

## CONTENIDO

<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>4</b>
<b>ANÁLISIS SITUACIONAL .....</b>	<b>5</b>
La industria .....	5
<b>Mercado de Alimentos Asociados a la Salud y Bienestar .....</b>	<b>5</b>
<b>Mercado Orgánico Mundial .....</b>	<b>7</b>
<b>Tendencias Mercado Orgánico Mundial .....</b>	<b>8</b>
<b>Tendencia Alimenticia en Chile .....</b>	<b>9</b>
<b>Mercado Orgánico Chileno .....</b>	<b>10</b>
<b>Los Consumidores ¿Por qué prefieren alimentos orgánicos?.....</b>	<b>11</b>
<b>Identidad y Estilo de Vida.....</b>	<b>12</b>
Análisis del Macro Entorno PEST .....	13
<b>Factor Político Legal.....</b>	<b>13</b>
<b>Factores Económicos .....</b>	<b>15</b>
<b>Factores Sociales .....</b>	<b>17</b>
<b>Factores Tecnológicos .....</b>	<b>19</b>
Análisis de la Industria de la Comida Saludable y Orgánica en Chile, Análisis de las 5 fuerzas de Porter.....	20
<b>F1. Amenaza de entrada de nuevos competidores .....</b>	<b>20</b>
<b>F2. Rivalidad ente los Competidores .....</b>	<b>22</b>
<b>F3. Poder de Negociación de los Proveedores .....</b>	<b>23</b>
<b>F4. Poder de negociación de los compradores .....</b>	<b>24</b>
<b>F5. Amenaza de ingreso de productos sustitutos .....</b>	<b>25</b>
Análisis de Competidores .....	27
Entorno Interno -Teoría de Recursos y Capacidades .....	30
<b>Recursos .....</b>	<b>30</b>

<b>Capacidades</b> .....	32
Entorno Interno .....	33
<b>Análisis VRIO</b> .....	33
<b>ANÁLISIS FODA</b> .....	<b>36</b>
Oportunidades .....	36
Amenazas .....	38
Fortalezas .....	39
Debilidades .....	39
<b>FACTORES CRÍTICOS DEL ÉXITO FCE</b> .....	<b>41</b>
<b>CONCLUSIÓN</b> .....	<b>42</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>43</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>45</b>
Cotización I (volantes) .....	45
Cotización II (diseño) .....	46
Local .....	47