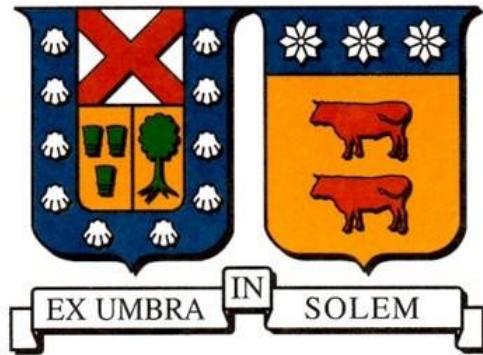




UNIVERSIDAD TECNICA FEDERICO SANTA MARIA

SEDE CONCEPCION REY BALDUINO DE BELGICA

CONCEPCION

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA – ECONÓMICA PARA UNA
EMPRESA IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA DEPORTIVA
INSPIRADA EN LOS PRINCIPIOS DE LA FILOSOFIA ESTOICA.**

Matías Nicolás Chávez Cisterna.

2024.

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
SEDE CONCEPCION
“REY BALDUINO DE BELGICA”

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA – ECONÓMICA PARA UNA
EMPRESA IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA DEPORTIVA
INSPIRADA EN LOS PRINCIPIOS DE LA FILOSOFIA ESTOICA.**

**TRABAJO PARA OPTAR AL TITULO PROFESIONAL DE
INGENIERO DE EJECUCIÓN EN GESTIÓN INDUSTRIAL.**

Alumno: Matías Nicolás Chávez Cisterna.

Profesor Guía: Sergio Hernández Aravena.

2024.

Dedicatoria

El trabajo de título está dedicado a mi familia, quienes han sido un pilar fundamental en toda esta etapa, en especial, a mi sobrino, Felipe Ignacio Chávez Alarcón, los cuales me han brindado la fuerza y motivación para concluir una de las etapas más importantes de mi vida.

Agradecer al cuerpo docente, quienes me formaron como profesional, a mi profesor guía, Sr. Sergio Hernández Aravena, quien con su experiencia y conocimiento, me compartió los consejos necesarios para finalizar mi trabajo.

A las amistades que se fueron forjando durante la carrera, con quiénes compartí gratos momentos; Francisco Lira, Sebastián Sanzana, Nicolas Balboa y Diego Neira.

Resumen

Este estudio analiza el mercado de ropa deportiva de las marca más reconocidas en el mercado nacional, los aspectos técnicos, la importación y su comercialización. Con el objetivo de establecer un precio competitivo y posicionar a la marca en el mercado nacional.

En el estudio de mercado se establecerán las características como la composición de las prendas, precio, promoción y distribución del producto, analizando la industria de ropa deportiva, las estrategias de crecimiento y las ventajas competitivas que ofrece el proyecto.

En esta etapa, se estima la demanda en función a las personas que practican algún deporte o realizan actividad física en Chile y que están familiarizados con el estoicismo. Considerando como base de cálculo los datos proporcionados por la encuesta de Activa y la Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH).

Para efectos de poder conocer la percepción del concepto filosófico se realizó una encuesta para evaluar el nivel de familiaridad con el estoicismo, estos datos permiten determinar con mayor precisión el público objetivo y ajustar la estrategia de mercado y la importación de prendas deportivas.

El estudio técnico definirá la inversión real en bienes tangibles y no tangibles para la puesta en marcha del proyecto, la que constará de \$84.786.932, también establecerá la locación estratégica para la actividad operacional, infraestructura necesaria, capital humano y los procesos necesarios para gestión y entrega de las prendas deportivas.

Para finalizar el análisis, se evaluará el proyecto a 5 años con 3 formas de financiamiento (Puro, 50% y 75%) para conocer qué tan viable es el negocio utilizando indicadores como el VAN (Valor actual neto) y TIR (Tasa interna de retorno).

El proyecto financiado al 75% se presenta como la mejor alternativa, el VAN calculado a 5 años es de \$71.206.875 con una TIR del 176,9% (la tasa de descuento utilizada es de 19,2%), recuperando la inversión al primer año.

Índice

INTRODUCCIÓN.....	1
Planteamiento de la idea y problema.	1
Formulación y justificación de la idea.....	2
Justificación del problema o idea a desarrollar.....	6
Objetivo general.	7
Objetivos específicos.	7
Metodología.....	8
Marco normativo.....	9
Marco teórico.	10
Referencias nacionales o internacionales.....	13
CAPÍTULO I: ESTUDIO DE MERCADO.	14
1. CAPÍTULO I.....	15
1.1. Estudio de mercado.....	15
1.1.1. Descripción del producto	15
1.1.2. Marca.....	20
1.1.3. Logotipo Marca.....	20
1.1.4. Logotipo prendas.	20
1.1.5. Principales proveedores de ropa deportiva.	22
1.1.6. Precio del producto	23
1.1.7. Análisis de determinación de precio	39
1.1.8. Canales de venta y distribución.....	40
1.1.8.1. Proyección despachos locales	41
1.1.9. Promoción y publicidad	45
1.2. Definición de empresa	48
1.3. Análisis FODA	49
1.3.1. Oportunidades	50
1.3.2. Amenazas	50
1.3.3. Matriz FODA.....	50
1.4. Análisis de la oferta	51
1.5. Análisis de la demanda	52
1.6. Fuerzas de Porter.....	54
1.6.2. Análisis de ponderación de fuerzas Porter	61

1.7.	Modelo de propuesta de valor y modelo Canvas	62
1.8.	Cadena de valor	63
1.9.	Condiciones de comercialización, creación del valor del producto.....	66
1.10.	Mercado Potencial	67
1.10.1.	Mercado objetivo.....	68
1.10.2.	Proyección de clientes objetivos.....	69
CAPÍTULO II: ESTUDIO TÉCNICO		70
2.1.	Estudio técnico	71
2.1.1	Tamaño del proyecto	71
2.1.2.	Capacidad de producción fabricantes internacionales.....	71
2.2	Análisis de localización	72
2.3.	Flujo del proceso de compra	73
2.4.	Equipos.....	74
2.5.	Organigrama	76
2.5.1.	Descripción de cargos.....	77
2.6.	Costos Fijos.....	79
2.7.	Costos Indirectos	80
2.8.	Costos de publicidad.....	81
2.9.	Costo variable unitario	81
2.9.1.	Proyección de costos variables anuales	82
2.10.	Costos de inversión de bienes tangibles.....	83
		83
2.11.	Costos de inversión de bienes intangibles.....	83
2.12.	Costos de inversión de importación	84
2.13.	Prorratio costo de prendas	85
		85
2.14.	Aspectos legales.....	87
CAPÍTULO III: ESTUDIO DE ECONÓMICO.		89
3.1.	Objetivos del estudio.	90
3.2.	Financiamiento	90
3.3.	Moneda a utilizar	90
3.4.	Inversión Inicial	91
3.5.	Depreciación	92
3.7.	Costos Fijos.....	94
3.8.	Costos Indirectos.....	95

3.9. Costos variables unitarios.....	95
3.9.1. Proyección de costos variables anuales	96
3.10. Gastos del personal	96
3.11. Costos de publicidad.....	96
3.12. Resumen De Costos	97
3.13. Tasa de descuento.....	98
3.14. Tasa de descuento proyecto financiado al 50% y 75%	99
3.15. Calculo cuota, interés y amortización de préstamos al 50% y 75%	100
3.16. Ingresos	101
3.17. Flujo de caja puro	102
3.18. Flujo de caja préstamo 50% de la inversión inicial.....	102
3.19. Flujo de caja préstamo 75% de la inversión inicial	104
3.19. Tabla resumen proyecto puro y financiado	105
3.20. Análisis de sensibilidad del VAN	106
3.21. Ingresos y costos sensibles.....	107
4. Conclusiones	108
Bibliografía	109
Anexos.	111

Índice tablas

Tabla 1: Elaboración propia, Información tienda estoica España.	13
Tabla 2: Elaboración propia, características poleras Oversize.	15
Tabla 3: Elaboración propia, características shorts fitness hombre.	16
Tabla 4: Elaboración propia, características polera musculosa hombre.	16
Tabla 5: Elaboración propia, características polera deportiva hombre.....	17
Tabla 6: Elaboración propia, características polera casual hombre.	17
Tabla 7: Elaboración propia, características calzas deportivas mujer.	18
Tabla 8: Elaboración propia, características peto deportivo mujer.	18
Tabla 9: Elaboración propia, características pantalón de buzo.	19
Tabla 10: Elaboración propia, características polerón con gorro.	19
Tabla 11: Elaboración propia, costos por prenda deportiva.	23
Tabla 12: Elaboración propia, comparativa de características de poleras Oversize.	25
Tabla 13: Elaboración propia, comparativa de características de shorts fitness.	26
Tabla 14: Elaboración propia, comparativa de características de poleras musculosas....	28
Tabla 15: Elaboración propia, comparativa de características, polera lisa casual.....	30
Tabla 16: Elaboración propia, comparativa de características, polera deportiva.....	31
Tabla 17: Elaboración propia, comparativa de características, calzas deportivas mujer. ..	33
Tabla 18: Elaboración propia, comparativa de características, peto deportivo mujer.....	33
Tabla 19: Elaboración propia, comparativa de características, pantalón de buzo.	35

Tabla 20: Elaboración propia, comparativa de características, polerón con gorro.	38
Tabla 21: Elaboración propia, costos y precio de venta.....	38
Tabla 22: Elaboración propia, tabla de tarifas.	41
Tabla 23: Elaboración propia, Proyección despachos locales	42
Tabla 24: Elaboración propia, costo prepago.	44
Tabla 25: Elaboración propia, proyección costo prepago anual.....	44
Tabla 26: Elaboración propia, Ingresos por envío Jumpseller.....	45
Tabla 27: Elaboración propia, Proyección de ingresos por envío al cliente	45
Tabla 28: Elaboración propia, Matriz cruce DAFO.....	51
Tabla 29: Ponderación numérica Niveles de Porter.	54
Tabla 30: Ponderación numérica, Amenazas de nuevos competidores.	56
Tabla 31: Ponderación numérica, Amenaza de productos sustitutos.....	56
Tabla 32: Ponderación numérica, Poder de negociación de los proveedores.....	57
Tabla 33: Ponderación numérica, Poder de negociación de los clientes.	58
Tabla 34: Ponderación numérica, Nivel de Diferenciación del producto.	60
Tabla 35: Promedio de factores, Fuerzas de Porter.	61
Tabla 36: Elaboración propia, mercado potencial.....	67
Tabla 37: Elaboración propia, clientes potenciales.	68
Tabla 38: Elaboración propia, aumento de mercado objetivo.	69
Tabla 39: Elaboración propia, Proyección de demanda.....	71
Tabla 40: Elaboración propia, capacidad de producción fabricantes internacionales.	72
Tabla 41: Elaboración propia, tamaño del proyecto.....	72
Tabla 42: Elaboración propia, tabla localización centro de operaciones.....	73
Tabla 43: Elaboración propia, tabla sueldos brutos del personal.....	79
Tabla 44: Elaboración propia, costos fijos	80
Tabla 45: Elaboración propia, costos indirectos	81
Tabla 46: Elaboración propia, costos de publicidad.....	81
Tabla 47: Elaboración propia, costos de operación por despachos Jumpseller.	82
Tabla 48: Elaboración propia, costos anuales de operación.....	82
Tabla 49: Elaboración propia, Costos de inversión de bienes tangibles	83
Tabla 50: Elaboración propia, costos de inversión de bienes intangibles	83
Tabla 51: Elaboración propia, costos de importación.	84
Tabla 52: Elaboración propia, distribución de costos por prenda.....	85
Tabla 53: Elaboración propia, distribución de costos por prenda.....	86
Tabla 54: Elaboración propia, inversión de bienes tangibles e intangibles	91
Tabla 55: Elaboración propia, Depreciación.	92
Tabla 56: Elaboración propia, Determinación del KT.	93
Tabla 57: Elaboración propia, Costos fijos.	94
Tabla 58: Elaboración propia, Costos indirectos.....	95
Tabla 59: Elaboración propia, Costos variables unitarios	96
Tabla 60: Elaboración propia, Proyección de costos variables unitarios.....	96
Tabla 61: Elaboración propia, gastos del personal.	96
Tabla 62: Elaboración propia, Costos de publicidad.....	97
Tabla 63: Elaboración propia, Resumen de costos.	97
Tabla 64: Elaboración propia, Tasa de Proyecto financiado al 50% y 75%.....	99
Tabla 65: Elaboración propia, Ingresos anuales.....	101
Tabla 66: Elaboración propia, Flujo de caja puro.....	102

Tabla 67: Elaboración propia, Flujo de caja préstamo 50% de la inversión inicial.	103
Tabla 68: Elaboración propia, Flujo de caja préstamo 75% de la inversión inicial.	104
Tabla 69: Elaboración propia, Resumen proyecto puro y financiado.	105

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 : Consumo de ropa deportiva a nivel mundial.	3
Ilustración 2: Nivel de práctica de deporte o actividad física en Chile.	4
Ilustración 3: Elaboración propia, encuesta percepción estoicismo.	4
Ilustración 4: Elaboración propia, encuesta percepción estoicismo.	5
Ilustración 5: Elaboración propia, encuesta percepción estoicismo.	5
Ilustración 6: Página web tienda estoica España.	13
Ilustración 7: Apartado sección poleras estoicas.	13
Ilustración 8: Elaboración propia, presentación de estampados en poleras Oversize.	15
Ilustración 9: Presentación shorts fitness hombre.	16
Ilustración 10: Presentación polera musculosa hombre.	16
Ilustración 11: Presentación polera deportiva hombre.	17
Ilustración 12: Presentación polera casual hombre.	17
Ilustración 13: Presentación calzas deportivas mujer.	18
Ilustración 14: Presentación peto deportivo mujer.	18
Ilustración 15: Presentación pantalón de buzo.	19
Ilustración 16: Presentación polerón con gorro.	19
Ilustración 17: Elaboración propia, diseño logotipo marca “Stoa”.	20
Ilustración 18: Elaboración propia, diseño “Autocontrol”.	20
Ilustración 19: Elaboración propia, diseño “Amor Fati”.	21
Ilustración 20: Elaboración propia, diseño “Memento Mori”.	21
Ilustración 21: Elaboración propia, diseño “Resiliencia”.	21
Ilustración 22: Elaboración propia, gráfico distribución de prendas deportivas.	39
Ilustración 23: Elaboración propia, modelo Canvas.	62
Ilustración 24: Elaboración propia, aumento del mercado objetivo.	69
Ilustración 25: Captura satelital, domicilio centro de operaciones.	73
Ilustración 26: Elaboración propia, flujo de proceso.	74
Ilustración 27: Furgón Changan M201.	75
Ilustración 28: Computador All in One Asus.	75
Ilustración 29: Impresora térmica de etiquetas.	76
Ilustración 30: Notebook Asus.	76
Ilustración 31: Celular Motorola Moto E14.	76
Ilustración 32: Elaboración propia, organigrama de cargos.	77

INTRODUCCIÓN.

Planteamiento de la idea y problema.

El presente proyecto tiene como objetivo la puesta en marcha de una empresa dedicada a la importación y comercialización de ropa deportiva, la cual servirá como medio para difundir los principios de la filosofía estoica. A través de frases, diseños y símbolos cuidadosamente seleccionados, se busca conectar con aquellos que encuentran en el deporte y la actividad física una vía para cultivar su bienestar físico y mental.

El estoicismo, una corriente filosófica que ha pervivido a través de los siglos desde la antigua Grecia, ha sido siempre un ferviente defensor de la virtud y la aceptación serena de los acontecimientos. Los antiguos estoicos, como Zenón de Citio, reconocían la importancia del cuerpo como instrumento del alma y promovían una vida equilibrada que incluía tanto la contemplación filosófica como el ejercicio físico. La condición física y el ejercicio aparecen regularmente en los textos estoicos. Muchas veces son referenciados cuando nos referimos al término “*Mens sana in corpore sano* “. En la antigüedad no eran menos y estar en forma se veía como un signo de juventud y masculinidad, y en la antigua Roma concretamente, el culto al cuerpo era una actividad más practicada en comparativa que en nuestra era actual. De hecho, en muchas ciudades romanas se crearon gimnasios y termas para favorecer un desarrollo físico acorde con una sociedad avanzada.

En la actualidad, el estoicismo ha experimentado un renacimiento, encontrando eco en aquellos que buscan herramientas prácticas para afrontar los desafíos de la vida moderna. El enfoque estoico en la resiliencia y la fortaleza mental se alinea perfectamente con los beneficios que el ejercicio físico aporta a nuestro bienestar integral. Al combinar la sabiduría ancestral del estoicismo con la dinámica del mundo deportivo, Stoa aspira a crear una comunidad de personas que buscan trascender lo físico y cultivar un espíritu fuerte y resiliente.

Formulación y justificación de la idea.

El estoicismo, una filosofía que promueve la resiliencia, el autocontrol y la aceptación de la adversidad, ha resurgido como una herramienta práctica para enfrentar los desafíos modernos. A pesar de esta tendencia, hay una notable falta de marcas en el mercado de ropa deportiva que integren estos valores filosóficos de manera clara y coherente en sus diseños y propuestas comerciales. La iniciativa de crear una línea de ropa inspirada en el estoicismo responde a la necesidad de transmitir un mensaje de resiliencia, autodisciplina y fortaleza interna.

La propuesta plantea la creación de una marca que combine el rendimiento físico con el autodesarrollo personal, utilizando el estoicismo como fuente de inspiración filosófica para motivar a los consumidores a enfrentar desafíos tanto físicos como emocionales. Esta línea de ropa ofrecerá a los consumidores una experiencia de uso significativa que refuerce su crecimiento personal y mental, mientras satisface sus necesidades físicas.

Chile ha experimentado un notable aumento en la demanda de ropa deportiva. Este fenómeno no solo refleja una creciente conciencia sobre la importancia de mantener un estilo de vida activo y saludable. En este contexto, las importaciones de ropa deportiva han desempeñado un papel fundamental para satisfacer esta creciente demanda, permitiendo a los consumidores chilenos acceder a una amplia variedad de marcas y estilos.

El aumento del interés en la actividad física y el bienestar ha sido uno de los principales impulsores de las importaciones de ropa deportiva en Chile. La conciencia sobre la importancia de llevar un estilo de vida activo ha llevado a un aumento en la participación en deportes y actividades al aire libre, lo que a su vez ha incrementado la demanda de indumentaria adecuada.

De acuerdo con el portal de estadística de datos de mercado, Statista, la industria del fitness ha crecido más de 20% entre 2019 y 2023 a nivel mundial.

Según una encuesta realizada a 1,036 chilenos por Activa, una de las principales consultoras del país, y la Asociación de Municipalidades de Chile (AMUCH), el 46% de los encuestados indicó que practica algún deporte o actividad física. Esto posiciona a Stoa como una marca enfocada en este segmento potencial de clientes, caracterizado por su práctica habitual de ejercicio.

El mercado de ropa deportiva a nivel mundial alcanzó un valor de USD 313,22 mil millones en el año 2023. Se estima que el mercado crecerá a una tasa de crecimiento anual compuesta del 6,9% entre 2024 y 2032, para alcanzar un valor de 571,01 mil millones de USD en 2032.

El mercado se clasifica en productos como poleras, pantalones de buzo, shorts y poleras sin mangas. En 2023, el segmento de pantalones de buzo, incluyendo leggings, joggers y mallas de compresión, capturó el 41,05% del mercado, destacando por su versatilidad y funcionalidad en diversas actividades físicas.

En cuanto a los materiales, el poliéster lideró el mercado con ingresos de USD 91,96 mil millones en 2023, gracias a su durabilidad, ligereza y capacidad para soportar entrenamientos intensos. Además, sus propiedades de absorción de humedad y resistencia al encogimiento, estiramiento y arrugas lo convierten en una opción ideal para la ropa deportiva. Su versatilidad aumenta al mezclarse con fibras como el spandex, mejorando la elasticidad y comodidad de las prendas.

Gráfico: Consumo de ropa deportiva a nivel mundial entre 2018 y 2029, por segmento.

(en millones de piezas)

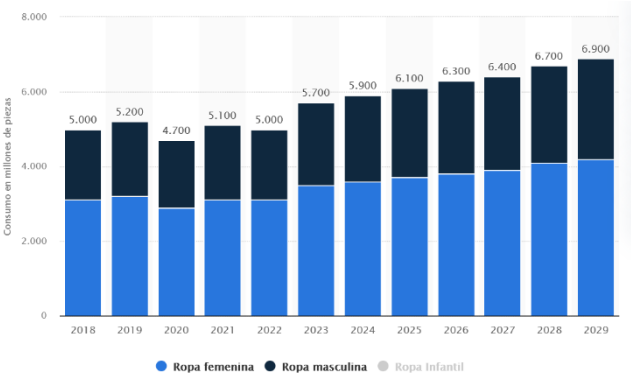


Ilustración 1 : Consumo de ropa deportiva a nivel mundial.

Gráfico: Nivel de práctica de deporte o realización de actividad física en Chile.

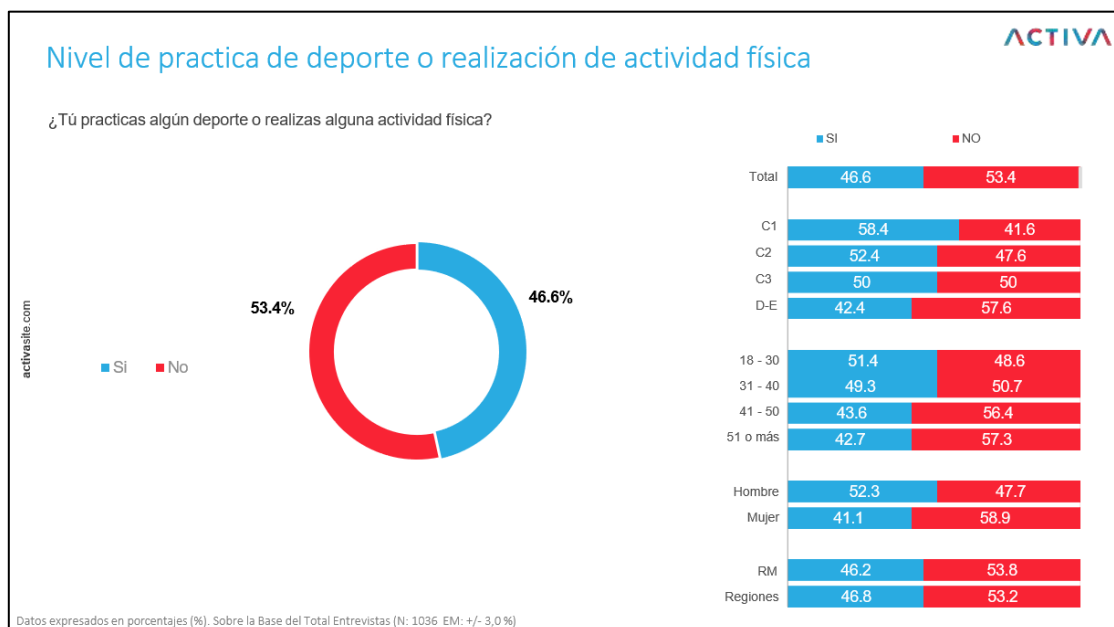


Ilustración 2: Nivel de práctica de deporte o actividad física en Chile.

Pregunta: ¿Qué tan familiarizado/a estás con el concepto de estoicismo?

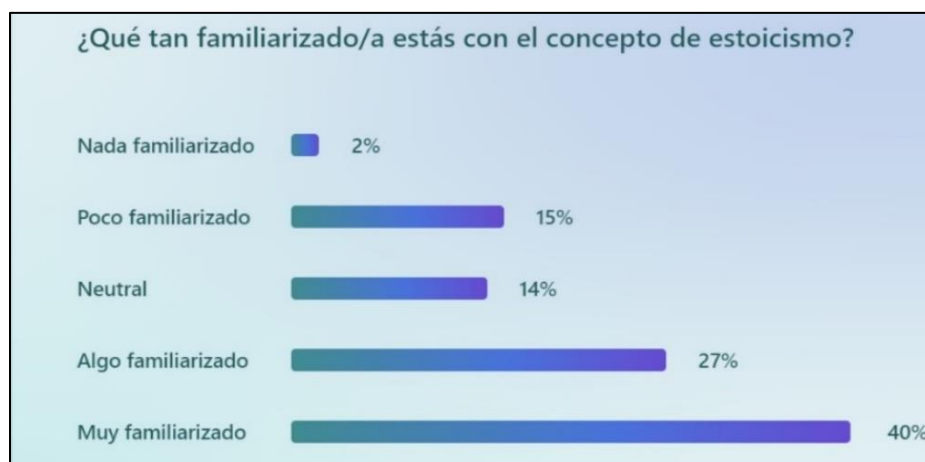


Ilustración 3: Elaboración propia, encuesta percepción estoicismo.

Pregunta: ¿Crees que los principios del estoicismo pueden ser útiles en el contexto del bienestar físico y mental?

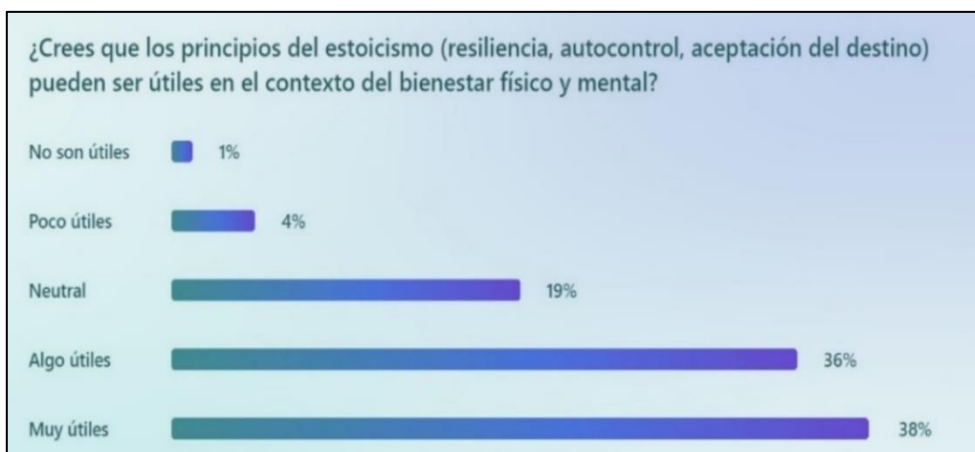


Ilustración 4: Elaboración propia, encuesta percepción estoicismo.

Pregunta: ¿Estarías dispuesto a utilizar productos que promuevan mensajes estoicos, como la resiliencia o la aceptación del destino?



Ilustración 5: Elaboración propia, encuesta percepción estoicismo.

Justificación del problema o idea a desarrollar.

El estoicismo, una filosofía que promueve el autocontrol, la resiliencia y la aceptación del destino, ha experimentado un resurgimiento en la cultura contemporánea, especialmente entre jóvenes y profesionales que buscan herramientas prácticas para enfrentar la ansiedad, el estrés y los desafíos de la vida diaria.

Incorporar los principios estoicos en una línea de ropa deportiva no solo atendería las necesidades físicas del consumidor, sino que también le ofrecería un recordatorio constante de estas ideas filosóficas, ayudando a desarrollar una mentalidad fuerte tanto dentro como fuera del ámbito deportivo.

Al crear una marca que refleje los principios del estoicismo, a través de diseños minimalistas y funcionales, inspirados en la simplicidad estoica, la comodidad y la libertad del movimiento, permitirá a los clientes concentrarse en el presente y disfrutar de la actividad física, creando una conexión tangible entre el producto y la filosofía.

Finalmente, el desarrollo de esta línea de ropa tiene relevancia en términos de diferenciación competitiva en un mercado saturado.

Al incorporar el estoicismo en el diseño y la comunicación de la marca, se genera un nicho único que puede atraer a consumidores interesados tanto en su bienestar físico como en su crecimiento personal y mental, estableciendo una propuesta de valor sólida y diferenciada en la industria de ropa deportiva.

Objetivo general.

- Evaluar la prefactibilidad técnica – económica de una empresa importadora y comercializadora de ropa deportiva, inspirada en los principios de la filosofía estoica.

Objetivos específicos.

- Determinar el mercado de ropa deportiva para identificar tendencias y preferencias del consumidor en Chile.
- Desarrollar antecedentes técnicos de la empresa que permitan estimar la demanda necesaria de Stoa.
- Valorar económicamente en un plazo de 5 años la creación y puesta en marcha de una empresa que importa y comercializa ropa deportiva con enfoque en el estoicismo.

Metodología.

Este informe presenta un estudio de mercado sobre la importación y comercialización de ropa inspirada en los principios de la filosofía estoica, con el objetivo de crear una propuesta diferenciada en el sector. La información para el análisis proviene de encuestas realizadas a consumidores potenciales y fuentes verificables de internet, que proporcionan una visión completa de la demanda y las preferencias del mercado.

A continuación, se describen y evalúan factores clave para la importación y comercialización de estos productos, incluyendo su precio, distribución y canales de venta. También se realizará un análisis detallado de los factores externos e internos de la empresa mediante el uso de la matriz FODA. Aspectos como la competencia y las amenazas que enfrenta el proyecto dentro de la industria serán evaluados a través de las cinco fuerzas de Porter, y el modelo Canvas permitirá delinear la propuesta de valor, los segmentos de clientes y la estructura operativa.

El informe también analizará la oferta y demanda de ropa deportiva en Chile y a nivel internacional, así como las condiciones generales de comercialización del vestuario. Para aumentar el valor del producto y optimizar el proceso de venta, se crearán estrategias de marketing digital que aprovecharán el poder de las redes sociales, incluyendo campañas de contenido inspirador y colaboraciones con influencers que promuevan los valores del estoicismo.

Marco normativo.

En Chile, la importación y comercialización de productos se rige principalmente por la Ley de Comercio Exterior y la Ley General de Aduanas. Estas normativas establecen los procedimientos, requisitos y aranceles aduaneros que deben cumplirse para ingresar bienes al territorio nacional. Esto incluye el pago de impuestos correspondientes, como el IVA y derechos aduaneros aplicables a productos textiles.

Empresa en un Día es una plataforma digital implementada por el Gobierno de Chile, basada en la Ley N° 20.659, que permite la constitución, modificación y disolución de empresas de manera rápida y simplificada. A través de este sistema, los emprendedores pueden crear una sociedad en línea sin necesidad de realizar trámites presenciales, utilizando formularios estandarizados y firma electrónica. El proceso, que se completa en menos de 24 horas, incluye la obtención del RUT y la inscripción en el Registro de Empresas y Sociedades (RES), facilitando así el emprendimiento y la formalización empresarial en el país.

En cuanto al etiquetado de prendas de vestir, el Decreto Supremo N° 26 de 1984 regula los requisitos mínimos que deben cumplir las etiquetas, garantizando así que los consumidores cuenten con información clara y precisa sobre la composición de las telas, las instrucciones de cuidado y otros aspectos relevantes.

Por otro lado, el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI) es el organismo encargado de proteger la propiedad intelectual en Chile, incluyendo el registro de marcas comerciales. De esta forma, INAPI asegura que las empresas puedan identificar de manera única sus productos o servicios en el mercado.

Marco teórico.

¿Qué es el estoicismo?

El estoicismo fue una corriente filosófica creada hacia principios del siglo III a.C. en Atenas. Su iniciador fue Zenón de Citio, un fenicio nacido en Chipre hacia el 334 a.C., que se estableció en la ciudad griega tras un naufragio, en el que lo perdió todo. Sobre este incidente, un historiador posterior recoge que Zenón dijo: "Felizmente navegué cuando sufrí el naufragio" (Diógenes Laercio VII, 1,2). Este episodio, que en un principio le parecería a Zenón una desgracia, fue el detonante que le permitió dedicarse a la filosofía.

En Atenas, que seguía siendo la capital intelectual del mundo helénico, Zenón tuvo la suerte de estudiar con algunos de los mejores maestros del momento. No obstante, parece que las teorías de aquellos no lo convencieron demasiado, por lo que pronto los dejó y comenzó a dar él mismo clases en el pórtico Pintado de la ciudad, que en griego se llama *Stoá Poikile*. Por esta razón, sus discípulos pasaron a ser conocidos como "estoicos", es decir, "los del Pórtico", y su corriente se denominó "estoicismo".

A Zenón le siguieron otros muchos filósofos que dejaron su impronta en esta corriente, como Cleantes y Crisipo de Solos, quienes desarrollaron aún más las ideas fundamentales. Según el estoicismo, la filosofía se divide en tres grandes ramas: la lógica, la física y la ética.

- **Lógica:** Es el método que nos permite conocer y comprender el mundo físico que nos rodea, estableciendo las bases para el pensamiento racional.
- **Física:** Estudia el mundo físico, sus características, fenómenos y leyes, lo que nos lleva a entender nuestro lugar en la naturaleza.
- **Ética:** Es el fundamento moral que se obtiene mediante el conocimiento del mundo físico, guiado por la lógica. La ética es el fin último del saber estoico, ya que nos enseña cómo vivir de acuerdo con la virtud.

Para ilustrar mejor la interrelación entre estas tres partes, los estoicos recurrían a la imagen de un huevo: la lógica sería la cáscara; la física, la clara, y la ética, la yema.

Es decir, el conocimiento de la realidad y las leyes del universo nos guía hacia una vida virtuosa, donde la ética es el fin último.

Gracias al conocimiento filosófico y su puesta en práctica, se alcanzaría la virtud, lo que llevaría a la persona a disfrutar de la verdadera sabiduría, entendida como una vida feliz que no se vería alterada por ningún contratiempo externo. Por ello, fuera de la virtud, todo debía resultarle indiferente al sabio. Según Zenón, estas cosas "indiferentes" incluían: vida, muerte, fama, deshonra, dolor, placer, riqueza, pobreza, enfermedad y salud.

En consecuencia, la filosofía estoica tenía una finalidad eminentemente práctica, ya que su objetivo no era el conocimiento por sí mismo, sino proporcionar los medios para alcanzar la sabiduría y la paz interior. Este enfoque práctico, centrado en la autodisciplina y la aceptación de lo que no podemos controlar, hizo que el estoicismo fuera adoptado rápidamente por las élites romanas hacia el siglo II a.C., promovido por filósofos como Panecio de Rodas, cuyas enseñanzas apelaban a la participación política y al bien común, valores muy bien recibidos en Roma.

La influencia del estoicismo en Roma se consolidó con tres grandes exponentes:

- **Séneca:** Filósofo y político romano, centró su obra en la ética estoica, el autocontrol y la virtud, aplicando estos principios en su vida pública y privada. En sus "Cartas a Lucilio", dejó un profundo legado sobre cómo enfrentar las adversidades con fortaleza y sabiduría.
- **Epicteto:** Un esclavo liberado, enseñaba que la verdadera libertad proviene del autocontrol y la aceptación del destino. Su obra "Enquiridion" es fundamental para comprender el estoicismo aplicado a la vida diaria y la importancia de vivir en armonía con la naturaleza y nuestras circunstancias.
- **Marco Aurelio:** Emperador romano, es quizá el más famoso de los estoicos por aplicar los principios filosóficos a su rol de líder. En su obra "Meditaciones", reflexionó sobre el control de las emociones, la aceptación del destino y el deber de actuar con justicia, ofreciendo un testimonio personal de cómo enfrentaba los desafíos del gobierno y la vida cotidiana con los preceptos estoicos.

Aunque el estoicismo perdió popularidad con la caída del Imperio Romano, ha resurgido en tiempos modernos debido a su enfoque práctico para enfrentar los desafíos personales y profesionales. En el contexto contemporáneo, los valores estoicos de resiliencia, autocontrol y aceptación del destino han ganado relevancia en un mundo marcado por la incertidumbre y el estrés.

Autores como Ryan Holiday han revitalizado la filosofía estoica, aplicándola a áreas como el liderazgo empresarial, la productividad y el bienestar mental. El auge del desarrollo personal y la búsqueda de un equilibrio entre mente y cuerpo han hecho que los principios estoicos resuenen con nuevas generaciones que enfrentan desafíos en el ámbito laboral y personal, mostrando la vigencia de una filosofía milenaria en el mundo actual.

Referencias nacionales o internacionales.

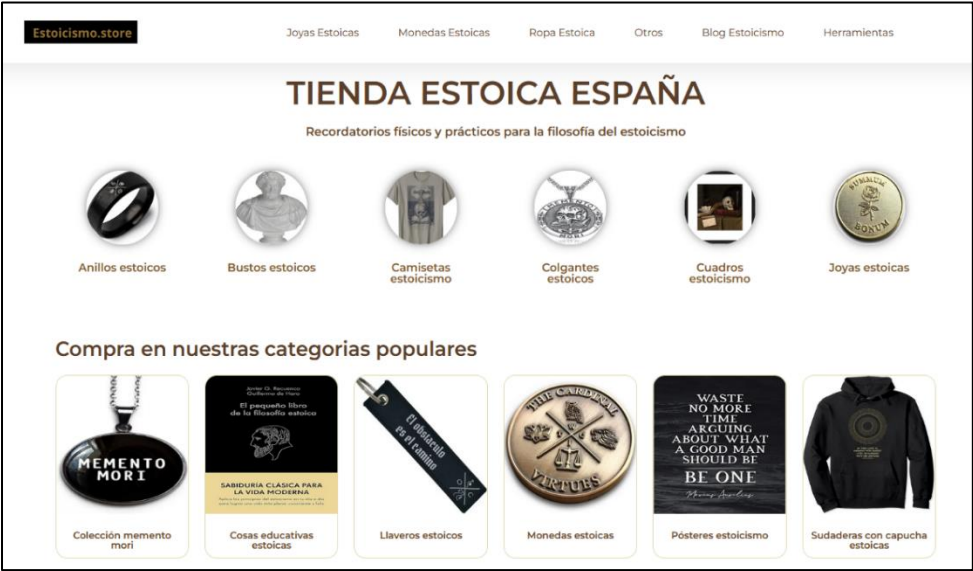


Ilustración 6: Página web tienda estoica España.

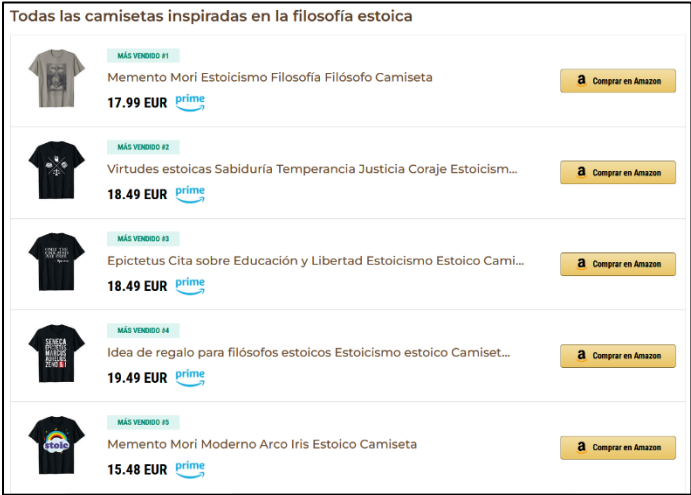


Ilustración 7: Apartado sección poleras estoicas.

Nombre de la tienda	estoicismo. store
URL	https://estoicismo.store/
Descripción	Ofrecen una amplia gama de productos como ropa, joyería, accesorios y artículos inspirados en el estoicismo.
Ubicación	España.

Tabla 1: Elaboración propia, Información tienda estoica España.

CAPÍTULO I: ESTUDIO DE MERCADO.

1. CAPÍTULO I

1.1. Estudio de mercado.

1.1.1. Descripción del producto

Stoa ofrecerá prendas deportivas que incluirán estampados y frases como: "Resiliencia", "Amor Fati", "Memento Mori" y "Autocontrol", acompañadas de la clásica corona de laurel, símbolo de victoria y gloria.

Poleras Oversize unisex:



Ilustración 8: Elaboración propia, presentación de estampados en poleras Oversize.

Descripción:	Tejido; 100% algodón, antiarrugas, Anti-pilling, estampado en impresión digital, medidas estampado 20x20 cm.
--------------	--

Tabla 2: Elaboración propia, características poleras Oversize.

Short fitness hombre:



Ilustración 9: Presentación shorts fitness hombre.

Descripción:	Tejido; 95% poliéster, 5% Spandex, peso de la tela 220 gramos, tipo de impresión sublimación, medidas estampado 5x5 cm.
--------------	---

Tabla 3: Elaboración propia, características shorts fitness hombre.

Polera musculosa hombre:



Ilustración 10: Presentación polera musculosa hombre.

Descripción:	Tejido; 100% poliéster, secado rápido, transpirable, estampado en sublimación.
--------------	--

Tabla 4: Elaboración propia, características polera musculosa hombre.

Polera deportiva:



Ilustración 11: Presentación polera deportiva hombre.

Descripción:	Tejido; 100% poliéster, secado rápido, transpirable, Anti-pilling, estampado en sublimación.
--------------	--

Tabla 5: Elaboración propia, características polera deportiva hombre.

Polera lisa casual:



Ilustración 12: Presentación polera casual hombre.

Descripción:	Tejido; 50% algodón, 50% poliéster, Anti-pilling, impresión estampado digital, peso de la tela 160 gramos.
--------------	--

Tabla 6: Elaboración propia, características polera casual hombre.

Calzas deportivas mujer:



Ilustración 13: Presentación calzas deportivas mujer.

Descripción:	Tela; 73% poliéster, 27% spandex, secado rápido, transpirable, peso de la tela 250 gramos, alta elasticidad.
---------------------	--

Tabla 7: Elaboración propia, características calzas deportivas mujer.

Peto deportivo mujer:



Ilustración 14: Presentación peto deportivo mujer

Descripción:	Tejido; 80% nylon, 20% poliéster, secado rápido, transpirable, peso de la tela 210 gramos.
---------------------	--

Tabla 8: Elaboración propia, características peto deportivo mujer.

Pantalón de buzo:



Ilustración 15: Presentación pantalón de buzo

Descripción:	Tejido; 84.4% algodón, 15.6% poliéster, peso de la tela 380 gramos, estampado tipo DTG.
--------------	---

Tabla 9: Elaboración propia, características pantalón de buzo.

Polerón con gorro:



Ilustración 16: Presentación polerón con gorro.

Descripción:	Tejido; 84.4% algodón, 15.6% poliéster, peso de la tela 380 gramos, estampado tipo DTG.
--------------	---

Tabla 10: Elaboración propia, características polerón con gorro.

1.1.2. Marca.

Stoa hace referencia al pórtico o lugar donde Zenón de Citio, fundador del estoicismo, impartía sus enseñanzas filosóficas en la antigua Grecia. El logo encapsula la esencia de la filosofía estoica y el bienestar personal a través de un diseño minimalista y sofisticado. Con un círculo enso zen que simboliza la unidad y el equilibrio, y ramas de laurel que representan el triunfo y la resiliencia, el logo refleja la conexión entre la fortaleza mental y el crecimiento personal.

1.1.3. Logotipo Marca.



Ilustración 17:Elaboración propia, diseño logotipo marca “Stoa”.

1.1.4. Logotipo prendas.



Ilustración 18: Elaboración propia, diseño “Autocontrol”.

Auto control: Representado por una balanza, que simboliza el equilibrio entre los deseos y la racionalidad, rodeada de ramas de laurel como símbolo de triunfo personal.



Ilustración 19: Elaboración propia, diseño “Amor Fati”.

Amor Fati: Simbolizado por un corazón rodeado de ángeles y laureles, que refleja la aceptación y amor por el destino, con el mensaje "Ama tu destino".



Ilustración 20: Elaboración propia, diseño “Memento Mori”.

Memento mori: Un cráneo estilizado rodeado de laurel y acompañado del texto "Recuerda que morirás", recordando la mortalidad y la fugacidad de la vida.



Ilustración 21: Elaboración propia, diseño “Resiliencia”.

Resiliencia: Representado por un fénix en ascenso, con alas extendidas, simbolizando la capacidad de renacer y superar las adversidades. Las ramas de laurel refuerzan el triunfo tras la lucha.

1.1.5. Principales proveedores de ropa deportiva.

A continuación, se presenta en la tabla 8, los costos por tipo de prenda, experiencia exportadora y certificaciones, de los distintos proveedores internacionales.

Proveedor	Prenda	Costo prenda. (FOB)	Experiencia Exportadora.	Costo final (IVA/ Flete marítimo/ seguros/Gastos portuarios).	Certificaciones.
Dongguan Yikin Apparel Co., Ltd. Certificado	Calza deportiva s mujer.	\$12.300	6 años	\$13.272	Oeko-Tex standard 100, OCS, GOTS. ISO 9001.
Dongguan Yikin Apparel Co., Ltd. Certificado.	Peto Deportivo mujer.	\$12.300	6 años	\$13.272	Oeko-Tex standard 100, OCS, GOTS, ISO 9001.
Dongguan Minghang Garments Co., Ltd.	Shorts fitness.	\$6.238	6 años	\$7.205	ISO 9001.
Guangzhou Hengdong Sports Goods Co., Ltd.	Polera Oversize.	\$7.476	5 años	\$8.447	CE, RoHS.

Shantou Xianda Apparel Industrial Co., Ltd	Polera sin mangas.	\$4.857	8 años	\$5.824	BSCI, ISO 9001.
Shantou Xianda Apparel Industrial Co., Ltd	Polera deportiva.	\$5.047	8 años	\$6.015	BSCI, ISO 9001.
Shantou Xianda Apparel Industrial Co., Ltd	Polera casual.	\$4.476	8 años	\$5.443	BSCI, ISO 9001.
Fabsub Technolo gies Co., Limited	Polerón con gorro.	\$16.372	7 años	\$16.542	ISO 9001.
Fabsub Technolo gies Co., Limited	Pantalón de buzo	\$14.313	7 años	14.541	ISO 9001.

Tabla 11: Elaboración propia, costos por prenda deportiva.

1.1.6. Precio del producto

Este estudio tiene como objetivo determinar los factores que influyen en la fijación de precios de prendas deportivas en el mercado chileno. Para ello, se llevó a cabo un análisis comparativo de precios y características de productos de la competencia, considerando variables como el tipo de tela, composición y otras características relevantes para el segmento. A través de este análisis, se busca identificar la relación entre las características del producto, el precio y la percepción de valor por parte del consumidor.

Marca	Polera Oversize unisex	Precio	Composición	Observaciones
-------	---------------------------	--------	-------------	---------------

Decathlon		\$9.000+IVA	100% algodón.	Sin estampados.
Murph		\$19.900+IVA	100% algodón, Tela acanalada de algodón suave.	Estampado tipo Serigrafía.
Konko		\$21.990+IVA	90% algodón, 10% Elastano	Estampado en Vinilo.
Sparta		\$19.990+IVA	Franela de algodón, Logo impreso de alta densidad, Construcción de punto.	
Stoa		\$20.990+IVA	Tejido 100% algodón, Anti-pilling, estampado en impresión digital.	Estampado DTG.

Tabla 12: Elaboración propia, comparativa de características de poleras Oversize.

Considerando la características y composición de las prendas de la competencia, las poleras que ofrecerá Stoa, comparten algunas características, 100% algodón, revisando los precios

de la competencia, determinar un precio de \$16.990, se justifica, dado que, necesitamos posicionarnos en el mercado a un precio competitivo.

Marca	Shorts fitness	Precio	Composición	Observaciones
Decathlon		\$25.000+IVA	9% Elastano, 91% Poliéster, Pieza 16% Elastano, 84% Poliéster.	Sin estampado.
Murph		\$24.990+IVA	77% Nylon, 23% Spandex.	Estampado en Serigrafía.
Konko		\$30.990+IVA	83% Poliéster, 17% Elastano, Water Repellent. Elasticada, Ligera y de Secado Rápido	
Sparta		\$26.990+IVA	100% Poliéster Tecnología Everdri.	
Stoa		\$21.990+IVA	Tejido 95% poliéster, 5% Spandex, peso de la tela 220 gramos, Impresión por medio de sublimación.	Estampado en sublimación.

Tabla 13: Elaboración propia, comparativa de características de shorts fitness.

Considerando la características y composición de las prendas de la competencia, los shorts deportivos que ofrecerá Stoa, comparten características, como el alto % de poliéster, revisando los precios de la competencia, determinar un precio de \$21.990, se justifica, dado que, necesitamos posicionarnos en el mercado a un precio competitivo.

Marca	Polera musculosa	Precio	Composición	Observaciones
Decathlon		\$11.000	30% Poliamida, 70% Poliéster.	Sin estampados.
Murph		\$16.900	100% algodón.	Estampado en Serigrafía.
Konko		\$21.990	90% algodón, 10% Elastano.	No se especifica el tipo de estampado.
Sparta		\$14.990	100% Algodón, estampado.	No se especifica el tipo de estampado.

Stoa		\$14.990+IVA	100% Poliéster.	Estampado en sublimación.
------	---	--------------	-----------------	---------------------------

Tabla 14: Elaboración propia, comparativa de características de poleras musculosas.

Considerando la características y composición de las prendas de la competencia, la polera musculosa que ofrecerá Stoa, comparte características, como el alto % de poliéster, revisando los precios de la competencia, determinar un precio de \$14.990, se justifica, dado que, necesitamos posicionarnos en el mercado a un precio competitivo.

Marca	Polera lisa (Casual)	Precio	Composición	Observaciones
Decathlon		\$6.000+IVA	Tejido principal 100% algodón; tejido de las costillas 97% algodón, 3% elastano.	N/A
Murph fitness		\$16.900+IVA	100% algodón Ringspun.	Estampado en Serigrafía.
Konko		\$30.990+IVA	95% algodón, 5% Elastano	Sin estampados.
Sparta		\$16.990+IVA	100% algodón	No se especifica el tipo de estampado.

Stoa		\$16.990+IVA	50% algodón, 50% poliéster, 160 gramos.	Estampado digital. (DTG)
------	---	--------------	---	--------------------------

Tabla 15: Elaboración propia, comparativa de características, polera lisa casual.

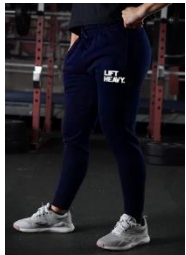
Considerando la características y composición de las prendas de la competencia, la polera lisa casual que ofrecerá Stoa, comparte características de % similares a la de Nike, al revisar los precios de la competencia, determinar un valor de \$16.990, se justifica, dado que, necesitamos posicionarnos en el mercado a un precio competitivo.

Marca	Polera running	Precio	Composición	Observaciones
-------	----------------	--------	-------------	---------------

Decathlon		\$8.000+IVA	100% poliéster.	N/A
Konko		\$21.990+IVA	100% poliéster.	N/A
Sparta		\$24.990+IVA	95% poliéster reciclado, 5% poliéster, tecnología de secado rápido ICEX.	N/A
Stoa		\$17.900+IVA	100% poliéster, secado rápido.	Estampado en sublimación.

Tabla 16: Elaboración propia, comparativa de características, polera deportiva.

Considerando la características y composición de las prendas de la competencia, la polera deportiva que ofrecerá Stoa, comparte características de % poliéster similares, al revisar los precios de la competencia, determinar un valor de \$17.990, se justifica, dado que, necesitamos posicionarnos en el mercado a un precio competitivo.

Marca	Calzas mujer deportivas	Precio	Composición	Observaciones
Decathlon		\$7.000+IVA	Tejido algodón, 92% elastano, 8%	N/A
Murph		\$26.900+IVA	Tejido algodón, 60% poliéster, 40%	Estampado en serigrafía.
Sparta		\$22.990+IVA	Tejido; algodón, 93% Elastano, 7%	N/A

Stoa		\$21.990+IVA	Tejido; poliéster, Spandex.	73% 27%	estampado en sublimación.

Tabla 17: Elaboración propia, comparativa de características, calzas deportivas mujer.

Considerando las características y composición de las prendas de la competencia, las calzas deportivas que ofrecerá Stoa, comparte características de poliéster y spandex similares, al revisar los precios de la competencia, determinar un valor de \$21.990, se justifica, dado que, necesitamos posicionarnos en el mercado a un precio competitivo.

Marca	Peto deportivo mujer	Precio	Composición	Observaciones
Decathlon		\$21.000+IVA	Tejido principal 27% Elastano, 73% Poliamida (Nylon).	La combinación de elastano y poliamida es utilizada para soportar el uso intenso.
Sparta		\$29.990+IVA	Tejido principal 77% poliéster reciclado, 23% spandex.	N/A
Stoa		\$19.990+IVA	Tela 80% nylon, 20% poliéster, secado rápido, transpirable, peso de la tela 210 gramos.	Estampado en sublimación.

Tabla 18: Elaboración propia, comparativa de características, peto deportivo mujer.

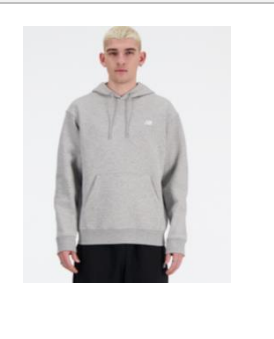
Considerando las características y composición de las prendas de la competencia, el peto deportivo que ofrecerá Stoa, comparte una composición similar, al revisar los precios de la competencia, determinar un valor de \$19.990, se justifica, dado que, necesitamos posicionarnos en el mercado a un precio competitivo.

Marca	Pantalón de buzo	Precio	Composición	Observaciones
Decathlon		\$20.000+IVA	Tejido principal: 50.0% Algodón, 3.0% Elastano, 47.0% Poliéster; Bolsillo: 100.0% Algodón	Sin estampados.
Murph		\$26.900+IVA	60% Algodón, 40% Poliéster.	Estampado en serigrafía.
Konko		\$23.990+IVA	65 % algodón, 35 % poliéster	No se especifica el tipo de estampado.
Sparta		\$27.990+IVA	Confeccionado en tela 66% Algodón y 34% Poliéster.	No se especifica el tipo de estampado.
Stoa		\$26.990+IVA	Tejido; 60% algodón, 40% poliéster, peso de la tela 380 gramos.	Estampado en DTG.

Tabla 19: Elaboración propia, comparativa de características, pantalón de buzo.

Considerando las características y composición de las prendas de la competencia, el peto deportivo que ofrecerá Stoa, comparte características similares a la competencia, al revisar los precios de la competencia, determinar un valor de \$26.990, se justifica, dado que, necesitamos posicionarnos en el mercado a un precio competitivo.

Marca	Polerón.	Precio	Composición	Observaciones
-------	----------	--------	-------------	---------------

Decathlon		\$33.000 + IVA	Tejido principal: 61.0% Algodón, 39.0% Polietileno tereftalato (PET); Tejido de las costillas: 87.0% Algodón, 1.0% Elastano, 12.0% Polietileno tereftalato (PET)	Sin estampados.
Murph		\$26.900+IVA	70% Algodón PREMIUM, 30% Poliéster (Reciclado).	Estampado en serigrafía.
Konko		\$23.990+IVA	65% Algodón 35% Poliéster.	No se especifica el tipo de estampado.
Sparta		\$29.990+IVA	100% algodón.	No se especifica el tipo de estampado.

Stoa		\$26.590+IVA	Tejido; 84.4% algodón, 15.6% poliéster, peso de la tela 380 gramos.	Estampado en DTG.
------	---	--------------	---	-------------------

Tabla 20: Elaboración propia, comparativa de características, polerón con gorro.

Considerando las características y composición de las prendas de la competencia, el polerón con gorro que ofrecerá Stoa, comparte una composición similar, al revisar los precios de la competencia, determinar un valor de \$21.990, se justifica, dado que, necesitamos posicionarnos en el mercado a un precio competitivo.

Tabla de costos y precios.

Prenda	Precio Costo	Precio Venta	Cantidad	Margen de ganancia
Polera Oversize	\$8.113	\$16.990	900	48%
Shorts fitness	\$6.875	\$17.990	900	38%
Polera sin mangas	\$5.494	\$11.990	720	46%
Polera running	\$5.685	\$14.990	800	38%
Polera lisa casual	\$5.113	\$13.990	600	37%
Peto deportivo mujer	\$12.942	\$19.990	323	65%
Calza deportiva mujer	\$12.942	\$17.990	300	72%
Pantalón de buzo	\$14.542	\$21.990	480	66%
Polerón	\$16.542	\$21.900	450	75%
Promedio		\$17.550		

Tabla 21: Elaboración propia, costos y precio de venta

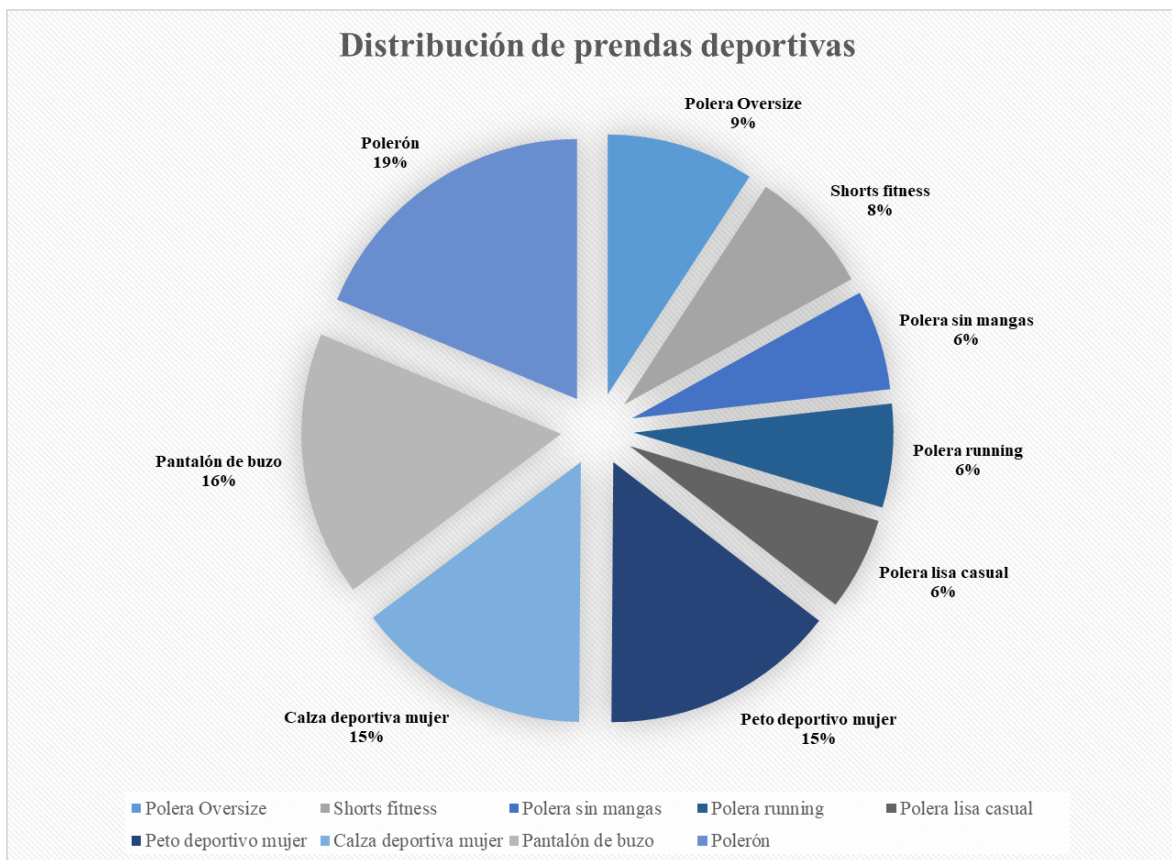


Ilustración 22: Elaboración propia, gráfico distribución de prendas deportivas

1.1.7. Análisis de determinación de precio

Para determinar el precio de venta de las prendas deportivas de Stoa, se analizan los costos de importación, incluyendo los aranceles, impuestos y costos de agentes de aduana. Además, se realiza un análisis de precios de la competencia, comparando los productos y sus características clave en el mercado.

Este análisis incluye factores como la composición y porcentaje de los tejidos, si son sostenibles o ecológicos, la durabilidad y tecnologías propias de las prendas ofrecidas por la competencia. Todo esto permite establecer un precio competitivo para los productos, considerando los costos y el valor agregado que ofrecen en comparación con otras marcas en el mercado.

1.1.8. Canales de venta y distribución

La exhibición y venta de los productos se llevará a cabo a través de plataformas digitales, incluyendo la página web oficial (www.stoastore.cl), Mercado Libre, y las redes sociales de la empresa. Los clientes podrán realizar pagos mediante transferencias bancarias y tarjetas de débito o crédito, incentivando la compra del catálogo en línea.

Las entregas serán a domicilio en todo Chile, aprovechando las alianzas con empresas de logística como Bluexpress, Chilexpress, y Correos de Chile, con el costo del envío asumido por los clientes, considerando el contrato que tiene la plataforma Jumpseller con las empresas de logísticas mencionadas, se obtendrá un margen de ganancia, por cada pedido realizado por el método de integración de la plataforma digital.

A su vez, se gestionarán envíos locales en un rango de 10 km, teniendo como punto de referencia el domicilio ubicado en Av. Pedro del Rio Zañartu, Concepción.

Se estimará una tarifa plana de \$3.000, para todos los envíos locales, teniendo como referencia los precios de las empresas de transporte, considerando para la base de cálculo origen y destino Concepción.

- XS / S: Poleras Oversize, sudaderas, polera casual, peto deportivo, calzas deportivas.
- M: Polerón, pantalón de buzo.

Tabla de tarifas	Tamaño del envío			
Empresa de Logística	XS	S	M	Tipo de tarifa
Bluexpress	\$3.100	\$4.200	\$4.800	Estándar
Chilexpress	\$6.009	\$6.009	\$6.009	Estándar (Plana)
Correos de Chile	\$2.990	\$2.900	\$4.000	Estándar

Tabla 22: Elaboración propia, tabla de tarifas.

<https://app.bluex.cl/price-quote>

<https://personas.chilexpress.cl/cotizar/encomienda>

<https://www.correos.cl/cotizador>

1.1.8.1. Proyección despachos locales

La siguiente tabla detalla los envíos locales proyectados en la región del Biobío, específicamente en Concepción y sus alrededores. Este análisis se basa en la importación inicial de 5.473 prendas deportivas, de las cuales se estima que el 50% de las ventas se concentrarán en esta región.

El modelo de distribución local contempla entregas dentro de un radio de 10 km desde el centro de operaciones ubicado en Avenida Pedro del Río Zañartu, Concepción, utilizando un furgón propio. Este enfoque optimiza los costos de envío, tiempos de entrega y la experiencia del cliente, priorizando un servicio ágil y personalizado para las comunas cercanas.

A continuación, se presentan los costos y tiempos estimados por cada despacho local, junto con las comunas cubiertas en esta etapa inicial.

Comuna	Distancia	Pedidos estimados	Tarifa por despacho	Tiempo promedio de entrega (min)	Total estimado Anual
Concepción	5 Km	1.090	\$3.000	30	\$3.270.000
San Pedro de la Paz	5 – 10 Km	545	\$3.000	45	\$1.635.000
Hualpén	5 – 10 Km	409	\$3.000	40	\$1.227.000
Chiguayante	7 – 10 Km	327	\$3.000	45	\$981.000
Talcahuano	7 – 10 Km	356	\$3.000	50	\$1.068.000
Total Anual		2.727			\$8.181.000

Tabla 23: Elaboración propia, Proyección despachos locales

1.1.8.2. Despachos a otras regiones

El despacho a otras regiones abarca áreas fuera de la ciudad de Concepción, como el Bio – Bio, Antofagasta, Valparaíso, y Santiago, donde se estima un alto porcentaje de ventas digitales, considerando los datos entregados por Kawésqar Lab (E-Commerce Tracker Lab), que sitúa a estas regiones con una mayor participación en el mercado de E-Commerce en Chile.

Para estimar los costos de envío y asegurar la cobertura a nivel nacional, se utilizó como referencia las tarifas de Bluexpress, dado que son una de las más económicas, dando un costo promedio de envío de \$5.150 CLP por pedido, considerando un tamaño S, que se ajusta al tamaño de prendas deportivas en general, a excepción de los pantalones de buzo y polerón. Para efectos del cálculo de los envíos, se consideró como origen Concepción.

Dado que estas entregas serán gestionadas por medio de la plataforma, se aplicará una tarifa por cada pedido realizado, correspondiente a \$250 pesos. El cobro de \$250 corresponde a la tarifa de integración de Jumpseller para la gestión de cada pedido. Este costo es adicional al de los envíos y cubre el uso del sistema que facilita la creación de etiquetas de envío, la automatización del proceso logístico, y la integración con los transportistas.

1.1.8.3. Prepago envíos y descuento Jumpseller

El sistema de prepago de Jumpseller implica que el comercio debe abonar por adelantado los costos de envío de los pedidos, antes de que se realicen los despachos. Este saldo prepago se utiliza para cubrir los cargos de las empresas de transporte, como Bluexpress, y las tarifas de integración de la plataforma.

El descuento de Jumpseller con Bluexpress es un beneficio exclusivo para los usuarios que tienen un contrato con Jumpseller. Este descuento es del 25% sobre el costo base del envío, lo que reduce significativamente el costo de despacho para los envíos gestionados a través de la plataforma. El descuento se aplica de forma automática en los costos de transporte, lo que ayuda a optimizar los gastos logísticos del negocio

Tabla costo prepago	Valor (CLP)
Costo base de envío	\$5.150
Descuento (25%)	-\$1.288
Costo final de envío (con descuento)	\$3.862
Tarifa de integración Jumpseller	\$250
Monto total prepago	\$4.112

Tabla 24: Elaboración propia, costo prepago.

Proyección costo prepago anual

Año	2025	2026	2027	2028	2029
Envíos	2.737	2.819	2.903	2.990	3.080
Costo anual	\$11.213.424	\$11.589.672	\$11.937.136	\$12.294.880	\$12.662.904

Tabla 25: Elaboración propia, proyección costo prepago anual

Tabla ingreso por envío	Valor (CLP)
-------------------------	-------------

Tarifa Cobrada al cliente	\$5.150
Costo total Prepago	\$4.112
Ingreso por envío (Retorno)	\$1.038

Tabla 26: Elaboración propia, Ingresos por envío Jumpseller.

Proyección de ingresos por envío al cliente

Año	2025	2026	2027	2028	2029
Envíos	2.737	2.819	2.903	2.990	3.080
Ingreso anual	\$14.092.975	\$14.517.850	\$14.950.450	\$15.398.500	\$15.862.000

Tabla 27: Elaboración propia, Proyección de ingresos por envío al cliente

1.1.9. Promoción y publicidad

Publicidad en Redes Sociales: Campaña de Marketing Digital

Para maximizar el impacto de la marca, se implementará una campaña publicitaria integral a través de Facebook e Instagram, enfocada en estrategias que promuevan los valores del estoicismo y la ropa deportiva ofrecida. Estas acciones estarán dirigidas a conectar con el público objetivo y posicionar la marca como una alternativa única en el mercado.

Objetivo de la Campaña

- Primario: Incrementar la visibilidad de la marca y generar tráfico hacia la tienda online.
- Secundario: Fomentar la conversión de leads en clientes mediante promociones, contenido inspirador y colaboraciones estratégicas.

Estrategias y Acciones

- Campañas de Anuncios Pagados en Facebook e Instagram
- Segmentación: Demográfica: Personas entre 18 y 40 años, interesadas en fitness, deportes, bienestar y filosofía.
- Geográfica: Enfocada en las principales ciudades de Chile.
- Intereses específicos: Estoicismo, deporte, ropa deportiva, resiliencia y bienestar emocional.

Formatos de Anuncios:

- Carruseles: Muestran múltiples productos con frases estoicas en las imágenes.
- Videos cortos: Destacan la funcionalidad de la ropa en el deporte y transmiten valores filosóficos.
- Stories interactivas: Encuestas y "desliza para comprar".

Colaboraciones con Influencers:

Perfil de Influencers:

- Fitness y deporte: Atletas de calistenia y deportes funcionales.
- Filosofía y bienestar: Creadores de contenido que promuevan valores afines al estoicismo.
- Microinfluencers (5.000 - 50.000 seguidores): Mejor relación costo-impacto

Estrategias de Colaboración:

Publicaciones patrocinadas mostrando la ropa en entrenamientos o actividades cotidianas.

Historias destacadas con links directos a productos.

Sorteos colaborativos: "Gana una polera con una frase estoica por seguirnos y etiquetar a dos amigos".

Creación de Contenido Inspirador

Publicaciones de valor:

Frases icónicas del estoicismo acompañadas de imágenes de los productos en uso.

Historias de clientes que personifiquen los valores de resiliencia y autodisciplina.

Contenido multimedia:

- Videos explicativos sobre cómo los principios estoicos influyen en el deporte.
- Reels dinámicos que muestren la funcionalidad y diseño de las prendas.

Promociones y Ofertas

Campanñas específicas:

- "Envío gratuito para compras mayores a \$50.000 CLP".
- Descuentos exclusivos para seguidores en redes sociales.
- Premios a clientes frecuentes, como poleras personalizadas con frases estoicas.

Ejemplo de anuncio:

" Resiliencia y estilo van de la mano . Descubre nuestras prendas inspiradas en el estoicismo. Compra ahora y recibe envío GRATIS por compras sobre \$50.000 CLP.

Publicidad en Plataformas de E-commerce: Se utilizarán Mercado Libre y Yapox para publicitar las prendas, aprovechando sus planes que permiten destacar en los primeros lugares de búsqueda de productos de ropa deportiva.

Creación de Página Web: Se desarrollará una página de e-commerce en Jumpseller, facilitando la venta directa de las prendas y mejorando la experiencia del cliente al realizar sus compras en línea.

Participación en Actividades Deportivas: Stoa estará presente en diversas actividades deportivas, ofreciendo la oportunidad de mostrar las prendas directamente a los consumidores y generar interés en la marca.

1.2. Definición de empresa

Modelo de Negocios: Stoa implementa un modelo de negocio que actúa como intermediario entre el fabricante y el consumidor final, ofreciendo una selección cuidada de ropa deportiva. Este enfoque permite a la empresa proporcionar productos de calidad.

Importación de Productos: Los productos serán importados desde China, garantizando una variedad de estilos y calidades que se alineen con la visión de la marca. La importación se gestionará eficientemente para asegurar un flujo constante de inventario y la satisfacción del cliente en la comuna de Concepción y a nivel nacional.

Estrategia de Marketing: La venta y publicidad de Stoa se llevarán a cabo a través de una página web intuitiva y atractiva, que servirá como la principal plataforma de comercio electrónico. Además, se implementarán estrategias de marketing personalizadas en redes sociales y mediante influencers afines a la filosofía estoica y al bienestar físico, ampliando el alcance de la marca y conectando emocionalmente con el público objetivo.

Distribución: La distribución de los productos se realizará principalmente mediante despacho a domicilio en todo Chile, garantizando la comodidad del cliente. Los costos de envío serán asumidos por el cliente, permitiendo que la empresa mantenga precios competitivos y enfocados en la calidad del producto.

1.2.1. Misión

"Inspirar a las personas a alcanzar su máximo potencial a través de la ropa deportiva y los principios estoicos."

1.2.2. Visión

"Ser reconocidos en un plazo de 5 años como un referente en la industria de ropa deportiva por nuestro compromiso con la filosofía estoica y el bienestar de las personas."

1.3. Análisis FODA

Con el objetivo de analizar y crear estrategias en común entre los factores externos de la empresa, se utiliza una matriz FODA, para mitigar e identificar amenazas y maximizar oportunidades, con el fin de tomar decisiones de carácter estratégico.

1.3.1. Oportunidades

- a) Crecimiento sostenido del estoicismo a nivel mundial.
- b) La creciente influencia de entrenadores, filósofos contemporáneos estoicos, influencers del mundo fitness y calistenia, permite llegar a una audiencia más amplia.
- c) Aumento de la actividad deportiva a nivel nacional.
- d) Competidores no consolidados en ofrecer ropa con los principios estoicos.

1.3.2. Amenazas

- a) Competidores con mayores recursos que lancen una línea de ropa inspirada en el estoicismo.
- b) Elevada competencia en la venta de ropa deportiva.
- c) Las fluctuaciones en los costos de importación, como, aranceles, impuestos o tarifas, podrían aumentar los costos operativos.
- d) La baja aceptación del concepto filosófico podría limitar el atractivo de la marca.

1.3.3. Matriz FODA.

Análisis Externo	Cruce AO
Amenazas: A1. Competidores con mayores recursos. A2. Elevada competencia en la venta de ropa deportiva. A3. Fluctuaciones en los costos de importación. A4. Baja aceptación del concepto filosófico.	A1.O1. Debido a que existen competidores con más recursos los cuales pueden lanzar líneas de ropa con mayor facilidad, las alianzas con influencers y entrenadores pueden ayudar a Stoa a destacarse y construir una comunidad. A2.O2. La alta competencia presenta un desafío, pero la influencia de entrenadores e influencers afines al estoicismo ha ido en aumento, lo que beneficia a la marca a posicionarse en el mercado. A3.O3. Aunque las fluctuaciones en los costos pueden afectar la rentabilidad, el crecimiento del interés por el deporte pueden mitigar estas variaciones. A4.O4. La baja aceptación del estoicismo es un reto, pero el hecho de que no hay competidores consolidados en este nicho permite que Stoa atraiga a los consumidores hacia esta filosofía.
Oportunidades: O1. Crecimiento sostenido del estoicismo a nivel mundial O2. Mayor influencia de entrenadores, filósofos contemporáneos e influencers. O3. Aumento de la actividad deportiva a nivel nacional. O4. Competidores no consolidados en la filosofía estoica.	

Tabla 28: Elaboración propia, Matriz cruce DAFO

1.4. Análisis de la oferta

La oferta de prendas de vestir deportivas en Chile es muy variada, con una amplia gama de precios, estilos y calidades disponibles en el mercado. En el siguiente análisis, se consideran cinco marcas: Decathlon, Sparta, Konko, Murph y Stoa. Si bien no es posible determinar con precisión cuánto venden monetariamente estas empresas debido a la falta de datos públicos, sí es posible analizar sus precios de venta y características principales para identificar factores diferenciadores en la oferta.

En términos generales, Decathlon y Sparta se destacan por ofrecer productos accesibles y funcionales, diseñados para satisfacer las necesidades básicas de los consumidores deportivos. Estas marcas priorizan un equilibrio entre precio y calidad, con un enfoque en actividades deportivas populares y un alcance significativo en el mercado nacional. Ambas tienen una fuerte presencia en tiendas físicas y plataformas de venta online, con promociones frecuentes para atraer a un público masivo.

Por otro lado, Konko y Murph, marcas chilenas emergentes, apuntan a un público joven y activo que busca productos modernos y prácticos, pero con un toque de diseño distintivo. Estas marcas se caracterizan por su capacidad para adaptarse a las tendencias locales, manteniendo precios competitivos en relación con la calidad de sus materiales. Además, han comenzado a ganar terreno en redes sociales mediante campañas digitales orientadas a destacar su identidad nacional y su compromiso con el consumidor chileno.

Finalmente, Stoa, como propuesta innovadora, combina funcionalidad y diseño con un enfoque filosófico único inspirado en el estoicismo.

Este análisis resalta una oferta diversa en el mercado chileno de ropa deportiva, con oportunidades para marcas que puedan posicionarse estratégicamente a través de diferenciación, precios accesibles y canales de distribución efectivos.

1.5. Análisis de la demanda

En cuanto a la demanda en Chile de prendas de vestir deportivas, ésta se concentra mayoritariamente en los grupos de ingresos medios a altos.

El principal perfil del consumidor chileno de ropa deportiva son personas mayores de 18 años, con un nivel socioeconómico y educativo medio-alto. Los principales lugares de compra de los consumidores chilenos de ropa deportiva son mercados on line y tiendas físicas. En cuanto a los hábitos de consumo, la tendencia de los consumidores es comprar cada vez productos sostenibles y amigables con el medio ambiente,

Focalizando los esfuerzos de marketing y la utilización de los recursos limitados de una manera eficaz y eficiente, para así concretar la mayor cantidad de ventas.

1.6. Fuerzas de Porter

Para evaluar el atractivo o nivel de amenaza de la industria de ropa deportiva en Chile, se realiza un análisis cualitativo basado en factores clave del mercado. Aplicando el modelo de las 5 fuerzas de Porter, se examinan aspectos como la intensidad de la competencia, el poder de los proveedores y compradores, la amenaza de nuevos entrantes y la sustitución de productos. A cada uno de estos factores se le asigna un nivel de amenaza que ayuda a identificar si la industria es favorable para la entrada y crecimiento de nuevas empresas.

Niveles	Ponderación numérica
Amenaza baja de la industria hacia el proyecto	1
Amenaza media de la industria hacia el proyecto	2
Amenaza alta de la industria hacia el proyecto	3

Tabla 29: Ponderación numérica Niveles de Porter.

1.6.1. Evaluación de las cinco fuerzas de Porter.

Amenaza de nuevos competidores

Nivel de posicionamiento de la marca: Stoa es una empresa pionera, la marca estará posicionada como la primera en el mercado de ropa deportiva en transmitir por medio de estampados, principios estoicos, por otra parte, al patentar los logos, la entrada de nuevos competidores que busquen adaptar esta filosofía se hará más difícil, por lo que la amenaza es media.

Nivel de precios del producto: Las prendas a ofertar estarán a un precio accesible para la gran mayoría de los usuarios de ropa deportiva o fitness, considerando las composiciones y características de las telas, por lo tanto, el nivel de amenaza es medio.

Nivel de inversión del proyecto: La inversión inicial no se considera muy alta, dado que, principalmente el costo inicial, estará constituido en gran parte por la importación, además, al no disponer de una tienda física, los costos no serán tan elevados, por lo que la amenaza es baja.

Nivel de lealtad de los clientes potenciales: Los clientes de ropa deportiva por lo general tienden a buscar precios más bajos o accesibles, sin embargo, no existe otra marca de ropa deportiva que integre estos principios estoicos en sus prendas, por lo que se podría generar una fuerte fidelización por parte de los clientes potenciales. Amenaza alta.

Tabla de amenazas de nuevos competidores.

Factores	Nivel de amenaza	Ponderación numérica
Nivel de posicionamiento	Baja	1
Nivel de precios	Medio	2
Nivel de inversión	Baja	1
Nivel de lealtad, clientes	Alta	3

Tabla 30: Ponderación numérica, Amenazas de nuevos competidores.

Amenaza de producto sustituto.

Precios relativos de los productos sustitutos: Los productos sustitutos más económicos, los ofrece Decathlon, con precios muy bajos y accesibles para cualquier consumidor de ropa deportiva en general. El nivel de la amenaza es alto.

Nivel percibido de diferenciación de producto o servicio: Las prendas serán percibidas por los clientes como un producto con estampados únicos y con envío a domicilio. El nivel de amenaza es bajo.

Coste o facilidad de cambio del comprador: El cliente tendrá la posibilidad de cambiar de marca, sin embargo, Stoa, será la única en entregar prendas con estampados de la filosofía estoica. El nivel de amenaza es medio.

Propensión del comprador a sustituir: Como se mencionaba anteriormente en el nivel de lealtad del cliente, el nivel de amenaza es alto, debido a que el cliente toma muchas veces la decisión de compra sin verificar marcas ni mayores características.

Factores	Nivel de amenaza	Ponderación numérica
Precios productos sustitutos	Alta	3
Productos sustitutos	Bajo	1
Facilidad de cambio del comprador	Medio	2
Propensión del comprador a sustituir	Alta	3

Tabla 31: Ponderación numérica, Amenaza de productos sustitutos.

Poder de negociación de los proveedores.

Cantidad de proveedores: Existe una gran variedad de proveedores internacionales, los cuales cuentan con una gran capacidad para cumplir con el abastecimiento. El nivel de amenaza es bajo.

Concentración geográfica: Los proveedores se ubican en China, por lo que el nivel de amenaza es alto.

Variedad de artículos sustitutos: Gran parte del mercado chino ofrece una gran variedad de productos similares. El nivel de amenaza es alto.

Servicio al cliente: Los proveedores ofrecen una línea de atención por correo electrónico con rápida respuesta, sin embargo, la diferencia horaria no permite tener una comunicación continua. El nivel de amenaza es medio.

Factores	Nivel de amenaza	Ponderación numérica
Cantidad de proveedores	Bajo	1
Concentración geográfica	Alto	3
Variedad de artículos sustitutos	Alto	3
Servicio al cliente	Medio	2

Tabla 32: Ponderación numérica, Poder de negociación de los proveedores.

Poder de negociación de los clientes.

Disponibilidad de información para el comprador: En la página web, el cliente tendrá toda la información a disposición y catálogos de productos en línea. Para Stoa se considera una amenaza baja.

Disponibilidad de organización de los clientes: Por lo general, los usuarios de un tipo de producto crean grupos en redes sociales para comentar experiencias, si un producto no les gusta o no cumple con sus expectativas se organizan rápidamente para dar a conocer su opinión en conjunto. El nivel percibido de amenaza es medio.

Existencia de productos sustitutos: Como se indicó anteriormente, existen productos sustitutos y a bajo precio, pero no ofrecen estampados que promuevan una filosofía de vida que conecte con los clientes. El nivel de amenaza es bajo.

Sensibilidad del comprador al precio: El comprador se percibe sensible al precio de las prendas deportivas ofertadas en internet, dado que, existe una fuerte competencia en el mercado de ropa deportiva con precios muy competitivos. El nivel de amenaza es alto.

Factores	Nivel de amenaza	Ponderación numérica
Disponibilidad de información	Baja	1
Disponibilidad de información	Media	2
Existencia de productos sustitutos	Baja	1
Sensibilidad del comprador al precio	Alto	3

Tabla 33: Ponderación numérica, Poder de negociación de los clientes.

Rivalidad entre los competidores.

El análisis de la competencia se realiza en base a las empresas que comercializan ropa deportiva.

Número de competidores: Existe una gran variedad de marcas que comercializan productos similares, bajo el mismo modelo de venta. La rivalidad entre la industria de ropa deportiva se percibe elevada, sin embargo, no integran en sus prendas estampados alusivos al estoicismo. El nivel de amenaza es medio.

Tamaño de los competidores:

Las marcas chilenas y globales con respaldo empresarial y mejor posicionadas en plataformas en línea que representan una competencia significativa para Stoa Store son Decathlon, Sparta, Konko y Murph:

Decathlon:

Multinacional con una amplia gama de productos deportivos. Su enfoque está en ofrecer calidad funcional a precios accesibles, haciendo uso de su modelo de marca propia y optimización de costos. Tienen una fuerte presencia en tiendas físicas y plataformas digitales, captando un segmento masivo del mercado chileno.

Sparta:

Tienda multimarca que distribuye productos deportivos de diversas líneas. Aunque no desarrolla tecnología propia, su alcance en el mercado chileno es significativo gracias a su estrategia omnicanal y promociones constantes. Se enfoca en un equilibrio entre precio y calidad, atrayendo tanto a clientes ocasionales como a entusiastas del deporte.

Konko:

Marca chilena emergente que combina funcionalidad y diseño moderno. Su tamaño es más reducido en comparación con jugadores internacionales, pero se destaca en el segmento joven y local, con un enfoque en prendas accesibles y estilos versátiles para actividades deportivas y casuales.

Murph:

También de origen chileno, esta marca se enfoca en ropa deportiva funcional con toques de diseño diferencial. A pesar de ser más pequeña, está ganando terreno en el mercado gracias a su estrategia de personalización y cercanía con los consumidores locales, principalmente a través de redes sociales.

Nivel de Crecimiento del sector industrial: En Chile, los productos deportivos con enfoque en bienestar y sostenibilidad están en auge en plataformas en línea, según datos de Data sur. Esto no genera una amenaza directa para Stoa, dado que sigue tendencias similares. Esto no genera amenazas al negocio.

Nivel de Diferenciación del producto: Las marcas deportivas como Decathlon, Sparta, Konko y Murph se diferencian principalmente en tres aspectos clave: ofrecer productos accesibles, funcionales y adaptados a las necesidades del consumidor chileno. Por otro lado, Stoa Store destaca al incorporar valores filosóficos, como el estoicismo, en sus diseños, lo que representa una propuesta distintiva dentro del mercado de ropa deportiva.

El nivel de amenaza que representan estas marcas se considera medio, ya que, aunque son competidores establecidos con estrategias consolidadas, ninguna de ellas aborda este enfoque filosófico, lo que permite a Stoa Store ocupar un nicho específico dentro del mercado chileno.

Nivel de Diferenciación del producto:

Factores	Nivel de amenaza	Ponderación numérica
Número de competidores	Medio	2
Tamaño de los competidores	Alta	3
Nivel Crecimiento del sector industrial	Baja	1
Nivel Crecimiento del sector industrial	Medio	2

Tabla 34: Ponderación numérica, Nivel de Diferenciación del producto.

1.6.2. Análisis de ponderación de fuerzas Porter

Fuerzas de Porter	Promedio de factores
Amenaza de nuevos competidores	1,75
Amenaza de producto sustituto	2,25
Poder de negociación de los proveedores	2,25
Poder de negociación de los Clientes	1,75
Rivalidad entre los competidores	2,0

Tabla 35: Promedio de factores, Fuerzas de Porter.

El nivel de amenaza para la industria de ropa deportiva enfocada en el estoicismo es de nivel medio. los productos de Stoa se diferencian por su enfoque filosófico único.

La entrada de nuevos competidores y la producción de ropa deportiva a gran escala son un riesgo, pero la propuesta de Stoa, al incorporar principios del estoicismo en sus diseños, ofrece una experiencia única. La falta de marcas que combinen filosofía y deporte posiciona a Stoa como pionera en este nicho.

1.7. Modelo de propuesta de valor y modelo Canvas

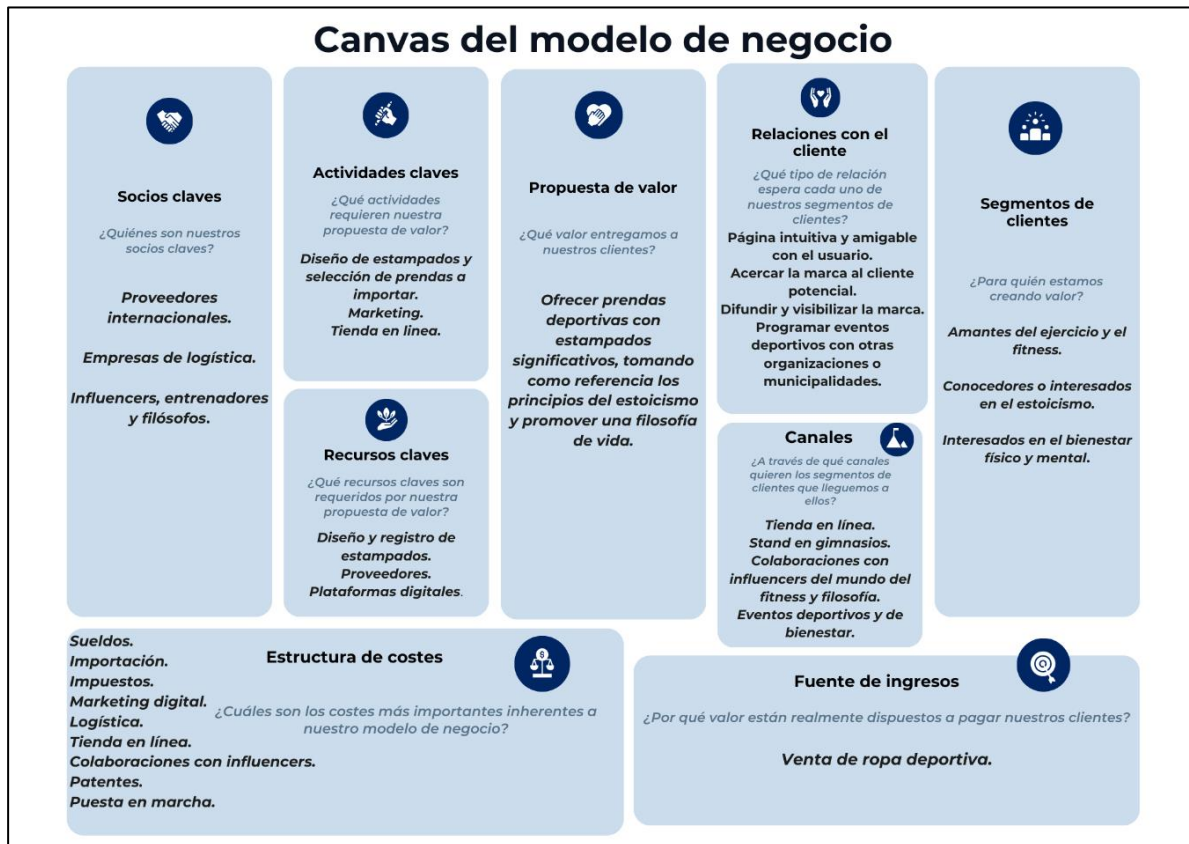


Ilustración 23: Elaboración propia, modelo Canvas

1.8. Cadena de valor

Para representar de manera clara las principales actividades de la empresa y obtener una ventaja competitiva en el mercado, se implementa una cadena de valor que permite analizar las actividades primarias y las actividades de soporte de forma independiente, aunque trabajan de manera simultánea para lograr un producto final de calidad y una experiencia de compra que satisfaga plenamente las expectativas de los clientes.

1.8.1. Actividades primarias.

Logística interna.

Recepción y control de calidad de las prendas importadas desde China, asegurando un correcto almacenamiento en lugar físico, garantizando la integridad de las prendas.

Operaciones.

Diseño y registro de los estampados que reflejen los principios del estoicismo, a su vez, de una correcta gestión de inventario de las prendas de vestir. Cotización con proveedores internacionales, priorizando experiencia exportadora, años en el mercado textil y certificaciones internacionales.

Logística externa

Colaboración con socios logísticos para la entrega rápida y eficiente de productos.

Marketing y ventas

Promoción mediante redes sociales, colaboración con influencers del fitness y uso de plataformas como mercado libre y la web propia.

Servicios post venta

Se establecerá un sólido sistema de atención al cliente que incluya soporte posventa, manejo de consultas y gestión de devoluciones. Esto garantizará una experiencia de compra satisfactoria, fomentando la lealtad del cliente y el reconocimiento de la marca.

1.8.2. Actividades de soporte.

Infraestructura administrativa

Gestión eficiente a través de plataformas digitales como Jumpseller, que faciliten la creación de un sitio web funcional y atractivo para la venta de productos, permitiendo optimizar la experiencia del cliente y asegurar un proceso de compra fluido.

Gestión de RR. HH

Capacitación continua del personal para mejorar la atención al cliente y fortalecer las relaciones con proveedores, además de promover un ambiente de trabajo colaborativo y eficiente que se refleje en la satisfacción del cliente.

Desarrollo tecnológico

Optimización de las plataformas de e-commerce y marketing digital para maximizar el alcance y la efectividad de las campañas promocionales.

Aprovisionamiento

Selección rigurosa de proveedores internacionales, enfocándose en la calidad y sostenibilidad, verificando que cuenten con certificaciones reconocidas o acreditadas.

Actividades de soporte.	Infraestructura administrativa	Gestión eficiente a través de plataformas digitales como Jumpseller, que faciliten la creación de un sitio web funcional y atractivo para la venta de productos, permitiendo optimizar la experiencia del cliente y asegurar un proceso de compra fluido.				Margen
	Recursos humanos	Capacitación continua del personal para mejorar la atención al cliente y fortalecer las relaciones con proveedores, además de promover un ambiente de trabajo colaborativo y eficiente que se refleje en la satisfacción del cliente.				
	Desarrollo de la tecnología	Optimización de las plataformas de e-commerce y marketing digital para maximizar el alcance y la efectividad de las campañas promocionales.				
	Compras	Selección rigurosa de proveedores internacionales, enfocándose en la calidad y sostenibilidad, verificando que cuenten con certificaciones reconocidas o acreditadas.				
	Logística interna	Operaciones	Logística externa	Marketing y ventas	Servicios post ventas	Margen
	Recepción y control de calidad de las prendas importadas desde China, asegurando un correcto almacenamiento en lugar físico, garantizando la integridad de las prendas.	Cotización con proveedores internacionales, priorizando experiencia exportadora y años en el mercado textil. Personalización y diseño de los estampados que reflejen los principios del estoicismo.	Verificación de pedidos antes de enviar para asegurar su entrega. Colaboración con socios logísticos para la entrega rápida y eficiente de productos en su domicilio.	Promoción mediante redes sociales, colaboración con influencers del fitness y uso de plataformas como mercado libre y la web propia.	Soporte posventa, atención a consultas y manejo de devoluciones, en caso de que la prendas presenten errores en costuras o en el estampado.	

1.9. Condiciones de comercialización, creación del valor del producto.

Las condiciones de comercialización de Stoa están diseñadas para alcanzar a todo Chile. Los clientes podrán comprar utilizando diversos medios de pago en línea y recibir sus productos con envío a domicilio.

La rapidez en la entrega dependerá de la distancia. El enfoque del negocio es generar valor no solo a través de productos deportivos, sino también al incorporar mensajes estoicos, creando una experiencia de compra gratificante que combina innovación, filosofía y rendimiento deportivo.

1.10. Mercado Potencial

Los clientes potenciales corresponden a personas que practican actividad física o deporte en Chile. De acuerdo con un estudio realizado por Activa, un 46% de los encuestados declaró realizar ejercicio o deporte de manera regular. El estudio abarca un rango etario de 18 a 40 años, lo que lo convierte en un segmento de mercado clave para el desarrollo de una línea de ropa deportiva. Este grupo, además de mostrar interés en el bienestar físico, puede identificarse con valores filosóficos como los que propone el estoicismo, tales como la resiliencia y el autocontrol.

Considerando que el precio de las prendas se encuentra entre los \$14.990 y \$21.990, se determina el segmento de la población con ingresos medio a altos, superiores a \$500.000, correspondiente a personas con niveles socio económicos AB, C1a, C1b, C2.

Detalle	Personas	%	Clientes potenciales	Fuente
Población de Chile.	20.086.377	100%	20.086.377	www.banco-central.cl
Chilenos que realizan ejercicio o actividad física.	20.086.377	46%	9.239.733	Encuesta Activa
Población entre 18 y 40 años que realizan actividad física.	9.239.733	33%	3.049.112	www.ine.cl
Tasa de Empleo de personas entre 18 y 40 años que realizan actividad física.	3.049.112	60%	1.829.467	www.ine.cl
Nivel Socioeconómico AB, C1a, C1b, C2. Ingresos sobre quinientos mil pesos.	1.829.467	44%	804.965	Fundación Sol

Tabla 36: Elaboración propia, mercado potencial.

Se estima que el mercado potencial de Stoa abarca aproximadamente 804,965 personas en Chile, que realizan actividad física o ejercicio de forma regular y pertenecen al rango etario de 18 a 40 años. Este grupo no solo tiene un interés significativo en el deporte y el bienestar, sino que además cuenta con los recursos económicos necesarios para invertir en prendas deportivas a un precio accesible.

1.10.1. Mercado objetivo.

Los productos están enfocados a personas afines al ejercicio y el estoicismo, la encuesta realizada que está indicada en la ilustración 8, fue contestada por 84 personas, la cual arrojó que un 34% está dispuesto a utilizar ropa inspirada en la filosofía estoica, lo que nos da una cifra de 273.688 personas como clientes potenciales, es importante aclarar que para efectos de tomar una muestra representativa, se utilizó como población las 273.688 personas, utilizando un nivel de confianza del 95% y un margen de error de 5%, dando como resultado un tamaño de muestra de 385 personas a encuestar, para el cálculo se utilizó una página web verificable, questionpro.com, por cuestiones económicas no fue posible abarcar ese muestro de 385 personas.

Los esfuerzos de publicidad y creación de valor del producto estarán enfocados a este segmento de la población, para el primer año y considerando que es un producto nuevo en el mercado de ropa deportiva, se espera concretar al menos una venta en el año con el 2% de este mercado, 5.473 personas. La decisión de abarcar el 2% del mercado objetivo está directamente relacionada con la disponibilidad de recursos económicos y capacidad de almacenamiento. Este porcentaje permite iniciar con una proyección conservadora y realista, optimizando la utilización de los recursos disponibles para asegurar la sostenibilidad del negocio. En función de esta estimación, se espera realizar una importación inicial de 5.473 prendas, lo que nos permite cubrir la demanda proyectada en las primeras fases de operación.

Detalle	Personas	%	Clientes objetivo	Fuente
Clientes potenciales, familiarizados con el estoicismo.	804.965	34%	273.688	Encuesta propia.
% de ventas a concretar.	273.688	2%	5.473	Decesión estratégica

Tabla 37: Elaboración propia, clientes potenciales.

1.10.2. Proyección de clientes objetivos.

La empresa proyecta un mercado objetivo inicial de 5.473 personas, con la posibilidad de captar nuevos clientes durante los próximos cinco años. Considerando que el mercado de ropa deportiva a nivel mundial crecerá a una tasa de crecimiento anual compuesta del 6,9% entre 2024 y 2032 según informesdeexpertos.com.

A su vez, de acuerdo con un estudio de Euro monitor, el comercio electrónico en Chile crecerá un 32% en los próximos 5 años, pasando a representar el 21% del crecimiento total de las ventas en nuestro país, basado en esta información, se espera una tasa de crecimiento del 3% anual, de nuestro mercado objetivo.

Año	Tasa Crecimiento	Aumento de mercado objetivo
2025	3%	5.473
2026	3%	5.637
2027	3%	5.806
2028	3%	5.980
2029	3%	6.159

Tabla 38: Elaboración propia, aumento de mercado objetivo.

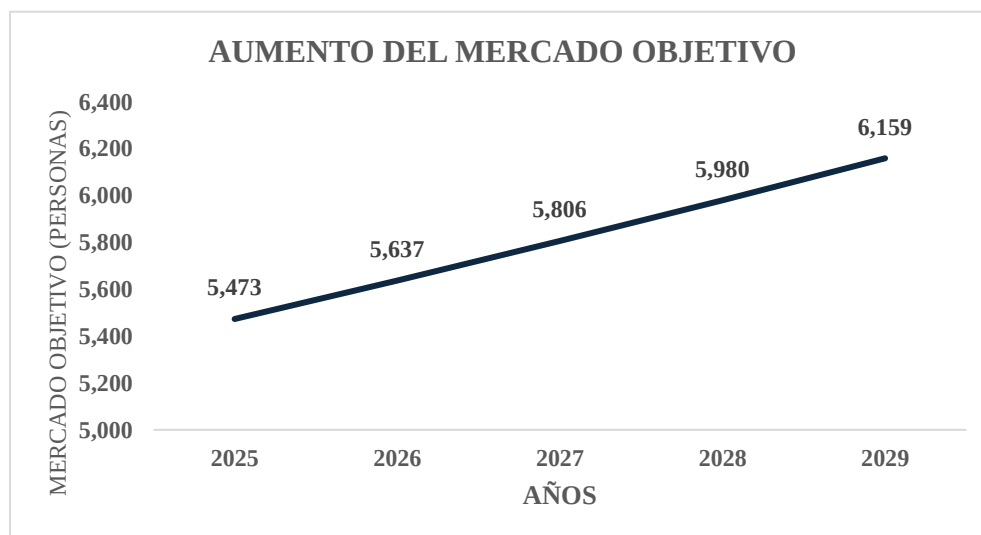


Ilustración 24: Elaboración propia, aumento del mercado objetivo.

CAPÍTULO II: ESTUDIO TÉCNICO

2. CAPÍTULO II.

2.1. Estudio técnico

2.1.1 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto tiene directa relación con la demanda esperada calculada en la tabla 27, la cantidad de prendas deportivas a importar se ve limitada por capacidad de almacenamiento, el volumen de producción de los fabricantes no presenta inconvenientes, dado que, sus instalaciones están capacitadas para abarcar un nivel de producción elevada.

La cantidad de 5.473 prendas cubre una porción significativa de la demanda proyectada para el primer año.

Al mantener la inversión inicial en esta cantidad de prendas, permite evaluar la aceptación del producto en el mercado antes de comprometer mayores recursos en futuras importaciones.

Tabla 39: Elaboración propia, Proyección de demanda.

Proyección de demanda.					
Años	2025	2026	2027	2028	2029
Ventas	5.473	5.637	5.806	5.980	6.159

2.1.2. Capacidad de producción fabricantes internacionales.

Proveedor	Abastecimiento Anual
-----------	----------------------

Dongguan Yikin Apparel Co., Ltd. Certificado	Producción total anual (unidades): 2.200.000
Dongguan Minghang Garments Co., Ltd.	Producción total anual (unidades): 3.000.000
Guangzhou Hengdong Sports Goods Co., Ltd.	Producción total anual (unidades): 1.500.000
Shantou Xianda Apparel Industrial Co., Ltd.	Producción total anual (unidades): 2.000.000
Fabsub Technologies Co., Limited	Producción total anual (unidades): 1.800.000

Tabla 40: Elaboración propia, capacidad de producción fabricantes internacionales.

Tamaño del proyecto

Tamaño del proyecto					
Años	2025	2026	2027	2028	2029
Prendas	5.473	5.637	5.806	5.980	6.159
Peso (Kg)	3.244	3.344	3.444	3.547	3.652
M3 (Cajas)	10,9	11,33	11,66	12,00	12,35

Tabla 41: Elaboración propia, tamaño del proyecto

2.2 Análisis de localización

El centro de operaciones estará ubicado estratégicamente en Av. Zañartu, Pedro del río, en la ciudad de Concepción. Esta localización ofrece una gran ventaja para las

operaciones de despacho, siendo un punto clave en la región del Biobío, con acceso directo a las principales vías de transporte y logística del sur de Chile.

Desde esta ubicación, la empresa podrá realizar despachos de manera rápida y eficiente hacia distintas empresas logísticas, aprovechando la conectividad que ofrece la ciudad. Concepción cuenta con una infraestructura desarrollada y acceso a servicios de transporte terrestre lo que facilita el traslado de mercancías a diversas regiones. Además, la proximidad a los centros de distribución regionales y nacionales garantiza que los tiempos de entrega se mantendrán competitivos, beneficiando a los clientes y optimizando la cadena de suministro.

Este centro de operaciones no solo servirá como base administrativa, sino también como un punto estratégico para el almacenamiento y distribución de productos, asegurando que los despachos a las distintas empresas logísticas se realicen de forma eficiente y oportuna.



Ilustración 25: Captura satelital, domicilio centro de operaciones.

Descripción	Domicilio ubicado en Pedro del rio Zañartu, Concepción.
	Empresas de logística a menos de 5 KM.
	Domicilio de 3 pisos, primer piso de 65m2, 2 niveles de 60m2, utilizados para almacenamiento.

Tabla 42: Elaboración propia, tabla localización centro de operaciones.

2.3. Flujo del proceso de compra

En el siguiente mapa de procesos se observan las actividades necesarias desde la gestión con proveedores internacionales hasta la recepción en centro de operaciones.

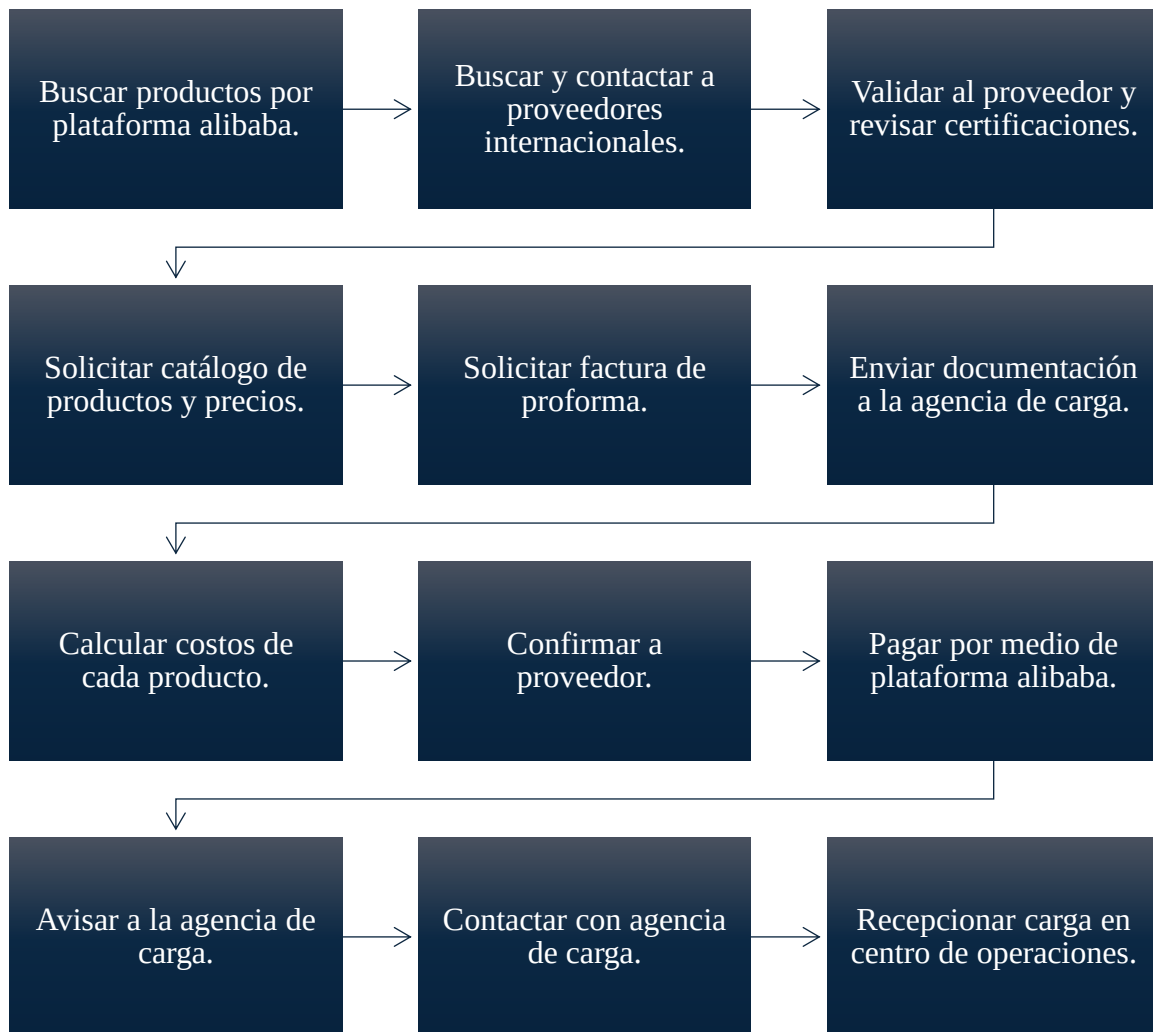


Ilustración 26: Elaboración propia, flujo de proceso.

2.4. Equipos

Equipos necesarios para cumplir con las entregas del cliente.

1. Changan M201 Furgón Cargo

- Motor 1.2 L DOHC 16 V con 97 HP
- Capacidad de carga 780kg
- Volumen de carga útil 4,3 m³
- Consumo mixto 14,4 km/lts
- Norma de Emisión euro 5



Ilustración 27: Furgón Changan M201.

2. Computador All in One Asus

- Procesador: AMD RYZEN R3
- Tamaño de la pantalla: 23.8 pulgadas
- Unidad de estado sólido SSD: 256GB
- RAM: 8GB



Ilustración 28: Computador All in One Asus.

3. Impresora Térmica de Etiquetas 3nStar LDT114 USB / Ethernet

- Velocidad de impresión de 6 IPS

- Resolución de 203 DPI
- Emulación TSPL, EPL, ZPL, DPL
- Diseño de doble pared
- 8MB SDRAM, 8MB Flash.
- Lector de tarjetas Micro SD para expansión de memoria flash
- Software de impresión de etiquetas



Ilustración 29: Impresora térmica de etiquetas.

4. Notebook Vivobook Go 14 E140

- Procesador: Intel Core i3
- Memoria RAM: 8GB
- Resolución: FHD
- Tarjeta de Video: Iris Xe Graphics



Ilustración 30: Notebook Asus.

5. Celular Moto E14

- Memoria RAM 2GB
- Capacidad de almacenamiento 64 GB
- Sistema operativo Android
- Cámara posterior 13 MP
- Generación 4G



Ilustración 31: Celular Motorola Moto E14

2.5. Organigrama

El organigrama es una representación gráfica del equipo humano dentro de una organización, estructurando y jerarquizando los roles de manera estratégica, para facilitar el cumplimiento de los objetivos empresariales.



Ilustración 32: Elaboración propia, organigrama de cargos.

2.5.1. Descripción de cargos.

Administrador: Responsable de gestionar y optimizar los recursos limitados de la empresa para cumplir con los objetivos organizacionales. Este rol implica tomar decisiones estratégicas en beneficio de la organización, así como supervisar funciones de administración de recursos humanos y finanzas.

Requisitos del cargo:

- Técnico de nivel superior en Administración de Empresas o carrera afín.
- Licencia de conducir vigente.
- Conocimientos en legislación laboral.
- Experiencia en liderazgo y toma de decisiones estratégicas.
- Habilidades de trabajo en equipo y comunicación efectiva.

Repartidor: Responsable de la entrega oportuna y eficiente de los productos a los clientes, asegurando una experiencia de entrega satisfactoria.

Requisitos del cargo:

- Licencia de conducir vigente.
- Conocimiento de rutas y zonas de entrega.
- Buen manejo del tiempo y orientación al cliente.
- Habilidad para la resolución de problemas en ruta.

Contador Externo: Encargado de la gestión contable y fiscal de la empresa, asegurando el cumplimiento de obligaciones tributarias y normativas. Trabaja bajo contrato externo, lo que permite una optimización de recursos en la organización.

Requisitos del cargo:

- Título profesional en Contabilidad o carrera afín.
- Conocimientos actualizados en normativa tributaria y contabilidad financiera.
- Experiencia en manejo de impuestos y reportes fiscales.
- Capacidad para trabajar de forma autónoma y organizada.

Sueldos brutos del personal.

Remuneraciones	Administrador	Contador externo	Repartidor
Sueldo Base	\$750.000	\$250.000	\$500.000
Total Remuneraciones	\$750.000	\$250.000	\$500.000
Total mensual	\$1.500.000		
Total anual	\$18.000.000		

Tabla 43: Elaboración propia, tabla sueldos brutos del personal.

2.6. Costos Fijos

Número	Ítem	Cantidad	Valor Unitario	Total
---------------	-------------	-----------------	-----------------------	--------------

1	Combustible furgón	516	\$ 1.256	\$ 648.096
2	Mantenión furgón	1	\$ 250.000	\$ 250.000
3	Arriendo	12	\$ 200.000	\$ 2.400.000
4	Ser. De telefonía Celular (3 celulares)	36	\$ 9.990	\$ 359.640
5	Servicios de internet	12	\$ 12.590	\$ 151.080
6	Luz	12	\$ 40.000	\$ 480.000
7	Agua	12	\$ 25.000	\$ 300.000
8	Soporte página web	12	\$ 16.000	\$ 192.000
Total mensual				\$398.401
Total Anual				\$4.780.816

Tabla 44: Elaboración propia, costos fijos

2.7. Costos Indirectos

Número	Ítems	Cantidad	Valor Unitario	Total
1	Útiles de escritorio	12	\$ 40.000	\$ 480.000

2	Marketing	12	\$ 252.990	\$3.035.880
3	Material de aseo	12	\$ 15.000	\$ 180.000
4	Etiquetas térmicas autoadhesivas 10x15 cm	5.500	\$ 15	\$ 82.500
5	Bolsas para pedidos S	2323	\$ 29,13	\$ 67.669
6	Bolsas para pedidos M	3150	\$ 29.13	\$ 91.760
			Total mensual	\$328.151
			Total anual	\$3.937.808

Tabla 45:Elaboración propia, costos indirectos

2.8. Costos de publicidad

Promociones	Valor Mensual	Valor Anual
Publicidad redes sociales	\$150.000	\$1.800.000
Premios a clientes (Prenda)	\$17.990	\$215.880
Conjunto deportivo (Canjes)	\$40.000	\$480.000
Eventos deportivos locales	\$45.000	\$540.000
Total	\$252.990	\$3.035.880

Tabla 46: Elaboración propia, costos de publicidad

2.9. Costo variable unitario

Tabla costo prepago	Valor (CLP)
Costo base de envío	\$5.150
Descuento (25%)	-\$1.288
Costo final de envío (con descuento)	\$3.862
Tarifa de integración Jumpseller	\$250
Monto total prepago	\$4.112

Tabla 47:Elaboración propia, costos de operación

por despachos Jumpseller.

2.9.1. Proyección de costos variables anuales

Año	2025	2026	2027	2028	2029
Envíos	2.727	2.819	2.903	2.990	3.080
Costo anual	\$11.213.424	\$11.589.672	\$11.937.136	\$12.294.880	\$12.662.904

Tabla 48: Elaboración propia, costos anuales de operación

2.10. Costos de inversión de bienes tangibles

Número	Item	Cantidad	Valor Unitario	Total	Años vida Útil
1	Furgón	1	\$ 7.961.100	\$ 7.961.100	7
2	Impresora térmica	1	\$ 156.990	\$ 156.990	3
3	Escritorio	2	\$ 39.990	\$ 79.980	5
4	Silla ergonómica	3	\$ 49.990	\$ 149.970	5
5	Notebook	1	\$ 339.990	\$ 339.990	6
6	PC	1	\$ 469.990	\$ 469.990	6
7	Teléfono celular	3	\$ 69.990	\$ 209.970	5
8	Impresora	1	\$ 49.990	\$ 49.990	3
9	Repisas	4	\$ 19.990	\$ 79.960	7
10	Mesa plegable	2	\$ 36.990	\$ 73.980	3
11	Racks organizadores	3	\$ 281.190	\$ 843.570	6
12	Importación	1	\$ 69.278.588	\$ 69.278.588	N/A
Total				\$ 79.694.078	

Tabla 49: Elaboración propia, Costos de inversión de bienes tangibles

2.11. Costos de inversión de bienes intangibles

Costos de inversión de bienes intangibles		
Ítems	Cantidad	Monto
Patente comercial	1	\$ 60.000
Asesoría legal	1	\$ 30.000
Registro marca INAPI	1	\$ 201.000
Registro diseño industrial INAPI (6 UTM)	9	\$ 3.240.000
Total		\$ 3.531.000

Tabla 50: Elaboración propia, costos de inversión de bienes intangibles

2.12. Costos de inversión de importación

USD	\$952,38
------------	-----------------

N° Unidades	5.473
FOB /ex Work	\$54.607.564

FLETE MARITIMO	\$ 2.857.140
SEGURO	\$ 152.381
CIF	\$ 57.617.085

Ad valorem (Certificado de origen)	\$0,00
Valor Aduanero (Customs Value)	\$ 57.617.085
IVA 19%	\$ 10.947.246
Gastos portuarios	\$ 238.095
Desconsolidación	\$ 71.476
Flete Interno	\$ 131.428
Honorarios AG ADUANA	\$ 212.380
Apertura de Manifiesto	\$ 60.876
Valor DAP CLP	\$69.278.587
Total Unidades	5473
Valor Producto Unitario BRUTO	\$ 10.614

Tabla 51: Elaboración propia, costos de importación.

2.13. Prorratio costo de prendas

USD	\$952,38	OVERSIZE	SHORTS FITNESS HOMBRE	SUDADERAS	POLERA CASUAL
Nº Unidades	5.473	900	900	720	600
Valor Fob x Unidad		\$7,85	\$6,55	\$5,10	\$4,70
Flete China		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
FOB /ex Work	\$57.338,00	\$7.065,00	\$5.895,00	\$3.672,00	\$2.820,00
FLETE MARITIMO	\$3.000,00	\$493,33	\$493,33	\$394,66	\$328,89
		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
EMISION BL		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
DTHC		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
SEGURO	\$160,00	\$26,31	\$26,31	\$21,05	\$17,54
CIF	\$60.498,00	\$7.584,64	\$6.414,64	\$4.087,71	\$3.166,43
Ad valorem	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Valor Aduanero (Customs Value)	\$60.498,00	\$7.584,64	\$6.414,64	\$4.087,71	\$3.166,43
IVA	\$11.494,62	\$1.441,08	\$1.218,78	\$776,67	\$601,62
Gastos portuarios	\$250,00				
Gastos Despacho (Puerto)		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Cert. Transbordo		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Desconsolidación	\$75,05	\$12,34	\$12,34	\$9,87	\$8,23
Validacion BL		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Flete Interno	\$138,00	\$22,69	\$22,69	\$18,15	\$15,13
Honorarios AG ADUANA	\$223,00	\$36,67	\$36,67	\$29,34	\$24,45
Gastos Despacho (Puerto)		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Apertura de Manifiesto	\$63,92	\$10,51	\$10,51	\$8,41	\$7,01
Despacho Patio Puerto a Camion		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
IVA SERVICIOS 23 A 31		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Valor DAP BRUTO	\$72.742,59	\$9.107,94	\$7.715,64	\$4.930,15	\$3.822,86
Total Unidades	5473	900	900	720	600
Valor Producto Unitario BRUTO	\$13,29	\$10,12	\$8,57	\$6,85	\$6,37
VALOR DAP CLP	\$ 69.278.588	\$8.674.220,58	\$7.348.221,91	\$4.695.378,71	\$3.640.815,86
DAP NETO	\$60.997,97	\$7.666,86	\$6.496,86	\$4.153,49	\$3.221,24
DAP NETO CLP	\$58.093.246,67	\$ 7.301.762,95	\$ 6.187.478,35	\$ 3.955.697,96	\$ 3.067.843,76
TOTAL UNIDADES	5473	900	900	720	600
UNITARIO NETO	\$11,15	\$8,52	\$7,22	\$5,77	\$5,37
UNITARIO NETO CLP	\$10.614,52	\$ 8.113	\$ 6.875	\$ 5.494	\$ 5.113

Tabla 52: Elaboración propia, distribución de costos por prenda.

USD	\$952.38	PETO DEPORTIVO MUJER	CALZAS DEPORTIVAS MUJER	CAMISETA ATLÉTICA	POLERON HOMBRE	PANTALÓN DE BUZO
N° Unidades	5.473	323	300	800	450	480
Valor Fob x Unidad		\$12.92	\$12.92	\$5.30	\$16.70	\$14.60
Flete China		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
FOB Iex Work	\$57.338,00	\$4.173,16	\$3.876,00	\$4.240,00	\$7.515,00	\$7.008,00
		76				
FLETE MARITIMO	\$3.000,00	\$177,05	\$164,44	\$438,52	\$246,67	\$263,11
		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
EMISION BL		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
DTHC		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
SEGURO	\$160,00	\$9,44	\$8,77	\$23,39	\$13,16	\$14,03
CIF	\$60.498,00	\$4.359,65	\$4.049,21	\$4.701,90	\$7.774,82	\$7.285,14
Ad valorem	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Valor Aduanero (Customs Value)	\$60.498,00	\$4.359,65	\$4.049,21	\$4.701,90	\$7.774,82	\$7.285,14
IVA	\$11.494,62	\$828,33	\$769,35	\$893,36	\$1.477,22	\$1.384,18
Gastos portuarios	\$250,00					
Gastos Despacho (Puerto)		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Cert. Transbordo		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Desconsolidación	\$75,05	\$4,43	\$4,11	\$10,97	\$6,17	\$6,58
Validacion BL		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Flete Interno	\$138,00	\$8,14	\$7,56	\$20,17	\$11,35	\$12,10
Honorarios AG ADUANA	\$223,00	\$13,16	\$12,22	\$32,60	\$18,34	\$19,56
Gastos Despacho (Puerto)		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Apertura de Manifiesto	\$63,92	\$3,77	\$3,50	\$9,34	\$5,26	\$5,61
Despacho Patio Puerto a Camion		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
IVA SERVICIOS 23 A 31		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Valor DAP BRUTO	\$72.742,59	\$5.217,49	\$4.845,97	\$5.668,35	\$9.293,15	\$8.713,17
Total Unidades	5473	323	300	800	450	480
Valor Producto Unitario BRUTO	\$13,29	\$16,15	\$16,15	\$7,09	\$20,65	\$18,15
VALOR DAP CLP	\$ 69.278.588	\$4.969.037,53	\$4.615.205,14	\$5.398.420,61	\$8.850.605,78	\$8.298.247,30
DAP NETO	\$60.997,97	\$4.389,16	\$4.076,62	\$4.774,99	\$7.815,93	\$7.328,99
DAP NETO CLP	\$58.093.246,67	\$ 4.180.148,60	\$ 3.882.490,96	\$ 4.547.600,75	\$ 7.443.734,82	\$ 6.979.984,77
TOTAL UNIDADES	5473	323	300	800	450	480
UNITARIO NETO	\$11,15	\$13,59	\$13,59	\$5,97	\$17,37	\$15,27
UNITARIO NETO CLP	\$10.614,52	\$ 12.942	\$ 12.942	\$ 5.685	\$ 16.542	\$ 14.542

Tabla 53: Elaboración propia, distribución de costos por prenda.

2.14. Aspectos legales

Para garantizar la legalidad y viabilidad operativa de Stoa Store, se han considerado los aspectos legales fundamentales para la puesta en marcha del negocio, minimizando trámites innecesarios y optimizando recursos. A continuación, se detallan los puntos clave:

Constitución de la Empresa

Stoa se formalizará a través del sistema Empresa en un Día, permitiendo simplificar la estructura legal y administrativa. Este proceso se realiza mediante la plataforma oficial del Registro de Empresas y Sociedades, lo que asegura rapidez y eficiencia en la obtención del Rol Único Tributario (RUT) y los documentos necesarios para el inicio de actividades.

Propiedad Intelectual

Para proteger los elementos clave de la marca y los diseños, se han contemplado las siguientes acciones:

Registro del nombre "Stoa Store" y su logotipo en el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI) bajo la categoría de marca comercial.

Registro de los 9 estampados originales como derechos de autor en el Departamento de Derechos Intelectuales, asegurando su protección como obras gráficas originales.

Cumplimiento Tributario

El negocio estará registrado en el régimen general del SII, declarando y pagando el IVA mensual (19%) correspondiente a las ventas realizadas.

Se utilizará el sistema de facturación electrónica gratuito del SII, garantizando el cumplimiento de la normativa tributaria.

Comercio Electrónico y Protección al Consumidor

La tienda online se registrará por la Ley de Protección al Consumidor, ofreciendo políticas claras de devoluciones, cambios y garantías, las cuales estarán disponibles en la plataforma Jumpseller.

Se garantizará la privacidad de los datos personales de los clientes, cumpliendo con lo dispuesto en la Ley N° 19.628 sobre protección de datos personales.

Contratos y Relaciones Comerciales

Se establecerán acuerdos claros con proveedores internacionales para definir precios, plazos de entrega y calidad de los productos.

Las colaboraciones con influencers serán reguladas mediante contratos simples, asegurando términos claros en las campañas de marketing.

Logística y Aduanas

Se cumplirá con los requisitos de importación establecidos por Aduanas, incluyendo la emisión de proformas y certificados de origen. Además, se considerarán los impuestos correspondientes, como el IVA y los aranceles aduaneros, para evitar contingencias legales.

CAPÍTULO III: ESTUDIO DE ECONÓMICO.

3. Capítulo III

3.1. Objetivos del estudio.

Tras la recopilación de información proveniente del estudio de mercado y el análisis técnico, se procederá a evaluar el proyecto a un horizonte de 5 años, con el objetivo de determinar su rentabilidad o pérdida bajo distintos escenarios de financiamiento. Este análisis permitirá identificar la viabilidad económica del negocio utilizando indicadores financieros clave, como el **Valor Actual Neto (VAN)** y la **Tasa Interna de Retorno (TIR)**.

3.2. Financiamiento

El financiamiento del proyecto se evaluará en los siguientes términos:

- **Sin ningún tipo de préstamo**
- Financiamiento con capital propio
- **Préstamo del 50% del total de la inversión.**
- Con una tasa de interés dada por el Banco Scotiabank.
- **Préstamo del 75% del total de inversión**
- Con una tasa de interés dada por el Banco Scotiabank.

3.3. Moneda a utilizar

El proyecto será evaluado en **pesos chilenos (CLP)** para reflejar con precisión las condiciones económicas locales y garantizar un análisis alineado con la realidad nacional. Para mantener el poder adquisitivo constante y evitar distorsiones por la inflación, el valor nominal de la moneda será ajustado conforme al **Índice de Precios al Consumidor (IPC)**.

3.4. Inversión Inicial

A continuación, se detalla toda la inversión necesaria para implementar el negocio como bienes tangibles e intangibles.

Número	Item	Cantidad	Valor Unitario	Total
1	Furgón	1	\$ 7.961.100	\$ 7.961.100
2	Impresora térmica	1	\$ 156.990	\$ 156.990
3	Escritorio	2	\$ 39.990	\$ 79.980
4	Silla ergonómica	3	\$ 49.990	\$ 149.970
5	Notebook	1	\$ 339.990	\$ 339.990
6	PC	1	\$ 469.990	\$ 469.990
7	Teléfono celular	3	\$ 69.990	\$ 209.970
8	Impresora	1	\$ 49.990	\$ 49.990
9	Repisas	4	\$ 19.990	\$ 79.960
10	Mesa plegable	2	\$ 36.990	\$ 73.980
11	Racks organizadores	3	\$ 281.190	\$ 843.570
12	Importación	1	\$ 69.278.588	\$ 69.278.588
13	Inversión intangibles	1	\$ 3.531.000	\$ 3.531.000
Total				\$ 83.225.078

Tabla 54: Elaboración propia, inversión de bienes tangibles e intangibles

3.5. Depreciación

La depreciación representa la pérdida gradual de valor de un bien o producto debido al uso, desgaste, obsolescencia o transcurso del tiempo. En el caso de este proyecto, se aplicará la depreciación lineal, que tiene un efecto tributario positivo al permitir la rebaja de la base imponible utilizada para calcular los impuestos. Los años de vida útil de los activos del proyecto se determinarán según los valores establecidos por el **Servicio de Impuestos Internos (SII)**.

Número	Item	Cantidad	Valor Unitario	Total	Años vida Útil	Depreciación Lineal	Valor libro al 5to año	% Salvamento	Valor de salvamento
1	Furgón	1	\$ 7.961.100	\$ 7.961.100	7	\$ 1.137.300	\$ 2.274.601	50%	\$ 3.980.550
2	Impresora térmica	1	\$ 156.990	\$ 156.990	3	\$ 52.330	\$ 1	15%	\$ 23.549
3	Escritorio	2	\$ 39.990	\$ 79.980	5	\$ 15.996	\$ 1	15%	\$ 11.997
4	Silla ergonómica	3	\$ 49.990	\$ 149.970	5	\$ 29.994	\$ 1	15%	\$ 22.496
5	Notebook	1	\$ 339.990	\$ 339.990	6	\$ 56.665	\$ 56.666	50%	\$ 169.995
6	PC	1	\$ 469.990	\$ 469.990	6	\$ 78.332	\$ 78.333	15%	\$ 70.499
7	Teléfono celular	3	\$ 69.990	\$ 209.970	5	\$ 41.994	\$ 1	15%	\$ 31.496
8	Impresora	1	\$ 49.990	\$ 49.990	3	\$ 16.663	\$ 1	50%	\$ 24.995
9	Repisas	4	\$ 19.990	\$ 79.960	7	\$ 11.423	\$ 22.846	15%	\$ 11.994
10	Mesa plegable	2	\$ 36.990	\$ 73.980	3	\$ 24.660	\$ 1	15%	\$ 11.097
11	Racks organizadores	3	\$ 281.190	\$ 843.570	6	\$ 140.595	\$ 140.596	15%	\$ 126.536
12	Importación	1	\$ 69.278.588	\$ 69.278.588	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
13	Inversión intangibles	1	\$ 3.531.000	\$ 3.531.000	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Total			\$ 83.225.078			\$ 1.605.949	\$ 2.573.047		\$ 4.485.202

Tabla 55: Elaboración propia, Depreciación.

3.6. Determinación del KT vía máximo déficit acumulado

A continuación, se detallan los ingresos, costos y gastos necesarios para garantizar la liquidez del negocio durante los primeros meses de operación. El análisis financiero revela que el máximo déficit acumulado ocurre en el segundo mes, lo que resalta la importancia de una adecuada gestión de recursos para cubrir este período crítico. Esta planificación asegura que el negocio mantenga su estabilidad financiera desde el inicio.

MESES													-
Determinación KT	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total Anual
Unidades vendidas	40	110	230	289	353	457	487	557	663	659	769	859	5473
Ingresos	\$ 702.000	\$ 1.930.500	\$ 4.036.500	\$ 5.071.950	\$ 6.195.150	\$ 8.020.350	\$ 8.546.850	\$ 9.775.350	\$ 11.635.650	\$ 11.565.450	\$ 13.495.950	\$ 15.075.450	\$ 96.051.150
Ingresos margen Jumpselle	\$ 86.000	\$ 236.500	\$ 494.500	\$ 621.350	\$ 758.950	\$ 982.550	\$ 1.047.050	\$ 1.197.550	\$ 1.425.450	\$ 1.416.850	\$ 1.653.350	\$ 1.846.850	\$ 11.766.950
Ingresos por despacho	\$ 60.000	\$ 165.000	\$ 345.000	\$ 433.500	\$ 529.500	\$ 685.500	\$ 730.500	\$ 835.500	\$ 994.500	\$ 988.500	\$ 1.153.500	\$ 1.288.500	\$ 8.209.500
Costos Fijos/Indirectos	\$ -726.552	\$ -726.552	\$ -726.552	\$ -726.552	\$ -726.552	\$ -726.552	\$ -726.552	\$ -726.552	\$ -726.552	\$ -726.552	\$ -726.552	\$ -726.552	\$ -8.718.624
Costos de operación	\$ -77.000	\$ -211.750	\$ -442.750	\$ -556.325	\$ -679.525	\$ -879.725	\$ -937.475	\$ -1.072.225	\$ -1.276.275	\$ -1.268.575	\$ -1.480.325	\$ -1.653.575	\$ -10.537.450
Sueldos	\$ -1.500.000	\$ -1.500.000	\$ -1.500.000	\$ -1.500.000	\$ -1.500.000	\$ -1.500.000	\$ -1.500.000	\$ -1.500.000	\$ -1.500.000	\$ -1.500.000	\$ -1.500.000	\$ -1.500.000	\$ -18.000.000
Utilidad	\$ -1.455.552	\$ -106.302	\$ 2.206.698	\$ 3.343.923	\$ 4.577.523	\$ 6.582.123	\$ 7.160.373	\$ 8.509.623	\$ 10.552.773	\$ 10.475.673	\$ 12.595.923	\$ 14.330.673	\$ 78.773.451
Utilidad Acum	\$ -1.455.552	\$ -1.561.854	\$ 644.844	\$ 3.988.767	\$ 8.566.290	\$ 15.148.413	\$ 22.308.786	\$ 30.818.409	\$ 41.371.182	\$ 51.846.855	\$ 64.442.778	\$ 78.773.451	

KT

-1.561.854

Tabla 56: Elaboración propia, Determinación del KT.

3.7. Costos Fijos

Los **costos fijos** son aquellos que permanecen constantes independientemente del nivel de producción o ventas, como el arriendo, sueldos y servicios básicos.

Número	Item	Cantidad	Valor Unitario	Total
1	Combustible furgón	516	\$ 1.256	\$ 648.096
2	Mantenición furgón	1	\$ 250.000	\$ 250.000
3	Arriendo	12	\$ 200.000	\$ 2.400.000
4	Ser. De telefonía Celular	36	\$ 9.990	\$ 359.640
5	Servicios de internet	12	\$ 12.590	\$ 151.080
6	Luz	12	\$ 40.000	\$ 480.000
7	Agua	12	\$ 25.000	\$ 300.000
8	Soporte página web	12	\$ 16.000	\$ 192.000

Tabla 57: Elaboración propia, Costos fijos.

\$ 4.780.816 ANUAL

\$ 398.401 MENSUAL

3.8. Costos Indirectos

Los **costos indirectos** son aquellos que no se asocian directamente a la fabricación de un producto, pero son necesarios para el funcionamiento del negocio, como publicidad o gastos administrativos.

Número	Item	Cantidad	Valor Unitario	Total
1	Útiles de escritorio	12	\$ 40.000	\$ 480.000
2	Marketing	12	\$ 252.990	\$ 3.035.880
3	Material de aseo	12	\$ 15.000	\$ 180.000
4	Etiquetas térmicas autoadhesivas 10x15 cm	5.500	\$ 15	\$ 82.500
5	Bolsas para envíos S (25x35cm)	2323	\$ 29,13	\$ 67.669
6	Bolsas para envíos M (32x40cm)	3150	\$ 29,13	\$ 91.760

Anual \$ 3.937.808

Mensual \$ 328.151

Tabla 58: Elaboración propia, Costos indirectos

3.9. Costos variables unitarios

Este costo está relacionado a los envíos que sean realizados y gestionados por la plataforma Jumpseller, y estén fuera de la cobertura de entrega de los despachos locales.

Costo variable unitario	Costo Unitario (CLP)	Cantidad	Total
Cargo de despacho vía plataforma Jumpseller (Blueexpress, otros)	\$ 250	2.737	-\$684.250
Prepago (Envíos)	\$3.600	2.737	- \$9.853.200
Total			-\$10.537.450

Tabla 59: Elaboración propia, Costos variables unitarios

3.9.1. Proyección de costos variables anuales

Años	2025	2026	2027	2028	2029
Ventas	2.737	2.819	2.903	2.990	3.080
Costo Anual	-\$10.537.450	-\$10.853.150	-\$11.176.550	-\$11.511.500	-\$11.858.000

Tabla 60: Elaboración propia, Proyección de costos variables unitarios.

3.10. Gastos del personal

Remuneraciones	Administrador	Contador externo	Repartidor
Sueldo Base	\$750.000	\$250.000	\$500.000
Total Remuneraciones	\$750.000	\$250.000	\$500.000
Total mensual	\$1.500.000		
Total anual	\$18.000.000		

Tabla 61: Elaboración propia, gastos del personal.

3.11. Costos de publicidad

Costo al que se debe incurrir para posicionar y dar a conocer la marca, por sobre la competencia.

Promociones	Valor Mensual	Valor Anual
Publicidad redes sociales	\$150.000	\$1.800.000
Premios a clientes (Prenda)	\$17.990	\$215.880
Conjunto deportivo (Canjes)	\$40.000	\$480.000
Eventos deportivos locales	\$45.000	\$540.000
Total	\$252.990	\$3.035.880

Tabla 62: Elaboración propia, Costos de publicidad.

3.12. Resumen De Costos

A continuación, se presenta un resumen con el **total de costos y gastos proyectados para los cinco periodos** del análisis, junto con la inversión total del proyecto, que incluye todos los recursos necesarios para su ejecución. Este monto será evaluado considerando distintas formas de financiamiento, con el objetivo de identificar la opción más conveniente en términos de rentabilidad y sostenibilidad económica.

Resumen de costos	Años				
	1	2	3	4	5
Costo Fijo	-\$4.780.816	-\$4.780.816	-\$4.780.816	-\$4.780.816	-\$4.780.816
Costos Directos	\$ -11.252.488	\$ -11.591.728	\$ -11.937.136	\$ -12.294.880	\$ -12.664.960
Costos Indirectos	-\$3.937.808	-\$3.937.808	-\$3.937.808	-\$3.937.808	-\$3.937.808
Gastos de Administración	-\$18.000.000	-\$18.000.000	-\$18.000.000	-\$18.000.000	-\$18.000.000
Total-->	-\$37.971.112	-\$38.310.352	-\$38.655.760	-\$39.013.504	-\$39.383.584
 Inversion =	-83.225.078				
KT =	-1.517.754				
Total_Proyecto=	-84.742.832				

Tabla 63: Elaboración propia, Resumen de costos.

3.13. Tasa de descuento

Boletín Banco central (4,22) - Riesgo país (0,9)

RF	=	Tasa libre de Riesgo	3,32%
B	=	Beta por Sector, Comercio minorista	1,12
Rm	=	Rendimiento de Mercado	8,10%

Promedio IPSA SP global últimos 5 años

CAPM	8,673600%
-------------	------------------

<https://www.spglobal.com/spdji/es/indices/equity/sp-ipsa/?currency=CLP&returntype=T-#overview>

https://www.bcentral.cl/en/detalle-eventos/-/asset_publisher/Exzd7I9NC3Y6/content/rp-1557

CALCULO DE TASA DE DESCUENTO

CAMP=	$R_f + \beta (R_m - R_f)$
--------------	---

CAMP	8,673600%
-------------	------------------

CALCULO DE TASA INFLADA

TD Inflada=	$TD_{real} + inflada + (TD_{real} * inflación)$
--------------------	---

Promedio 2024	3,90%
----------------------	--------------

TD Inflada	12,9%
-------------------	--------------

<https://es.statista.com/estadisticas/1189953/tasa-de-inflacion-chile/>

3.14. Tasa de descuento proyecto financiado al 50% y 75%

TASA DESCUENTO PROYECTO FINANCIADO AL 50%		
Calculo de descuento WACC (50%)	DATOS	
	% propio	50%
WACC= (%Propio)*tasa_dcto + (%préstamo)*Int_banc0*(1-%impuesto)	% Deuda	50%
	TASA DE DESCUENTO CALCULADO	8,67360%
WACC	INTERES BANCARIO 50% anual	21,00%
	IMPUESTO RENTA	0,27
TD Inflada=	16,4%	

TASA DESCUENTO PROYECTO FINANCIADO AL 75%		
Calculo de descuento WACC (75%)	DATOS	
	% propio	25%
WACC= (%Propio)*tasa_dcto + (%préstamo)*Int_banc0*(1-%impuesto)	% Deuda	75%
	TASA DE DESCUENTO EMPRESA	8,67360%
WACC	INTERES BANCARIO 75%	23,0%
	IMPUESTO RENTA	0,27
TD Inflada=	19,2%	

Tabla 64: Elaboración propia, Tasa de Proyecto financiado al 50% y 75%.

3.15. Cálculo cuota, interés y amortización de préstamos al 50% y 75%

CÁLCULO CUOTA, INTERÉS Y AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMOS AL 50%

TOTAL INVERSIÓN	84.786.931,95
PRESTAMO(50%)	42.393.465,97
CUOTA	14.488.616,9
INTERÉS 50%	21,00%
NUMERO DE CUOTAS	5

N°	SALDO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN
0	42.393.465,97			
1	36.807.477	14.488.617	8.902.628	5.585.989
2	30.048.430	14.488.617	7.729.570	6.759.047
3	21.869.984	14.488.617	6.310.170	8.178.446
4	11.974.064	14.488.617	4.592.697	9.895.920
5	-0	14.488.617	2.514.553	11.974.064

CÁLCULO CUOTA, INTERÉS Y AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMOS AL 75%

TOTAL INVERSIÓN	84.786.931,95
PRESTAMO(75%)	63.590.199,0
CUOTA	22.682.650,9
INTERÉS 75%	23,0%
NUMERO DE CUOTAS	5

N°	SALDO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN
0	63.590.198,96			
1	55.533.294	22.682.651	14.625.746	8.056.905
2	45.623.300	22.682.651	12.772.658	9.909.993
3	33.434.009	22.682.651	10.493.359	12.189.292
4	18.441.180	22.682.651	7.689.822	14.992.829
5	-	22.682.651	4.241.471	18.441.180

3.16. Ingresos

Ingresos:	Años				
	1	2	3	4	5
Cantidad	5.473	5.637	5.806	5.980	6.159
Precio venta	\$17.550	\$17.550	\$17.550	\$17.550	\$17.550
Ingresos por cobro de envíos	\$8.209.500	\$8.455.500	\$8.709.000	\$8.970.000	\$9.238.500
Ingresos envíos Jumpseller	\$14.092.975	\$14.517.850	\$14.950.450	\$15.398.500	\$15.862.000
Total Vta	\$ 118.353.625	\$ 121.902.700	\$ 125.554.750	\$ 129.317.500	\$ 133.190.950

Tabla 65: Elaboración propia, Ingresos anuales

Precio de venta de \$17.550 obtenido al realizar un promedio de los precios de venta de las prendas deportivas, tabla 21.

3.17. Flujo de caja puro

	1	2	3	4	5	
FLUJO DE CAJA PURO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(-) IMPORTACIÓN	-69.278.588		-73.480.583		-77.977.580	
(-) INVERSIÓN INICIAL	-13.946.490					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	-1.517.754					
(+) INGRESOS OPERACIÓN		118.353.625	121.902.700	125.554.750	129.317.500	133.190.950
(-) COSTOS		-37.971.112	-38.310.352	-38.655.760	-39.013.504	-39.383.584
(-) DEPRECIACIÓN		-1.605.949	-1.605.949	-1.605.949	-1.605.949	-1.605.949
(+) VALOR DE SALVAMENTO						4.485.202
(-) VALOR LIBRO						-2.573.047
(=) RESULTADO OPERACIONAL		78.776.563	8.505.815	85.293.040	10.720.466	94.113.570
(-) PÉRDIDA PERIODO ANTERIOR			0	0	0	0
(=) UTILIDAD BRUTA		78.776.563	8.505.815	85.293.040	10.720.466	94.113.570
(-) IMPUESTOS 27%		-21.269.672	-2.296.570	-23.029.121	-2.894.526	-25.410.664
(=) UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO		57.506.891	6.209.245	62.263.919	7.825.940	68.702.906
(+) PÉRDIDA PERIODO ANTERIOR		0	0	0	0	0
DEPRECIACIÓN		1.605.949	1.605.949	1.605.949	1.605.949	1.605.949
(+) VALOR LIBRO						2.573.047
(+) RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO						1.517.754
(=) FCN	-84.742.832	59.112.840	7.815.194	63.869.869	9.431.890	74.399.657
(=) FLUJO EN K0	-84.742.832	52.353.079	6.130.002	44.368.753	5.802.836	40.538.990
(=) PER RECUP IN	-84.742.832	-32.389.753	-26.259.752	18.109.001	23.911.837	64.450.827

TASA DE DESCUENTO	12,9%
VAN	64.450.827
TIR	40,7%
PRI	3er año

Tabla 66: Elaboración propia, Flujo de caja puro

3.18. Flujo de caja préstamo 50% de la inversión inicial.

	1	2	3	4	5	
FLUJO DE CAJA 50%						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(-) IMPORTACIÓN	-69.278.588		-73.480.583		-77.977.580	
(-) INVERSIÓN INICIAL	-13.946.490					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	-1.517.754					
(+) PRESTAMO	42.371.416					
(+) INGRESOS		118.353.625	121.902.700	125.554.750	129.317.500	133.190.950
(-) COSTOS		-37.971.112	-38.310.352	-38.655.760	-39.013.504	-39.383.584
(-) DEPRECIACIÓN		-1.605.949	-1.605.949	-1.605.949	-1.605.949	-1.605.949
(-) INTERESES		-8.897.997	-7.725.550	-6.306.888	-4.590.308	-2.513.245
(+) VALOR DE SALVAMENTO						4.485.202
(-) VALOR LIBRO						-2.573.047
(=) RESULTADO OPERACIONAL		69.878.566	780.265	78.986.152	6.130.158	91.600.325
(-) PÉRDIDA PERIODO ANTERIOR			0	0	0	0
(=) UTILIDAD BRUTA		69.878.566	780.265	78.986.152	6.130.158	91.600.325
(-) IMPUESTOS 27%		-18.867.213	-210.672	-21.326.261	-1.655.143	-24.732.088
(=) UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO		51.011.353	569.594	57.659.891	4.475.016	66.868.237
(+) PÉRDIDA PERIODO ANTERIOR		0	0	0	0	0
DEPRECIACIÓN		1.605.949	1.605.949	1.605.949	1.605.949	1.605.949
(+) AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO		-5.583.084	-6.755.531	-8.174.193	-9.890.773	-11.967.835
(+) VALOR LIBRO						2.573.047
(+) RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO						1.517.754
(=) FCN	-42.371.416	47.034.219	-4.579.988	51.091.648	-3.809.808	60.597.152
(=) FLUJO EN K0		40.417.867	-3.382.075	32.421.138	-2.077.499	28.395.497
(=) PER RECUP IN	-42.371.416	-1.953.550	-5.335.625	27.085.514	25.008.014	53.403.511

TASA DE DESCUENTO	16,4%
VAN	53.403.511
TIR	65,5%
PRI	3cer año

Tabla 67: Elaboración propia, Flujo de caja préstamo 50% de la inversión inicial.

3.19. Flujo de caja préstamo 75% de la inversión inicial

	1	2	3	4	5	
FLUJO DE CAJA 75%						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(-) IMPORTACIÓN	-69.278.588		-73.480.583		-77.977.580	
(-) INVERSIÓN INICIAL	-13.946.490					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	-1.517.754					
(+) PRESTAMO	63.557.124					
(+) INGRESOS		118.353.625	121.902.700	125.554.750	129.317.500	133.190.950
(-) COSTOS		-37.971.112	-38.310.352	-38.655.760	-39.013.504	-39.383.584
(-) DEPRECIACIÓN		-1.605.949	-1.605.949	-1.605.949	-1.605.949	-1.605.949
(-) INTERESES		-14.618.139	-12.766.014	-10.487.901	-7.685.822	-4.239.265
(+) VALOR DE SALVAMENTO						4.485.202
(-) VALOR LIBRO						-2.573.047
(=) RESULTADO OPERACIONAL		64.158.425	-4.260.199	74.805.139	3.034.644	89.874.305
(-) PÉRDIDA PERIODO ANTERIOR			0	-4.260.199	0	0
(=) UTILIDAD BRUTA		64.158.425	-4.260.199	70.544.940	3.034.644	89.874.305
(-) IMPUESTOS 27%		-17.322.775	0	-19.047.134	-819.354	-24.266.062
(=) UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO		46.835.650	-4.260.199	51.497.806	2.215.290	65.608.243
(+) PÉRDIDA PERIODO ANTERIOR		0	0	4.260.199	0	0
DEPRECIACIÓN		14.618.139	12.766.014	10.487.901	7.685.822	4.239.265
(+) AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO		-8.052.715	-9.904.839	-12.182.952	-14.985.031	-18.431.588
(+) VALOR LIBRO						2.573.047
(+) RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO						1.517.754
(=) FCN	-21.185.708	53.401.074	-1.399.024	54.062.954	-5.083.919	55.506.721
(=) FLUJO EN K0	-21.185.708	44.785.817	-984.025	31.891.232	-2.515.131	23.030.221
(=) PER RECUP IN	-21.185.708	23.600.108	22.616.083	54.507.315	51.992.184	75.022.406

TASA DE DESCUENTO	19,2%
VAN	75.022.406
TIR	184,3%
PRI	1er año

Tabla 68: Elaboración propia, Flujo de caja préstamo 75% de la inversión inicial.

3.19. Tabla resumen proyecto puro y financiado

Tabla resumen	Puro	50%	75%
Tasa Dcto.	12,9%	16,4%	19,2%
Van	60.062.424	49.339.724	71.206.875
TIR	38,9%	61,9%	176,9%
PRI	3er año	3er año	1er año

Tabla 69: Elaboración propia, Resumen proyecto puro y financiado.

Proyecto Puro: El VAN con financiamiento propio de **\$84.786.932** es positivo, otorgando una utilidad al final de 5 periodos de **\$60.062.424**, con pérdidas durante los primeros 2 periodos del flujo de caja puro. Al comparar la tasa de descuento del 12,9% con la TIR del 38,9% se obtiene una diferencia del 26%, apreciando una rentabilidad importante, de igual forma, se pueden reducir costos y gastos para aumentar las utilidades.

Proyecto Financiado 50 %: El VAN con financiamiento de \$42.393.466 es positivo, se recupera la inversión al 3er año, generando una utilidad al final del periodo de \$49.339.724, con una diferencia con la TIR del 45.5%.

Proyecto Financiado 75%: El VAN con financiamiento de \$63.590.199, es positivo, se recupera la inversión al primer año, con utilidades al final del periodo de \$71.206.875, la TIR del 176,9% indica el alto nivel de rentabilidad que genera el proyecto, siendo la opción más rentable.

3.20. Análisis de sensibilidad del VAN

	1	2	3	4	5	
SENSIBILIDAD SOBRE FLUJO DE CAJA PURO						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(-) IMPORTACIÓN	-69.278.588		-73.480.583		-77.977.580	
(-) INVERSIÓN INICIAL	-13.946.490					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	-1.517.754					
(+) INGRESOS SENSIBLES		118.353.625	121.902.700	125.554.750	129.317.500	133.190.950
(-) COSTOS SENSIBLES		-37.971.112	-38.310.352	-38.655.760	-39.013.504	-39.383.584
(-) DEPRECIACIÓN		-1.605.949	-1.605.949	-1.605.949	-1.605.949	-1.605.949
(+) VALOR DE SALVAMENTO						4.485.202
(-) VALOR LIBRO						-2.573.047
(=) RESULTADO OPERACIONAL		78.776.563	8.505.815	85.293.040	10.720.466	94.113.570
(-) PÉRDIDA PERIODO ANTERIOR			0	0	0	0
(=) UTILIDAD BRUTA		78.776.563	8.505.815	85.293.040	10.720.466	94.113.570
(-) IMPUESTOS 27%		-21.269.672	-2.296.570	-23.029.121	-2.894.526	-25.410.664
(=) UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO		57.506.891	6.209.245	62.263.919	7.825.940	68.702.906
(+) PÉRDIDA PERIODO ANTERIOR		0	0	0	0	0
DEPRECIACIÓN		1.605.949	1.605.949	1.605.949	1.605.949	1.605.949
(+) VALOR LIBRO						2.573.047
(+) RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO						1.517.754
(=) FCN	-84.742.832	59.112.840	7.815.194	63.869.869	9.431.890	74.399.657
(=) FLUJO EN K0	-84.742.832	52.353.079	6.130.002	44.368.753	5.802.836	40.538.990
(=) PER RECUP IN	-84.742.832	-32.389.753	-26.259.752	18.109.001	23.911.837	64.450.827

TASA DE DESCUENTO	12,9%
VAN	64.450.827
TIR	40,7%
PRI	3er año

3.21. Ingresos y costos sensibles

	1	2	3	4	5		
INGRESOS	118.353.625	121.902.700	125.554.750	129.317.500	133.190.950	FACTOR	MAX % A BAJAR
INGRESOS_SENSIBLES	118.353.625	121.902.700	125.554.750	129.317.500	133.190.950	1	0,801396683
							20%

	1	2	3	4	5		
COSTOS	-37.971.112	-38.310.352	-38.655.760	-39.013.504	-39.383.584	FACTOR	MAX % A SUBIR
COSTOS SENSIBLES	-37.971.112	-38.310.352	-38.655.760	-39.013.504	-39.383.584	1	3,528957523
							253%

COSTOS SUBIENDO DE 10 EN 10%							
	64.450.827	1	1,1	1,2	1,3	1,4	1,5
INGRESOS	1	64.450.827	61.995.911	59.540.996	57.086.080	54.631.164	52.176.249
BAJANDO	0,9	32.214.928	29.760.012	27.305.097	24.850.181	22.395.265	19.940.350
DE 10 EN 10%	0,8	-430.605	-2.885.521	-5.340.437	-7.795.352	-10.250.268	-12.705.184
	0,7	-33.076.139	-35.531.055	-37.985.970	-40.440.886	-42.895.802	-45.350.717
	0,6	-66.718.931	-69.173.847	-71.628.762	-74.083.678	-76.538.594	-78.993.509
	0,5	-107.867.798	-110.322.714	-112.777.630	-115.232.545	-117.687.461	-120.142.377
	0,4	-149.016.666	-151.471.581	-153.926.497	-157.248.704	-160.611.603	-163.974.501
	0,3	-191.139.003	-194.501.901	-197.864.799	-201.227.697	-204.590.596	-207.953.494
	0,2	-235.117.996	-238.480.894	-241.843.792	-245.206.690	-248.569.589	-251.932.487
	0,1	-279.096.989	-282.459.887	-285.822.785	-289.185.684	-292.548.582	-295.911.480
	0	-323.075.982	-326.438.880	-329.801.778	-333.164.677	-336.527.575	-339.890.473

Los resultados muestran que el proyecto puede soportar un incremento de costos de hasta un 253% respecto a los valores proyectados, mientras que una reducción de ingresos superior al 20% lo haría inviable, dejaría de ser rentable y no cubriría los costos de inversión. El proyecto es sensible a la disminución de los ingresos.

4. Conclusiones

El mercado de ropa deportiva proyectado para este proyecto resulta altamente atractivo, con barreras de entrada moderadas. Esto permite a Stoa Store avanzar rápidamente en el posicionamiento de la marca, aprovechando la ventaja de ser pioneros en ofrecer prendas deportivas inspiradas en el estoicismo, un nicho aún no explorado. Para lograr este posicionamiento, se destina un presupuesto anual de \$1.800.000 CLP en estrategias de marketing, enfocadas en redes sociales y publicidad digital, orientadas a captar la atención de deportistas y personas interesadas en filosofía y bienestar.

La ubicación estratégica del centro de operaciones en Concepción brinda ventajas logísticas importantes, permitiendo eficiencia en la distribución y gestión de devoluciones. Además, la operación del negocio incluye instalaciones adecuadas para la administración y manejo de inventarios, reduciendo costos adicionales.

La inversión inicial se centrará en adquirir productos de proveedores confiables, asegurando la calidad y consistencia del stock. Asimismo, para garantizar una experiencia positiva del cliente, se destina un presupuesto anual para operaciones, incluyendo la integración con plataformas de e-commerce y costos de transporte.

La evaluación económica demuestra que el modelo de negocio es viable estratégica y económicamente. Sin necesidad de financiamiento externo, el proyecto estima alcanzar un VAN de \$64.450.827 CLP y una TIR del 40,7%. En el quinto año de operación, se proyecta un flujo acumulado positivo, calculado con una tasa de descuento ajustada por inflación del 12,9%. Esto confirma la sostenibilidad del negocio en el mediano plazo.

Bibliografía

- AutoGnosis. (2022, 30 noviembre). Deporte y estoicismo | Escuela AutoGnosis. *Autognosis*. <https://www.autognosis.com/estoicismo/deporte-y-estoicismo/>
- Vivar, P. (2021, 25 agosto). ¿CÓMO ENTRENABAN LOS ESTOICOS? - Diario Estoico. *Diario Estoico*. <https://diarioestoico.com/como-entrenaban-los-estoicos/>
- Villalba, J. (2021, 13 mayo). ¿Qué es el culturismo filosófico? Estoicismo aplicado al músculo. *Men's Health*. <https://www.menshealth.com/es/fitness/a36295745/culturismo-filosofico-que-es/>
- De 798 a 1.520 locales, el auge de las tiendas nacionales tras la industria del fitness | GDA – Grupo de Diarios América*. (s. f.). <https://gda.com/detalle-de-la-noticia/?article=5513989>
- Heraldo, D. E. (s. f.). *Promedio de actividad física aumentaría un 9% con el término del invierno en Chile*. Promedio de Actividad Física Aumentaría un 9% Con el Término del Invierno En Chile. <https://www.diarioelheraldo.cl/noticia/promedio-de-actividad-fisica-aumentaria-un-9-con-el-termino-del-invierno-en-chilehttps://www.datasur.com/importaciones-de-ropa-deportiva-en-chile/>
- C, M. (s. f.-b). *Tamaño del mercado de ropa de gimnasio, participación, crecimiento y análisis de la industria, por producto (viajes compartidos, bicicletas compartidas, viajes compartidos, autos compartidos y otros), por material (automóviles, vehículos de dos ruedas y otros), por usuario final, por ventas Canal y Análisis Regional*. <https://www.kingsresearch.com/es/gym-apparel-market-407>
- Statista. (2024, 8 octubre). *Consumo mundial de ropa deportiva 2018-2029*. <https://es.statista.com/estadisticas/1320534/consumo-mundial-de-ropa-deportiva/>
- Séneca (2004). *Cartas a Lucilio*. Alianza Editorial.
- Epicteto (2015). *Enquiridion*. Editorial Gredos.
- Marco Aurelio (2014). *Meditaciones*. Alianza Editorial.
- Long, A. A. (2002). *Epictetus: A Stoic and Socratic Guide to Life*. Oxford University Press.
- Sellars, J. (2006). *Stoicism*. University of California Press.
- Robertson, D. (2019). *How to Think Like a Roman Emperor: The Stoic Philosophy of Marcus Aurelius*. St. Martin's Press.
- El ingreso laboral promedio mensual en Chile fue de \$826.535 en 2023*. (2024, 23 agosto). Default. [https://www.ine.gob.cl/estadisticas/sociales/ingresos-y-gastos/encuesta-suplementaria-de-ingresos/2024/08/23/el-ingreso-laboral-promedio-mensual-en-chile-fue-de-\\$826.535-en-2023](https://www.ine.gob.cl/estadisticas/sociales/ingresos-y-gastos/encuesta-suplementaria-de-ingresos/2024/08/23/el-ingreso-laboral-promedio-mensual-en-chile-fue-de-$826.535-en-2023)

https://chile.activasite.com/wp-content/uploads/2023/10/230799_Informe_Deporte-2023_1017_V1.pdf

https://si3.bcentral.cl/Siete/ES/Siete/Cuadro/CAP_ESTADIST_GENERO/MN_GENERO1/ED_FTM2/637896824318908504

<https://fundacionsol.cl/blog/actualidad-13/post/casi-56-de-los-trabajadores-en-chile-gana-menos-de-500-000-al-mes-7483>

<https://www.amuch.cl/wp-content/uploads/2024/06/Analisis-de-la-Actividad-Fisica-y-Deportiva-en-Chile-5.pdf>

<https://www.aduana.cl/ley-organica-de-aduanas/aduana/2007-02-14/101941.html>

<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=7749>

<https://www.inapi.cl/>

<https://www.registrodeempresasysociedades.cl>

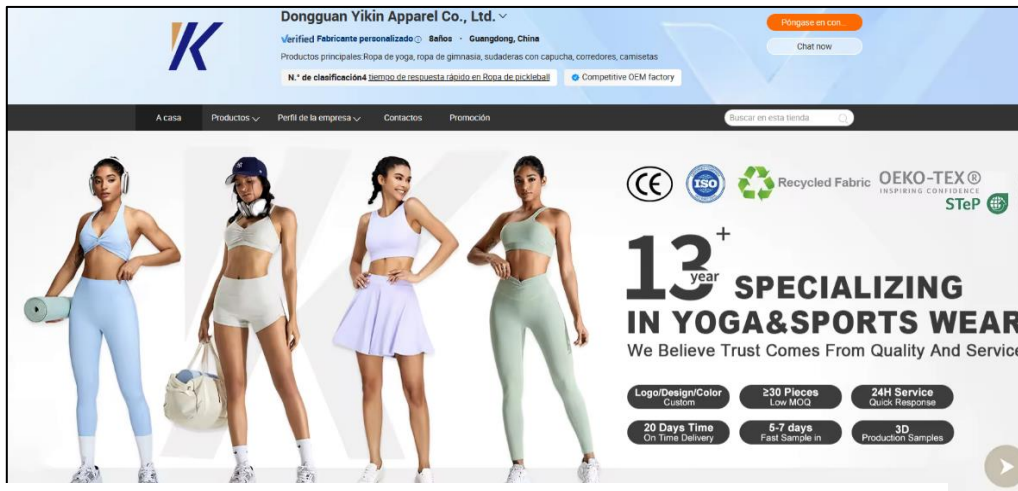
<https://www.bcn.cl/portal/leyfacil/recurso/estatuto-de-las-pymes>

<https://www.latercera.com/piensa-digital/noticia/el-auge-del-e-commerce-en-antofagasta-valparaiso-y-biobio/5AE56YL3YBHUROCE3CEDXP2D2E/>

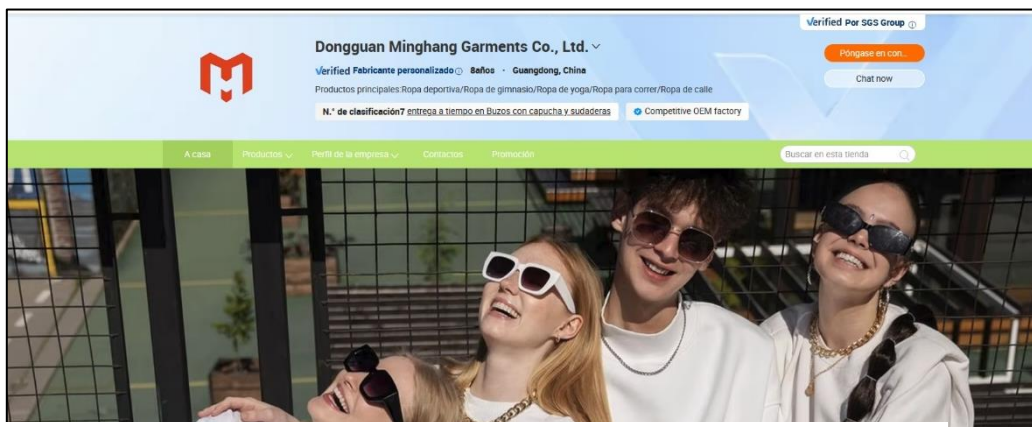
Anexos.



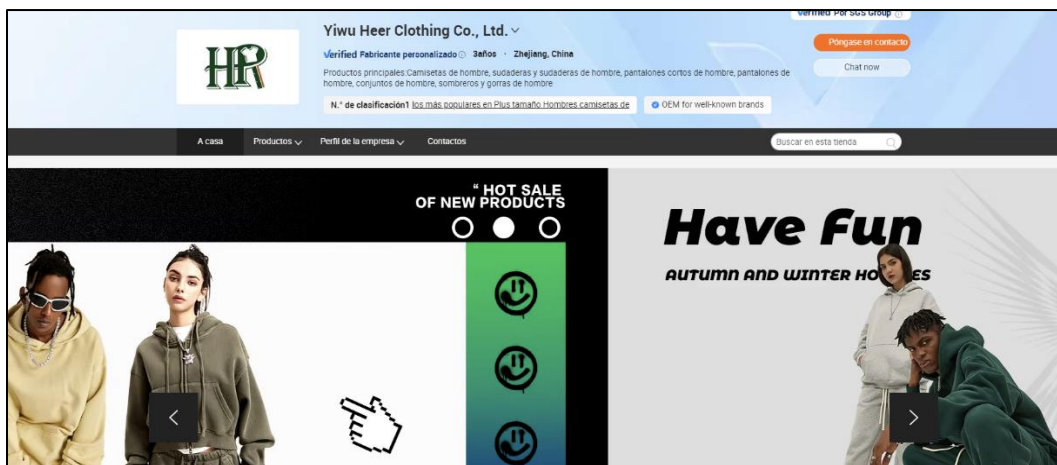
Diseño página web, plataforma Jumpseller.



Proveedor internacional



Proveedor internacional.



Proveedor internacional.

 CANALES DE VENTA  VITRINA PRECIOS RECURSOS  INGRESAR COMIENZA AHORA							
				MÁS POPULAR			
Mensual Actual -10% Bienal -20% Trial -30%				PLUS \$16.000 CLP / mes	PRO \$32.000 CLP / mes	PREMIUM \$64.000 CLP / mes	ADVANCED \$192.000 CLP / mes
Cargos de Transacción 				0%	0%	0%	0%
Dominio gratis (durante el primer año) 				-	-	-	-
Almacenamiento ilimitado 				✓	✓	✓	✓
Carga de productos ilimitada 				✓	✓	✓	✓
Personalización de temas con editor visual 				✓	✓	✓	✓
Instagram 				✓	✓	✓	✓
Facebook 				✓	✓	✓	✓
WhatsApp Commerce 				✓	✓	✓	✓
Google Commerce 				✓	✓	✓	✓
Cupón de Google Ads 				✓	✓	✓	✓
Automatizaciones de marketing 				✓	✓	✓	✓
Editor de código web 				✓	✓	✓	✓
Creación de productos digitales 				✓	✓	✓	✓
Descripciones de producto generadas por IA 				✓	✓	✓	✓
Mercado Libre 				✓	✓	✓	✓
Recuperar carro de compra 				-	✓	✓	✓

Planes Jumpseller.cl