

## TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCION.....	6
2. DESCRIPCION DEL TEMA .....	7
3. DESCRIPCION DE LA EMPRESA .....	7
4. ALCANCE DEL TEMA A ABORDAR.....	10
5. JUSTIFICACION.....	10
6. OBJETIVO GENERAL.....	11
7. MARCO CONCEPTUAL .....	11
8. METODOLOGIA .....	14
9. RESULTADOS .....	16
10. ANALISIS EXTERNO .....	16
10.1 DESCRIPCION DEL MERCADO .....	16
10.2 ENTORNO EXTERNO.....	17
10.3 PERFIL DEL CLIENTE.....	19
11 ANALISIS INTERNO.....	25
11.1 DESCRIPCION DE LA EMPRESA.....	25
11.2 MISIÓN, VISIÓN, FILOSOFIA Y VALORES DE LA EMPRESA.....	25
11.3 PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA.....	27
11.4 ALIVIADORES FRUTRACION Y CREADORES DE ALEGRIA .....	28
12 CONFORMACION DEL DISEÑO ESTRATEGICO.....	30
12.1 POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO.....	30
12.2 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	36
12.3 CONFORMACION DE PROPUESTA DE VALOR .....	38
12.4 ANÁLISIS FODA .....	42
12.5 ELABORACIÓN DEL MAPA ESTRATÉGICO.....	43
12.5 SUGERENCIA DE INDICADORES DE CONTROL .....	45
13 CONCLUSIONES.....	46
14 BIBLIOGRAFIA.....	47
15 ANEXOS.....	47
ANEXO 1, PREGUNTAS SUGERIDAS .....	47
ANEXO 2, ORGANIGRAMA RESUMIDO DE TRANSVE S.A.....	48

ANEXO 3, REQUISITOS REGISTRO TECNICO DEL MINVU.....	48
ANEXO 4, PORCENTAJE VENTAS ANUALES POR REGIONES 2014 .....	49
ANEXO 5, LISTADO DE CLIENTES ENTREVISTADOS .....	49
ANEXO 6, RESULTADO DE ENCUESTAS A CLIENTES .....	50
ANEXO 7, DIVERSAS DIMENSIONES DEL MODELO DELTA.....	52