

## Tabla de contenido

<b>1</b>	<b>1.</b>	<b>Introducción</b>
<b>1</b>	<b>2.</b>	<b>Objetivos y alcance del trabajo</b>
<b>3</b>	<b>3.</b>	<b>Marco teórico y metodología</b>
<b>7</b>	<b>4.</b>	<b>Mercado de los repuestos automotrices</b>
<b>7</b>	<b>4.1</b>	<b>Mercado automotriz en el mundo y en Chile</b>
<b>11</b>	<b>4.2</b>	<b>Mercado de los repuestos en Chile</b>
<b>13</b>	<b>5.</b>	<b>Descripción de la empresa</b>
<b>13</b>	<b>5.1</b>	<b>La empresa</b>
<b>14</b>	<b>5.2</b>	<b>Ventas</b>
<b>15</b>	<b>5.3</b>	<b>Productos</b>
<b>17</b>	<b>5.4</b>	<b>Clientes</b>
<b>17</b>	<b>5.5</b>	<b>Proveedores</b>
<b>18</b>	<b>5.6</b>	<b>Análisis financiero</b>
<b>19</b>	<b>6.</b>	<b>Análisis estratégico</b>
<b>19</b>	<b>6.1</b>	<b>Selección de países exportadores</b>
<b>22</b>	<b>6.2</b>	<b>Selección de empresas exportadoras</b>
<b>24</b>	<b>6.3</b>	<b>Análisis de competitividad (Porter)</b>
<b>28</b>	<b>6.4</b>	<b>Análisis FODA</b>
<b>29</b>	<b>6.5</b>	<b>Factores críticos de éxito</b>
<b>30</b>	<b>6.6</b>	<b>Resumen y conclusiones del análisis estratégico</b>

31	7.	Estrategia para la implementación del cambio
31	7.1	Plan operacional
32	7.2	Actividades del plan operacional
37	7.3	Organización y recursos humanos
38	7.4	Política de precios y posicionamiento
39	7.5	Política de productos
40	7.6	Marketing
41	7.7	Resultados esperados de la implementación del cambio
42	8.	Valorización económica del cambio propuesto
43	8.1	Escenario actual sin cambio
45	8.2	Escenario mejorado (propuesto)
46	8.3	Valorización del cambio
47	8.4	Sensibilización de variables económicas
49	9.	Conclusiones y recomendaciones
51		Bibliografía
52		Anexos
52	Anexo A	Balance 2014 y Patrimonio de Ecomotor
53	Anexo B	Visitas a Corea del Sur, China y Taiwán
57	Anexo C	<i>Commercial Invoice</i> de la primera importación
58	Anexo D	Nueva bodega de la empresa
59	Anexo E	Sitio web en desarrollo