

TABLA DE CONTENIDO

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
1.2	JUSTIFICACIÓN	1
1.3	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	2
1.4	ALCANCE DEL PROYECTO	3
1.5	OBJETIVOS Y RESULTADOS ESPERADOS	3
1.5.1	OBJETIVO GENERAL	3
1.5.1	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
1.5.1	RESULTADOS ESPERADOS	3
1.6	METODOLOGÍA	4
1.7	MOTIVACIÓN	4
II.	ANÁLISIS DE MERCADO	6
2.1	CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO	6
2.1.1	MERCADO INTERNACIONAL DEL CHOCOLATE	6
2.1.2	Suministro	7
2.1.3	Consumo de Cacao	7
2.1.4	Chocolate en Latinoamérica.....	9
2.1.5	Industria del Chocolate en Chile.....	10
2.1.6	Experiencia Gourmet.....	10
2.2	Principales actores	12
2.2.1	Compañía.....	12
2.2.2	Consumidor (clientes finales)	12
2.2.3	Canales de distribución.....	15
2.2.4	Competencia	15
2.3	Encuesta y resultados.....	17
2.3.1	Análisis Investigación de Mercado	17
2.3.2	Conclusión segmentos	28
2.3.3	Estudio complementario de mercado.....	28
III.	ANÁLISIS ESTRATÉGICO	29
3.1	Análisis PESTEL.....	29
3.1.1	Análisis Político	29
3.1.2	Análisis Económico.....	29
3.1.3	Análisis Sociocultural.....	30
3.1.4	Análisis Tecnológico	31
3.1.5	Análisis Ecológico	31
3.1.6	Análisis Legal.....	31
3.2	Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter y Barreras de Entrada y de Salida	32
3.2.1	Análisis de las Barreras de Entrada	32
3.2.2	Amenaza de entrada de nuevo competidores	33
3.2.3	Competencia de los productos sustitutos	33

3.2.4 Poder de negociación de los clientes	34
3.2.5 Poder de negociación de los proveedores	34
3.2.6 Rivalidad entre competidores consolidados	35
3.2.7 Barreras de Salida	36
3.2.8 Conclusiones Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter	36
IV. MODELO DE NEGOCIOS	38
4.1 Definición del negocio	38
4.2 Modelo CANVAS	38
4.2.1 Propuesta de Valor.....	38
4.2.2 Segmento de Clientes.....	39
4.2.3 Canales/Distribución	39
4.2.4 Relación con Clientes.....	40
4.2.5 Fuentes de Ingresos.....	40
4.2.6. Recursos Claves.....	41
4.2.7 Actividades Claves.....	41
4.2.8 Socios Claves.....	42
4.2.9 Estructura de Costos.....	42
4.3 Misión, Visión y Objetivos Estratégicos.....	42
4.3.1 Misión	42
4.3.2 Visión.....	42
4.3.3 Objetivos Estratégicos	42
4.4 Producto.....	43
4.4.1 Productos derivados del cacao.....	43
4.4.2 Experiencia gourmet maestro chocolatero	44
4.5 Análisis VRIO.....	44
4.5.1 Recursos y Actividades	44
4.5.2 Análisis VRIO.....	45
4.5.3 Ventaja Competitiva.....	45
V. PLAN DE MARKETING	46
5.1 Objetivos y Estrategia de Marketing	46
5.1.1 Objetivos de Marketing.....	46
5.1.2 Estrategia de Cobertura.....	46
5.1.3 Posicionamiento por marca	47
5.1.4 Participación de mercado	47
5.2 Marketing Mix	49
5.2.1 Estrategia de Producto.....	49
5.2.1.1 Productos derivados del cacao	49
5.2.1.2 Experiencia maestro chocolatero	50
5.2.2 Estrategia de Precio	51
5.2.2.1 Barras de chocolate	51
5.2.2.2 Otros productos derivados del cacao.....	51
5.2.2.3 Experiencia Maestro Chocolatero.....	52
5.2.3 Estrategia de Punto de Venta.....	52
5.2.4 Estrategia de Promoción.....	52

VI. PLAN OPERACIONAL	55
6.1 Pre-operacional	55
6.1.1 Constitución de la empresa	55
6.1.2 Iniciación de Actividades	56
6.1.3 Permisos	57
6.1.4 Trámites Laborales	58
6.1.5 Derechos de Marca	59
6.2 Ubicación de la planta (Macro-localización).....	59
6.3 Layout de planta	60
6.4 Procesos Operacionales	61
6.4.1 Producción/servicio.....	62
6.4.2 Materias Primas	68
6.4.3 Almacenamiento.....	69
6.4.4 Proveedores.....	69
6.4.5 Abastecimiento Sala de Ventas.....	70
VII. Plan Organizacional	71
7.1 Estructura Organizacional	71
7.2 Perfil de Puestos	72
7.2.1 Gerente General.....	72
7.2.2 Supervisor de Producción/ Maestro Chocolatero.....	73
7.2.3 Vendedor/Cajero	74
7.2.4 Chef chocolatero	75
7.2.5 Aseadora	76
7.3 Remuneración.....	77
7.4 Planilla de Colaboradores.....	77
VIII. Plan Financiero	78
8.1 Supuestos Financieros.....	78
8.1.1 Valor Monetario.....	78
8.1.2 Metodología de Evaluación	78
8.1.3 Tasa de descuento.....	78
8.1.4 Financiamiento	80
8.2 Inversión Inicial.....	80
8.3 Costos de Operaciones y Administración	81
8.3.1 Costos fijos.....	81
8.3.2 Costos Variables.....	82
8.4 Ingresos Estimados	82
8.5 Evaluación Financiera.....	83
8.5.1 Proyecto Puro	83
8.5.2 Proyecto Financiado	84
8.6 Análisis de sensibilidad	85
IX. CONCLUSIONES	88

X. BIBLIOGRAFÍA	91
XI. Anexos.....	94
Anexo A.....	94
Anexo B.....	96
Anexo C.....	115
Anexo D	131
Anexo E.....	132
Anexo F	133
Anexo G	134
Anexo H	135
Anexo I.....	136
Anexo J.....	139
Anexo K.....	141
Anexo L	142
Anexo M.....	143
Anexo N	144