



“AES Water”

PARTE I

**PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN**

Alumno: Marcelo Arellano V

Profesor Guía: Arturo Toutin D.

Santiago, Diciembre 2016

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	1
I. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO	3
II. ANALISIS DE LA INDUSTRIA, COMPETIDORES, CLIENTES	4
2.1. Industria	4
2.2 Competidores	11
2.3. Clientes	14
III. DESCRIPCION DE LA EMPRESA Y PROPUESTA DE VALOR	16
3.1. Modelo de Negocios	16
3.2. Descripción de la Empresa AES y AES Water	17
3.3. Estrategia de Entrada, Crecimiento y alcance Global	21
3.4. Stakeholders Sustentabilidad	22
IV. PLAN DE MARKETING	24
4.1. Objetivos de Marketing	25
4.2. Estrategia de Segmentación	26
4.3. Estrategia de Producto/Servicio	28
4.4. Estrategia de Precio	29
4.5. Estrategia de Distribución	29
4.6. Estrategia de Comunicación y Ventas	30
4.7. Estimación de la Demanda y Proyecciones de Crecimiento Anual	31
4.8. Presupuesto de Marketing y Cronograma	32
V. PLAN DE OPERACIONES	34
VI. EQUIPO DEL PROYECTO	35
VII. PLAN FINANCIERO	36
VIII. RIESGOS CRÍTICOS	37
IX. PROPUESTA AL INVERSIONISTA	38
X. CONCLUSIONES	39

Bibliografía 40

ANEXOS

ANEXO A, FIGURAS	43
Figura 1.1.1 PESTEL.	44
Figura 1.1.2 Proceso de Desalinización.	46
Figura 1.1.3. Proceso de Osmosis Reversa	46
Figura 1.1.4. Costo de Tecnología para Desalinizar Agua	47
Figura 2.1.1 Agua Dulce y Agua Salada disponible en el planeta	47
Figura 2.1.2. Crecimiento Demográfico proyectado para el mundo	48
Figura 2.1.3. Crecimiento de la capacidad mundial instalada de tecnología	48
Figura 2.1.4. Crecimiento y proyección del mercado mundial del agua	49
Figura 2.1.5. Principales países con capacidad para desalinizar agua	49
Figura 2.2.1 Consumo proyectado de agua total en la minería del cobre II Región	50
Figura 2.2.2 Plantas desalinizadoras instaladas, ligadas a la minería	51
Figura 2.2.3. Plantas desalinizadoras para agua potable e industrial	52
Figura 3.1.1 CANVAS Mineras	53
Figura 3.1.2 CANVAS Sanitarias	54
Figura 3.1.3 CANVAS Centrales Térmicas	54
Figura 3.2.1 Templo Estratégico AESGener	55
Figura 3.2.2 Estimación de crecimiento económico del FMI para Chile	56
Figura 3.2.3 Proyección PIB/consumo energético	56
Figura 4.2.1 Segmentación del Mercado	57
Figura 4.3.1 Estrategia producto/Servicio	58
Figura 4.7.1 Evolución del consumo esperado de agua fresca/mar en Minería	59
ANEXO B, TABLAS	60
Tabla 3.2 Generación de Energía Eléctrica para Chile	61

Tabla 3.4 Intereses de los Stakeholders Claves	62
Tabla 4.1 Indicadores y métricas de los Objetivos del Plan de Marketing	64
Tabla 4.6 Actividades del plan de marketing	66
Tabla 4.8 Presupuesto del Plan de Marketing	67
ANEXO F, Estudio de Mercado	68