

TABLA DE CONTENIDOS

1-INTRODUCCIÓN.....	1
2-OBJETIVOS.....	2
2.1-Objetivo General.....	2
2.2-Objetivos específicos	2
3-METODOLOGÍA	3
4-CONTEXTO DE LA CONSULTORÍA.....	4
4.1-Aspectos generales de MyMayu	4
4.1.1-Inicios de MyMayu	4
4.1.2-Manufactura y Logística	4
4.1.3-Productos	5
4.1.4-Canales de venta	6
4.1.5-Sustentabilidad y responsabilidad social.....	7
4.2-Panorama económico, demográfico, desarrollo y tendencias en Latinoamérica	8
4.2.3-Condiciones climáticas en Latino América	10
4.2.4-Tendencias demográficas y de consumo en Latino América.....	11
4.2.5-Análisis de la industria de calzado infantil en Latinoamérica.....	15
4.2.6-Análisis de la industria de calzado infantil en Chile	18
5-PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO DE PROFUNDIZACIÓN	20
5.1-Análisis FODA	20
5.2-Estimación del tamaño de mercado potencial en Argentina, Brasil y Chile.....	22
5.3-Chile como país seleccionado para el lanzamiento de MyMayu en Latino América	23
5.4-Propuesta de Modelo de Negocios de MyMayu en Chile de acuerdo a metodología CANVAS	25
5.5-Evaluación de la valoración del producto MyMayu por parte de un consumidor chileno potencial.	28
5.5.1-Valoración del producto presentado	29
5.5.2-Hábitos de compra en el consumidor chileno de calzado y ropa para niños.....	31
5.5.3-Adecuación del modelo MyMayu a la realidad de los consumidores chilenos del segmento.	36

5.6-Análisis de diferencias Culturales, Administrativas, Geográficas y Económicas (CAGE)	38
6-PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN	42
6.1-Primera Etapa: Venta online y/o a través de pequeños distribuidores	43
6.2-Segunda Etapa: Alianza con un gran distribuidor.....	45
7-ANÁLISIS ECONÓMICO	46
7.1-Consideraciones para la elaboración del Flujo de Caja Libre.....	47
7.1.1-Estimación de ventas.....	47
7.1.2-Estimación de ingresos operacionales.....	47
7.1.3-Costos Variables	47
7.1.4-Costos Fijos.....	48
7.1.5-Depreciación y Amortizaciones	49
7.1.6-Inversión Inicial	50
7.1.7-Valor residual del proyecto	50
7.2- Flujo de caja libre del proyecto para dos opciones diferentes de entrada al mercado chileno considerando el escenario base	51
7.3-Análisis de Sensibilidad.....	55
8-ANÁLISIS PARA SELECCIÓN DE ESTRATEGIA DE ENTRADA	57
8.1-Venta Online	57
8.2-Venta distribuidor	58
8.3-Decisión de estrategia	59
8.4-Plan de acciones clave que pueden hacerse hoy antes de cualquier estrategia	60
8.4.1-Registro de los dominios de Internet.....	60
8.4.2-Sitio web de MyMayu en español.....	60
8.4.3-Contacto con potenciales distribuidores	60
8.4.4-Análisis de capacidad productiva.....	60
8.4.5-Análisis de requerimientos técnicos.....	61
9-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	62

10-BIBLIOGRAFÍA.....	64
11-ANEXOS	69