

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. DESCRIPCIÓN DEL TEMA Y JUSTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD	2
2.1. DESCRIPCIÓN DEL TEMA.....	2
2.2. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO Y TENDENCIAS DE LA INDUSTRIA.....	5
2.3. JUSTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD	7
3. PREGUNTAS CLAVE A RESPONDER Y FACTORES CRÍTICOS.....	10
3.1. PREGUNTAS CLAVE A RESPONDER.....	10
3.2. FACTORES CRÍTICOS.....	11
4. OBJETIVOS Y RESULTADOS ESPERADOS	11
4.1. OBJETIVO GENERAL	11
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
4.3. RESULTADOS ESPERADOS	12
5. ALCANCE	12
6. MARCO CONCEPTUAL.....	13
7. METODOLOGÍA.....	17
7.1. DIAGNÓSTICO Y SÍNTESIS.....	17
7.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	17
7.3. ANÁLISIS PESTEL (MACROENTORNO).....	18
7.4. ANÁLISIS 5 FUERZAS DE PORTER (MICROENTORNO).....	18
7.5. SÍNTESIS DEL DIAGNÓSTICO	19
7.6. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.....	19
7.6.1. DECLARAR MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y METAS	19
7.6.2. PLAN DE MARKETING	20
7.6.3. PLAN DE OPERACIONES.....	20
7.6.4. PLAN FINANCIERO	21
7.6.5. ESTRATEGIAS DE NEGOCIO.....	21
7.7. EVALUACIÓN ECONÓMICA	21
8. DIAGNÓSTICO Y SÍNTESIS.....	21
8.1. DIAGNÓSTICO INTERNO.....	21
8.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	23
8.2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	24
8.2.2. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS.....	25
8.2.3. RECOLECCIÓN DE DATOS.....	27
8.3. CLIENTES	28

8.4.	COMPETIDORES	32
8.5.	SUSTITUTOS	34
8.6.	ANÁLISIS PESTEL (MACROENTORNO).....	36
8.7.	ANÁLISIS 5 FUERZAS DE PORTER (MICROENTORNO).....	38
8.8.	SÍNTESIS DEL DIAGNÓSTICO	43
9.	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.....	47
9.1.	DECLARAR MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y METAS	47
9.2.	PLAN DE MARKETING	48
9.3.	PLAN DE OPERACIONES.....	65
9.4.	PLAN FINANCIERO	74
9.5.	ESTRATÉGIA DE NEGOCIO	76
10.	EVALUACIÓN ECONÓMICA	77
10.1.	SÍNTESIS DE EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	79
11.	CANVAS.....	79
12.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	79
13.	BIBLIOGRAFÍA.....	81
	ANEXOS.....	83
	ANEXO A: ENCUESTA INVESTIGACIÓN DE MERCADO: PAN FUNCIONAL.....	83
	ANEXO B: RESULTADOS ESTUDIO DE MERCADO	86
	ANEXO C: INVERSIÓN INICIAL.....	89
	ANEXO D: COSTOS VARIABLES	91
	ANEXO E: COSTOS FIJOS POR ESCENARIO	92
	ANEXO F: INGRESOS POR ESCENARIO.....	94
	ANEXO G: CÁLCULO TASA WAC.....	95

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.	VALOR ELABORACIÓN PAN Y PROVEEDORES.....	23
TABLA 2.	COMPARATIVA DE COMPETIDORES	26
TABLA 3.	COMPARATIVA DE SUSTITUTOS.....	27
TABLA 4.	DEGLOSE POR EDAD DE MOTIVO CUIDADO DE SALUD	29
TABLA 5.	INTERÉS EN PAN FUNCIONAL	29
TABLA 6.	HÁBITOS DE CONSUMO ENCUESTADOS.....	30
TABLA 7.	EMOCIONES RESPETO DEL CONSUMO DE PAN	30
TABLA 8.	DISPONIBILIDAD A PAGAR POR PAN FUNCIONAL.....	30
TABLA 9.	RESULTADOS ENCUESTA POR COMUNA R.M.....	31
TABLA 10.	REFERENCIAS PARA ANÁLISIS COMPETIDORES	32

TABLA 11. RESULTADOS ANÁLISIS COMPETIDORES.....	32
TABLA 12. REFERENCIAS PARA ANÁLISIS SUSTITUTOS.....	34
TABLA 13. RESULTADOS ANÁLISIS SUSTITUTOS.....	35
TABLA 14. 5 FUERZAS DE PORTER SEGMENTO 1.....	39
TABLA 15. RESULTADOS 5 FUERZAS DE PORTER SEGMENTO 1.....	39
TABLA 16. 5 FUERZAS DE PORTER SEGMENTO 2.....	40
TABLA 17. RESULTADOS 5 FUERZAS DE PORTER SEGMENTO 2.....	41
TABLA 18. 5 FUERZAS DE PORTER SEGMENTO 3.....	41
TABLA 19. RESULTADOS 5 FUERZAS DE PORTER SEGMENTO 3.....	42
TABLA 20. 5 FUERZAS DE PORTER SEGMENTO 4.....	42
TABLA 21. RESULTADOS 5 FUERZAS DE PORTER SEGMENTO 4.....	43
TABLA 22. HÁBITOS DE CONSUMO PAN TRADICIONAL.....	49
TABLA 23. CARACTERIZACIÓN DE INTERESADOS POR COMUNA.....	51
TABLA 24. CANALES DE ADQUISICIÓN DE PREFERENCIA ENCUESTADOS.....	53
TABLA 25. INFORMACIÓN NUTRICIONAL PAN FUNCIONAL.....	56
TABLA 26. POBLACIÓN INTERESADA EN PAN FUNCIONAL POR COMUNA.....	58
TABLA 27. CANALES DE PREFERENCIA ADQUISICIÓN PAN FUNCIONAL ENCUESTADOS.....	60
TABLA 28. VALOR DE PRODUCCIÓN AL DETALLE DE PAN FUNCIONAL.....	61
TABLA 29. VALOR DE PRODUCCIÓN AL POR MAYOR DE PAN FUNCIONAL.....	61
TABLA 30. DIMENSIONAMIENTO DE ACTIVOS NECESARIO PARA LA PRODUCCIÓN.....	67
TABLA 31. DETALLE DE FUNCIONES Y CARGOS.....	68
TABLA 32. DESCRIPCIÓN ÁREAS PLANTA FÍSICA.....	70
TABLA 33. DESCRIPCIÓN DE FLUJO PROCESO PRODUCTIVO.....	71
TABLA 34. EVALUACIÓN ECONÓMICA ESCENARIO PESIMISTA.....	77
TABLA 35. EVALUACIÓN ECONÓMICA ESCENARIO PROBABLE.....	78
TABLA 36. EVALUACIÓN ECONÓMICA ESCENARIO OPTIMISTA.....	78

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

GRÁFICA 1: VALORES NUTRICIONALES DEL PAN TRADICIONAL.....	2
GRÁFICA 2: VALORES NUTRICIONALES DEL PAN DE MOLDE.....	3
GRÁFICA 3. CRECIMIENTO DEL MERCADO DE SALUD Y BIENESTAR EN CHILE.....	7
GRÁFICA 4. MERCADOS HIPOTÉTICOS PROPUESTOS.....	8
GRÁFICA 5. PERSONAS ACTIVAS EN CHILE.....	8
GRÁFICA 6. PERSONAS ACTIVAS EN CHILE SEGÚN EDAD.....	9
GRÁFICA 7. HIPÓTESIS TRIÁNGULO DE VALOR.....	10
GRÁFICA 8. 5 FUERZAS DE PORTER (9).....	15
GRÁFICA 9. EJEMPLO MODELO CANVAS.....	17
GRÁFICA 10. PASOS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	18
GRÁFICA 11. ÁREAS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA PROPUESTA.....	18
GRÁFICA 12. PROCESO DE PRODUCCIÓN PAN FUNCIONAL.....	22
GRÁFICA 13. SEGMENTOS DE MERCADO HIPOTÉTICOS.....	24
GRÁFICA 14. MUESTRA DE ALGUNOS COMPETIDORES Y SUSTITUTOS.....	27
GRÁFICA 15. POSICIONAMIENTO DE COMPETIDORES.....	33
GRÁFICA 16. POSICIONAMIENTO DE SUSTITUTOS.....	35

GRÁFICA 17. MADUREZ DE SECTOR INDUSTRIAL	46
GRÁFICA 18. SEGMENTOS OBJETIVOS	52
GRÁFICA 19. PROTOTIPO DE MARCA	55
GRÁFICA 20. PROTOTIPO DE ETIQUETA	56
GRÁFICA 21. LÍMITES NUTRICIONALES APLICACIÓN DE SELLOS	57
GRÁFICA 22. INDICACIONES NUTRICIONALES PARA ETIQUETADO	57
GRÁFICA 23. PROTOTIPO PAN FUNCIONAL CON ETIQUETA, MARCA Y FOTOS REALES DEL PRODUCTO	58
GRÁFICA 24. UBICACIÓN GEOGRÁFICA UBICACIÓN EMPRENDIMIENTO Y ZONAS DE DESPACHO	59
GRÁFICA 25. ELEMENTOS DE PROMOCIÓN Y MERCADEO	63
GRÁFICA 26. PROTOTIPO DE REDES SOCIALES PARA LA MARCA	65
GRÁFICA 27. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL EMPRENDIMIENTO.	68
GRÁFICA 28. PROPUESTA DE PLANIMETRÍA PARA EL EMPRENDIMIENTO.	71
GRÁFICA 29. ETAPAS PROCESO PRODUCTIVO DEL PAN FUNCIONAL.	72
GRÁFICA 30. CADENA DE VALOR.	73