

---

## Re-Sail-Cle

César Barba, Alejo Sánchez, Paco Guerrero,  
Jose Luis Ramón y Jose Luis Rico

# Te damos la bienvenida a **Re-Sail-Cle**





## ÍNDICE

<b>QUIÉNES SOMOS</b>	<b>3</b>
Nuestra misión	3
Nuestra visión	3
<b>PROPUESTA DE VALOR</b>	<b>3</b>
<b>DAFO</b>	<b>4</b>
<b>SEGMENTOS DE CLIENTES</b>	<b>5</b>
Buyer persona	5
<b>CANALES</b>	<b>8</b>
<b>MARKETING</b>	<b>9</b>
A pie de playa	9
TikTok	9
Influencers	9
Eventos	10
Instagram	10
<b>ACTIVIDADES CLAVE</b>	<b>11</b>
<b>RECURSOS CLAVE</b>	<b>12</b>
Recursos humanos	12
Recursos financieros	13
Recursos físicos	13
<b>ALIADOS CLAVE</b>	<b>14</b>
Venta en la escuela	14
Alquiler	14
Colaboración con equipos	14
<b>ESTRUCTURA DE COSTES E INGRESOS</b>	<b>15</b>
<b>FLUJO DE INGRESOS</b>	<b>17</b>



## QUIÉNES SOMOS

### Nuestra misión

Ofrecer una amplia variedad de bañadores reciclados a precios accesibles, proporcionando una alternativa sostenible a la moda tradicional y contribuyendo a la reducción del desecho de las prendas hospitalarias.

### Nuestra visión

Ser líderes en la venta de ropa de baño sostenible y de alta calidad, promoviendo la conciencia ambiental y la responsabilidad social.

### PROPUESTA DE VALOR

Sociedad limitada, concienciada con el medio ambiente, que ofrece prendas acuáticas, producidas a partir de material reciclado, en su mayoría polipropileno, extraído de descartes hospitalarios. De esta manera Re-Sail-Cle tendrá un impacto mínimo en el medio ambiente, cuidando nuestra huella ambiental. Ofrecemos prendas acuáticas de calidad con especificaciones de diseño innovadoras, que incluyen productos de secado rápido, bolsillos en los diferentes modelos de neoprenos y tecnología de geolocalización en vari

Los productos. Asimismo, la relación calidad-precio de nuestros productos será inmejorable, consiguiendo precios totalmente competitivos en el mercado, aspecto clave para mantener la fidelidad de nuestros consumidores.

Nuestros productos van a ser sostenibles, ya que estamos eliminando el tradicional neopreno biodegradable derivado del petróleo, que vamos a sustituir por una alternativa a base de material procedente de residuos de hospitales y clínicas valencianas (acuerdo público previamente pactado con las autoridades sanitarias de esa comunidad, lo haremos a través de unidades de limpieza, que retiran los residuos sólidos urbanos y los llevan a los depósitos finales, donde hay un compactador de basura). Sin costes y con un compromiso con el medio ambiente.

El 80% de la composición de nuestros trajes de neopreno proviene de las batas “Sutexho” (hechas en España), que están confeccionadas con rizo 100% algodón. Poliuretano de 20 micras, mientras que el tejido exterior está fabricado con botellas de plástico 100% recicladas.



Contamos con una página web. Donde se encuentra nuestro portfolio de productos y donde los clientes podrán hacer sus compras:

<https://n9.cl/resailcle>

## DAFO

	<b>Aspectos negativos</b>	<b>Aspectos positivos</b>
<b>Análisis interno</b>	<b>DEBILIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- El precio de los productos puede ser más alto debido a los costos asociados con la recuperación y el procesamiento de los materiales reciclados.</li><li>- La falta de conocimiento o interés del público en los productos hechos con materiales reciclados de hospitales puede dificultar la venta.</li></ul>	<b>FORTALEZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Uso de materiales reciclados y sostenibles, lo que puede atraer a clientes conscientes del medio ambiente.</li><li>- Una fuente de materiales reciclados de hospitales es una ventaja competitiva única.</li></ul>
<b>Análisis externo</b>	<b>AMENAZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- La competencia de otros proveedores de neoprenos y bañadores que no utilizan materiales reciclados.</li><li>- La falta de regulación o apoyo gubernamental para los productos reciclados de hospitales puede dificultar la venta.</li></ul>	<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Crecimiento de la conciencia y el interés en los productos sostenibles y reciclados.</li><li>- Posibilidad de colaboraciones con hospitales y organizaciones ambientales.</li><li>Posibilidad de expandir la línea de productos a otros artículos reciclados de hospitales.</li></ul>

## SEGMENTOS DE CLIENTES

Los clientes son el centro de nuestro negocio. Por ello, en Re-Sail-Cle hemos tratado de dividirlos en grupos con necesidades, actitudes, actividades y comportamientos similares para conocerlos mejor y atender sus necesidades.

A través de este proceso, hemos concluido que nuestros potenciales clientes serán personas de todas las edades interesadas en dar un salto en calidad y comodidad en el material utilizado durante la práctica de sus actividades acuáticas, así como concienciadas con el medio ambiente. Además, nuestros productos serán económicamente asequibles, para que personas de cualquier poder adquisitivo puedan consumirlos y disfrutarlos.

Además, apoyar al comercio local es sinónimo de calidad, buen servicio y sostenibilidad. Por estos motivos, Re-Sail-Cle se dirige especialmente a todos aquellos vecinos de la comunidad valenciana que estén interesados en fomentar el comercio local.

### Buyer persona



Nombre: Marcos

Edad: 25-40 años

Género: Masculino

Ocupación: Amante del medio ambiente y de los deportes acuáticos, profesional en áreas relacionadas con el medio ambiente, como la ingeniería ambiental o la conservación.

Ingresos: Moderados a altos

Localización: Urbano, vive cerca de un cuerpo de agua o en una ciudad costera

Motivaciones: Busca productos de alta calidad que sean amigables con el medio ambiente, está dispuesto a pagar un poco más por productos hechos con materiales reciclados y sostenibles. Le



preocupa el impacto ambiental de su compra y está dispuesto a apoyar a empresas que están trabajando para reducir su huella de carbono.

Objetivos: Proteger el medio ambiente, sentirse bien al comprar productos sostenibles, estar a la vanguardia de las tendencias sostenibles, y tener prendas de baño de alta calidad para su deporte acuático.



Nombre: Olivia

Edad: 35 años

Género: Mujer

Ocupación: Gerente de marketing en una empresa de tecnología

Personalidad: Olivia es una mujer ambiciosa y comprometida con la sostenibilidad. Le encanta el surf y busca productos que sean respetuosos con el medio ambiente. Además, es una persona muy organizada y busca la comodidad y durabilidad en sus productos de baño.

Objetivos: Olivia busca bañadores y neoprenos de alta calidad y durabilidad que sean respetuosos con el medio ambiente, ya que estos productos serán utilizados en actividades al aire libre. Además, es importante para ella que los productos sean hechos con materiales reciclados de hospitales, ya que ella quiere apoyar empresas que están comprometidas con la sostenibilidad.

Desafíos: Olivia tiene dificultad para encontrar productos que se adapten a sus necesidades de sostenibilidad, ya que muchas empresas prometen ser sostenibles, pero no lo son realmente.

Cómo la empresa puede ayudar: Ofreciendo productos de alta calidad y durabilidad, hechos con materiales reciclados de hospitales y siendo transparentes sobre su compromiso con la sostenibilidad.



Nombre: Juan

Edad: 28 años

Género: Hombre

Ocupación: Profesor de educación física y entrenador personal

Personalidad: Juan es un hombre activo y deportivo, le encanta practicar surf, natación y otras actividades al aire libre. Es muy consciente del medio ambiente y busca productos sostenibles. Es muy responsable con su cuerpo y busca productos que le ayuden a mantenerse en forma y saludable.

Objetivos: Juan busca bañadores y neoprenos de alta calidad que sean respetuosos con el medio ambiente y ayuden a mejorar su rendimiento en sus actividades deportivas. Además, es importante para él que los productos sean hechos con materiales reciclados, ya que quiere apoyar empresas comprometidas con la sostenibilidad.

Desafíos: Juan tiene dificultad para encontrar productos deportivos sostenibles que se adapten a sus necesidades y le ayuden a mejorar su rendimiento.



## CANALES

Para que nuestra propuesta de valor llegue al segmento de clientes deseado, en Re-Sail-Cle apostamos por varios tipos de canales, según el papel que juegan en el modelo de negocio, la forma en que interactúan a través de ellos con el cliente y qué es su relación con la empresa, entre las que destacan los canales de comunicación, distribución y venta.

En cuanto a los canales de comunicación, Re-Sail-Cle opta por difundir y promocionar nuestros productos a través de las redes sociales, como Instagram, Facebook o Twitter. A través de estas plataformas digitales daremos a conocer nuestra propuesta de valor, informando a los clientes y generando interés sobre nuestros productos. También será de gran utilidad para la prestación de servicios de atención al cliente y postventa. Consideramos oportuno apostar por las formas de difusión actuales, es decir, las redes sociales, en lugar de optar por métodos convencionales que pueden resultar menos atractivos, ya que hoy en día las redes sociales forman parte de nuestro día a día, y por tanto nuestros productos llegarán a un mayor número de consumidores potenciales.

En cuanto a los canales de distribución, Re-Sail-Cle pondrá sus productos a disposición de los clientes a través de un punto de venta. Teniendo en cuenta nuestro nicho de negocio, consideramos necesario que este puesto está ubicado cerca de la costa, más concretamente en playas como la Malvarrosa o la Patacona.

Además, venderemos en paralelo tanto en una tienda física como a través de un sitio web, a través del cual los clientes pueden realizar compras y recibir sus productos en sus hogares. De esta forma, alcanzaríamos un nivel de negocio a nivel nacional, lo que nos permitiría aumentar exponencialmente nuestras ventas.

Finalmente, con el objetivo de acercar al cliente nuestra propuesta de valor y potenciar las ventas, Re-Sail-Cle apuesta por el marketing de influencers, una estrategia donde se llega a un acuerdo de colaboración entre una marca y una persona influyente para difundir o promocionar tu marca. , generalmente con el objetivo de aumentar la visibilidad de la marca. Para ello contactaremos con personas influyentes relacionadas con los deportes acuáticos, e intentaremos llegar a acuerdos para difundir nuestra imagen.



## MARKETING

### A pie de playa

Nuestro encargado de marketing distribuirá folletos promocionales de nuestro negocio en la playa de la Malvarrosa, de tal manera que aquellas personas que se dirijan al punto de venta con uno de dichos folletos obtendrán un descuento del 5% en cualquiera de nuestros productos. De esta manera veremos de manera directa la eficacia de esta técnica y además conseguiremos que la gente que está en la playa (perfil de gente que buscamos) conozca nuestra tienda.

### TikTok

Crear contenido original y divertido relacionado con el tema de los bañadores reciclados y el medio ambiente. Por ejemplo, se podrían crear videos cortos de personas usando los bañadores reciclados en distintas actividades acuáticas, o tutoriales de cómo cuidar y prolongar la vida útil de los bañadores reciclados. También se podrían crear videos con consejos y trucos para elegir el mejor bañador reciclado para su tipo de cuerpo o actividad favorita. Además, se podría aprovechar las tendencias populares en TikTok, como los desafíos de baile, para promocionar los productos de la tienda de bañadores reciclados.

### Influencers

Buscar a influencers en el nicho del medio ambiente o el estilo de vida sostenible, y colaborar con ellos para crear contenido relacionado con los bañadores reciclados. Por ejemplo, los influencers podrían mostrar cómo usan los bañadores reciclados en sus vidas diarias, o compartir testimonios sobre la calidad y durabilidad de los productos. Los influencers también podrían crear tutoriales de moda o de cuidado de los bañadores reciclados, o participar en desafíos creativos para promocionar la tienda. Además, se podrían organizar sorteos o promociones especiales a través de los canales de los influencers para atraer a nuevos clientes.



## Eventos

Organizar o patrocinar eventos al aire libre o acuáticos en los que se puedan usar los bañadores reciclados. Por ejemplo, se podría organizar una carrera de natación en la playa, un torneo de vóley en la piscina o una expedición de snorkel en un arrecife de coral. Los asistentes al evento podrían recibir un descuento en la tienda de bañadores reciclados, y se podrían tomar fotos y grabar videos para promocionar la tienda en las redes sociales. También se podría organizar un evento en la tienda para presentar los nuevos productos y diseños, o un taller para enseñar cómo se pueden reparar y reciclar los bañadores.

Además, se podría colaborar con otras empresas o organizaciones relacionadas con el medio ambiente o la conservación de los océanos para crear un evento temático y atraer a un público interesado en los temas sostenibles.

## Instagram

Utilizar Instagram para crear una comunidad alrededor de los bañadores reciclados y los temas relacionados con el medio ambiente. Por ejemplo, se podría publicar contenido regularmente, como fotos y videos de los bañadores reciclados en acción, testimonios de clientes satisfechos, tutoriales de moda y cuidado de los bañadores reciclados, noticias sobre la sostenibilidad y eventos relacionados con la tienda.

Además, se podría utilizar Instagram para conectarse con otras empresas o influencers relacionadas con el medio ambiente o el estilo de vida sostenible, creando contenido en conjunto y compartiendo las publicaciones entre las cuentas.

También se podría utilizar Instagram para crear un concurso o desafío creativo relacionado con los bañadores reciclados, premiando a los mejores participantes con productos de la tienda o descuentos especiales.

Otra posibilidad es utilizar Instagram para mostrar un poco detrás de cámaras de la tienda, mostrando procesos de producción, diseño, y materiales utilizados para fabricar los bañadores y así generar un mayor enganche con el público interesado en el tema.



## ACTIVIDADES CLAVE

En Re-Sail-Cle, consideramos todas aquellas actividades interconectadas para producir, diseñar, vender y entregar nuestros productos y servicios.

En primer lugar, para obtener el material necesario para la fabricación de nuestros productos, recogemos y clasificamos todo el material hospitalario desechado. Posteriormente, trasladamos estos materiales a nuestras instalaciones, donde pasarán por un proceso productivo, extrayendo el polipropileno del material hospitalario para transformarlo en prendas acuáticas. Finalmente, transportamos nuestros productos al lugar de venta, donde estarán a disposición de los clientes.

Asimismo, en Re-Sail-Cle tratamos de mantener una buena relación con el cliente mediante la práctica de diversas actividades, es decir, anticipándonos a sus problemas, contactándolos frecuentemente después de la venta de nuestros productos para obtener retroalimentación y ofreciendo respuestas inmediatas a través de nuestro plataformas digitales.

Primeramente teníamos pensado la idea de realizar cursos para nuestros clientes, pero al colaborar con el club de windsurf estas clases son dadas por el club.



## RECURSOS CLAVE

Para un rendimiento óptimo, Re-Sail-Cle identifica una serie de memorias clave, incluidos los recursos humanos, financieros y físicos.

### Recursos humanos

En cuanto a los recursos humanos, Re-Sail-Cle contará con un pequeño equipo profesional formado por varios expertos en diferentes campos, entre los que se encuentran el marketing y la comunicación, el diseño, la producción, la atención al cliente y las finanzas.

Contaremos con un empleado de marketing y comunicación, que es la cara visible de la organización, coordinando y produciendo todo el contenido que la representa, con el objetivo de llegar a prospectos, clientes, inversionistas y/o la comunidad. El encargado de ocupar este puesto de trabajo es César.

También contaremos con un diseñador industrial, que se encargará de realizar los diseños de nuestras prendas, adaptando el modelo según los requerimientos que le exijamos. El encargado de ocupar este puesto de trabajo es José.

Por otro lado, al igual que con los empleados de producción, comenzaremos con un dependiente que se encuentra en la tienda, para realizar la atención al cliente. El encargado de ocupar este puesto de trabajo es Francisco y José Luís.

Finalmente, tendremos un responsable de finanzas, que se encargará de llevar la contabilidad de la empresa y supervisar sus gastos. El encargado de ocupar este puesto de trabajo es Alejo.

Sin embargo, tan pronto como podamos permitirnos el gasto de contratar más empleados, eso se hará.

En la siguiente tabla se representa cómo irá aumentando el número de empleados a través de los años.

Número de empleados
---------------------

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Marketing y Comunicación	1/2	1/2	1	1	1
Diseño	1/2	1/2	1/2	1	1
Producción	1	1 + 1/2	2	2	3
Atención al cliente	1	1	1	2	2
Finanzas	1/2	1/2	1	1	1

## Recursos financieros

Para poder comprar la maquinaria necesaria y realizar las campañas de marketing, solicitaremos un préstamo de 30.000 euros concedido en un plazo de 10 años con un tipo de interés del 2,5% anual. El capital necesario restante será obtenido de ahorros personales.

## Recursos físicos

Por otro lado, en cuanto a medios físicos, Re-Sail-Cle contará con un punto de venta ubicado cerca de la costa, más precisamente en la playa de la Malvarrosa en la calle San Juan de Dios, una nave industrial ubicada en el polígono Enchilagar del Rullo, Villamarchante, y un medio de transporte para trasladar nuestros productos desde el lugar de producción hasta el punto de venta.

The image contains two screenshots of real estate listings from a mobile application. The left screenshot shows a listing for 'Alquiler de Local en San Juan de Dios' in Playa de la Malvarrosa, Valencia, priced at 425 €/mes. The right screenshot shows a listing for 'Alquiler nave industrial nave en Vilamarxant' in Enchilagar del Rullo, priced at 1,000 €/mes. Both listings include contact information for Manuel Escartí, a professional real estate consultant.



## **ALIADOS CLAVE**

En cuanto a nuestros aliados clave, nuestro máximo aliado será la empresa WINDSURFING VALENCIA. Ofrece windsurf, paddle surf y surf en Valencia, entre ellos tiene clases sueltas, cursos de verano, cursos todo el fin de semana e incluso tiene su propio equipo de competición.

Nuestra intención es contar con ellos para diferentes aspectos como:

### **Venta en la escuela**

En primer lugar, queremos que nuestros productos se vendan en su propia escuela. Ya que el perfil de clientes que tienen es similar al nuestro. Como tienen su propia tienda donde venden diferentes productos, sería muy fácil implementar la nuestra.

### **Alquiler**

En segundo lugar, también queremos ofrecer la posibilidad de alquilar nuestros productos a los clientes que contraten sus clases individuales. Es decir, si una familia asiste allí sin tener ningún material y no tiene intención de volver a repetir la actividad en un corto periodo de tiempo (porque no tendría sentido comparar el material), queremos ofrecer la posibilidad de alquilarlos.

### **Colaboración con equipos**

Por último, colaboraremos con un club náutico fabricando nosotros mismos su equipación. De esta forma, el negocio va más allá de la propia escuela, ya que los chicos que compitan llevarán sus equipaciones en las que se verá claramente el nombre de nuestra empresa/marca.



## ESTRUCTURA DE COSTES E INGRESOS

	Mes 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>	3.130 €	84.060€	109.080€	152.352€	191.280€	223.440 €
<b>Costes mixtos</b>	424 €	5.088€	4.632€	12.568€	18.552€	27.528€
Coste de luz del almacén	210 €	2.520€	4.032€	6.720€	10.080€	15.120€
Coste de luz de la tienda	164 €	1.968€	3.148,8€	5.248€	7.872€	11.808€
Coste de agua	50 €	600€	600€	600€	600€	600€
<b>Resultado</b>	2706 €	78.972€	104.448€	139.784€	172.728€	195.912€
<b>Costes fijos</b>	6248,02 €	77.476,24€	85.119,24€	114.663,17€	143.110,91€	159.502,34€
Alquiler del almacén	950 €	11.400€	11.400€	11.400€	11.400€	11.400€
Alquiler de la tienda	425 €	5.100€	5.100€	5.100€	5.100€	5.100€
Salarios netos	4873,02 €	58.476,24€	66.199,24€	95.633,57€	124.110,91€	140.502 €
Coste publicitario	0 €	2.500€	2.500€	2.500€	2.500€	2.500€
<b>Resultados</b>	-3542,02 €	1.495,76€	19.248,76€	25.150,43€	29.617,09€	36.409,66 €
<b>Costes financieros</b>	62,5 €	750€	750€	750€	750€	750€
Intereses del préstamo	62,5 €	750€	750€	750€	750€	750€



Resultado de antes del impuesto de sociedades	-3604,52 €	745,76€	18.498,76€	24.400,43€	28.867,09€	35.659,66€
Impuesto de sociedades	0 €	186,44€	4.624,69€	6100'11€	7.216,77€	8.914,92€
<b>Resultado neto</b>	-3604,52 €	559,32€	13.874,09€	18.300,42€	21.650'32€	26.744,75€

En la siguiente tabla se muestra la inversión en maquinaria para el proceso productivo de nuestros productos.

<b>Inversión</b>	21.579€
Trituradora	2.879€
Separador Vibratorio Seco	16.500€
Agujas planas para máquina	2.200€
<b>Precio unitario</b>	El portfolio de productos está en la página web, <a href="https://n9.cl/resailcle">https://n9.cl/resailcle</a>

En la siguiente tabla se muestran los resultados de las ventas de los productos. La suma de estos datos constituyen los ingresos totales de Re-sail-cle.

	Unidades Vendidas		
	Unidades neoprenos (119€)	Unidades bañadores (30€)	Ingresos totales
1 Mes	20	25	3.130€
1 Año	540	660	84.060€
2 Año	720	780	109.080€
3 Año	1008	1080	152.352€
4 Año	1320	1140	191.280€
5 Año	1560	1260	223.440€



## FLUJO DE INGRESOS

En primer lugar, utilizaremos una estrategia de prestigio o diferenciación. Mediante ella, aumentaremos los precios de nuestros productos respecto al resto de productos del mismo mercado. Todo ello, con un claro objetivo, remarcar aquello que nos diferencia, un proceso productivo y material sustentable paralelo a una máxima calidad del bien ofrecido.

Por otro lado, lo complementaremos con una estrategia de precio promocional con el propósito de potenciar las ventas de nuestros productos. Reduciremos temporalmente los precios de algunos de nuestros productos y ofreceremos a nuestros clientes la oportunidad de comprar durante un periodo de tiempo limitado un conjunto de los productos a un menor precio. Mediante esta estrategia, conseguiremos captar nuevos clientes y fidelizar las relaciones con ellos.

Por último, utilizaremos la estrategia de los precios psicológicos. Esto consiste en hacer parecer nuestros productos más baratos de lo que realmente son. Por ejemplo, en nuestros neoprenos, en vez de venderlos a un precio de 120€, los venderemos a 119€.