

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Descripción del Caso de Negocio.	2
1.2. Declaración de Alcance.	3
1.3. Descripción de la Organización.	3
2. MARCO CONCEPTUAL	8
2.1. Proyectos de Inversión.....	8
2.2. Estrategia y Marketing.	8
2.3. Gestión de Operaciones.....	9
3. OBJETIVOS Y RESULTADOS ESPERADOS.	10
3.1. Objetivo General.....	10
3.2. Objetivos Específicos.....	10
3.3. Resultados Esperados.....	10
4. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO.	11
4.1. El mercado automotriz mundial.....	11
4.2. El mercado automotriz en Chile.....	11
4.3. El segmento premium.....	13
4.4. Tendencias en la industria automotriz.....	14
4.5. Actualidad del eCommerce.	15
4.6. El eCommerce Automotriz a nivel mundial.....	17
5. ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA.	19
5.1. Análisis PESTEL.	19
5.2. Análisis de las 5 fuerzas de Porter.....	23
5.3. Análisis de las 4P.	26
6. OPORTUNIDAD DE NUEVO CANAL.	29
6.1. Descripción de la Oportunidad.	29
6.2. Experiencia Internacional.....	30
6.3. Nacionalización del modelo.....	31
6.4. Cliente Potencial	33
7. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.	34
7.1. Problema en estudio y preguntas a resolver.....	34
7.2. Diseño del estudio.	34
7.3. Resultados.....	37

7.4. Conclusiones del estudio.....	48
8. PROPUESTA.....	50
8.1. Descripción.....	50
8.2. Beneficios.....	53
8.3. Costos.....	54
8.4. Riesgos.....	56
8.5. Análisis Financiero.....	57
9. CONCLUSIONES.....	70
10. BIBLIOGRAFÍA.....	71
11. ANEXOS.....	72
11.1. Anexo I.....	72