

## TABLA DE CONTENIDO

1. Antecedentes Preliminares.....	1
1.1 Introducción .....	1
1.2 Planteamiento de la Tesis.....	2
1.3 Objetivos .....	3
1.4 Metodología .....	3
1.5 Resultados Esperados .....	4
2. Análisis de la Industria .....	4
2.1 Análisis PEST .....	4
2.1.1 Entorno Político.....	4
2.1.2 Entorno Económico.....	5
2.1.3 Entorno Socio-Cultural.....	6
2.1.4 Entorno Tecnológico .....	6
2.1.5 Conclusiones del Análisis .....	6
2.2 Análisis de las Fuerzas de Porter.....	7
2.2.1 Rivalidad entre Competidores.....	7
2.2.2 Amenaza de Nuevos Entrantes .....	7
2.2.3 Amenaza de Substitutos .....	7
2.2.4 Poder de Negociación del Cliente.....	8
2.2.5 Poder de Negociación del Proveedor .....	8
2.2.6 Conclusiones del Análisis .....	8
3. Análisis del Mercado .....	8
3.1 La Industria del Diseño de Interiores.....	9
3.1.1 La Industria Global.....	9
3.1.2 La Industria en Chile .....	10
3.2 Análisis de la Demanda.....	12
3.2.1 Estudio de Mercado.....	12
3.2.2 Oportunidad de Negocio.....	15
3.2.3 Tamaño del Mercado.....	16
3.2.4 Segmentación y Cliente Target.....	17

3.3. Análisis de la Competencia .....	18
3.3.1 Estudio de Diseño de Interiores .....	18
3.3.2 Diseñadores de Interiores <i>Freelance</i> .....	18
3.3.3 Diseñadores de Renombre .....	19
4. Plan Estratégico .....	20
4.1 Modelo de Negocio .....	20
4.1.1 Segmentos de Mercado .....	20
4.1.2 Propuesta de Valor .....	20
4.1.3 Canales .....	21
4.1.4 Relaciones con Clientes .....	21
4.1.5 Fuentes de Ingreso .....	21
4.1.6 Recursos Clave .....	22
4.1.7 Actividades Clave .....	22
4.1.8 Asociaciones Clave .....	22
4.1.9 Estructuras de Costes .....	23
4.2 Conclusiones del Análisis .....	23
5. Plan de Marketing .....	23
5.1 Marketing Mix .....	24
5.1.1 Precio .....	24
5.1.2 Producto/Servicio .....	26
5.1.3 Plaza .....	27
5.1.4 Promoción .....	27
5.1.5 Personas .....	27
5.1.6 Procesos .....	28
5.1.7 Evidencia Física .....	29
5.2 Plan de Marketing Digital .....	30
5.3 Alianzas Estratégicas .....	31
5.4 Posicionamiento .....	31
6 Plan de Operaciones .....	31
6.1 Proveedores Digitales .....	31
6.2 Plan Pre Operacional .....	32

6.3 Descripción del Proceso .....	34
6.4 Gestión de Diseñadores.....	36
6.5 Gestión de Proveedores .....	36
6.6 Proceso de Post Venta .....	37
7. Plan de Recursos Humanos.....	37
7.1 Estructura y Funciones .....	37
7.2 Remuneración e Incentivos.....	40
8. Plan Económico y Financiero .....	40
8.1 Inversión Inicial .....	40
8.2 Proyección de Ingresos.....	41
8.3 Proyección de Costos .....	42
8.4 Capital de Trabajo.....	43
8.5 Financiamiento.....	44
8.6 Tasa de Descuento Modelo CAPM .....	44
8.7 Flujos de Caja Proyectados .....	45
8.8 Periodo de Recuperación.....	46
8.9 Análisis VAN Y TIR .....	46
8.10 Análisis de Sensibilidad .....	47
9. Factores Críticos de Éxito .....	48
9.1 Factores Comerciales .....	48
9.2 Factores Humanos.....	49
9.3 Factores Tecnológicos .....	49
10. Conclusiones.....	50
11. Bibliografía .....	52
12. Anexos .....	55
Anexo 1: Encuesta.....	55
Anexo 2: Resultados de Encuesta .....	59
Anexo 3: Logos de EspacioKlimt .....	67
Anexo 4: Lienzo de Modelo Canvas.....	68
Anexo 5: Resumen de Supuestos para Flujo de Caja.....	68