
**ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN PARA LA CAPTURA DE VALOR DEL
RECURSO AVELLANA EUROPEA *Coryllus avellana***

**CAROLINA URZÚA URETA
MAGÍSTER EN GESTIÓN TECNOLÓGICA**

RESUMEN

El cultivo de la avellana en Chile tiene una data reciente. Su introducción está ligada a la llegada a la empresa italiana Ferrero.

Esta nuez presenta importantes propiedades, especialmente su fracción lipídica, las que pueden ser de utilidad en la industria cosmética, en la elaboración de productos de mayor valor agregado.

En el presente proyecto se desarrolla una estrategia de innovación para la captura de valor de la avellana europea *Coryllus avellana* destinada a la industria cosmética, utilizando para ello la oferta que no accede a la industria alimentaria establecida. La estrategia propuesta contempla innovación en el modelo de negocios dimensionando los mercados potenciales y competidores en conjunto con una política de comercialización a través del Marketing Mix. Se recurrió a las herramientas de análisis de gestión PEST, Modelo de las 5 Fuerzas Competitivas, Análisis FODA, Análisis de Apropiabilidad y Modelo de Negocios Canvas. Conjuntamente, se modeló la cadena de valor para dos estrategias asociativas (cluster y cooperativa), analizando las actividades primarias y de apoyo comunes entre ellas.

Se concluye que los modelos asociativos aportan mayor competitividad a las PYMES, donde el apropiamiento de los eslabones de la cadena propicia la reducción de costos, una mayor eficiencia en la gestión de recursos humanos, financieros e infraestructura y un mayor poder de negociación y captura de valor.

ABSTRACT

The hazelnut cultivation in Chile has a recent date. Its introduction is related to the arrival of the Italian company Ferrero.

This nut has important properties, specially its lipidic fraction, which can be useful to the cosmetic industry on the elaboration of products with higher added value

The following project develops an innovation strategy for the value capture of the European hazelnut *Coryllus avellana* destined to the cosmetic industry, using the product that does not access to the established food industry.

The proposed strategy contemplates an innovation on the business model, dimensioning the potential markets and competitors along with a commercialization strategy through the Marketing Mix. PEST, Porter's Five Forces Model, SWOT Analysis, Appropriability analysis and Business Model Canvas were used. Along with that, the value chain was modeled for two association strategies (cluster and cooperative), analyzing the primary and common support activities among them.

It is concluded that the associative models add more competitiveness to the SMEs, where the appropriation of the chain links propitiates costs reductions, better efficiency on the management of human, financial and infrastructure resources, and a bigger negotiation power and value capture.