

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	1
2.	OBJETIVOS	2
	2.1 Objetivo General	2
	2.2 Objetivos Específicos	2
3.	MARCO CONCEPTUAL	2
	3.1 Plan de Negocio.....	2
	3.2 El Análisis Cualitativo.....	3
	3.3 Modelo Canvas.....	3
	3.4 Estimación de Demanda con Embudo de Ventas	4
	3.5 Flujo de Caja.....	4
	3.6 Análisis FODA.....	4
	3.7 Modelo de las 5 Fuerzas de Porter	4
4.	METODOLOGÍA	5
	4.1 Análisis del mercado de la moda	5
	4.2 Validación del problema y Modelo de negocio.....	5
	4.3 Plan de Marketing, Plan de Producción y Plan de personas.....	7
	4.4 Marco Regulatorio	7
	4.5 Análisis Crítico.....	7
	4.6 Análisis financiero	8
	4.7 Conclusiones.....	8
5.	ANÁLISIS DE MERCADO.....	9
	5.1 Niveles de la Industria de la Moda.....	9
	5.2 Tamaño y Crecimiento Mundial del Mercado de la Moda	10
	5.3 Grandes Exponentes en la Industria de la Moda	10
	5.4 Contaminación en el Mercado de la Moda	11
	5.5 Mercado de la Moda en Chile.....	12
	5.6 E-Commerce en Chile	14
	5.7 Mercado de la Ropa Americana en Chile.....	15
	5.8 Innovación en el Sector de Ropa Reciclada.....	17
	5.8.1 Innovación en el Extranjero	17
	5.8.2 Innovación en Chile.....	19
6.	OPORTUNIDAD DE NEGOCIO	20
	6.1 Validación del Negocio	21
	6.1.1 Validación por Fuentes Primarias Cuantitativas	21
	6.1.2 Validación por Fuentes Primarias Cualitativas	22
	6.2.2 Validación por Fuentes Secundarias	24

6.2 Hipótesis Validadas	26
6.3 Proyecto a Desarrollar	27
6.2 Estructura ideológica.....	28
6.2.1 Misión.....	28
6.2.2 Visión	28
6.2.3 Experiencia byAmerican	28
6.4 Modelo de Negocio.....	29
6.4.1 Segmento de Clientes.....	29
6.4.2 Propuesta de Valor	30
6.4.3 Canales	31
6.4.4 Relación con los Clientes.....	32
6.4.5 Flujo de Ingresos	33
6.4.6 Recursos Clave	33
6.4.7 Actividades Clave	33
6.4.8 Socios Clave	34
6.4.9 Estructura de Costos	34
7. PLAN DE MARKETING	36
7.1 Segmentación.....	36
7.1.1 Segmentación geográfica.....	36
7.1.2 Segmentación demográfica.....	36
7.1.3 Segmentación psicográfica	36
7.2 Tamaño del Mercado Actual y Mercado Potencial.....	37
7.3 Estimación de la demanda.....	37
7.3.1 Embudo de Ventas.....	38
7.4 Marketing Mix	41
7.4.1 Producto.....	41
7.4.2 Precio.....	42
7.4.3 Plaza	43
7.4.4 Promoción	43
7.5 Plan de Ventas.....	45
7.5.1 Fuerza de Ventas	45
7.5.2 Capacitación de los Colaboradores	46
8. PLAN DE PRODUCCIÓN	47
8.1 Proveedores	47
8.1.1 Ecoeleganza.....	47
8.1.2 Fardo	48
8.2 Precio del proveedor	48
8.3 Pedido al proveedor	49
8.4 Lavandería	49
8.5 Servicio de Sastrería.....	50
8.6 Gestión de Stocks	51
8.6.1 Sistemas de gestión de Stocks	52
8.6.2 Enterprise Resource Planning (ERP)	53
8.6.3 Cronología de pedidos	54
8.6.4 Protocolo de subida de productos al sistema	54

8.7	Descripción de Procesos	55
8.7.1	Procesos de producción.....	55
8.7.2	Estimación de Lead times.....	57
8.7.3	Proceso de operación interna (Bodega y Tienda).....	58
8.7.4	Proceso de ajuste y/o personalización de prendas	59
8.8	Tienda	59
8.8.1	Diseño de Tienda.....	59
8.8.2	Plano de Tienda.....	60
8.8.3	Mobiliario	60
8.8.4	Horario de atención de la tienda	61
8.9	Oficina y Bodega	61
9.	PLAN DE PERSONAS	62
9.1	Organigrama	63
9.2	Definición de perfiles para cada puesto de trabajo	63
9.2.1	Gerente General	63
9.2.2	Jefe Logístico y de Marketing	64
9.2.3	Jefe Administrativo y de Recursos Humanos	64
9.2.4	Jefe de Tienda y encargado del Marketing Digital.....	64
9.2.5	Modistas.....	65
9.2.6	Vendedores.....	65
9.3	Horario laboral	65
9.4	Capacitaciones.....	66
10.	MARCO REGULATORIO	66
10.1	Norma Sanitaria	66
10.2	Garantía	67
10.3	Etiquetado.....	67
10.4	Taller de sastrería.....	67
10.5	Patente	68
11.	ANÁLISIS CRÍTICO	68
11.1	Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	68
11.1.1	Poder de negociación de los compradores.....	68
11.1.2	Poder de negociación de los proveedores.....	69
11.1.3	Amenaza de nuevos competidores entrantes	69
11.1.4	Rivalidad de la competencia	70
11.1.5	Amenaza de productos sustitutos	70
11.2	Análisis FODA	71
11.2.1	Fortalezas	71
11.2.2	Oportunidades	72
11.2.3	Debilidades	72
11.2.4	Amenazas	72
12.	ANÁLISIS FINANCIERO.....	73
12.1	Inversiones requeridas y financiación	73

12.2 Gastos.....	77
12.3 Proyección de ventas	79
12.4 Estado de Flujos económicos y financieros proyectado a 5 años	83
12.5 Tasa de descuento – Modelo CAPM	83
12.6 VAN y la TIR.....	84
12.7 Análisis de sensibilidad	84
12.7.1 Pesimista	84
12.7.2 Intermedio	85
12.7.3 Optimista.....	86
13. CONCLUSIONES	87
14. BIBLIOGRAFÍA	89
15. ANEXOS	91