

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Relevancia del problema.....	3
1.3. Objetivos.....	3
1.3.1. Objetivo general.....	3
1.3.2. Objetivos específicos.....	3
1.4. Alcance.....	4
1.5. Pregunta de investigación.....	4
1.6. Metodología.....	4
1.6.1. Métodos de Investigación.....	6
1.6.2. Tipo de Estudio.....	7
1.7. Resultados Esperados.....	7
2. MARCO CONCEPTUAL.....	7
2.1. Innovación y emprendimiento.....	8
2.1.1. Riesgos asociados.....	9
2.2. Factores Claves de Éxito.....	9
2.3. Identificación de la Organización.....	11
2.3.1. Misión.....	11
2.3.2. Visión.....	11
2.3.3. Política de calidad.....	13
2.3.3.1. Objetivos de da calidad.....	13
3. EL PRODUCTO.....	14
3.1. Características del producto.....	14
3.1.1. Proceso de elaboración.....	14
3.2. Información nutricional.....	15
3.2.1. Propiedades del aceite de maní para bajar el colesterol.....	15
3.3. Usos.....	15
3.4. Resumen de propiedades del producto.....	16
4. EL MERCADO OBJETIVO.....	16
4.1. Índice de Competitividad Global.....	18
4.2. Teoría de la dimensión cultural.....	18
4.3. El consumo de alimentos en Chile.....	21
4.3.1. Alimentos que suman preferencias por parte de los chilenos.....	21
4.3.2. Productos cuyo consumo ha disminuido.....	22
4.3.3. El pan se mantiene estable pese a variaciones de precio.....	23
4.4. Consumo de aceites en Chile.....	23
5. ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....	25
5.1. Fuerzas de Porter.....	25
5.1.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	26
5.1.2. Rivalidad entre competidores.....	26
5.1.3. Poder negociador de los proveedores.....	26

5.1.4. Poder de negociación de compradores.....	26
5.1.5. Amenaza del ingreso de sustitutos.....	27
5.2. Cadena de Valor.....	28
5.3. Análisis FODA.....	29
5.3.1. Fortalezas.....	29
5.3.2. Oportunidades.....	29
5.3.3. Debilidades.....	30
5.3.4. Amenazas.....	30
5.4. Análisis PEST.....	31
5.4.1. Análisis político.....	31
5.4.2. Análisis económico.....	34
5.4.3. Análisis social.....	35
5.4.4. Tecnología.....	36
6. INVESTIGACION DE MERCADO.....	37
6.1. Descripción del Mercado.....	37
6.1.1. Tendencias de la Industria.....	38
6.2. Oferentes.....	39
6.2.1. Fabricantes en Chile.....	39
6.2.2. El Mercado en Cifras.....	41
6.2.3. Demanda, Investigación cuantitativa.....	42
6.2.4. Investigación cualitativa.....	45
7. MODELO DE NEGOCIO.....	47
7.1. Canvas.....	47
7.2. Análisis VRIO.....	47
7.3. Estrategia de Negocio.....	48
7.4. Estrategia Genérica.....	48
8. PLAN DE MARKETING.....	49
8.1. Modelo de las 7 P.....	49
8.1.1. Producto.....	50
8.1.2. Precio.....	53
8.1.3. Plaza.....	56
8.1.4. Promoción.....	59
8.1.5. Personal.....	62
8.1.6. Procesos.....	62
8.1.7. Presentación.....	62
9. PLAN DE OPERACIONES.....	64
9.1. Labores Administrativas Permanentes.....	64
9.2. Procesos relacionados con el cliente.....	69
9.3. Procesos operativos.....	69

10. PLAN DE PERSONAS.....	72
10.1. Organigrama Formal.....	72
10.2 Remuneraciones.....	73
10.2.1. Remuneraciones Fijas.....	73
11. PLAN FINANCIERO.....	74
11.1. Inversión.....	74
11.2. Producto y sus Costos.....	76
11.3. Ventas e Ingresos.....	76
11.4. Costos y Egresos.....	77
11.5. Plan de Cobranza y Pagos.....	80
11.6. Financiamiento Inicial.....	81
11.7. Resultados Proyectados.....	82
11.8. Análisis General de los Resultados Obtenidos.....	84
11.9. Sensibilización.....	84
11.10. Probabilidad.....	89
12. CONCLUSIONES.....	90
13. BIBLIOGRAFÍA.....	91
14. ANEXOS.....	93

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: Fuentes de Investigación.....	94
ANEXO 2: Aspectos tributarios y legales.....	95
ANEXO 3: Evolución del consumo promedio de productos alimenticios.....	100
ANEXO 4: Tasa media anual de crecimiento del consumo aparente per cápita de alimentos en Chile.....	102
ANEXO 5: Análisis de precios de aceites en supermercados.....	103
ANEXO 6: Análisis de factores macroeconómicos.....	104
ANEXO 7: Estudio y Análisis de los componentes de los principales aceites comestibles expendidos y vendidos en Chile.....	106

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Metodología de la Investigación.....	4
TABLA 2: Identificación de la Organización.....	11
TABLA 3: Índice de Competitividad Global.....	17
TABLA 4: Resumen de las Fuerzas de Porter.....	27
TABLA 5: Resumen de Análisis FODA.....	30
TABLA 6: El mercado de aceites en Chile.....	41
TABLA 7: Análisis de Indicadores Obtenidos.....	47
TABLA 8: Participación de Mercado según Formatos.....	50
TABLA 9: Proyección de Oferta a 5 años.....	52

TABLA 10: Costos Asociados a la Importación.....	52
TABLA 11: Plan de importaciones por producto para el primer año.....	66
TABLA 12: Plan de recuperación de cartera para el primer año.....	67
TABLA 13: Plan de pagos para el primer año.....	68
TABLA 14: Inversión inicial.....	68
TABLA 15: Materias primas e insumos.....	75
TABLA 16: Requisitos varios de materias primas e insumos.....	75
TABLA 17: Productos y costos.....	76
TABLA 18: Ventas en unidades Año 1.....	76
TABLA 19: Ventas anualizadas en unidades.....	77
TABLA 20: Ingresos en pesos anualizados.....	77
TABLA 21: Costo de Ventas.....	77
TABLA 22: Costo de inventario de productos proyectados.....	78
TABLA 23: Plan de gastos Año 1.....	78
TABLA 24: Plan de gastos anualizados.....	79
TABLA 25: Plan de cobranzas Año 1.....	80
TABLA 26: Plan de pago Año 1.....	80

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: Factores Críticos de Éxito.....	9
ILUSTRACIÓN 2: Teoría de la Dimensión Cultural.....	18
ILUSTRACIÓN 3: Cadena de Valor.....	28
ILUSTRACIÓN 4: Normativa Vigente de Aplicación Nacional relacionada con la alimentación saludable en establecimientos de Educación.....	33
ILUSTRACIÓN 5: Resumen de Proyecciones OCDE.....	34
ILUSTRACIÓN 6: Evolución del PIB.....	34
ILUSTRACIÓN 7: Participación de Empresas Productoras.....	40
ILUSTRACIÓN 8: Rueda Energética.....	46
ILUSTRACIÓN 9: Canvas.....	47
ILUSTRACIÓN 10: Matriz VRIO.....	47
ILUSTRACIÓN 11: Selección de la Estrategia.....	48
ILUSTRACIÓN 12: Estrategia Genérica.....	48
ILUSTRACIÓN 13: Las 7P.....	49
ILUSTRACIÓN 14: Procesos relacionados con el Cliente.....	69
ILUSTRACIÓN 15: Secuencia Importadora.....	70
ILUSTRACIÓN 16: Logística de la Importación y Distribución.....	71