

Tabla de Contenido

1	Introducción	1
2	Descripción del tema a abordar	1
3	Objetivos.....	3
3.1	Objetivo General	3
3.2	Objetivos Específicos	3
4	Alcance del tema a abordar	3
5	Resultados esperados	4
6	Marco Conceptual	4
6.1	Consumo de alcohol en Chile	4
6.2	Patentes de alcohol en la ciudad de Copiapó	5
6.3	Definición del concepto darkstore	8
6.4	Cadena de supermercados Super King Markets. Canal ShopSK.	10
7	Diagnóstico.....	11
7.1	Elaboración del diagnóstico	11
7.1.1	Análisis interno del funcionamiento actual de botillería Epicentro.	11
7.1.1.1	Análisis de proceso de compra y adquisición de stock actual en el expedio.....	12
7.1.1.2	Análisis del proceso de venta de productos en botillería Epicentro.....	14
7.1.1.3	Análisis de resultados históricos (balances del año anterior).....	15
7.1.2	Competidores locales	16
7.1.2.1	Análisis de la competencia local dentro de la ciudad de Copiapó.	17
7.1.2.2	Locales habilitados para venta de alcohol en Copiapó	19
7.1.3	Clientes.....	20
7.1.3.1	Segmentación y perfil.....	20
7.1.3.2	Identificación de necesidades e intereses	24
7.1.4	Análisis del tamaño de mercado.....	25
7.1.4.1	Análisis de consumidores actuales	26
7.1.4.2	Análisis de flujos de ventas según días y horarios	30
7.1.5	Descripción y análisis de modelo de negocio de compañía Super King Markets y el canal ShopSK.....	30
7.1.5.1	Historia y definiciones del formato darkstore.....	32
7.1.5.2	Análisis de modelo de negocio y propuesta de valor de la compañía	32
7.1.5.3	Alcances y limitaciones de formato darkstore	32

7.1.5.4	Tipos de productos ofrecidos entre distintos expendios darkstore	33
7.1.6	Análisis de proveedores	33
7.1.6.1	Evaluar los precios de venta que se ofrecen en la actualidad.....	34
7.1.6.2	Comparar precios de venta, promociones que pudieran ser de menor precio	35
7.1.6.3	Recopilar información acerca de posibles oferentes para realizar los pedidos digitales.....	35
7.1.7	Análisis del entorno	36
7.1.7.1	Evaluación situación actual socioeconómica de los ciudadanos.....	36
7.1.7.2	Legislación vigente en la venta de alcohol	36
7.1.7.3	Entorno tecnológico.....	38
8	Síntesis del diagnóstico a través de análisis FODA	39
8.1	FODA General	39
8.2	FODA por Segmentos.....	40
8.2.1	Segmento Gold.....	40
8.2.2	Segmento Premium	41
9	Elaboración de la estrategia	42
9.1	Análisis del atractivo por segmentos	42
9.2	Definición de mercado objetivo	43
9.3	Diseño de productos y servicio adicional a entregar	43
9.4	Generación de política de precios.....	45
9.5	Diseño de la estrategia de comunicación y posicionamiento	45
9.6	Implicaciones internas (organización, inversiones necesarias, lugar físico).....	45
9.7	Descripción del modelo de negocio	47
9.7.1	Estrategia de venta.....	48
9.7.2	Estrategia publicitaria	48
9.7.3	Modelo operacional	49
10	Evaluación de factibilidad económica.....	50
10.1	Costos de implementos, herramientas y lugar físico para el canal darkstore....	50
10.1.1	Crédito financiamiento	51
10.1.2	Tasa de descuento	52
10.2	Flujos de caja históricos y simulados	53
10.3	Sensibilización de estrategia de darkstore para el negocio “Epicentro”	60
11	Conclusiones y recomendaciones.....	61

11.1 Conclusiones.....	61
11.2 Recomendaciones.....	62
12 Bibliografía.....	63
Anexos	66