

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción.....	- 1 -
2. Preguntas claves a resolver	- 3 -
3. Alcance del tema	- 3 -
4. Objetivos	- 4 -
4.1 Objetivo general	- 4 -
4.2 Objetivos específicos	- 4 -
5. Resultado esperado	- 5 -
6. Marco conceptual	- 6 -
7. Metodología.....	- 7 -
8. Descripción del mercado	- 8 -
8.1 Mercado de importación.....	- 9 -
8.2 Mercado global de bienes de consumo.....	- 9 -
8.3 Mercado nacional de bienes durables.....	- 10 -
8.4 Mercado de consumo nacional	- 12 -
8.5 Descripción del estilo de vida de los chilenos	- 14 -
8.6 Hábitos de compra	- 15 -
9. Análisis del entorno	- 17 -
9.1 Factores políticos	- 17 -
9.2 Factores económicos	- 18 -
9.3 Factores socioculturales	- 19 -
9.3.1 La población chilena	- 19 -
9.3.2 Tamaño de las viviendas.....	- 21 -
9.3.3 Déficit habitacional.....	- 22 -
9.3.4 Cambio en la forma de vivir	- 23 -
9.3.5 Horas de trabajo	- 23 -
9.4 Factores tecnológicos	- 24 -
9.4.1 Uso del internet para comprar	- 24 -
9.4.2 Países más tecnológicos	- 26 -
9.5 Factores legales.....	- 27 -
10. Análisis de la industria	- 30 -
10.1 Amenaza de nuevos competidores	- 30 -
10.2 Amenaza de sustitutos	- 30 -
10.3 Rivalidad entre competidores existentes.....	- 31 -

10.4 Poder negociación proveedores.....	- 31 -
10.5 Poder negociación clientes	- 32 -
10.6 Conclusión Análisis microentorno	- 32 -
11. Planteamientos de factores externo EFAS	- 33 -
12. Identificación y descripción del cliente potencial	- 35 -
12.1 Conclusiones del grupo focal y la entrevista	- 35 -
12.2 Conclusiones de la encuesta online.....	- 38 -
a) Segmentación de los encuestados por rango de edad	- 38 -
b) Segmentación de los encuestados por ocupación	- 40 -
c) Segmentación de los encuestados por género	- 41 -
d) Segmentación de los encuestados por comuna.....	- 41 -
e) Segmentación de los encuestados por nivel socioeconómico	- 42 -
f) Lista de actividades de hogar en escala de mayor preferencia a menor preferencia.....	- 43 -
g) Lugar de compra de productos hogar	- 44 -
h) Atributos para productos electro hogar ordenados del más importante al menos importante.....	- 44 -
i) Atributos para productos deco hogar ordenados del más importantes al menos importantes	- 45 -
13. Planteamiento estratégico	- 45 -
13.1 Estrategia competitiva del negocio.....	- 46 -
14. Análisis de competidores potenciales.....	- 47 -
14.1 Descripción de las tiendas físicas	- 47 -
14.2 Descripción de las tiendas en línea.....	- 49 -
14.3 Presentación de los productos hogar ofrecidos en el mercado.....	- 50 -
14.4 Personales de los comercios	- 51 -
14.5 Plaza de los competidores	- 52 -
14.6 Promoción de los competidores	- 54 -
15. Estrategia de marketing.....	- 55 -
15.1 Selección del segmento objetivo.....	- 55 -
15.2 Estimación demanda por cantidad de hogar	- 55 -
15.3 Posicionamiento.....	- 58 -
15.4 Objetivos de marketing	- 59 -
15.5 Marketing Mix.....	- 59 -
15.5.1 Producto	- 59 -
15.5.2 Precio.....	- 59 -

15.5.3 Canales de distribución.....	- 60 -
15.5.4 Promociones	- 61 -
16. Estrategia operacional.....	- 62 -
16.1 Espacio físico requerido.....	- 63 -
16.2 Activos requeridos.....	- 63 -
16.3 Horarios y servicios externos	- 63 -
16.4 Procesos claves	- 64 -
17. Evaluación financiera	- 65 -
17.1 Inversión inicial requerida	- 65 -
17.2 Ingresos del negocio	- 67 -
17.3 Estado de resultados	- 68 -
17.3.1 Valor actual neto y Tasa de retorno esperado.....	- 69 -
17.3.2 Estado de resultados proyectado a 5 años (Escenario ideal).....	- 70 -
17.3.3 Estado de resultados proyectado a 5 años (Escenario pesimista)	- 71 -
17.3.4 Análisis de sensibilidad del negocio.....	- 72 -
18. Conclusiones.....	- 73 -
Bibliografía	- 74 -
Anexos	- 75 -
A. Cuestionario entrevista y focus group.....	- 75 -
B. Presentación procesos de certificación SEC	- 76 -
C. Encuesta y resultados	- 77 -
D. Productos hogar ofrecido por Antena 3 Directo.....	- 88 -
E. Lista de Productos Decohogar.....	- 89 -
F. Modelo CANVAS	- 98 -