

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|----|
| 1. Introducción | 1 |
| 2. Marco Teórico | 2 |
| 3. Objetivos | 4 |
| 3.1 Objetivo general | 4 |
| 3.2 Objetivos específicos | 4 |
| 3.3 Resultados esperados | 4 |
| 4. Alcances | 4 |
| 5. Descripción de la empresa y su estrategia actual | 5 |
| 5.1 Composición del equipo organizacional | 5 |
| 5.2 Descripción de los servicios que entrega | 6 |
| 5.3 Ingresos según los negocios que ofrece | 7 |
| 5.4 Estrategias de comunicación y posicionamiento | 8 |
| 5.5 Canales de distribución | 8 |
| 6. Diagnóstico clientes | 8 |
| 6.1 Tecnología | 8 |
| 6.1.1 Uso de internet en Chile | 8 |
| 6.2 Mercado | 10 |
| 6.2.1 Tamaño de mercado | 10 |
| 6.2.2 Mercado potencial | 11 |
| 6.3 Clientes | 15 |
| 6.3.1 Tipos de clientes | 15 |
| 6.3.2 Descripción demográfica | 16 |
| 6.3.3 Caracterización de los viajes ejecutados por segmentos | 20 |
| 6.3.4 Preferencias y decisiones que toman al realizar un viaje interurbano | 22 |
| 6.4 Competencia | 27 |
| 6.4.1 Servicios ofrecidos | 29 |
| 6.4.5 Precios | 30 |
| 6.4.6 Canales de distribución | 31 |
| 6.4.7 Mapa perceptual de atributos | 31 |
| 6.5 Análisis del entorno | 32 |

| | | |
|--------|---|----|
| 6.5.1 | Variables económicas | 32 |
| 6.5.2 | Variables Medioambientales | 34 |
| 6.5.3 | Variables regulatorias | 34 |
| 7. | Diagnóstico empresas | 36 |
| 7.1 | Descripción del mercado de empresas de transporte interurbano en Chile..... | 36 |
| 7.2 | Descripción de las principales empresas según tamaño de flota..... | 37 |
| 7.3 | Caracterización por rangos de facturación | 38 |
| 7.4 | Descripción de la cobertura nacional | 39 |
| 7.5 | Descripción de los canales de ventas y de la proporción de ventas de pasajes vía canales web..... | 40 |
| 7.6 | Posicionamiento sobre los portales de ventas on-line | 41 |
| 7.7 | Coberturas distancia y niveles de inventario del total de empresas de buses interurbanos | 43 |
| 7.8 | Segmentación que las empresas realizan de sus clientes y los atributos más valorados a la hora de comprar un boleto según las empresas de buses | 44 |
| 7.9 | Empresas de buses asociadas al portal PasajeBus.cl | 45 |
| 7.10 | Análisis multivariable cliente-empresas (B2C-B2B) | 46 |
| 8. | Síntesis del Diagnóstico..... | 47 |
| 8.1 | Análisis FODA clientes | 47 |
| 8.2 | Análisis FODA empresas..... | 48 |
| 8.3 | Síntesis de los hechos claves para el éxito | 49 |
| 9. | Propuesta de valor | 52 |
| 10. | Diseño Estratégico..... | 53 |
| 10.1 | Segmento objetivo para cada mercado (B2B y B2C)..... | 53 |
| 10.2 | Estrategia de Negocios y competitiva de Marketing a utilizar | 53 |
| 10.2.1 | Estrategia de Negocios | 53 |
| 10.2.2 | Estrategia competitiva de Marketing | 54 |
| 10.3 | Estructural organizacional en base a la nueva estrategia..... | 54 |
| 11. | Estrategia Comercial | 55 |
| 11.1 | Descripción del servicio a entregar..... | 55 |
| 11.2 | Estrategia de comunicación y posicionamiento..... | 56 |
| 11.3 | Precios de los servicios | 57 |
| 11.4 | Canales de distribución..... | 58 |
| 12. | Evaluación Económica | 58 |

| | |
|---|----|
| 12.1 Supuestos | 58 |
| 12.2 Ingresos | 59 |
| 12.3 Inversión en capital de trabajo | 59 |
| 12.4 Costos Operacionales..... | 61 |
| 12.5 Gastos de administración y ventas | 61 |
| 12.6 Estado de resultados..... | 62 |
| 12.7 Análisis de sensibilidad..... | 67 |
| 12.8 Conclusiones y factibilidad económica | 69 |
| 13. Conclusión | 70 |
| 14. Bibliografía..... | 71 |
| ANEXO A: Encuesta personas..... | 72 |
| ANEXO B: Cálculo del total de ingresos de las empresas asociadas al portal PasajeBus y según la información emanada del SII para el año 2014..... | 76 |
| ANEXO C: Empresas de buses Interurbanos de Chile, año 2014 | 77 |
| ANEXO D: Encuesta empresas..... | 80 |
| ANEXO E: Listado completo de empresas que clasifican como posibles asociantes al portal PasajeBus.cl considerando que actualmente no esté asociada, que cumpla con el nivel de inventario de interés y con cobertura distancia mayor a 500 kms. ... | 83 |