

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	1
2. DESCRIPCIÓN DEL TEMA A ABORDAR	2
3. ALCANCE DEL TEMA	3
4. OBJETIVOS Y RESULTADOS ESPERADOS	4
4.1. Objetivo General	4
4.2. Objetivos Específicos	4
4.3. Resultados Esperados	4
5. MARCO CONCEPTUAL	5
6. METODOLOGÍA	7
6.1. Elaboración del Diagnóstico para productos derivados del Alforfón. .7	
6.1.1. Características, Propiedades y Producción del Alforfón	7
6.1.1.1. Características principales	7
6.1.1.2. Propiedades y beneficios	8
6.1.1.3. Información Nutricional	10
6.1.1.4. Producción Mundial.	10
6.1.1.5. Producción en Chile.	12
6.1.1.6. Proceso de producción del Alforfón y sus restricciones.	12
6.1.2. Estudio y Caracterización de líneas de productos derivados del Alforfón. ¹⁵	
6.1.2.1. Caracterización de productos derivados de la Harina Alforfón.	15
6.1.2.2. Caracterización de productos derivados del Grano.	17
6.1.2.2.1. Elaboración de Cereal	17
6.1.2.2.2. Elaboración de Barritas Nutritivas.	17
6.1.2.3. Caracterización de Alforfón para otros usos.	18
6.1.2.4. Estudio y Caracterización de Potenciales Clientes.	18
6.1.2.4.1. Identificación, estudio, caracterización y levantamiento de necesidades de los distintos segmentos de clientes potenciales.	18
6.1.2.4.1.1. Investigación de Mercado, basado en entrevistas y/o encuestas. 18	
6.1.2.4.1.2. Resultados obtenidos.	19
6.1.2.5. Análisis y Caracterización de los diferentes tipos de Mercado.	23
6.1.2.5.1. Segmentación y segregación de mercados objetivos.	23

6.1.2.5.2. Estimación de tamaño de mercado.	23
6.1.3. Análisis de la competencia en Chile	24
6.1.3.1. Identificar principales competidores por mercado y su propuesta de valor.	24
6.1.4. Análisis de Los canales de Distribución	28
6.1.4.1. Análisis por Tipo de Producto	28
6.1.5. Análisis del entorno	31
6.1.5.1. Situación macroeconómica.	31
6.1.5.2. Legislación Actual.	33
6.1.5.3. Tendencias culturales.	33
6.2. Matriz FODA como síntesis estratégica de las principales variables del diagnóstico por segmento.	36
6.3. Diseño de la estrategia para el Mercado de productos derivados del Alforfón.	41
6.3.1. Macro Plan Estratégico	41
6.3.1.1. Misión	41
6.3.1.2. Visión	41
6.3.1.3. Valores	41
6.3.2. Macro Plan de Marketing	41
6.3.2.1. Segmentación	41
6.3.2.2. Propuesta de Valor	42
6.3.2.3. Marketing Mix por producto	44
6.3.2.3.1. Harina de Alforfón	44
6.3.2.3.2. Grano de Alforfón para cereal	45
6.3.2.3.3. Grano de Alforfón para barras de cereal	47
6.3.2.3.4. Forraje apícola	48
6.3.2.4. Plan y Presupuesto de Marketing	49
6.3.3. Macro Plan Operacional	50
6.3.3.1. Procesos y Planificación	50
6.3.4. Macro Plan de Ventas	53
6.3.4.1. Canales de Venta	53
6.3.4.2. Proyección Ventas	54
6.3.5. Macro Plan Organizacional	55
6.3.5.1. Organigrama de la Organización	55

6.3.5.2. Descripción de cargos	56
6.3.5.3. Dotaciones y Costos	57
6.4. Evaluación de la factibilidad económica.	59
6.4.1. Inversiones.	59
6.4.2. Tasa de Descuento.	60
6.4.3. Flujo de Caja a 5 años.	61
6.4.4. Análisis de Sensibilidad.	63
6.4.4.1. Cantidad de Ventas (demanda)	63
6.4.4.2. Precio del Producto	63
6.4.4.3. Valor de la Mano de Obra	64
6.4.5. Alternativas de Financiamiento.	66
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
8. BIBLIOGRAFÍA	68
ANEXOS	70
Anexo A: Recetas con base en el Alforfón.	70
Anexo B: Ley de Etiquetado en Chile	76
Anexo B.1: Flujo de etiquetado	76
Anexo B.2: Tablas con nutrientes límites y su evolución	76
Anexo C: Tabla Resumen de las tiendas donde se venden los distintos productos derivados del alforfón.	77
Anexo D: Mapa de Distribución de los GSE en Santiago	77
Anexo E: Tabla de depreciaciones	78
Anexo F: Flujos de Caja Sensibilizados	79