

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción	1
2. Descripción de la oportunidad	2
3. Preguntas claves a responder	3
4. Planteamiento de la tesis.....	3
4.1. Definición de Objetivos.....	3
4.1.1. Objetivos Generales	3
4.1.2. Objetivos específicos.....	3
4.2. Alcances.....	4
4.3. Marco conceptual.....	4
4.4. Metodología.	5
5. Diagnóstico del mercado y la industria de prendas de vestir para niños.	6
5.1. Análisis del mercado	6
5.1.1. Análisis de la oferta	6
5.1.1.1. Tendencia de ropa en niños, diseño marca y moda.....	6
5.1.2. Análisis de la demanda.....	7
5.1.2.1. Población y tasa de natalidad	7
5.1.2.2. Tendencias de alergias y dermatitis atópica en Chile	7
5.1.3. Tamaño de mercado.....	8
5.2. Análisis de la Industria de prendas de vestir	9
5.2.1. Análisis comparativo de las fibras sintéticas y naturales.	9
5.2.2. Análisis comparativo de la variedad de algodón en el mundo, sus propiedades y origen.	9
5.2.3. Análisis y tendencia del comercio de internacional de la industria de prendas de algodón desde Chile	10
6. Investigación de Mercado	12
6.1. Investigación cualitativa	12
6.1.1. Formulación de la pauta de la entrevista	13
6.1.2. Análisis de los resultados de la entrevista	14
6.2. Investigación Cuantitativa	15
6.2.1. Diseño metodológico	17
6.2.1.1. Población objetivo	17
6.2.2. Método de recolección.....	17
6.2.2.1. Diseño muestral	17

6.2.2.2.	Tamaño muestral	17
6.2.3.	Instrumento y pauta de la encuesta.....	18
6.2.4.	Análisis de los resultados de la encuesta	18
6.2.4.1.	Caracterización de clientes potenciales.....	18
6.2.4.2.	Caracterización de competidores potenciales.....	28
7.	Análisis del entorno.....	34
7.1.	Análisis del macroentorno de los países involucrados.....	34
7.1.1.	Análisis político y legal.....	35
7.1.2.	Análisis económico.....	35
7.1.3.	Análisis medioambiental.....	36
7.1.4.	Análisis socio-cultural.....	36
7.1.5.	Análisis tecnológico.....	37
7.2.	Análisis del microentorno.....	38
7.2.1.	Rivalidad entre competidores.....	39
7.2.2.	Poder de negociación de los clientes.....	44
7.2.3.	Poder de negociación de los proveedores.....	45
7.2.4.	Amenaza de nuevos entrantes.....	47
7.2.5.	Productos sustitutos.....	49
7.2.6.	Complementadores.....	50
8.	Análisis EFAS.....	51
9.	Plan Estratégico.....	54
9.1.	Estrategia corporativa.....	54
9.1.1.	Visión.....	55
9.1.2.	Misión.....	55
9.1.3.	Valores.....	55
9.1.4.	Objetivos y Metas.....	55
9.1.5.	Negocios.....	56
9.1.6.	Estructura, Sistemas y Procesos.....	57
9.2.	Estrategia de Negocio.....	58
9.2.1.	Estrategia genérica competitiva.....	59
10.	Plan de Marketing.....	59
10.1.	Selección de segmento objetivo.....	60
10.2.	Declaración de posicionamiento.....	62
10.3.	Diseño de Marca.....	62

10.4.	Marketing mix 8 p's.....	63
11.	Plan de operaciones.....	69
11.1.	Estimación de la demanda.....	69
11.2.	Diseño de la estrategia de procesos- Modelo SCOR.....	72
11.3.	Diseño de la Cadena de valor.....	74
11.4.	Elementos claves del proceso de importación.....	76
11.4.1.	Estructura arancelaria.....	76
11.4.2.	Documentos requeridos.....	77
11.4.3.	Entidades involucradas.....	77
11.4.4.	Procedimiento y costos de importación.....	77
12.	Plan de Recursos Humanos.....	78
12.1.	Diseño de puestos de trabajo.....	78
12.2.	Perfil de los colaboradores.....	79
13.	Plan Financiero.....	80
13.1.	Inversión requerida.....	80
13.2.	Estimación de ingresos y egresos.....	81
13.3.	Flujo de Caja proyectado y capital de trabajo.....	84
13.4.	Cálculo VAN y TIR.....	84
13.5.	Análisis de escenarios.....	85
14.	Conclusiones.....	87
	Bibliografía.....	90
	ANEXOS.....	93