

## Tabla de Contenido

1. Introducción .....	1
2. Objetivos y resultados esperados .....	2
2.1. Objetivo General.....	2
2.2. Objetivos Específicos .....	2
2.3. Resultados Esperados .....	2
3. Alcance del Trabajo .....	3
3.1. Descripción del tema a abordar y las preguntas claves a responder .....	3
4. Marco Conceptual.....	4
4.1. Historia del Food truck.....	4
4.2. Alimentación Saludable .....	5
4.4. Comida Rápida.....	6
4.5. Marketplace .....	7
4.6. Marketing Digital.....	7
4.7. Definiciones de Modelo de Negocio .....	9
5. Marco Metodológico .....	11
5.1. Metodología.....	11
5.2. Análisis de Oportunidades (Diagnóstico).....	12
5.2.1. Caracterización del negocio en el extranjero .....	12
5.2.1.1. Ofertas de valor en el extranjero sobre el modelo de negocio .....	15
5.2.1.2. Caracterización de variables internacional a nivel macro replicables localmente .....	19
5.2.2. Análisis del mercado potencial local.....	19
5.2.2.1. Mercado de Comida Rápida en Chile .....	20
5.2.2.2. Mercado bajo el formato Food Truck en Chile .....	22
5.2.3. Investigación de mercado para análisis de los segmentos .....	23
5.2.3.1. Resumen de análisis de los segmentos evaluados .....	32
5.2.4. Análisis de la competencia en Chile.....	34
5.2.4.1. Brechas de propuestas de valor .....	34
5.2.4.2. Fortalezas y debilidades de la competencia .....	35
5.2.5. Análisis del entorno .....	36

5.2.5.1.	Situación macroeconómica .....	36
5.2.5.2.	Legislación .....	36
5.2.5.3.	Equipamiento y tecnología.....	37
6.	Evaluación de factibilidad técnica y operativa.....	38
6.1.	Diagnóstico de factibilidad .....	38
6.2.	Diseño de plan operativo .....	39
6.2.1.	Descripción de la Organización.....	40
6.2.2.	Descripciones de cargo.....	41
6.2.3.	Descripción de procesos .....	41
6.2.4.	Controles de calidad y de inventario .....	43
7.	Diseño de la estrategia (Marketing Estratégico SAP) .....	44
7.1.	Selección de segmento objetivo .....	45
7.2.	Definición de propuesta de valor .....	46
7.3.	Diseño de la estrategia de comunicación y posicionamiento .....	46
7.4.	Descripción del modelo de negocio.....	47
7.5.	Plan de Marketing Táctico 4P.....	49
7.5.1.	Objetivo comercial.....	49
7.5.2.	Objetivo de marketing .....	50
7.5.3.	Estrategia de cobertura .....	50
7.5.4.	Marketing mix.....	50
8.	Evaluación de factibilidad económica .....	52
8.1.	Análisis financiero.....	52
8.2.	Plan Financiero.....	58
8.2.1.	Análisis de sensibilidad y escenarios .....	58
9.	Conclusión .....	59
10.	Recomendaciones.....	59
11.	Bibliografía.....	60
12.	Anexos .....	61