Cada una de estas actividades desempeña un papel fundamental en la entrega de valor a nuestros clientes y en la construcción de una ventaja competitiva dentro de la industria.

Adquisición de Inventario:

- Identificación y selección de proveedores internacionales confiables.
- Negociación de acuerdos de suministro y compra de inventario.
- Gestión de logística y transporte para importar la ropa.

Clasificación y Procesamiento:

- Inspección y clasificación de las prendas importadas.
- Limpieza, reparación y preparación de la ropa para su comercialización.
- Etiquetado y empaquetado de las prendas según los formatos de fardo.

Almacenamiento y Distribución:

- Gestión de un almacén adecuado para el almacenamiento de inventario.
- Control de inventario y gestión de stock.
- Diseño de estrategias de distribución eficientes a nivel nacional.

II.- Actividades Primarias

Marketing y Ventas:

- Desarrollo de estrategias de marketing para promocionar la ropa importada.
- Establecimiento de puntos de venta físicos y/o plataforma de comercio electrónico.
- Creación de programas de fidelización para clientes y promociones.

Servicio al Cliente:

- Atención al cliente para consultas, pedidos y reclamaciones.
- Gestión de devoluciones y programas de recompra de ropa no vendida.
- Mantenimiento de relaciones a largo plazo con los clientes mayoristas.

Gestión Empresarial:

- Administración financiera, incluyendo presupuesto y control de costos.
- Gestión de recursos humanos, contratación y capacitación del personal.
- Cumplimiento de regulaciones comerciales y aduaneras.

Desarrollo Sostenible:

- Implementación de prácticas de reciclaje y economía circular.
- Colaboración con socios para reutilizar o reciclar ropa no vendida.
- Evaluación de la huella ambiental y búsqueda de soluciones sostenibles.

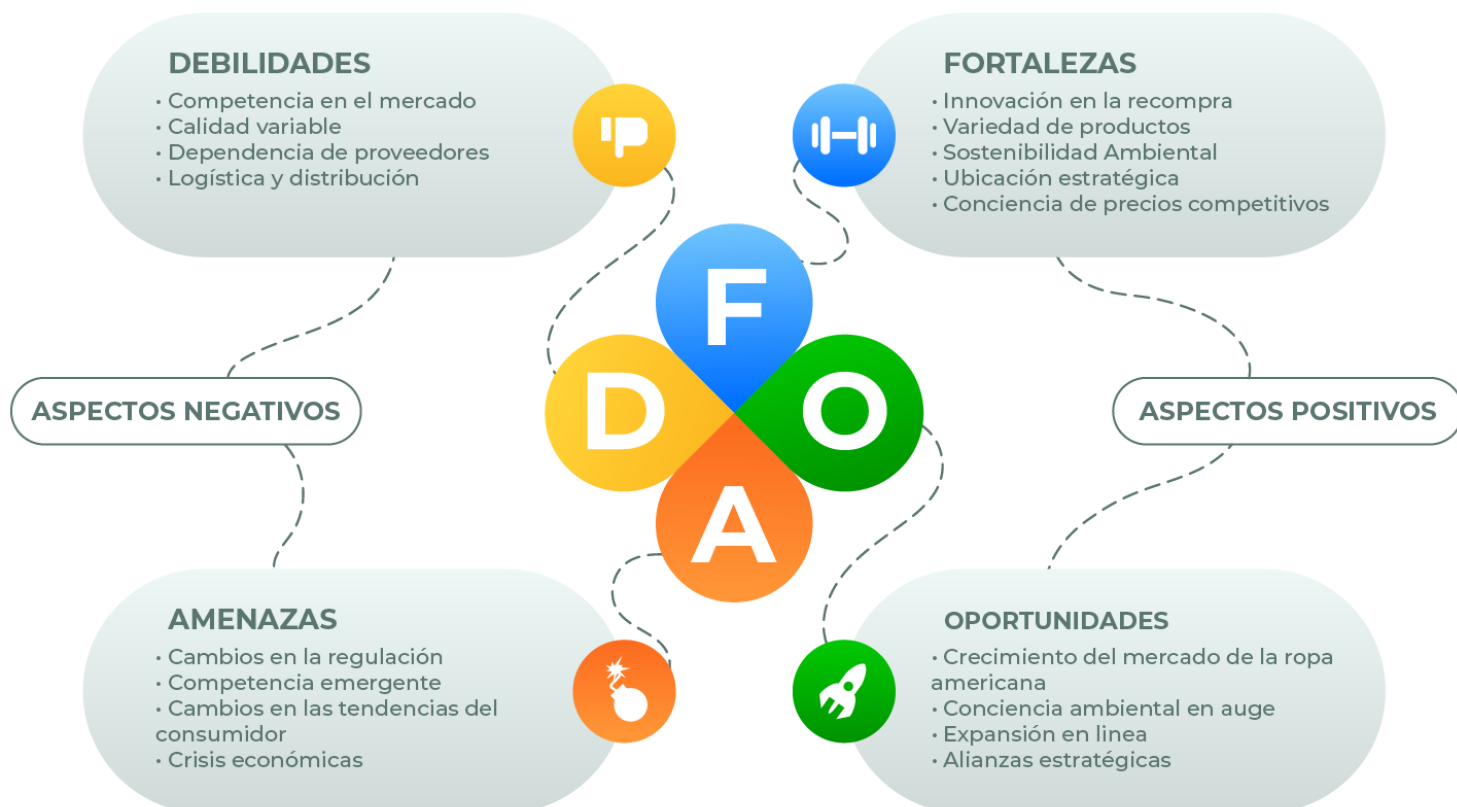
Investigación de Mercado:

- Análisis continuo del mercado de ropa usada en Chile y tendencias globales.
- Identificación de nuevas oportunidades y segmentos de mercado.

Innovación y Mejora Continua:

- Buscar constantemente formas de mejorar los procesos de adquisición, clasificación, distribución, etc.
- Investigación y adopción de nuevas tecnologías que puedan aumentar la eficiencia y la sostenibilidad.

Análisis situacional estratégico



A continuación, se detallan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con ejemplos específicos:

Fortalezas

- **Innovación en la Recompra**

La propuesta de recompra de prendas no deseadas por parte de los clientes es innovadora y única en la industria de la ropa usada. Esto crea un círculo virtuoso donde los clientes pueden obtener beneficios económicos adicionales al vender su ropa no deseada.

Ejemplo: Descuentos por recompra que incentivan a los clientes a seguir comprando.

- **Variedad de Productos**

Al importar ropa usada de diferentes países, tenemos acceso a una amplia variedad de estilos y marcas. Esto nos permite ofrecer opciones para diferentes gustos y preferencias. Ejemplo: Una amplia gama de estilos, desde vintage hasta contemporáneo.

- **Sostenibilidad Ambiental**

Promover la reutilización y el reciclaje de prendas de vestir contribuye a la sostenibilidad ambiental. Esto puede atraer a clientes conscientes del medio ambiente. Ejemplo: Uso de materiales de embalaje reciclables y prácticas de reciclaje internas.

- **Ubicación Estratégica**

Estar ubicado en la Región Metropolitana, específicamente en Estación Central, nos brindará acceso a un mercado amplio y diverso. Ejemplo: Proximidad a estaciones de tren y autobús para facilitar la visita de los clientes.

- **Conciencia de Precios Competitivos**

Ofrecemos precios competitivos en comparación con las tiendas de ropa nueva, lo que atrae a compradores que buscan ofertas. Ejemplo: Ofertas y promociones regulares.

Oportunidades

- **Crecimiento del Mercado de Ropa Americana**

El mercado de ropa usada está en crecimiento debido a la creciente conciencia de la sostenibilidad y la búsqueda de opciones económicas. Ejemplo: Aumento en la demanda de ropa usada en los últimos años.

- **Conciencia Ambiental en Auge**

La creciente conciencia ambiental puede impulsar la demanda de productos reutilizados y reciclados. Ejemplo: Cambios en el comportamiento del consumidor hacia prácticas de compra sostenible.

- **Expansión en Línea**

La expansión de las ventas en línea permite llegar a un público más amplio en todo Chile y aprovechar las tendencias de compra en línea. Ejemplo: Plataforma de comercio electrónico para llegar a clientes de todo el país.

- **Alianzas Estratégicas**

Explorar alianzas con organizaciones de reciclaje y sostenibilidad podría abrir nuevas oportunidades de negocio.

Ejemplo: Colaboración con una organización local de reciclaje para reciclar prendas no vendidas.

Debilidades

- **Competencia en el Mercado**

A pesar de la innovación de la recompra, enfrentaremos la competencia de otras tiendas de ropa usada y minoristas tradicionales. Ejemplo: Otras tiendas de ropa usada que ofrecen precios bajos.

- **Calidad Variable**

La calidad de las prendas de ropa usada puede variar, lo que podría afectar la satisfacción del cliente.

Ejemplo: Algunas prendas pueden tener desgaste visible.

- **Dependencia de Proveedores**

Aunque diversifiquemos proveedores, existe el riesgo de depender demasiado de ciertos proveedores.

Ejemplo: Dependencia de proveedores de USA para obtener inventario.

- **Logística y Distribución**

La gestión de inventario y la distribución eficientes son cruciales y podrían ser un desafío, especialmente en temporadas de alta demanda. Ejemplo: Retrasos en la entrega de productos debido a problemas logísticos.

Amenazas

- **Cambios en la Regulación**

Cambios en las regulaciones de importación o ambientales podrían afectar nuestra operación. Ejemplo: Nuevas restricciones comerciales.

- **Competencia Emergente**

Nuevos competidores pueden ingresar al mercado con modelos similares o mejores. Ejemplo: Nuevas tiendas de ropa usada.

- **Cambios en las Tendencias del Consumidor**

Cambios en las preferencias del consumidor pueden afectar la demanda de productos usados. Ejemplo: Cambio hacia la moda rápida y desechable.

- **Crisis Económicas**

Las crisis económicas pueden reducir el gasto discrecional en ropa usada, ya que las personas pueden ajustar sus presupuestos. Ejemplo: Disminución de las ventas durante una recesión económica.

Ventaja competitiva

Nuestra ventaja competitiva es el Liderazgo en Costo para el Proyecto de Importación y Comercialización de Ropa americana.

- **Negociación Estratégica con Proveedores**

Se establecerán relaciones sólidas con proveedores en América del Norte y Europa para obtener precios competitivos y condiciones favorables. Se explorarán acuerdos a largo plazo y se negociarán volúmenes de compra significativos.

- **Optimización de la Cadena de Suministro**

Se buscarán eficiencias en cada etapa del proceso de importación y comercialización. Desde la selección de proveedores hasta el almacenamiento y distribución, se analizarán continuamente las operaciones para reducir costos.

- **Eficiencia en la Clasificación y Procesamiento**

La etapa de clasificación y procesamiento se optimizará para minimizar costos. Se implementarán métodos eficaces para la inspección, limpieza y etiquetado de la ropa. También se buscarán soluciones para reducir el desperdicio.

- **Control Riguroso de Inventarios**

Se implementará un sistema de gestión de inventarios eficiente para evitar costos asociados con el exceso de stock y la falta de stock. Se mantendrá un equilibrio óptimo para satisfacer la demanda sin incurrir en gastos innecesarios.

- **Uso de Tecnología y Automatización**

La tecnología se utilizará para agilizar procesos y reducir la dependencia de mano de obra intensiva. Por ejemplo, sistemas de etiquetado y empaquetado automatizados pueden aumentar la eficiencia y reducir los costos laborales.

- **Logística y Transporte Eficientes**

Se analizarán rutas y opciones de transporte para minimizar costos de envío. Se podrían establecer alianzas con compañías de logística para obtener tarifas competitivas.

- **Negociación de Acuerdos Logísticos**

Se buscarán acuerdos preferenciales con compañías de logística y servicios de envío para obtener tarifas y condiciones favorables.

- **Enfoque en Procesos Lean**

Se implementarán principios de manufactura lean y gestión de procesos eficientes para eliminar desperdicios y reducir costos operativos.

- **Monitoreo Continuo de Costos**

Se llevará a cabo una vigilancia constante de los costos operativos y se buscarán oportunidades de mejora. Esto puede implicar la revisión de proveedores, la optimización de procesos y la adopción de nuevas tecnologías.

- **Capacitación y Desarrollo del Personal**

Se capacitará al personal para que sea altamente competente en la ejecución de tareas, lo que puede aumentar la eficiencia y reducir costos asociados con errores o retrabajos.

Al aplicar una estrategia de liderazgo en costo, el proyecto busca obtener una ventaja competitiva sostenible al ofrecer productos de alta calidad a precios más atractivos que los competidores. Esto puede atraer a una base de clientes amplia y fomentar la fidelidad a la marca, lo que resulta en un crecimiento rentable y sostenido.

Sostenibilidad de la Ventaja en Costos

Para mantener esta ventaja a lo largo del tiempo, es crucial ser continuamente eficiente y buscar formas de reducir los costos. Esto puede incluir la automatización de procesos, la inversión en tecnología que mejore la eficiencia, la búsqueda constante de proveedores de bajo costo y la optimización de la cadena de suministro.

Además, el liderazgo en costos puede permitirte ofrecer precios atractivos a tus clientes, lo que puede llevar a un aumento de la demanda y un crecimiento en el mercado.

Ventajas Competitivas Tangibles

- **Precios Competitivos**

Al trabajar directamente con proveedores internacionales y negociar acuerdos ventajosos, podemos mantener costos bajos. Esto nos permite ofrecer precios competitivos a nuestros clientes minoristas, lo que es crucial en una industria donde el precio es un factor clave para la toma de decisiones de compra.

- **Variedad de Oferta**

Nuestra oferta abarca una amplia gama de categorías de ropa usada, incluyendo prendas americanas, europeas y canadienses, en formatos de 20 y 45 kilos. Esto significa que nuestros clientes pueden satisfacer las preferencias de estilo y tamaño de sus propios clientes con facilidad. Además, ofrecemos ropa para todas las estaciones, lo que garantiza que tengan existencias disponibles en cualquier momento del año.

- **Ubicación Estratégica**

Estamos ubicados en la Región Metropolitana, una de las áreas más pobladas y comerciales de Chile. Esto nos brinda una ubicación estratégica que facilita la entrega rápida y eficiente a nuestros clientes en todo el país. Además, nuestra ubicación cerca de importantes redes de transporte nos permite ahorrar en costos logísticos.

- **Garantía de Calidad**

La calidad de nuestros productos es una preocupación primordial. Implementamos un proceso de selección y clasificación meticuloso, que incluye la inspección de la calidad de las prendas y su estado general. Esta garantía de calidad construye la confianza de nuestros clientes en la consistencia y excelencia de nuestras ofertas.

Ventajas Competitivas Intangibles

- **Innovación en la Recompra**

Nuestra propuesta innovadora incluye la opción de recompra de las prendas no vendidas por parte de nuestros clientes minoristas. Esto les brinda una fuente adicional de ingresos, lo que es especialmente atractivo en un mercado competitivo. Además, promueve una relación a largo plazo y mutuamente beneficiosa.

- **Compromiso con la Sostenibilidad**

La sostenibilidad es una preocupación creciente para los consumidores. Nuestro enfoque en la reutilización y el reciclaje de ropa contribuye a abordar este problema. Este compromiso sostenible puede atraer a un grupo de consumidores cada vez más grande que busca opciones respetuosas con el medio ambiente.

- **Conveniencia y Eficiencia**

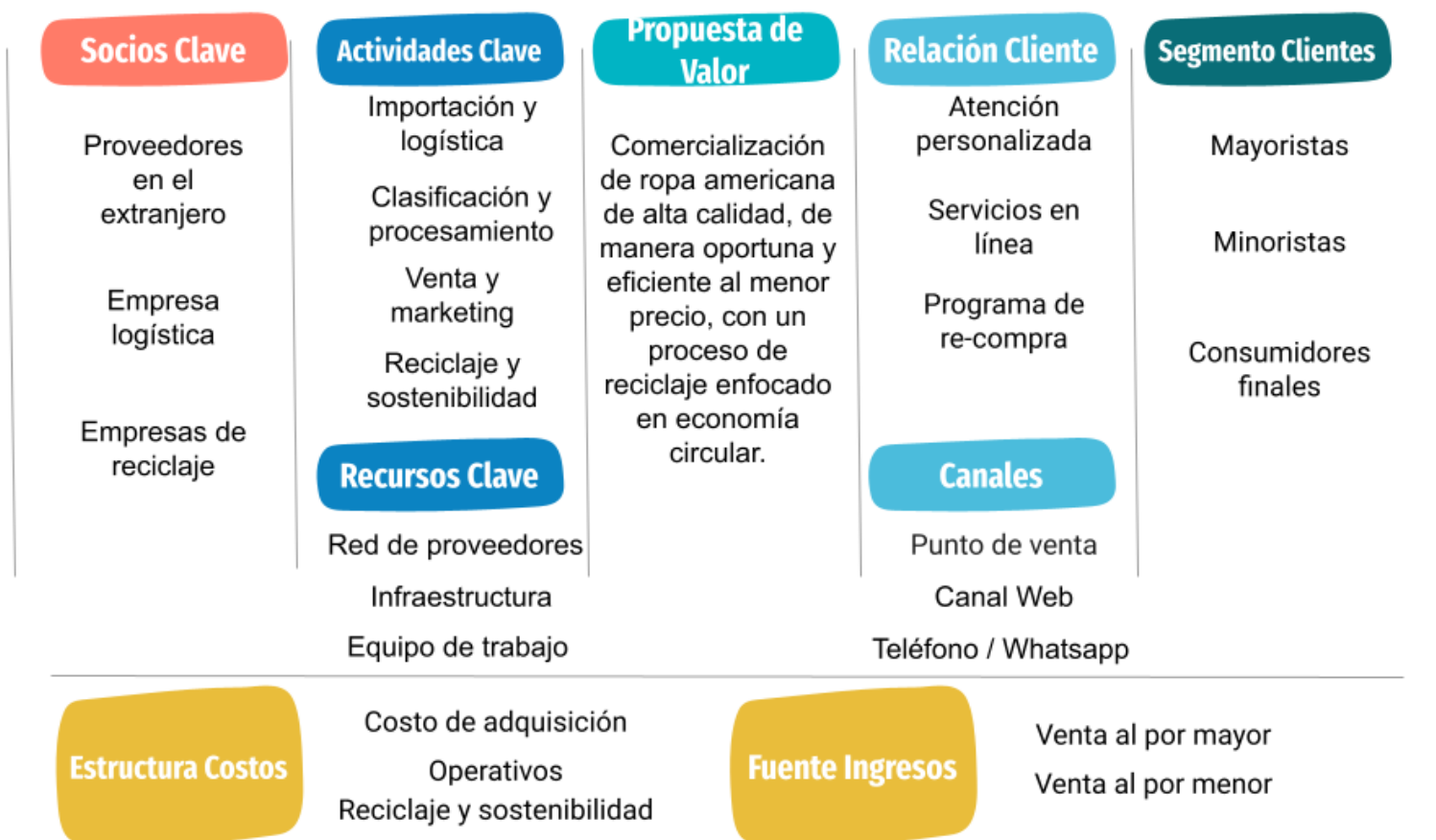
Proporcionamos a nuestros clientes una experiencia de compra eficiente y sencilla. Nuestro proceso de selección y compra está diseñado para ser rápido y sin complicaciones, lo que permite a nuestros clientes concentrarse en la gestión de sus tiendas minoristas en lugar de lidiar con procesos de compra complejos.

- **Reputación y Confianza**

A lo largo del tiempo, queremos construir una sólida reputación en la industria por nuestra confiabilidad y calidad constante. Esta reputación será una ventaja competitiva valiosa ya que los clientes confiarán en que recibirán productos de alta calidad y servicios excepcionales.

Estas ventajas competitivas, tanto las tangibles como las intangibles, son fundamentales para destacarnos en la industria de la ropa americana al por mayor en Chile. Nos permiten no solo competir en precio, sino también en calidad, sostenibilidad y experiencia del cliente, lo que es esencial para mantener y expandir nuestra cuota de mercado en un sector en crecimiento.

CANVAS



Socios Clave

- **Proveedores en el extranjero**
Empresas y organizaciones de Norteamérica y Europa que suministran ropa americana en fardos seleccionados.
- **Empresas de Logística**
Socios para la gestión eficiente de transporte y distribución.
- **Empresa de reciclaje**
Empresas de apoyo quienes en su función recibirán la ropa de desecho y crearán nuevos productos como hilado, material aislante de construcción u otro.

Actividades Clave

- **Importación y Logística**
Adquisición y transporte de ropa americana.
- **Clasificación y Procesamiento**
Inspección, limpieza y preparación de la ropa para la venta.
- **Ventas y Marketing**
Promoción de productos y venta a mayoristas y minoristas.
- **Reciclaje y Sostenibilidad**
Implementación del programa de recompra y colaboración con empresas de reciclaje.

Recursos Clave

- **Red de Proveedores**
Contactos con proveedores de ropa americana en Norteamérica y Europa.
- **Infraestructura**
Bodega, punto de venta, sitio web y sistema de gestión.
- **Equipo de Trabajo**
Personal para importación, procesamiento y atención al cliente.

Relación con el Cliente

- **Atención Personalizada**
Asistencia dedicada para clientes mayoristas.
- **Servicio en Línea**
Soporte en línea para compradores minoristas y finales.
- **Programa de Recompra**
Relación a largo plazo con clientes a través de un programa de recompra de ropa no vendida generando crédito en la tienda.

Canales de Distribución

- **Punto de Venta**
Punto de venta y entrega para clientes mayoristas y minorista
- **Canal web**
Sitio para mostrar productos y generar ventas en línea.
Canal telefónico y whatsapp: Canal de consultas y ventas para todo tipo de clientes.

Segmentos de Cliente

- **Mayoristas**
Empresas y tiendas minoristas que buscan comprar ropa americana en grandes cantidades.
- **Minoristas**
Pequeñas tiendas de moda que buscan ofrecer una selección única de ropa americana a sus clientes.
- **Consumidores Finales**
Individuos interesados en comprar ropa americana de alta calidad a precios accesibles al por mayor.

Estructura de Costos

- **Costos de Adquisición**
Compra ropa usada a proveedores internacionales.
- **Operativos**
Gastos de almacenamiento, transporte, personal y promoción.
- **Reciclaje y Sostenibilidad**
Costos asociados con el programa de recompra y reciclaje.

Fuentes de Ingresos

- **Ventas al por mayor**
Ingresos por la venta de más de una unidad de fardos de ropa a mayoristas sin importar su peso.
- **Ventas al por menor**
Ingresos por la venta una unidad de fardos ya sea de 20 o 45 kg.

Capítulo V

Estrategia de marketing

Objetivos

- **Generales**

Aumentar la penetración del mercado de nuestra empresa de ropa americana en Chile, posicionándonos dentro del rubro, como una alternativa con foco en la sustentabilidad y calidad-precio de la ropa americana, dirigida a compradores tanto mayoristas como minoristas, logrando así un reconocimiento de marca.

- **Específicos**

Visibilidad de la Empresa, Aumentar la conciencia y el reconocimiento de nuestra empresa en el mercado. Se medirá a través de métricas como el tráfico web, seguidores en redes sociales o menciones en medios.

Posicionamiento, Convertirnos en un referente de moda sostenible y económica en Chile.

Crecimiento Sostenible, Asegurar el crecimiento constante y sostenible a largo plazo, evitando prácticas que puedan perjudicar la calidad de los productos o la reputación de la empresa.

Reconocimiento de Marca, Convertirnos en una opción preferida precio-calidad para mayoristas de ropa americana en Santiago y Regiones.

Marketing Operativo

- **Producto:** Nuestros productos son fardos de ropa de segunda mano, de formato de 45kg, con categoría de Primera, segunda, tercera calidad. Tanto de Ropa de Hombre, Mujer, juvenil, Niños y Mixtos . ** Género Masculino y Femenino.
Nuestro mayor valor en el producto, es la entrega en el punto de venta en el menor plazo posible.
- **Precio:** Precio de acuerdo al mercado, con disponibilidad de pago a través de la web y presencial en efectivo, transferencia o tarjetas de crédito.

- **Plaza:** Estaremos situados en el sector de Estaciona central cercano a los terminales de buses que conectan con todo Chile, teniendo la opción también de solicitar despacho a cualquier comuna o región del país . Contaremos con bodegas, oficinas, punto de venta en el mismo local lo cual nos permitirá tener integrada toda nuestra operación.
Nuestra plaza cumple con las características de la distribución selectiva, ya que es una mezcla de la distribución intensiva y distribución exclusiva.
- **Promoción:** A Través de los canales digitales, radial en regiones estratégicas.
Promociones por compra de mayor volumen (descuento), Pack de compra sobre el Mix.
- **Personas:** Nuestras personas claves son nuestros vendedores, bodegueros y recepcionistas.
- **Procesos:** Nuestros procesos más importantes se encuentran; la respuesta a dudas a través de los canales web como la página, el correo electrónico y redes sociales, también podemos encontrar el trato directo y solución de problemas en bodega y finalmente la entrega de valor que nos proporcione la compañía logística con la cual trabajamos entregando nuestros productos a lo largo de Chile.
- **Presencia física:** Nos enfocaremos en tomar testimonios de nuestra excelente experiencia de compra recibida por nuestros clientes de los diferentes canales que manejamos, web, bodega y región, con tal de poder generar confianza en potenciales clientes que nos vienen recién conociendo.

Producto

El producto a vender son fardos de ropa importada al por mayor, consideramos que es un producto aplicado ya que al ofrecer el servicio de despacho dentro de Chile, logramos una diferenciación la cual la competencia hasta este momento no se encuentra ofreciendo.

El precio promedio de nuestros fardos Ropa de 45kg es \$106.400 Pesos chilenos, a eso se le tiene que agregar el costo de despacho personalizado.

Segmento objetivo

- Emprendedores del sector de moda sostenible.
- Mayoristas y Minoristas que buscan diferenciación, precio y exclusividad.

Características del Target Objetivo:

- Son propietarios de tiendas de ropa americana que se centran en la moda sostenible y desean ofrecer productos de alta calidad a sus clientes.
- Tienen un fuerte compromiso con la sostenibilidad y buscan proveedores que compartan sus valores.
- Están interesados en crear un negocio exitoso a largo plazo que se base en principios éticos y sostenibles.
- Quieren ofrecer a sus clientes productos únicos y exclusivos que no se encuentren en grandes cadenas.
- Prefieren un proveedor que ofrezca opciones de compra convenientes, como la posibilidad de comprar fardos al por mayor o por unidad según sus necesidades.
- Valorarán una plataforma de compra en línea fácil de usar y opciones de entrega eficientes.
- Valorarán la oferta de servicios adicionales, como programas de recompra de prendas no vendidas.

Plan de marketing

Se implementará la campaña de promoción en redes sociales (Instagram y Facebook) por un periodo definido de 30 días durante el primer mes por lanzamiento del proyecto, con el claro objetivo de posicionarnos en el mercado y generar ventas de fardos de ropa americana, dado que se ofr

Queremos utilizar estas redes sociales: Facebook e Instagram, además de entregar publicidad radial regional, dado que en el caso de las RR.SS. Existe un público cautivo en búsqueda de nuestros productos y en el caso de la radio, es dado que tenemos muchos distribuidores en la zona rural que utilizan masivamente este medio de comunicación.

AIDA

Atención

- Estrategia de Redes Sociales: Crea perfiles en plataformas como Instagram y Facebook para mostrar imágenes atractivas de las prendas en los fardos. Utiliza hashtags relevantes para aumentar la visibilidad.
- Blog de Moda Sostenible: Inicia un blog en tu sitio web que destaque la importancia de la moda sostenible y cómo tu negocio contribuye a reducir el impacto ambiental.

Interés

- Contenido Educativo: Publica artículos en tu blog que expliquen cómo elegir y evaluar ropa usada de alta calidad, y cómo puede beneficiar a las tiendas minoristas.
- Webinars y Talleres: Organiza eventos en línea sobre tendencias de moda sostenible y consejos para minoristas que quieran comprar al por mayor.

Deseo

- Testimonios y Estudios de Caso: Comparte historias de éxito de minoristas que han experimentado un aumento en las ventas y ganancias después de comprar tus fardos de ropa.
- Ofertas Exclusivas: Ofrece descuentos o promociones especiales a los clientes que compren en grandes cantidades o que sean leales a tu negocio.

Acción

- Llamados a la Acción Claros: Asegúrate de que tu sitio web y tus publicaciones de redes sociales incluyan botones de "Solicitar Cotización" o "Contactar Ahora" para facilitar que los interesados se pongan en contacto contigo.
- Formularios de Contacto Simplificados: Simplifica el proceso para que los clientes potenciales puedan solicitar información o hacer pedidos fácilmente.

Calendario anual tipo de promociones

Lo construiremos a través de trimestres de la siguiente manera;

- Q1 Hitos : campaña veraniega, foco en enero y febrero
- Q2 Hitos : campaña Otoño, foco en Día de la Madre y Día del Padre.
- Q3 Hitos : campaña Invierno, foco en fiestas Patria
- Q4 Hitos : campaña Primavera y Pronto Verano , campaña Navideña

Presupuesto de marketing.

Gasto	0	1	2	3	4	5
Marketing en \$	\$ 2.076.000	\$10.938.000	\$14.584.000	\$21.876.000	\$21.876.000	\$21.876.000
Marketing un UF	UF57	UF302	UF403	UF605	UF605	UF605

Publicidad y Marketing

Cargo	Nº Puestos	Mensual (\$)	Total
Agencia de Publicidad	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Costo rede soliciales	1	\$ 83.000	\$ 83.000
Radio Regional	1	\$ 135.000	\$ 135.000
Impresion de volante	1000	\$ 35.000	\$ 35.000
Merchandising	1	\$ 70.000	\$ 70.000

q x Año

0	1	2	3	4	5
1	6	8	12	12	12
2	6	8	12	12	12
2	6	8	12	12	12
2	6	8	12	12	12
1	6	8	12	12	12

Gastos de Marketing por Año

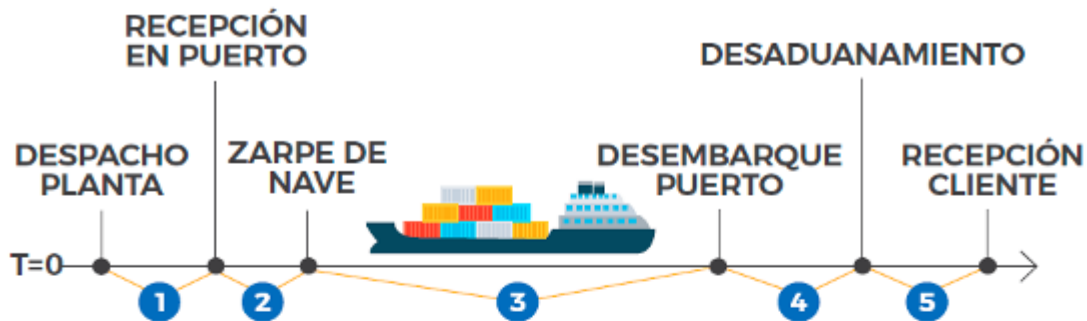
0	1	2	3	4	5
\$1.500.000	\$9.000.000	\$12.000.000	\$18.000.000	\$18.000.000	\$18.000.000
\$166.000	\$498.000	\$664.000	\$996.000	\$996.000	\$996.000
\$270.000	\$810.000	\$1.080.000	\$1.620.000	\$1.620.000	\$1.620.000
\$70.000	\$210.000	\$280.000	\$420.000	\$420.000	\$420.000
\$70.000	\$420.000	\$560.000	\$840.000	\$840.000	\$840.000
\$2.076.000	\$10.938.000	\$14.584.000	\$21.876.000	\$21.876.000	\$21.876.000

Capítulo VI

plan de operaciones

Mapa de procesos de la empresa

- Proceso importación



- 1 Transporte local**
 - Flete
 - Gate-Out
- 2 Obligaciones documentales y de inspección**
 - Despacho aduana
 - Tramitación certificado de origen
- 3 Transporte Internacional**
 - Flete Naviero
 - Recargos (BAF/FSC)
 - Cargos del terminal
- 4 Obligaciones documentales y de inspección**
 - Despacho (DIN)
 - Arancel
- 5 Transporte Local**
 - Flete
 - Gate-In

- **Mapa de Proceso Terrestre**



- **Bodega y local de venta**



Capítulo VII

Plan de recursos humanos

Estructura organizacional de la empresa

Es una estructura organizacional lineal, esta se encuentra dentro de las formas más simples y tradicionales de organizar una empresa. En esta estructura, la autoridad y la responsabilidad fluyen en línea recta desde la cima de la jerarquía hacia abajo, con cada empleado reportando a un solo supervisor.

Características de la estructura lineal que nos benefician

- **Jerarquía Clara:** En una estructura lineal, existe una jerarquía clara con niveles de autoridad bien definidos. Cada empleado reporta directamente a un solo supervisor, y este supervisor tiene la autoridad para tomar decisiones en su área.
- **Comunicación Vertical:** La comunicación fluye verticalmente, de arriba hacia abajo y viceversa, principalmente a través de canales formales. Los empleados informan a sus superiores y reciben instrucciones de ellos.
- **Especialización:** Los empleados tienden a tener roles especializados y tareas específicas en esta estructura. Cada nivel jerárquico puede tener funciones y responsabilidades claramente definidas.
- **Toma de Decisiones Centralizada:** La toma de decisiones suele ser centralizada, con las decisiones importantes tomadas por los supervisores de nivel superior.

Consideraciones que tuvimos al aplicar una Estructura Lineal:

- **Tamaño de la Empresa:** Las estructuras lineales tienden a funcionar mejor en empresas más pequeñas y con operaciones simples.
- **Naturaleza de las Operaciones:** Tiene una cadena de suministro y operaciones relativamente simples, con pocas líneas de productos y un mercado geográfico limitado.
- **Estilo de Toma de Decisiones:** Es un estilo de toma de decisiones más centralizado, en el que los líderes de la empresa toman la mayoría de las decisiones importantes.
- **Comunicación Clara:** La comunicación es directa y clara entre los niveles jerárquicos y consideramos que esto es esencial para la eficiencia de las operaciones..

Estructura legal de la empresa

- **Responsabilidad Limitada:** La SPA. ofrece responsabilidad limitada para los accionistas. Esto significa que la responsabilidad de los accionistas se limita al capital que han invertido en la empresa. Sus activos personales están protegidos en caso de problemas financieros o legales de la empresa.
- **Simplicidad:** La SPA. es una estructura legal más simple y flexible en comparación a otro modelo de sociedad. Esto puede ser beneficioso para una empresa nueva y pequeña, ya que reduce la carga administrativa y los requisitos legales.
- **Rápida Constitución:** La SPA. Se puede constituir rápidamente en línea a través del sitio web del Registro de Comercio, lo que agiliza el proceso de inicio de la empresa.
- **Flexibilidad en la Administración:** La SPA. Permite una mayor flexibilidad en la estructura de gobierno y administración de la empresa. Los estatutos de una SPA. pueden adaptarse fácilmente a las necesidades específicas de los accionistas y de la empresa.
- **Acceso a Financiamiento:** Si bien las SPA. no pueden emitir acciones al público, aún pueden atraer inversores privados y recaudar capital para financiar el crecimiento de la empresa.
- **Imagen Empresarial:** Elegir una SPA. puede transmitir una imagen de formalidad y profesionalismo a clientes, proveedores e inversores en comparación a una E.I.R.L.
- **Continuidad Empresarial:** Una SPA. tiene una existencia legal independiente, lo que significa que la empresa puede continuar operando incluso si los accionistas originales dejan la empresa. Esto puede ser importante para la continuidad del negocio a largo plazo.
- **Flexibilidad en la Estructura:** La ley de SPA. en Chile permite una mayor flexibilidad en la estructura y funcionamiento de la empresa, lo que puede adaptarse mejor a las necesidades y metas específicas del negocio.
- **Transferencia de Propiedad:** La propiedad en una SPA. Se puede transferir fácilmente mediante la compra y venta de acciones. Esto facilita la entrada o salida de nuevos accionistas o inversionistas.
- **Acceso a Financiamiento:** Las SPA. pueden emitir acciones, lo que facilita la atracción de inversores y la recaudación de capital. Esto es especialmente útil si se necesita financiamiento externo para hacer crecer la empresa.

Perfiles de cargo

Se definirán los perfiles de cargo para los diferentes puestos dentro de la organización. Cada perfil incluirá las responsabilidades, habilidades requeridas, experiencia previa y otros criterios relevantes.

Administrador

Jefe Directo:	Gerente de Operaciones
Supervisión a Ejercer:	Todo el personal de la sucursal o departamento
Formación Académica:	Bachillerato en Administración de Empresas
Años de Experiencia:	2-4 años
Idiomas:	Inglés: Básico
Objetivo del Puesto:	Mantener la dirección de la sucursal o departamento en todas las áreas. Mantener el flujo de información a las jefaturas y a sus subalternos.
Conocimientos o Competencias obligatorias:	Conocimiento indispensable en el área de manejo de personal, contabilidad y estrategias de mercado. Debe manejar herramientas tecnológicas como el paquete Office e Internet. Debe tener liderazgo, ser analítico y abierto a escuchar. Debe ser una persona con alto grado de responsabilidad y enfocada a resultados. De igual forma, debe ser una persona que sepa resolver problemas.
Habilidades deseables:	Deseable conocimiento de la legislación laboral y conocimiento de técnicas de clima organizacional y de entrenamiento.
Funciones Principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	<ol style="list-style-type: none"> 1) Realizar los reportes de asistencia del personal a cargo. Realizar los cambios necesarios para cubrir al personal libre, en caso de ser necesario. 2) Realizar el análisis de los resultados diarios, semanales y mensuales de la sucursal. 3) Controlar los costos y los egresos de la sucursal, realizando los informes correspondientes. 4) Llevar el control y el manejo de la Caja Chica. 5) Realizar reuniones informativas y motivacionales con su personal a cargo. 6) Elaborar los análisis de la producción y crear los reportes de resultados para su jefe directo. 7) Supervisar y reentrenar a su personal a cargo de forma periódica para velar por el buen funcionamiento de la sucursal. 8) Realizar el control de inventarios de materia prima y de suministros de la sucursal. 9) Realizar el pago a proveedores y llevar el control de la entrada de productos o suministros al inventario. 10) Elaborar los reportes de cierres diarios de la operación.
Funciones adicionales del puesto:	Cubrir los diferentes puestos de la sucursal ante una posible ausencia. Asistir a reuniones gerenciales en caso de que se le participe.

Vendedor al Detalle

Jefe directo:	Administrador de la Sucursal
Supervisión a ejercer:	No cuenta con personal a su cargo
Formación académica:	Noveno año concluido
Años de experiencia:	0-1 años
Idiomas:	N/A
Objetivos del puesto:	Atender a los clientes de la sucursal realizando labor de venta de la mercadería de la tienda o asistirlo en la búsqueda de lo que necesiten.
Conocimientos o competencias obligatorias:	Indispensable que tenga una excelente actitud de servicio y manejar la computadora y las herramientas tecnológicas. Debe saber manejar una caja registradora.
Habilidades deseables:	Deseable que tenga mayor escolaridad con experiencia en ventas.
Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	<ol style="list-style-type: none"> 1) Recibir a los clientes cuando ingresen al establecimiento ofreciendo ayuda y asistencia. 2) Indicar las opciones con que se cuenta basado en lo que el cliente solicite. 3) Indagar sobre los requerimientos y necesidades del cliente y emitir recomendaciones. 4) Asistir al cliente en el manejo de los Items que haya escogido. 5) Asistir en la facturación y cobro de los Items escogidos por el cliente. 6) Mantener el local surtido de inventario tanto en los anaqueles como en la bodega. 7) Realizar la limpieza de los anaqueles antes de ingresar mercadería nueva. 8) Elabora el reporte diario de sus ventas. 9) Realizar los inventarios mensuales. 10) Asistir en la limpieza del local.
Funciones adicionales del puesto:	Participar en reuniones informativas o capacitaciones de la empresa cuando se le requiera. Cubrir a los compañeros que se encuentren ausentes.

Encargado de Bodega

Jefe directo	Gerente de Operaciones
Supervisión a ejercer	Asistentes de bodega
Formación académica	Técnico de Inventarios
Años de experiencia	2-4 años
Idiomas:	N/A
Objetivos del puesto	Mantener el buen funcionamiento de la distribución, almacenaje y adquisición de materia prima de la empresa.
Conocimientos o competencias obligatorias:	Indispensable que conozca los sistemas de bodega y almacenamiento. Debe manejar las herramientas tecnológicas como los son las hojas de cálculo y las horas de trabajo. Debe destacar en su nivel de organización y orden. Debe ser una persona amigable a los números y con liderazgo para dirigir a su grupo de trabajo.
Habilidades deseables:	Deseable que tenga conocimientos en costos y logística de distribución.
Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	<ol style="list-style-type: none"> 1) Realizar la revisión diaria de las facturas de despacho y de ingreso que hayan quedado pendientes del día anterior. 2) Coordinar con los ayudantes de bodega los despachos de pedidos diarios. 3) Digitar en los sistemas, las entradas y salidas de producto diariamente. 4) Realizar las distribuciones del producto a los camiones y encargarse que las devoluciones sean devueltas. 5) Revisar diariamente el inventario de producto para informar sobre las faltas o excesos de producto al departamento de Compras. 6) Supervisar que se realice la rotación de producto y mantener el inventario vigente. 7) Digitar en el sistema los cambios de producto o las devoluciones y pasar la información al departamento de Costos e Inventario. 8) Elaborar el esquema de orden y limpieza de la bodega contando con la participación de los demás compañeros de bodega. 9) Revisar diariamente la asistencia de su personal a cargo y emitir la información al Departamento de Planillas. 10) Emitir los reportes semanales y mensuales de los movimientos de producto al igual que realizar la cuenta física de inventario mensual.
Funciones adicionales del puesto	Asistir a los compañeros de bodega en caso de sustitución de un empleado o por cargas grandes de trabajo. Realizar entrenamientos del persona nuevo que entre.

Guarda de Seguridad

Jefe directo:	Asistente Administrativo
Supervisión a ejercer:	No cuenta con personal a su cargo
Formación académica:	Noveno Año concluido
Años de experiencia:	1-3 años
Idiomas:	N/A
Objetivos del puesto:	Salvaguardar las instalaciones de la empresa, cuidando a los colaboradores, los activos y las visitas.
Conocimientos o competencias obligatorias:	Indispensable experiencia en protocolos de seguridad, manejo de bitácoras, manejo de central telefónica. Además, debe tener experiencia en servicio al Cliente y manejo de situaciones altamente estresantes. Debe tener el carnet de portación de armas vigentes y experiencia con los programas de trabajo de las computadoras.
Habilidades deseables:	Persona ordenada, respetuosa, con excelente actitud de servicio al cliente y mesurado.
Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	<ol style="list-style-type: none"> 1) Estudiar y conocer el protocolo de seguridad. 2) Revisar la bitácora de seguridad diariamente al empezar turno. 3) Reportar las anomalías observadas antes de iniciar turno. 4) Revisar las pertenencias de los empleados al ingresar y al salir de la empresa. 5) Ingresar las entradas del personal de la empresa cuando sea necesario o cuando no haya sistema. 6) Registrar la información personal de las visitas que ingresen a la empresa. 7) Realizar rondas de los perímetros de la empresa. 8) Anunciar las visitas a quien corresponda. 9) Atender la central telefónica fuera de horas de oficina. 10) Elaborar el reporte de turno en la bitácora. 11) Asistir al personal ante cualquier anomalía de seguridad. 12) Asistir en las evacuaciones y seguir el protocolo de emergencia.
Funciones adicionales del puesto:	Colaborar en dirigir el tráfico de carros en el área de parqueo. Asistir a las visitas cuando estas lo necesiten.

Secretaria

Jefe directo:	Gerente o Jefe de Personal
Supervisión a ejercer:	No cuenta con personal a su cargo
Formación académica:	Técnico en Secretariado
Años de experiencia:	2-4 años
Idiomas:	N/A
Objetivos del puesto:	Asistir y dar soporte al jefe directo en las funciones diarias. Mantener en orden el archivo de documentos.
Conocimientos o competencias obligatorias:	Indispensable conocimiento de archivo, mecanografía y taquigrafía. Debe manejar muy bien la computadora y las herramientas tecnológicas (hojas de cálculo, hojas de trabajo y de presentaciones).
Habilidades deseables:	Deseable el conocimiento del Inglés.
Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	<ol style="list-style-type: none"> 1) Llevar la organización diaria de la agenda personal de su jefe directo. 2) Elaborar los comunicados y memorándums que le soliciten y hacerlos llegar a quien corresponda. 3) Recibir las llamadas del jefe directo y tomar los mensajes cuando no se encuentre disponible. Posteriormente, pasar los mensajes al jefe directo. 4) Enviar faxes y la correspondencia externa de forma diaria. 5) Realizar las labores de archivo de documentos diariamente. 6) Elaborar el inventario de suministros necesarios para realizar sus funciones y las de su jefe directo. 7) Asistir a reuniones con su jefe directo con la función de tomar notas y apuntes. Transcribir la agenda y elaborar la minuta de la reunión. 8) Atender a las visitas del jefe directo o a las visitas de la empresa. 9) Destruir o salvaguardar la información confidencial que maneje su jefe directo.
Funciones adicionales del puesto:	Participar en reuniones informativas o capacitaciones de la empresa cuando se le requiera.

Contador

Jefe directo	Contador General
Supervisión a ejercer	No cuenta con personal a su cargo
Formación académica	Licenciatura en Contabilidad
Años de experiencia	2-4 años
Idiomas:	Inglés: Intermedio
Objetivos del puesto	Supervisar y Realizar la contabilidad de los proyectos asignados. Elaborar todas las herramientas contables para la toma de decisiones de la empresa.
Conocimientos o competencias obligatorias:	Debe ser una persona preparada en la contabilidad, y analítica. Debe ser una persona muy ordenada y organizada en su tiempo. Debe de saber llevar las relaciones interpersonales que le permita mantener un buen flujo de información. Debe de conocer los programas contables actuales y las normativas contables internacionales.
Habilidades deseables:	Deseable que cuente con conocimientos financieros, de nóminas y tributarios.
Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	<ol style="list-style-type: none"> 1) Realizar las revisiones mensuales de la información contable. 2) Revisar los costos y avalúos de los activos de la empresa y controlar las depreciaciones de los activos. 3) Firmar los estados financieros mensuales previamente revisados y corregidos. 4) Realizar la revisión y corrección de los estados financieros emitidos durante el mes. 5) Velar por que la contabilidad de la empresa se mantenga al día. 6) Emitir los reportes tributarios y realizar las presentaciones de dichos pagos tributarios. 7) Revisar que la contabilidad se mantenga sobre los lineamientos financieros mundiales. 8) Realizar las revaloraciones de los activos cuando la empresa así lo requiera. 9) Revisar que se mantenga el orden de los respaldos contables que le dan sustento a la contabilidad mensual. 10) Revisar el catálogo de cuentas y modificarlo cuando sea necesario.
Funciones adicionales del puesto	Asistir a capacitaciones en contabilidad y a capacitaciones realizadas por la empresa. Entrenar al personal nuevo del área de contabilidad.

Diseñador Gráfico

Jefe directo	Gerente de Publicidad
Supervisión a ejercer	No cuenta con personal a su cargo
Formación académica	Licenciatura en Diseño Gráfico
Años de experiencia	2-4 años
Idiomas:	Inglés: Avanzado
Objetivos del puesto	Concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales para transmitir mensajes específicos de una forma creativa.
Conocimientos o competencias obligatorias:	La persona debe tener conocimiento en Programas de Diseño (Ilustrador, Photoshop, InDesign, etc.), Fotografía, etc. El Diseñador debe ser muy creativo e innovador, así como también ser una persona dinámica y proactiva.
Habilidades deseables:	El Diseñador Gráfico necesita tener conocimiento de otras actividades relacionadas, como: fotografía, ilustración, dibujo a mano alzada, psicología de la percepción, tipografía, tecnología y comunicación. La persona debe hacer aportes de nuevas ideas y debe saber trabajar en equipo.
Funciones principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto):	<ol style="list-style-type: none"> 1) Determinar el concepto a graficar junto con el departamento de mercadeo. 2) Realizar bosquejos o ejemplos del concepto para presentar. 3) Conceptualizar los bosquejos en forma digital. 4) Coordinar con la impresión del material, para velar que la conceptualización se cumpla. 5) Documentar los resultados del impacto de los diseños. 6) Ordenar la información para hacerla más clara y legible para el receptor. 7) Elaborar las métricas para valorar la efectividad de los diseños presentados. 8) Mantener la bitácora de reuniones al día, como respaldo de los cambios estipulados por el Cliente.
Funciones adicionales del puesto	Realizar cualquier función asignada por el superior inmediato, y asistir a las capacitaciones o reuniones de departamento.

Políticas de la empresa

Se establecerán las políticas internas que guiarán el comportamiento y las acciones de los empleados. Esto puede incluir políticas de trabajo remoto, código de vestimenta, políticas de igualdad y diversidad, entre otros aspectos relevantes para el entorno laboral

- **Política de Calidad:** Establecer estándares de calidad para los productos importados y que salen a la venta garantizando que se cumplan. Esto puede incluir inspecciones de calidad, pruebas de productos y procesos de devolución.
- **Política de Precios:** Determinar cómo se fijarán los precios de los productos y si habrá estrategias de descuento, precios al por mayor, etc.
- **Política de Compras:** Establecer procedimientos para la adquisición de ropa americana, incluyendo proveedores, cantidades, criterios de selección y plazos de entrega.
- **Política de Ventas:** Definir cómo se llevarán a cabo las ventas, ya sea a través de un punto de venta físico, en línea o ambos. Incluye políticas de atención al cliente, devoluciones y garantías.
- **Política de Marketing:** Establecer estrategias de marketing para promocionar los productos, lo cual puede incluir publicidad, promociones, redes sociales y marketing de contenidos.
- **Política de Personal:** Definir las políticas relacionadas con la contratación, capacitación, desarrollo y evaluación de empleados. Esto podría incluir políticas de igualdad de oportunidades, seguridad laboral y beneficios para empleados.
- **Política de Sostenibilidad:** Dado que la empresa tiene un compromiso con la sostenibilidad, es importante tener políticas que regulen la gestión de residuos, el consumo de energía y otras prácticas amigables con el medio ambiente.
- **Política de Finanzas e inventario:** Procedimientos para la gestión de ingresos, gastos, presupuesto, impuestos niveles de inventario, el control de existencias, la rotación y el seguimiento de productos.
- **Política de Expansión y Crecimiento:** En el caso de tener planes de expansión en un futuro, es importante tener definidas las políticas y estrategias para el crecimiento de la empresa, ya sea en términos de nuevos mercados, productos o ubicaciones.
- **Política de Tecnología de la Información:** Definir cómo se gestionarán y protegerán los datos de clientes y de la empresa, así como las políticas de seguridad informática y el uso de tecnologías.

Presupuesto de recursos humanos

Se asignarán recursos financieros a la contratación, capacitación y retención del personal. El presupuesto incluirá salarios, beneficios, costos de formación y desarrollo, así como cualquier otro gasto relacionado con el equipo humano de la empresa.

Con el plan de recursos humanos en marcha, se busca asegurar que la organización cuente con el personal adecuado y con las capacidades necesarias para ejecutar exitosamente las operaciones del negocio y alcanzar los objetivos establecidos en el proyecto.

Capítulo VIII

Plan financiero

Objetivos financieros

- **Rentabilidad:** Uno de los principales objetivos financieros es lograr una rentabilidad sólida. Esto implica generar ingresos que superen los costos operativos y de adquisición de productos. La rentabilidad se puede medir mediante indicadores como el margen de beneficio neto o el retorno de la inversión (ROI).
- **Crecimiento de Ingresos:** Puedes establecer como objetivo aumentar los ingresos de la empresa con el tiempo. Esto podría lograrse a través de estrategias de expansión, aumento de la clientela, introducción de nuevos productos o servicios, entre otros.
- **Flujo de Efectivo Positivo:** Mantener un flujo de efectivo positivo es esencial para garantizar la liquidez de la empresa. El objetivo es asegurarse de que haya suficiente efectivo disponible para pagar gastos operativos, inversiones y deudas en el momento adecuado.
- **Margen de Beneficio:** Puedes tener como objetivo mantener o mejorar el margen de beneficio de tus productos. Esto se refiere a la diferencia entre el precio de venta y el costo de adquisición de la ropa americana.

Se considera una UF de \$36.176 en todos los cálculos.

Costos de importación

* Dolar Observado 12 Sept 2023 (Boentral)

Item Costo	Banco Central	Proyeccion
Valor container (\$Dolar)	\$29.500	\$29.500
Fardos Unidades (U)	457	457
Dólar (\$peso)	\$890,81	\$921,99
Valor container (\$Peso)	\$26.278.895	\$27.198.656
Costo Traslado a Bodega desde Aduana	\$950.000	\$950.000
Total Valor container (\$Peso) en Bodega	\$27.228.895	\$28.148.656
Valor fardo unitario (\$peso)	\$59.582	\$61.594
Valor fardo unitario (\$UF)	1,65	1,70
Unidades fardos Año 0 (cero)	900	
Total Primera Compra		\$55.434.991
Valor Dolar 2023 *	\$890,81	
X dolar + 3,5% (seguridad)		\$921,99

Ventas por año

Años	0	1	2	3	4	5
Contenedores a vender		8,73	9,91	11,50	13,40	15,40
Unidades a vender		0 3.930	4.461	5.174	6.028	6.932
Total ventas por año neto - \$	\$	- \$ 351.388.235	\$ 398.825.647	\$ 462.637.751	\$ 538.972.979	\$ 619.818.926
Total Ventas por Año neto - UF		UF0 UF9.713	UF11.025	UF12.789	UF14.899	UF17.134

Costos fijos

Sueldos

Remuneraciones	0	1	2	3	4	5
Sueldo Personal - \$	\$ 3.500.000	\$ 103.800.000	\$ 123.600.000	\$ 126.000.000	\$ 127.200.000	\$ 128.400.000
Sueldo Personal - UF	UF97	UF2.869	UF3.417	UF3.483	UF3.516	UF3.549

Remuneraciones

Cargo	Nº Puestos	Remuneracion Mensual (\$)	Total
Administrador	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000
Secretaria	1	\$ 900.000	\$ 900.000
Vendedor	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Bodeguero	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Guardia	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Contador Externo	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Soporte web	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Total Mes		\$ 6.200.000	\$ 6.200.000

Cantidad de personal

0	1	2	3	4	5
1	1	1	1	1	1
0	1	1	1	1	1
1	2	3	3	3	3
0	1	1	1	1	1
0	2	2	2	2	2
1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1

TABLA DE REMUNERACIONES Mes x Año (\$)

0	1	2	3	4	5
\$1.700.000	\$1.700.000	\$1.700.000	\$1.700.000	\$1.700.000	\$1.700.000
\$0	\$900.000	\$900.000	\$900.000	\$900.000	\$900.000
\$1.500.000	\$3.150.000	\$4.800.000	\$5.000.000	\$5.100.000	\$5.200.000
\$0	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000
\$0	\$1.600.000	\$1.600.000	\$1.600.000	\$1.600.000	\$1.600.000
\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000
\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000	\$150.000
\$3.500.000	\$8.650.000	\$10.300.000	\$10.500.000	\$10.600.000	\$10.700.000
\$3.500.000	\$103.800.000	\$123.600.000	\$126.000.000	\$127.200.000	\$128.400.000

Básicos

Insumo	Cantidad	Costo Unitari	Costo Total
Luz	1	\$100.000	\$100.000
Agua	1	\$30.000	\$30.000
Seguro (robo, incendio, terremoto)	1	\$167.500	\$167.500
Servicio telefonia	6	\$9.990	\$59.940
Articulo de Oficina	1	\$42.000	\$42.000
Articulo de Aseo	1	\$33.000	\$33.000
Pallets	30	\$9.990	\$299.700
	Total	\$392.480	\$732.140

Tipo	Cantidad	Costo Unitari	Costo Total (\$)	Costo Total (UF)
Patente Comercial x año	1	300000	300000	8,29
Creacion de Empresa	1	500000	500000	13,82

AÑO	0	1	2	3	4	5
Total Gastos generales sin seguro	UF22	UF196	UF196	UF196	UF196	UF196

Arriendo

Item	Unidad de	Tamaño	Costo	Costo Total	Costo
Arriendo bodega mensual	M2	200	\$ 13.065	\$2.613.000	UF72

AÑO	0	1	2	3	4	5
Arriendo bodega anual	UF217	UF867	UF867	UF867	UF867	UF867

Costos Variables

Gasto	0	1	2	3	4	5
Marketing en \$	\$ 2.076.000	\$10.938.000	\$14.584.000	\$21.876.000	\$21.876.000	\$21.876.000
Marketing un UF	UF57	UF302	UF403	UF605	UF605	UF605

Cargo	Nº Puestos	Mensual (\$)	Total
Agencia de Publicidad	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Costo rede soliciales	1	\$ 83.000	\$ 83.000
Radio Regional	1	\$ 135.000	\$ 135.000
Impresion de volante	1000	\$ 35.000	\$ 35.000
Merchandising	1	\$ 70.000	\$ 70.000

q x Año

0	1	2	3	4	5
1	6	8	12	12	12
2	6	8	12	12	12
2	6	8	12	12	12
2	6	8	12	12	12
1	6	8	12	12	12

Gastos de Marketing por Año

0	1	2	3	4	5
\$1.500.000	\$9.000.000	\$12.000.000	\$18.000.000	\$18.000.000	\$18.000.000
\$166.000	\$498.000	\$664.000	\$996.000	\$996.000	\$996.000
\$270.000	\$810.000	\$1.080.000	\$1.620.000	\$1.620.000	\$1.620.000
\$70.000	\$210.000	\$280.000	\$420.000	\$420.000	\$420.000
\$70.000	\$420.000	\$560.000	\$840.000	\$840.000	\$840.000
\$2.076.000	\$10.938.000	\$14.584.000	\$21.876.000	\$21.876.000	\$21.876.000

Capital de trabajo

1. Calcular las ventas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	UF0	UF9.713	UF11.025	UF12.789	UF14.899	UF17.134
2. Calcular los ingresos reales	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Contado (70%)	UF0	UF6.799	UF7.717	UF8.952	UF10.429	UF11.993
A 30 días (20%)		UF1.781	UF2.021	UF2.345	UF2.731	UF3.141
A 60 días (10%)		UF809	UF919	UF1.066	UF1.242	UF1.428
Ingreso real	UF0	UF9.390	UF10.657	UF12.362	UF14.402	UF16.562
		UF324	UF10.981	UF12.730	UF14.828	UF17.630
3. Calcular el capital de trabajo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	UF0	UF9.390	UF10.981	UF12.730	UF14.828	UF17.630
Egresos	-UF1.684	-UF7.115	-UF9.238	-UF10.663	-UF11.992	-UF13.623
Saldo anual	-UF1.684	UF2.275	UF1.742	UF2.067	UF2.836	UF4.007
Saldo acumulado	-UF1.684	UF591	UF2.333	UF4.400	UF7.236	UF11.243
Inversión en capital de trabajo	UF1.684	En Uf	Total Credito \$			
Credito	UF1.684	100%	\$ 60.923.991			
Inversion	\$0	0%				

Amortización puesta en marcha

Financiamiento con deuda	Costo Total \$	Costo Total UF
Préstamo	\$ 61.426.230	UF1.698
N	4 años	
i	25,08%	
Cuota Anual =>	\$26.047.475	UF720

Periodo	Saldo	Cuota	Intereses	Intereses	Amortización	Amortización	validación
1	\$ 61.426.230	\$26.047.475	\$ 15.405.698	UF426	\$ 10.641.777	UF294	UF720
2	\$ 50.784.453	\$26.047.475	\$ 12.736.741	UF352	\$ 13.310.734	UF368	UF720
3	\$ 37.473.719	\$26.047.475	\$ 9.398.409	UF260	\$ 16.649.066	UF460	UF720
4	\$ 20.824.652	\$26.047.475	\$ 5.222.823	UF144	\$ 20.824.652	UF576	UF720
Total de Cuotas \$	\$104.189.900	\$42.763.671			\$61.426.230		
Total de Cuotas UF	UF2.880		UF1.182	UF1.698	UF2.880	UF2.880	UF2.880

Depreciación

Item	cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Util
Computador	2	\$ 650.000	\$ 1.300.000	6
Impresora	2	\$ 69.990	\$ 139.980	3
Traspaleta manua	2	\$ 239.990	\$ 479.980	5
Silla escritorio	4	\$ 39.990	\$ 159.960	5
escritorio	2	\$ 129.990	\$ 259.980	5
Frigobar	1	\$ 129.990	\$ 129.990	9
Microonda	1	\$ 59.990	\$ 59.990	9
hervidor	1	\$ 19.990	\$ 19.990	3
lector de codigo	2	\$ 17.990	\$ 35.980	3
Total \$			\$ 2.585.850	
Total UF				UF71

Activos fijos	Valor adqui.	Años a dep	Vida útil	P°V al final VU
Computador	\$ 1.300.000	5	6	\$ 195.000
Impresora	\$ 139.980	7	3	\$ 20.997
Traspaleta manual	\$ 479.980	7	5	\$ 71.997
Silla escritorio	\$ 159.960	5	5	\$ 23.994
escritorio	\$ 259.980	10	5	\$ 38.997
Frigobar	\$ 129.990	7	9	\$ 19.499
Microonda	\$ 59.990	7	9	\$ 8.999
hervidor	\$ 19.990	6	3	\$ 2.999
lector de codigo	\$ 35.980	5	3	\$ 5.397

Activo	Dep. anual	Antigüedad	Dep. acum
Computador	\$ 260.000	1	\$ 260.000
Impresora	\$ 19.997	5	\$ 99.986
Traspaleta manual	\$ 68.569	5	\$ 342.843
Silla escritorio	\$ 31.992	1	\$ 31.992
escritorio	\$ 25.998	5	\$ 129.990
Frigobar	\$ 18.570	5	\$ 92.850
Microonda	\$ 8.570	5	\$ 42.850
hervidor	\$ 3.332	5	\$ 16.658
lector de codigo	\$ 7.196	1	\$ 7.196

Años	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depr. Computador	\$ -260.000	\$ -260.000	\$ -260.000	\$ -260.000	\$ -260.000	\$ -260.000
Depr. Impresora	\$ -19.997	\$ -19.997	\$ -19.997	\$ -19.997	\$ -19.997	\$ -19.997
Depr. Traspaleta manual	\$ -68.569	\$ -68.569	\$ -68.569	\$ -68.569	\$ -68.569	\$ -68.569
Depr. Silla escritorio	\$ -31.992	\$ -31.992	\$ -31.992	\$ -31.992	\$ -31.992	\$ -31.992
Depr. escritorio	\$ -25.998	\$ -25.998	\$ -25.998	\$ -25.998	\$ -25.998	\$ -25.998
Depr. Frigobar	\$ -18.570	\$ -18.570	\$ -18.570	\$ -18.570	\$ -18.570	\$ -18.570
Depr. Microonda	\$ -8.570	\$ -8.570	\$ -8.570	\$ -8.570	\$ -8.570	\$ -8.570
Depr. hervidor	\$ -3.332	\$ -3.332	\$ -3.332	\$ -3.332	\$ -3.332	\$ -3.332
Depr. lector de codigo	\$ -7.196	\$ -7.196	\$ -7.196	\$ -7.196	\$ -7.196	\$ -7.196
Total en \$	0	\$ -444.223	\$ -444.223	\$ -444.223	\$ -444.223	\$ -444.223
Total en UF	UF0	UF12	UF12	UF12	UF12	UF12

Flujo con crédito

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por venta	UF0,00	UF9.713,34	UF11.024,64	UF12.788,59	UF14.898,70	UF17.133,51
(Costo de venta)	-UF1.532,38	-UF5.618,71	-UF7.641,45	-UF8.864,08	-UF10.193,70	-UF11.824,69
MARGEN BRUTO	-UF1.532,38	UF4.094,63	UF3.383,19	UF3.924,50	UF4.705,01	UF5.308,82
(Remuneraciones Indirectas)	UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00
(Promoción o publicidad)	-UF57,39	-UF302,36	-UF403,14	-UF604,71	-UF604,71	-UF604,71
(Gastos generales)	-UF22,11	-UF195,59	-UF195,59	-UF195,59	-UF195,59	-UF195,59
(Gastos de Seguridad)	UF0,00	-UF36,00	-UF36,00	-UF36,00	-UF36,00	-UF36,00
(Seguros)	UF0,00	-UF55,56	-UF55,56	-UF55,56	-UF55,56	-UF55,56
(Mantención)	UF0,00	-UF27,64	-UF27,64	-UF27,64	-UF27,64	-UF27,64
(Arriendo)	-UF72,23	-UF866,77	-UF866,77	-UF866,77	-UF866,77	-UF866,77
(Capacitación)	UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00
(Gastos Distribución)	UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00
(Depreciación)	UF0,00	-UF12,28	-UF12,28	-UF12,28	-UF12,28	-UF12,28
TOTAL COSTOS OPERACIONALES	-UF151,73	-UF1.496,20	-UF1.596,98	-UF1.798,56	-UF1.798,56	-UF1.798,56
FLUJO OPERACIONAL	-UF1.684,11	UF2.598,43	UF1.786,21	UF2.125,95	UF2.906,45	UF3.510,27
(Amort Gastos Puesta en Marcha)	UF0,00	-UF294,17	-UF367,95	-UF460,23	-UF575,65	UF0,00
(Gastos Financieros)	UF0,00	-UF425,86	-UF352,08	-UF259,80	-UF144,37	UF0,00
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	-UF1.684,11	UF1.878,41	UF1.066,18	UF1.405,92	UF2.186,43	UF3.510,27
(Impuesto a la Renta)		-UF507,17	-UF287,87	-UF379,60	-UF590,34	-UF947,77
Valor de Venta de la Empresa *						
UTILIDAD NETA	-UF1.684,11	UF1.371,24	UF778,31	UF1.026,33	UF1.596,09	UF2.562,50
Depreciación	UF0,00	UF12,28	UF12,28	UF12,28	UF12,28	UF12,28
Amort. Gastos Puesta en Marcha	UF0,00	UF294,17	UF367,95	UF460,23	UF575,65	UF0,00
(Amortización Crédito)	UF0,00	-UF294,17	-UF367,95	-UF460,23	-UF575,65	UF0,00
(Variación Capital de Trabajo)		-UF890,72	-UF349,07	-UF234,12	-UF218,57	-UF268,11
(Inversión Inicial)	-UF1.697,99					
Crédito	UF1.697,99					
(Impuesto Timbre y Estampilla)*	-UF13,96					
FLUJO DE CAJA NETO	-UF1.698,07	UF492,80	UF441,52	UF804,49	UF1.389,81	UF2.306,67

Análisis del Beta y Promedio CAPM

RF (a 10 años) enero 2023	1,76%
Premio riesgo (Retorno Pais Chile)	8,50%
B (s&p) (1)	0,96
B (Profe) (2)	1
B (Elasticidad Ingreso) (3)	0,98
CAPM (1)	9,92%
CAPM (2)	10,26%
CAPM (3)	10,09%
Promedio CAPM	10,09%
TIR	39,04%
VAN UF	2.089,38
PR	3 año
Valor de desecho	UF27.831,66

VAN y TIR con crédito

Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-UF1.698,07	UF492,80	UF441,52	UF804,49	UF1.389,81	UF2.306,67

t	Saldo Inversión	Flujo	Rent. Exigida	Recuperación Inv.
1	UF1.698,07	UF492,80	UF171,33	UF321,46
2	UF1.376,60	UF441,52	UF138,90	UF302,62
3	UF1.073,98	UF804,49	UF108,36	UF696,12
4	UF377,85	UF1.389,81	UF38,13	UF1.351,68
5	-UF973,83	UF2.306,67	-UF98,26	UF2.404,93
Saldo después de recuperar inversión				\$3.379

K	10,09%	1. VAN	Mayor a 0, Conviene el proyecto
VAN	UF2.089	2. TIR	Mayor a K, Conviene
TIR	39,04%	3. PR	Se recupera en el año 3

Análisis de sensibilidad

Item	Flujo de caja					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por venta	UF0,00	UF9.713,34	UF11.024,64	UF12.788,59	UF14.898,70	UF17.133,51
(Costo de venta)	-UF1.532,38	-UF5.618,71	-UF7.641,45	-UF8.864,08	-UF10.193,70	-UF11.824,69

solo para el año 1 (UF)	Variación de ingresos por venta					
	0% (Actual)	Escenario Pesimista		Escenario Optimista		
Item		-10%	-5%	3%	7%	15%
Ingresos por venta	UF9.713,34	UF8.742,01	UF9.227,68	UF10.004,74	UF10.393,28	UF11.170,34
Margen Bruto	UF4.094,63	UF3.123,29	UF3.608,96	UF4.386,03	UF4.774,56	UF5.551,63
Utilidad antes de impuesto	UF1.878,41	UF907,07	UF1.392,74	UF2.169,81	UF2.558,34	UF3.335,41
Utilidad neta	UF1.371,24	UF662,16	UF1.016,70	UF1.583,96	UF1.867,59	UF2.434,85
Flujo de caja Neto	UF492,80	-UF216,27	UF138,26	UF705,52	UF989,15	UF1.556,41
VAN UF	UF2.089,38	-UF1.432,30	UF328,54	UF3.145,88	UF4.554,55	UF7.371,89

Flujo sin crédito

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por venta	UF0,00	UF9.713,34	UF11.024,64	UF12.788,59	UF14.898,70	UF17.133,51
(Costo de venta)	-UF1.532,38	-UF5.618,71	-UF7.641,45	-UF8.864,08	-UF10.193,70	-UF11.824,69
MARGEN BRUTO	-UF1.532,38	UF4.094,63	UF3.383,19	UF3.924,50	UF4.705,01	UF5.308,82
(Remuneraciones Indirectas)	UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00
(Promoción o publicidad)	-UF57,39	-UF302,36	-UF403,14	-UF604,71	-UF604,71	-UF604,71
(Gastos generales)	-UF22,11	-UF195,59	-UF195,59	-UF195,59	-UF195,59	-UF195,59
(Gastos de Seguridad)	UF0,00	-UF36,00	-UF36,00	-UF36,00	-UF36,00	-UF36,00
(Seguros)	UF0,00	-UF55,56	-UF55,56	-UF55,56	-UF55,56	-UF55,56
(Mantenimiento)	UF0,00	-UF27,64	-UF27,64	-UF27,64	-UF27,64	-UF27,64
(Arriendo)	-UF72,23	-UF866,77	-UF866,77	-UF866,77	-UF866,77	-UF866,77
(Capacitación)	UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00
(Gastos Distribución)	UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00
(Depreciación)	UF0,00	-UF12,28	-UF12,28	-UF12,28	-UF12,28	-UF12,28
TOTAL COSTOS OPERACIONALES	-UF151,73	-UF1.496,20	-UF1.596,98	-UF1.798,56	-UF1.798,56	-UF1.798,56
FLUJO OPERACIONAL	-UF1.684,11	UF2.598,43	UF1.786,21	UF2.125,95	UF2.906,45	UF3.510,27
(Amort Gastos Puesta en Marcha)						
(Gastos Financieros)						
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	-UF1.684,11	UF2.598,43	UF1.786,21	UF2.125,95	UF2.906,45	UF3.510,27
(Impuesto a la Renta)		-UF701,58	-UF482,28	-UF574,01	-UF784,74	-UF947,77
Valor de Venta de la Empresa *						
UTILIDAD NETA	-UF1.684,11	UF1.896,85	UF1.303,93	UF1.551,94	UF2.121,71	UF2.562,50
Depreciación	UF0,00	UF12,28	UF12,28	UF12,28	UF12,28	UF12,28
Amort. Gastos Puesta en Marcha		UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00	UF0,00
(Amortización Crédito)						
(Variación Capital de Trabajo)		-UF890,72	-UF349,07	-UF234,12	-UF218,57	-UF268,11
(Inversión Inicial)	-UF1.697,99					
Crédito	UF1.697,99					
(Impuesto Timbre y Estampilla)*	-UF13,96					
FLUJO DE CAJA NETO	-UF1.698,07	UF1.018,42	UF967,14	UF1.330,11	UF1.915,42	UF2.306,67

VAN y TIR sin crédito

Análisis del Beta y Promedio CAPM	
RF (a 10 años) enero 2023	1,76%
Premio riesgo (Retorno Pais Chile)	8,50%
B (s&p) (1)	0,96
B (Profe) (2)	1
B (Elasticidad Ingreso) (3)	0,98
CAPM (1)	9,92%
CAPM (2)	10,26%
CAPM (3)	10,09%
Promedio CAPM	10,09%
TIR	39,04%
VAN UF	2.089,38
PR	3 año
Valor de desecho	UF27.831,66

Matriz de Riesgo

FRECUENCIA	Frecuente			(FD)		
	Probable				(VL)	
	Ocasional		(MA)			
	Posible					
	Improbable					
		Insignificante	Menor	Moderado	Mayor	Catastrófico
		IMPACTO				

- **Variable logística internacional (VL)**

Se trata de una variable estratégica, táctica y operativa: Variable estratégica: está ligada directamente a la calidad del servicio. Variable táctica: influencia en el nivel de stock. Variable operativa: influencia en la reducción de costes de los envíos.

- **Fluctuación del dólar (FD)**

Las empresas que realizan operaciones de comercio internacional en una moneda diferente al peso chileno siempre estarán expuestas a las fluctuaciones cambiarias. Para gestionar el riesgo cambiario, existen mecanismos financieros que permiten cubrirse de estas eventualidades.

Una de estos mecanismos es Forward sobre divisas que es una herramienta que permite al cliente cubrirse de la exposición al riesgo de tasa de cambio, por el plazo y monto exacto que desee cubrir.

- **Medio Ambiente (MA)**

Las nuevas normativas que se suman a la economía circular y medioambiental a raíz de los cambios climáticos que nos vemos afectados hoy en día.

Una manera de afrontar esta situación es ir buscando nuevos proveedores a nivel mundial que cumplan con las nuevas legislaciones medioambientales.

Capítulo IX

Conclusiones

Conclusión

En un mundo donde la moda no solo es un reflejo de la cultura, sino también un impulsor económico, la visión y la innovación pueden desencadenar cambios significativos. Esta tesis presenta un proyecto de importación y comercialización de ropa americana en Chile que no solo busca capitalizar en el creciente mercado de la moda, sino que también se esfuerza por liderar el camino hacia una transformación positiva en la industria. Los análisis rigurosos y el enfoque en los detalles han dado como resultado una propuesta empresarial sólida y convincente.

Nuestro proyecto de importación y comercialización de ropa americana en Chile es una propuesta de negocio que ha sido exhaustivamente analizada y evaluada desde múltiples perspectivas. A lo largo de este proceso, se han considerado numerosos factores que han contribuido a la formulación de una estrategia sólida y prometedora para esta empresa.

El análisis de Porter reveló que esta industria goza de un atractivo medio-alto en términos de competitividad y rentabilidad. Esta evaluación se respalda aún más por la identificación de una ventaja competitiva fundamental: el liderazgo en costos. Este enfoque en la eficiencia operativa y la optimización de costos será esencial para mantener nuestra competitividad en el mercado.

Dentro de la cadena de valor, nuestros proveedores desempeñan un papel crucial. Hemos identificado a nuestros proveedores como un factor clave para garantizar la calidad y el precio competitivo de nuestros productos, los fardos de ropa. La calidad y disponibilidad de nuestros productos dependerá en gran medida de las relaciones sólidas que establezcamos con nuestros proveedores.

La propuesta de valor se destaca por su compromiso de brindar la mejor relación precio-calidad y disponibilidad en el mercado. Este compromiso no solo garantiza ahorros para nuestros clientes, sino que también asegura productos de alta calidad.

En cuanto a los clientes objetivos, el proyecto adopta un enfoque diversificado que atiende tanto a minoristas como a mayoristas. Esta estrategia diversificada nos permitirá llegar a un espectro más amplio de clientes en todo Chile y aprovechar al máximo las oportunidades de mercado. Nos esforzaremos por satisfacer las necesidades y expectativas de ambos grupos de clientes, proporcionándoles productos de alta calidad y manteniendo una relación de confianza a largo plazo.

Desde un punto de vista financiero, el análisis arroja resultados altamente alentadores. El cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto, que se sitúa en un impresionante 39.04%, supera ampliamente el costo de capital de la empresa. Esto indica que el proyecto es financieramente atractivo y ofrece un rendimiento que justifica la inversión. Además, el Valor Actual Neto (VAN) de 2.088 UF y un retorno de inversión en tan solo 3 años con crédito, son indicativos de la rentabilidad y la eficiencia del proyecto.

El proyecto adopta una estrategia de marketing fundamentada en el modelo AIDA (Atención, Interés, Deseo y Acción) que promete no solo captar la atención del público, sino también fomentar el deseo y guiar hacia la acción. La diferenciación y fidelización de clientes se consideran aspectos claves de la estrategia de marketing. Esto, combinado con un enfoque en la sostenibilidad, no solo garantiza una base leal de clientes, sino que también establece el proyecto como líder en la industria de la ropa americana al por mayor en Chile.

En resumen, el proyecto de importación y comercialización de ropa americana en Chile no solo promete un rendimiento financiero sólido, sino que también se destaca por su enfoque estratégico y operativo. Al aprovechar la ventaja competitiva en costos, maximizar la cadena de valor y atender a un amplio espectro de clientes, este proyecto está bien posicionado para prosperar y liderar la transformación de la industria de la moda en Chile.

Con una visión hacia la innovación, la sostenibilidad y la satisfacción del cliente, este proyecto tiene el potencial de influir significativamente en el desarrollo económico sostenible del país. Se espera que este proyecto no solo prospere en un mercado dinámico y competitivo, sino que también contribuya positivamente al panorama empresarial y económico de Chile en los próximos años. La visión y la innovación pueden llevar a un cambio significativo, y este proyecto está encaminado a ser una fuerza positiva en la evolución de la industria de la moda en Chile y en la economía del país en su conjunto.

Este es un momento emocionante para nosotros, lleno de oportunidades y potencial. Con una estrategia sólida y un equipo comprometido, el proyecto de importación y comercialización de ropa americana en Chile está listo para abrazar el futuro y marcar una diferencia en la industria y en la vida de las personas. Es un testimonio del espíritu emprendedor y la visión de futuro que pueden impulsar el progreso y la transformación en cualquier sector. ¡El futuro es brillante y prometedor!



Anexo n°3: Autorización única para toda memoria presentada en Universidad Gabriela Mistral

I. Detalle de la memoria

Nombre de los integrantes:	M° Antonieta Fernández D. Viviana Vasquez Julio Cesar Sanchez Flavia Franco
Carrera / Magíster/Posgrado:	Ing. Comercial Advance online
Correo electrónico:	anto.fernandezd@gmail.com Jlsanch03@gmail.com viviana.exito@gmail.com ffranco@uc.cl
Título de la memoria:	“Comercialización de ropa americana al cuidado del medio ambiente”
Mención a la que opta (si tiene):	
Profesor (es) guía(s):	Orlando Rojas Rauque
Materias o descriptores: Asignar conceptos específicos al tema desarrollado en la memoria (máximo 4)	
Fecha de entrega a biblioteca	16/ 10 / 2023



II. Autorización de publicación


Autorización para subir documentos digitalizados en el Repositorio Digital UGM

Autorizo a la Universidad Gabriela Mistral para incluir esta memoria en el repositorio digital de la universidad, con el fin de diseminarlo, almacenarlo y preservarlo, quedando disponible en texto completo y de libre acceso.

A considerar para la autorización de publicación de memorias en el repositorio digital

- **Si usted como autor o autores deciden autorizar.** El documento estará disponible en texto completo.
- **Si usted como autor o autores deciden usar embargo.** Consiste en establecer una cantidad de tiempo en que la publicación no estará en libre acceso; es una alternativa a la publicación inmediata. El tiempo de embargo consiste en 6 meses, 1 año o 2 años.
- **Si usted como autor o autores deciden no autorizar.** Se creará un documento con datos básicos **portada, tabla de contenido y resumen** (metadatos) y colocará esa información en el sitio web, tal como si fuese una referencia bibliográfica. Se indicará en el registro que el autor decidió no autorizar el acceso al documento en texto completo.

Firma de autorización por cada uno de los autores de la memoria

		
Uso de embargo	Autorización total	No autorizo

Indique período de tiempo de embargo:

6 meses ___ 1 año ___ 2 años X