



Victor Hurtado <2016obras@gmail.com>

Informe Preparado por el Equipo de Aret3 — Joyas de autor

1 mensaje

Arete <login@aret3.cl>
Para: 2016obras@gmail.com

27 de octubre de 2025, 14:40

Preparado por el equipo Aret3 27 de octubre de 2025 · Generado automáticamente

Datos del proyecto

Proyecto: Joyas de autor
Emprendedor/a: Carola Plaza
Email: 2016obras@gmail.com

Resumen ejecutivo

Estás incursionando en Retail / Tienda Física en —. Tu ticket promedio es \$60.000 y el margen de contribución por unidad se estima en \$21.000. Con tus supuestos (primer objetivo), proyectamos 100 clientes/mes (~1.200 al año) y ventas anuales por \$72.000.000. El resultado anual estimado (antes de impuestos) es \$7.200.000. Para alcanzar esa meta mensual de 100 clientes, con una conversión del 4%, necesitas cerca de 2.500 visitas al mes. Con un presupuesto de marketing de \$180.000/mes, tu costo por visita ronda \$72 y el costo por cliente que gastas en marketing o lo que te cuesta atraerlo para te compre es ~\$1.800 esto proviene de tu presupuesto de marketing / numero de clientes. Regla práctica: procura que el valor total que te deja o renta cada cliente a lo largo del tiempo sea al menos tres veces lo que te cuesta conseguirlo (relación 3 a 1). Para iniciar tu negocio con tranquilidad y considerando que tu plan es en 3 meses estar en punto de equilibrio, necesitarás al menos un capital de trabajo de \$1.346.400; es tu colchón para ejecutar sin apuros. Tu punto de equilibrio está en \$3.771.429 de venta mensual que lo alcanzarás en el periodo de 3 meses, lo que implica 63 clientes al mes. Con estas metas a la vista, cada campaña y mejora del producto puede medirse contra ellas: si nos acercamos a esta meta mes a mes, vamos en ruta; si no, ajustamos rápido. El objetivo es simple: enfocarse en cumplir el plan, crecer y mucha disciplina, evitando la ansiedad de caja y que el proyecto no llegue a puerto, mientras conviertes este periodo de aprendizaje en un negocio exitoso.

Evaluación (IA)

Impulsa tu negocio hacia el éxito

- Define tu propuesta de valor
- Establece una estrategia de marketing
- Lanza campañas publicitarias
- Optimiza procesos internos
- Evalúa resultados y ajusta

Rubro

La industria del retail local en Chile, especialmente en el sector de joyería, está en crecimiento, impulsada por la demanda de productos personalizados y únicos. Las tendencias actuales muestran un aumento en la preferencia por piezas que reflejan la individualidad del cliente, lo que se alinea perfectamente con la propuesta de valor de la tienda de joyas en Las Condes.

Competencia local (\$)

La competencia en el sector de joyería en Las Condes es alta, con un puntaje de 10 en la evaluación de competencia. Sin embargo, la especialización en piezas únicas y personalizadas puede diferenciar a la tienda. Es crucial identificar y analizar a los competidores directos para establecer estrategias efectivas de posicionamiento.

FODA + Tamaño de Mercado

Fortalezas: diseño artesanal y atención personalizada. Oportunidades: creciente demanda de productos únicos. Debilidades: dependencia de un tráfico mensual de 2500 clientes y una tasa de conversión del 4%. Amenazas: alta competencia y fluctuaciones en el mercado. Asumimos un CAC de 0, lo que puede ser optimista, considerando la necesidad de marketing para atraer clientes.

Veredicto con 3 próximos pasos

Para avanzar, se recomienda: 1) Realizar un análisis detallado de la competencia para ajustar la propuesta de valor. 2) Establecer un plan de marketing efectivo que maximice el tráfico y la conversión. 3) Evaluar la posibilidad de financiamiento adicional para cubrir gastos fijos y asegurar un flujo de caja saludable.

Score: 75 / 100 · ✓ Consistente

Plan de Acción — ¡Sigue con tu propósito!

Implementar una estrategia de lanzamiento para la tienda de joyas, enfocándose en la personalización y el diseño artesanal, con el objetivo de alcanzar la meta de ingresos de 6,000,000 en 6 semanas.

- Semana 1: Definir la identidad de marca y crear un sitio web atractivo que muestre la colección de joyas y permita la personalización.
- Semana 2: Desarrollar una estrategia de marketing digital que incluya redes sociales, publicidad en línea y colaboraciones con influencers locales.
- Semana 3: Realizar un evento de lanzamiento en la tienda para atraer clientes potenciales y generar interés en las piezas únicas.
- Semana 4: Implementar un programa de fidelización para clientes que incentive las compras repetidas y el boca a boca.
- Semana 5: Evaluar el rendimiento de las estrategias de marketing y ajustar según los resultados obtenidos en las semanas anteriores.
- Semana 6: Lanzar una campaña de promoción especial para aumentar las ventas y alcanzar la meta de ingresos.

Mapa competitivo

- Santo Cielo Joyas: Marca nacional fundada en 2017 que ofrece joyas originales hechas a mano con técnicas y materiales internacionales, enfocándose en diseño y calidad para resaltar la belleza femenina. Tienda online con piezas bañadas en oro y colecciones con significado especial[1].
- Cavi Jewelry: Tienda chilena especializada en joyas personalizadas con grabado láser, con variedad de collares, pulseras y anillos personalizados con tiempos de entrega rápidos (1-2 días hábiles)[2].
- Mis Joyas Chile: Tienda física y online con presencia en Santiago y Concepción, que ofrece joyas personalizadas para ocasiones especiales como licenciaturas, con enfoque en elegancia y exclusividad[3].
- Mabelita Joyas: Servicio de joyas personalizadas con grabado, entrega rápida en Santiago (mismo día si se compra antes de las 15:00 hrs) y cobertura a todo Chile, con atención personalizada vía WhatsApp[4].
- Tesoromio Chile: Taller de joyería fina que crea anillos de compromiso, argollas de matrimonio y joyas personalizadas con significado, con showroom exclusivo y envío gratis[5].
- Joyería Rometsch: Empresa familiar con más de 90 años en el mercado chileno, reconocida por joyas de alta gama en oro y platino con brillantes, combinando tradición y calidad[6].

Fuentes: [Santo Cielo Joyas - Tienda online de Joyas](#) · [Cavi Jewelry - Joyas Personalizadas](#) · [Mis Joyas Chile - Joyas Personalizadas](#) · [Mabelita Joyas Personalizadas](#) · [Tesoromio Chile - Taller de Joyería Fina](#) · [Joyería Rometsch - Tienda de Joyas](#) · [Servicio Nacional del Consumidor \(SERNAC\)](#) · [Servicio de Impuestos Internos \(SII\)](#)

Checklist regulatorio

- Registro de empresa y patente comercial: Para operar legalmente una tienda de joyas en Chile, es obligatorio inscribirse en el Registro de Empresas y Sociedades (RES) y obtener la patente municipal correspondiente en la municipalidad donde se ubique el local.
- Normativa de metales preciosos y control de calidad: La Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores regula la información clara y veraz sobre la composición y calidad de las joyas vendidas.
- Normas de etiquetado: Según el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), las joyas deben contar con etiquetas que indiquen claramente el material, peso y características especiales, especialmente en piezas personalizadas.
- Facturación electrónica: La emisión de boletas o facturas electrónicas es obligatoria para la venta de joyas, conforme a la normativa del Servicio de Impuestos Internos (SII) de Chile.
- Regulación de importación y aduanas: Si las joyas o materiales son importados, se deben cumplir los requisitos aduaneros y pagar los aranceles correspondientes, regulados por el Servicio Nacional de Aduanas de Chile.
- Protección de datos personales: En caso de almacenar datos de clientes para personalización o ventas online, se debe cumplir con la Ley N° 19.628 sobre Protección de la Vida Privada, asegurando la confidencialidad y seguridad de la información.

Datos Cualitativos y Cuantitativos (Tu tablero)

Resumen del tablero

- Problema y urgencia: Dolor moderado (5.0/10)
- Segmento beachhead: Cliente bien ubicado y alcanzable (10.0/10)
- Propuesta de valor (ventaja): Ventaja diferenciadora concreta (8.0/10)
- Modelo de negocio (margen): Margen bruto 35% (10.0/10)
- Economía unitaria (LTV/CAC): $LTV/CAC \approx 23.3$ ($LTV \approx \text{frecuencia} \times MC$) (10.0/10)
- Proyección de clientes (12 meses): Usuario: $\text{Venta } 6.000.000 / \text{Ticket } 60.000 \Rightarrow 100/\text{mes}$ · Proyección 12m ≈ 1.200 (3.7/10)
- Competencia (intensidad): Mercado muy competitivo; refuerza ventaja (7.0/10)
- Planes alternativos a dificultades: Planes alternativos claros (10.0/10)
- Experiencia del fundador: Buen encaje fundador-idea (7.0/10)
- Testeo previo (señales): Señales tempranas favorables (10.0/10)
- Red de apoyo: Buena red de apoyo (10.0/10)

Top riesgos (amarillo/rojo)

- Problema y urgencia (5.0/10) – Dolor moderado
- Proyección de clientes (12 meses) (3.7/10) – Usuario: $\text{Venta } 6.000.000 / \text{Ticket } 60.000 \Rightarrow 100/\text{mes}$ · Proyección 12m ≈ 1.200

Estado de Resultados anual (1º proyección para flujos)

Ventas	\$72.000.000
--------	--------------

Costo de ventas	\$46.800.000
Margen de contribución	\$25.200.000
Gastos fijos	\$15.840.000
Gastos de marketing	\$2.160.000
Resultado antes de impuestos	\$7.200.000

Brújula menor

Capital de trabajo necesario en meses (plan 3m)
\$1.346.400
Ventas para Punto de Equilibrio....\$3.771.429
Clientes para tu Punto de Equiibrio....62,86
Clientes objetivo (mes)....100
Tráfico requerido....2.500
Costo unitario tráfico por cliente....72
Costo por cliente que compra....1.800

Curva hacia el punto de equilibrio

Mes	% Punto de Equilibrio (usuario)	Clientes/mes	Déficit del mes
M1	33%	21	\$884.400
M2	66%	41	\$448.800
M3	99%	62	\$13.200

Informe generado por el equipo de Aret3 · [aret3.cl](#)