

Tabla de Contenido

I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	ESTUDIO DE MERCADO	4
1.	Caracterización del Mercado Eléctrico Chileno	4
2.	Información Mercado de Generación.....	6
3.	Participación Empresas Sector Generación.....	7
4.	Información Mercado de Transmisión	8
5.	Participación Empresas Sector Transmisión	10
6.	Inversión y Proyectos Energéticos	12
7.	Tamaño de Mercado y Oportunidades en Ingeniería	17
III.	IDENTIFICACIÓN DE CLIENTES ESTRATÉGICOS	21
1.	Autoridad – coordinación	21
1.1	Ministerio de Energía:	21
1.2	Comisión Nacional de Energía (CNE):	22
1.3	Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC):	22
1.4	Coordinador Eléctrico Nacional (Ex Centro de Despacho Económico de Carga – SIC y SING):	22
1.5	Panel de expertos:	22
1.6	Ministerio del Medio Ambiente:	22
1.7	Dirección General de Aguas (DGA):.....	23
2.	Generación.....	23
2.1	Generación Convencional	23
2.2	Generación ERNC	25
3.	Transmisión	26
3.1	Transelec S.A.....	26
3.2	Compañía Transmisora del Norte Chico S.A. (CTNC S.A.)	27
3.3	Transchile Charrúa Transmisión S.A. (Transchile S.A.)	27
3.4	Transnet S.A. (Gas Natural Fenosa).....	27
3.5	Inversiones Eléctricas del Sur S.A. (Grupo SAESA)	27
3.6	CELOREDES (Filial de Elecnor, España).....	27
3.7	ISA INTERCHILE (Filial ISA, Colombia).....	28
3.8	TRANSMISORA ELÉCTRICA DEL NORTE (TEN)	28
3.9	ELETRANS (CHILQUINTA Y SAESA)	28
4.	Empresas Constructoras EPC-EPCM	28
5.	Empresas Mineras.....	28
6.	Clientes Estratégicos	29
7.	Segmentación y Targeting.....	29
IV.	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA, DEFINICIÓN DEL POSICIONAMIENTO Y METAS	33
1.	Análisis de la Competencia	33
2.	Definición de Posicionamiento.....	34
3.	Metas de posicionamiento.....	35
V.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE VALOR	36
1.	Proceso de Gestión del Cambio en la Organización	36
1.1	Presentación del modelo KANO	36
1.2	Levantamiento y clasificación de actividades	37
1.3	Resultados e inicio de discusión sobre propuesta de valor	38
2.	Desarrollo de la Propuesta de Valor	40
2.1	Presentación del Modelo de Diseño de Propuesta de Valor	40
2.2	Brainstorming	42
2.3	Resultados	43

VI.	ELABORACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO Y DESARROLLO DE PORTAFOLIO DE SERVICIOS	45
1.	Segmentos de Clientes (1).....	46
2.	Propuesta de Valor (2).....	46
3.	Canales de Distribución y Comunicación (3)	47
4.	Relación con el cliente (4).....	49
5.	Flujos de ingreso (5)	50
6.	Recursos Clave (6)	51
7.	Actividades Clave (7)	51
8.	Red de Partners (8).....	52
9.	Estructura de Costos (9).....	53
10.	Modelo CANVAS.....	53
11.	Portafolio de Servicios.....	54
VII.	DEFINICIÓN DE HERRAMIENTAS DE APOYO	55
VIII.	PRESUPUESTO ANUAL Y FLUJOS DE CAJA	58
1.	Ingresos por ventas	58
2.	Costos de ventas.....	61
3.	Gastos de administración y ventas.....	61
3.1	Costo del personal indirecto	62
3.2	Arriendo de inmueble corporativo	62
3.3	Depreciación y amortización.....	63
3.4	Costos comerciales y desarrollo	65
3.5	Total GAV	65
4.	Margen Neto Operacional y Utilidad	65
IX.	PLANIFICACIÓN DE PUESTA EN MARCHA Y VAN.....	67
1.	Escenarios de puesta en marcha	67
2.	Recuperación de la inversión	68
3.	Necesidad de capital	69
X.	CONCLUSIONES	71
XI.	BIBLIOGRAFÍA	72
XII.	ANEXOS.....	73
1.	Anexo 1. Listados de Proyectos SEIA y Catastros por Área.....	74
2.	Anexo 2. Tablas con resultados de targeting por segmento.....	79
3.	Anexo 3. Modelo CANVAS	81
4.	Anexo 4. Flujos de caja para 6 años. Caso BASE	82