

Tabla de contenido

Introducción	1
1. Descripción de la empresa	2
2. Visión y Misión	3
2.1. Visión	3
2.2. Misión	3
3. Análisis de Mercado e Industria	3
3.1 Necesidad y oportunidad	3
3.1.1 La quínoa y sus características	4
3.1.2 La quínoa y sus usos	5
3.1.3 El potencial de comercialización de quínoa en Estados Unidos	6
3.1.4 Otros factores justificantes de la oportunidad	7
3.2 Características del mercado y clientes objetivo	9
3.2.1 Generalidades	9
3.2.2 Mercado potencial y objetivo	10
3.2.2.1 Alimentos con Etiquetado “Libre de”	11
3.2.2.1.1 Generalidades	11
3.2.2.1.2 Análisis del segmento	12
3.2.2.1.2.1 Productos libres de leche	12
3.2.2.1.2.2 Productos libres de gluten	13
3.2.2.2 Quínoa Mapuche como producto orgánico	14
3.2.2.3 Broker o intermediario	17
3.2.3 Mercado objetivo o clientes de primer nivel	18
3.2.4 Mercado de la quínoa en los Estados Unidos	18
3.3 Análisis Interno - Externo	20
3.3.1 Competencia	20
3.3.1.1 Competencia local	20
3.3.1.2 Competencia Internacional	20
3.3.1.2.1 Bolivia	21
3.3.1.2.2 Perú	22
3.3.1.2.3 Ecuador	22
3.3.2 Barreras de entrada	23

3.3.2.1 Barreras arancelarias	23
3.3.2.2 Barreras relacionadas con la tributación interna de Estados Unidos	23
3.3.2.3 Barreras para- arancelarias	24
3.3.2.4 Reglas de etiquetado generales	25
3.3.2.5 Etiquetado para Productos Orgánicos	27
3.3.2.6 Otras barreras de entrada	28
3.3.3 Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas para la Cooperativa y sus productos	29
4. Productos y servicios	30
4.1 Formato y precio del producto	30
4.2 Tipos de quínoa a comercializar	30
4.3 Fundamentos para ofrecer dicho producto	31
4.4 Servicios	32
4.5 Ventajas competitivas y propuestas de valor	33
4.5.1 Ventajas competitivas del producto	33
4.5.2 Propuesta de valor	33
5. Marketing y Estrategia Competitiva	34
5.1 Modelo de ingresos	34
5.1.1 Precio de los productos y modalidades de pago	34
5.1.2 Margen de contribución por cada producto	34
5.2 Modelo de comercialización y ventas	36
5.2.1 Los clientes o mercado objetivo	36
5.2.2 Proceso de venta y canales de distribución	37
5.3 Promoción	37
5.3.1 Marca	37
5.3.2 Posicionamiento de la firma	38
5.3.3 Actividades de promoción de la firma	38
5.3.4 Presentación de los productos	39
5.4 Estrategia competitiva	40
5.4.1 Integración	40
5.4.2 Diferenciación	40
5.4.3 Enfoque	41

6. Operaciones y Plan de Implementación	42
6.1 Flujo grama de operaciones	42
6.2 Descripción de procesos del flujo de producto (Área Operaciones)	43
6.3 Descripción de procesos del flujo financiero y de información (Área Comercial)	44
6.4 Plan de producción y adquisiciones	44
6.5 Infraestructura física necesaria	46
6.5.1 Bodega	46
6.5.2 Sitio web	46
6.5.3 Maquina secadora	46
6.5.4 Maquina desaponificadora o escarificador de quínoa	47
6.5.5 Maquina envasadora al vacío (selladora)	48
6.5.6 Camioneta	48
6.5.7 Equipos computacionales	49
6.5.8 Mobiliario oficina	49
6.6. Personal de operación o producción	49
6.6.1 Jefe de Operaciones	49
6.6.2 Secretaria	50
6.6.3 Tres operarios	51
6.7 Plan de implementación	51
7. Organización y Equipo Emprendedor	53
7.1 Estructura Jurídica de la Compañía	53
7.1.1 Definición y características de la cooperativa	53
7.1.2 Constitución	54
7.1.3 De los socios	55
7.1.4 La dirección, administración, operación y vigilancia de la Cooperativa	56
7.1.4.1 La Junta General de Socios	56
7.1.4.2 El Consejo de Administración	57
7.1.4.3 El Gerente	57
7.1.4.4 La Junta de Vigilancia	57
7.1.5 Del capital y de los excedentes	57
7.2 Equipo emprendedor	59
7.2.1 La Junta General de Socios	59
7.2.2 El Consejo de Administración	60
7.2.3 La Gerencia	60

<u>7.2.3.1 Gerente General</u>	<u>60</u>
<u>7.2.3.2 Jefe Comercial</u>	<u>61</u>
<u>7.2.3.3 Jefe de Operaciones</u>	<u>62</u>
<u>7.2.4 Recursos humanos</u>	<u>63</u>
<u>7.3 Gráfico de la estructura y del equipo de Cooperativa Agroindustrial Ñuke Mapu Limitada</u>	<u>64</u>
<u>8. Proyecciones Financieras y Análisis de Riesgos</u>	<u>64</u>
<u>8.1 Proyecciones de venta</u>	<u>64</u>
<u>8.2 Estado de resultado y Flujo de caja</u>	<u>65</u>
<u>8.3 Evaluación y análisis económico</u>	<u>66</u>
<u>8.4 Análisis de riesgos</u>	<u>67</u>
<u>8.4.1 Precio</u>	<u>67</u>
<u>8.4.1.1 Baja 10 % de los precios</u>	<u>67</u>
<u>8.4.1.2 Subida en 10 % de los precios</u>	<u>69</u>
<u>8.4.2 Volumen de ventas</u>	<u>70</u>
<u>8.4.2.1 Baja en un 10% en las ventas</u>	<u>70</u>
<u>8.4.2.2 Subida en un 10 % en las ventas</u>	<u>71</u>
<u>8.4.3 Costos Variables</u>	<u>72</u>
<u>8.4.3.1 Baja en un 10 % en costos variables</u>	<u>72</u>
<u>8.4.3.2 Subida en un 10% en costos variables</u>	<u>73</u>
<u>8.4.4 Costos fijos</u>	<u>74</u>
<u>8.4.4.1 Baja en un 10 % en costos fijos</u>	<u>75</u>
<u>8.4.4.2 Subida en un 10% en costos fijos</u>	<u>76</u>
<u>8.4.5 Tipo de cambio</u>	<u>77</u>
<u>8.4.5.1 Depreciación del peso chileno en 10 pesos frente al dólar</u>	<u>77</u>
<u>8.4.5.2 Apreciación del peso chileno en 10 pesos frente al dólar</u>	<u>78</u>
<u>8.4.6 Conclusiones</u>	<u>80</u>
<u>9. Financiamiento y oferta a inversionistas</u>	<u>81</u>
<u>Conclusión</u>	<u>83</u>
<u>Bibliografía</u>	<u>84</u>
<u>Anexo I. Proyección producción agrícola a 5 años</u>	<u>88</u>
<u>Anexo II. Planillas Excel de cálculos varios</u>	<u>93</u>