

TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	1
Descripción del tema.....	2
1.1 Preguntas claves a responder.....	3
Alcance del proyecto	4
Antecedentes Generales.....	5
1.2 Tendencias retail en Chile.....	5
1.3 Oportunidades identificadas.....	7
1.4 Category Management.....	7
1.5 Necesidades en torno al Category Management	9
Objetivos del proyecto.....	12
1.6 Objetivo general	12
1.7 Objetivos específicos.....	12
1.8 Resultados esperados.....	12
Marco conceptual	13
Propuesta metodologica	14
Análisis situación actual	15
1.9 Descripción del entorno competitivo	15
1.10 Descripción del mercado.....	16
1.11 Análisis PEST.....	17
1.11.1 Entorno Político.....	17
1.11.2 Entorno Económico.....	18
1.11.3 Entorno Social.....	19
1.11.4 Entorno Tecnológico.....	20
1.12 Análisis de la competencia: Modelo 3C's	21
1.13 Análisis 5 Fuerzas de Porter.....	23
Estudio de mercado	25
1.14 Instrumento de entrevistas	25
1.15 Hallazgos de entrevistas	25
1.16 Análisis oferta y demanda.....	26
1.16.1 Oferta actual.....	26
1.16.2 Demanda Potencial.....	29
Propuesta plan de Negocio.....	39
1.17 Análisis STP	39
1.17.1 Segmentación.....	39
1.17.2 Target.....	39
1.17.3 Posicionamiento	40
1.18 Definición del servicio y tarifas.....	41
1.19 Personas	44
1.19.1 Estructura organizacional	44
1.19.2 Cargos, perfiles y remuneración.....	45
Evaluación Económica	47
1.20 Consideraciones a utilizar.....	47
1.21 Determinación de Ingresos.....	48
1.22 Determinación de Costos.....	49

1.23	Capital de trabajo	50
1.24	Inversión inicial	50
1.25	Depreciación	52
1.26	Costos de financiamiento	53
1.27	Análisis flujos de caja	54
1.27.1	Flujos de caja del proyecto	54
1.28	Indicadores económicos	55
1.29	Sensibilización	55
Conclusiones y recomendaciones		58
Bibliografía		59
14	Anexos	60
14.1	Anexo 1: Entrevistas	60
14.1.1	Guía entrevista ejecutivos de retail.	60
14.1.2	Guía entrevista proveedores	60
14.1.3	Registro entrevistas	61
14.2	Anexo 2: Datos ingresos y Ebitda Cencosud 2016.	69
14.3	Anexo 3: Extracto clasificación de riesgo Walmart Chile 2016.	71
14.4	Anexo 4: Estado de Resultado 2016, Construmart.	72
14.5	Anexo 5: Características y Cotización Planogram Builder	73
14.6	Anexo 6: Cotización equipos	74
14.7	Anexo 7: Cotización web corporativa	75
14.8	Anexo 8: Flujos de caja.	76

Índice de Tablas

Tabla 4-1	Necesidades en Category Management.....	11
Tabla 8-1	Cantidad de tiendas por retail en Chile.....	16
Tabla 8-2	Resumen análisis 3C's	22
Tabla 9-1	Resultados Supermercados Minoristas SMU	30
Tabla 9-2	Resultados Supermercados Mayoristas, SMU	30
Tabla 9-3	Resultados Tiendas de Conveniencia SMU	31
Tabla 9-4	Resultados Supermercados Tottus	32
Tabla 9-5	Demanda Potencial Supermercados.....	33
Tabla 9-6	Resultados Mejoramiento del Hogar, Falabella	34
Tabla 9-7	Demanda Potencial Mejoramiento del Hogar.....	35
Tabla 9-8	Demanda Potencial Farmacias.....	36
Tabla 9-9	Demanda Potencial Cliente Tipo Proveedor	37
Tabla 10-1	Segmentos de Mercado Objetivo.....	40
Tabla 10-2	Valoración hora hombre.....	41
Tabla 10-3	Determinación Precio por Servicio	42
Tabla 10-4	Detalle sueldos y Costos de personal	46
Tabla 11-1	Ingresos Mensuales	48
Tabla 11-2	Ingresos Anuales.....	48
Tabla 11-3	Costos Mensuales	49
Tabla 11-4	Costos Anuales.....	49
Tabla 11-5	Máximo Déficit Acumulado	50
Tabla 11-6	Software de Planogramación disponibles en el Mercado	51
Tabla 11-7	Detalle Inversión Inicial.....	52
Tabla 11-8	Depreciación.....	52

Tabla 11-9 Costo Financiero - Apalancamiento del 50%.....	53
Tabla 11-10 Costo Financiero - Apalancamiento del 75%	53
Tabla 11-11 Flujos de caja.....	54
Tabla 11-12 Comparación Indicadores Económicos.....	55
Tabla 11-13 Indicadores Obtenidos por Sensibilización de Ingresos.....	55
Tabla 11-14 Indicadores Obtenidos Por Sensibilización de Costos.....	57

Índice de Figuras

Figura 4-1 Proceso Category Management.....	7
Figura 8-1 Análisis cinco fuerzas de Porter	23
Figura 9-1 Servicio Ofrecido por The Retail Factory.....	28
Figura 10-1 Organigrama	44
Figura 11-1 Comportamiento VAN por Sensibilización Ingresos.....	56
Figura 11-2 Comportamiento TIR por Sensibilización de Ingresos.....	56
Figura 11-3 Comportamiento VAN por sensibilización de Costos	57
Figura 11-4 Comportamiento TIR por sensibilización de Costos.....	57
Figura 17-1 Cotización Licencias Planogram Builder.....	74
Figura 17-2 Cotización Teléfono Móvil y Plan Ilimitado	74
Figura 17-3 Cotización Notebook i7	75
Figura 17-4 Cotización Construcción web corporativa	75