

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	7
1.1 Antecedentes Generales	7
1.2 Justificación del Proyecto	7
2. OBJETIVOS.....	8
2.1 Objetivo Principal	8
2.2 Objetivos específicos	8
3. METODOLOGÍA.....	8
4. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA	9
4.1 Antecedentes generales de la Industria del Retail.....	9
4.2 Antecedentes generales del mercado del vestuario femenino en Chile	10
5. ESTUDIO DE MERCADO	11
5.1. Investigación Comercial.....	11
5.2. Mercado Potencial y Mercado Objetivo.....	28
5.3 Factores Claves de Éxito	29
6. LA ORGANIZACIÓN	31
6.1 Visión y Misión.....	31
6.2 Estrategia Competitiva	31
6.3 Modelo de Negocio	31
7. PLAN DE MARKETING	34
7.1 Mapa de la experiencia del cliente.....	34
7.2 Productos.....	36
7.3 Puntos de ventas	37
7.4 Comunicaciones de marketing	38
7.5 Precio	40
8. PLAN OPERACIONAL	40
8.1 Procesos de Negocios.....	40
8.2 Localización y Layout	45
9. ADMINISTRACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.....	46
9.1 Estructura societaria de la empresa.....	46

9.2 Estructura Organizacional	47
10. PROYECCIONES FINANCIERAS.....	51
10.1 Estado de resultados	51
10.2 Evaluación económica	51
10.3 Supuestos del Estado de Resultados y Flujos de Caja	56
10.4 Análisis de sensibilidad	57
11. CONCLUSIONES.....	60
BIBLIOGRAFÍA	62
ANEXOS	63