

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Antecedentes generales.....	1
1.2 Justificación del tema.....	1
1.3 Objetivos.....	3
1.4 Metodología.....	3
2. DIAGNÓSTICO	5
2.1 Descripción industria alimentos funcionales	5
2.1.1 Alimentos funcionales.....	5
2.1.2 Diferenciación en el mercado de alimentos funcionales.....	6
2.1.3 Ingredientes funcionales posibles de encapsular.....	6
2.1.4 Alimentos funcionales en Chile.....	7
2.1.5 Cadena de valor de los alimentos funcionales.....	10
2.2 Mercado de la microencapsulación.....	13
2.2.1 Descripción del mercado de encapsulación de ingredientes alimentarios....	13
2.2.2 Mercado mundial de encapsulación de ingredientes para adicionar a alimentos, por aplicaciones e ingresos.....	14
2.2.3 Cadena de valor de los ingredientes funcionales encapsulados.....	18
2.3 Selección de mercado objetivo.....	19
2.3.1 Análisis encuesta a consumidores finales.....	20
2.3.1.1 Comportamiento de compra.....	20
2.3.1.2 Tipo de alimentos y elección de marcas por parte de los consumidores	22
2.3.1.3 Evaluación del conocimiento del concepto y de alimentos funcionales	24
2.3.1.4 Disposición a pagar por alimentos que contengan ingredientes funcionales y funcionales encapsulados.....	25
2.3.2 Análisis potenciales clientes.....	26
2.3.2.1 Análisis empresas.....	26
2.3.2.2 Investigación y Desarrollo (I+D) en las empresas encuestadas.....	27
2.3.2.3 Conocimiento tecnología de microencapsulación.....	31
2.4 Análisis de la competencia	35
2.5 Factores a considerar al momento de establecer nueva tecnología para el sector alimentario.....	37
2.6 Análisis FODA para el desarrollo de ingredientes funcionales microencapsulados.....	39
2.6.1 Oportunidades.....	39
2.6.2 Amenazas.....	40
2.6.3 Debilidades.....	40
2.6.4 Fortalezas.....	41

3. ESTRATEGIA DEL NEGOCIO.....	44
3.1 Formulación de la estrategia.....	44
3.1.1 Conjunto integrado de competencias.....	45
3.1.2 Selección de grupos objetivos.....	46
3.1.3 Clasificación de clientes.....	47
3.1.4 Posicionamiento estratégico, estrategia de diferenciación.....	47
3.1.4.1 Estrategia de Investigación y Desarrollo.....	48
3.1.4.2 Estrategia de compra.....	49
3.1.4.3 Estrategia logística.....	50
3.1.4.4 Estrategia de recursos humanos.....	50
3.1.4.5 Estrategia de comunicación y comercialización.....	51
3.1.4.6 Propuesta de valor.....	52
3.1.5 Misión.....	53
3.1.6 Visión.....	53
3.1.7 Metas y objetivos.....	53
3.1.8 Promesa de valor a los stakeholders.....	53
3.1.9 Agenda estratégica.....	54
3.1.10 Resumen estrategia.....	55
4. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	56
4.1 Inversión inicial.....	56
4.2 Costos involucrados en el proceso de asesorías, investigación, logística y administración.....	57
4.2.1 Insumos para análisis y asesorías.....	57
4.2.2 Costos de funcionamiento.....	57
4.2.3 Tercerización de servicios.....	58
4.2.4 Remuneraciones.....	58
4.3 Escenarios de negocios.....	59
4.4 Precio de venta.....	61
4.5 Flujo de caja según escenarios.....	63
4.6 Determinación de VAN y TIR.....	66
5. CONCLUSIONES.....	67
6. BIBLIOGRAFIA.....	68
7. ANEXOS.....	70