

Índice

INTRODUCCIÓN.....	8
I. CONCEPTOS BÁSICOS	11
I.1. Concepto, etapas y estrategias de internacionalización.....	11
I.1.1. Concepto de internacionalización	11
I.1.2. Etapas del proceso de internacionalización.....	11
I.1.3. Estrategias de internacionalización	12
I.2. El sector de la movilidad eléctrica	13
I.2.1. Definición y funcionamiento de los vehículos eléctricos.....	13
I.2.2. Evolución histórica del sector de la movilidad eléctrica	13
I.2.3. Análisis DAFO de la movilidad eléctrica en el mercado mundial	15
II. LA INTERNACIONALIZACIÓN DE TESLA	19
II.1. Perfil de empresa: Tesla	19
II.2. Historia de la empresa.....	20
II.3. La estrategia de internacionalización de Tesla.....	24
II.3.1. Timeline de internacionalización	24
II.3.2. Análisis CAGE.....	25
II.3.3. Claves de la estrategia de internacionalización de Tesla.....	30
III. CASO PRÁCTICO: ACCESO DE TESLA AL MERCADO BRASILEÑO.....	34
III.1. El mercado de Brasil para el vehículo eléctrico	34
III.1.1. Aspectos principales del país: Brasil.....	34
III.1.2. Sector de la movilidad eléctrica en Brasil.....	35
III.2. Viabilidad de entrada de Tesla al mercado brasileño	39
CONCLUSIONES	45
BIBLIOGRAFÍA.....	46