

TABLA DE CONTENIDO

1	Introducción.....	1
1.1	Justificación del estudio.....	2
2	Objetivos y resultados.....	3
2.1	Objetivo general.....	3
2.2	Objetivos Específicos.....	3
3	Descripción de la empresa.....	3
3.1	Políticas principales.....	3
3.2	Comunicación Interna.....	4
3.3	Gestión de Acciones Correctivas y Preventivas.....	4
3.4	Control de Productos No Conformes.....	4
3.5	Medición de la Satisfacción de Clientes.....	4
3.6	Descripción Proceso Productivo.....	5
3.7	Organigrama de SEW-Eurodrive Concepción.....	6
3.8	Instalaciones.....	6
3.9	Equipos.....	7
3.9.1	Línea 7.....	7
3.9.2	Reductores industriales IG.....	8
3.9.3	Electrónica.....	8
3.9.3.1	Servo.....	8
3.9.3.2	Variadores de frecuencia.....	9
3.10	Servicio Mecánico.....	9
4	Alcances.....	10
5	Metodología.....	10
5.1	Diagnostico situación actual.....	11
5.1.1	Mercado de la Celulosa papel e imprentas.....	11
5.1.2	Mercado de maderas y muebles.....	12
5.1.3	Mercado siderúrgica.....	12
5.2	Análisis del mercado potencial.....	13
5.3	Análisis del cliente.....	14

5.3.1	Clasificación por rubro.....	14
5.3.2	Necesidades del cliente.....	15
5.3.3	Análisis de aspectos de un servicio.....	16
5.3.4	Análisis comportamiento de compra.....	17
5.3.5	Evaluación expectativa y percepciones.....	18
5.4	Análisis de competidores relevantes.....	19
5.4.1	Maestranza Diésel.....	21
5.4.1.1	Cogeneración.....	22
5.4.1.2	Crecimiento.....	23
5.4.1.3	Great place to work.....	24
5.4.2	Rexnord.....	25
5.4.3	Investigación precios.....	26
5.4.4	Horarios de atención.....	26
5.4.5	Sistema de venta y condiciones comerciales.....	26
6	Benchmarking internacional.....	27
7	Análisis de macro entorno.....	29
8	Análisis Interno.....	31
9	Diagnostico FODA.....	32
9.1	Fortaleza:.....	32
9.2	Oportunidades:.....	32
9.3	Debilidades:.....	33
9.4	Amenazas:.....	33
9.5	Conclusiones de análisis de la competencia y FODA:.....	33
10	Objetivos de la estrategia.....	34
11	Estrategia.....	35
11.1	Segmentos objetivos y mercados meta.....	35
11.2	Estrategia de producto o servicio.....	38
11.3	Estrategia de precios.....	39
11.4	Estrategia comunicacional y de posicionamiento.....	41
12	Evaluación económica.....	43
12.1	Ingresos por venta.....	43
12.2	Costos.....	43
12.3	Gastos.....	44

12.4	Inversión.	46
12.5	Capital de trabajo	47
12.6	Plan de financiamiento.	48
12.7	Depreciación.	48
12.8	Ingresos Esperados.	49
12.9	Flujos de Caja.	49
13	Indicadores Financieros.	51
13.1	Calculo Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno.....	51
14	Análisis de Escenarios.....	51
14.1	Escenario Optimista.....	51
14.2	Escenario Esperado.....	52
14.3	Escenario Pesimista.....	52
15	Análisis de Sensibilidad.....	53
15.1	Variación de Tasa.....	53
15.2	Variación de Precio.	53
16	Conclusión.....	56
17	Bibliografía.....	58
18	Anexos.	59

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1:	Organigrama SEW Concepcion.	6
Ilustración 2:	Taller Concepcion.....	6
Ilustración 3:	Trabajo en terreno.	6
Ilustración 4:	Equipos línea 7.	7
Ilustración 5:	Equipos IG.	8
Ilustración 6:	Equipos Servoreductores.	8
Ilustración 7:	Equipos Electrónica Variadores de Frecuencia.....	9
Ilustración 8:	Representación servicio mecánico.	9
Ilustración 9:	Sucursal Maestranza Diésel Concepcion.	24
Ilustración 10:	Sucursal Rexnord Quilicura.	25
Ilustración 11:	Planta Indaiatuba.....	28
Ilustración 12:	Planta Indaiatuba.....	29
Ilustración 13:	Mercado Meta.	36
Ilustración 14:	Estrategia de productos.....	40
Ilustración 15:	Estrategia de Precio.....	41