



PROPUESTA DE TRABAJO

COMITÉ DE CONCESIONES CChC

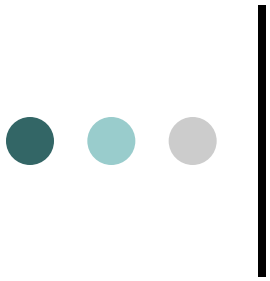
Septiembre 2007



1 ¿DÓNDE ESTAMOS?

2 ¿DÓNDE QUEREMOS ESTAR?

3 ¿CÓMO LLEGAREMOS?



¿DÓNDE ESTAMOS?

¿Dónde estamos?

- 1 En proceso de tramitación de una nueva ley que regula el sistema de concesiones.

BITRAN ANALIZA EL PROYECTO

Ley de Concesiones: “Fallos conforme a derecho no son negociables”

Diferencias entre el MOP y privados:

Senado aprueba legislar cambios a ley de concesiones

Detalle de los 12 principales puntos del proyecto que reforma actual legislación

Ley de Concesiones: blinda al Fisco pero inquieta a sector empresarial

Esa cifra y los US\$ 500 millones en pagos arbitrarios llevaron al MOP a cambiar la ley

Sobrecostos han encarecido concesiones en US\$ 2 mil millones

En 16 años de operación las obras adicionales del sistema de concesiones equivalen al 25% de las obras originalmente adjudicadas, que suman US\$ 8.000 millones, explica el ministro Bitrán.

- 2 Enfrentados a una campaña de desprestigio del sector, liderada por el Ministro de OOPP.
- 3 Ante un virtual congelamiento de nuevas concesiones.



¿DÓNDE QUEREMOS ESTAR?

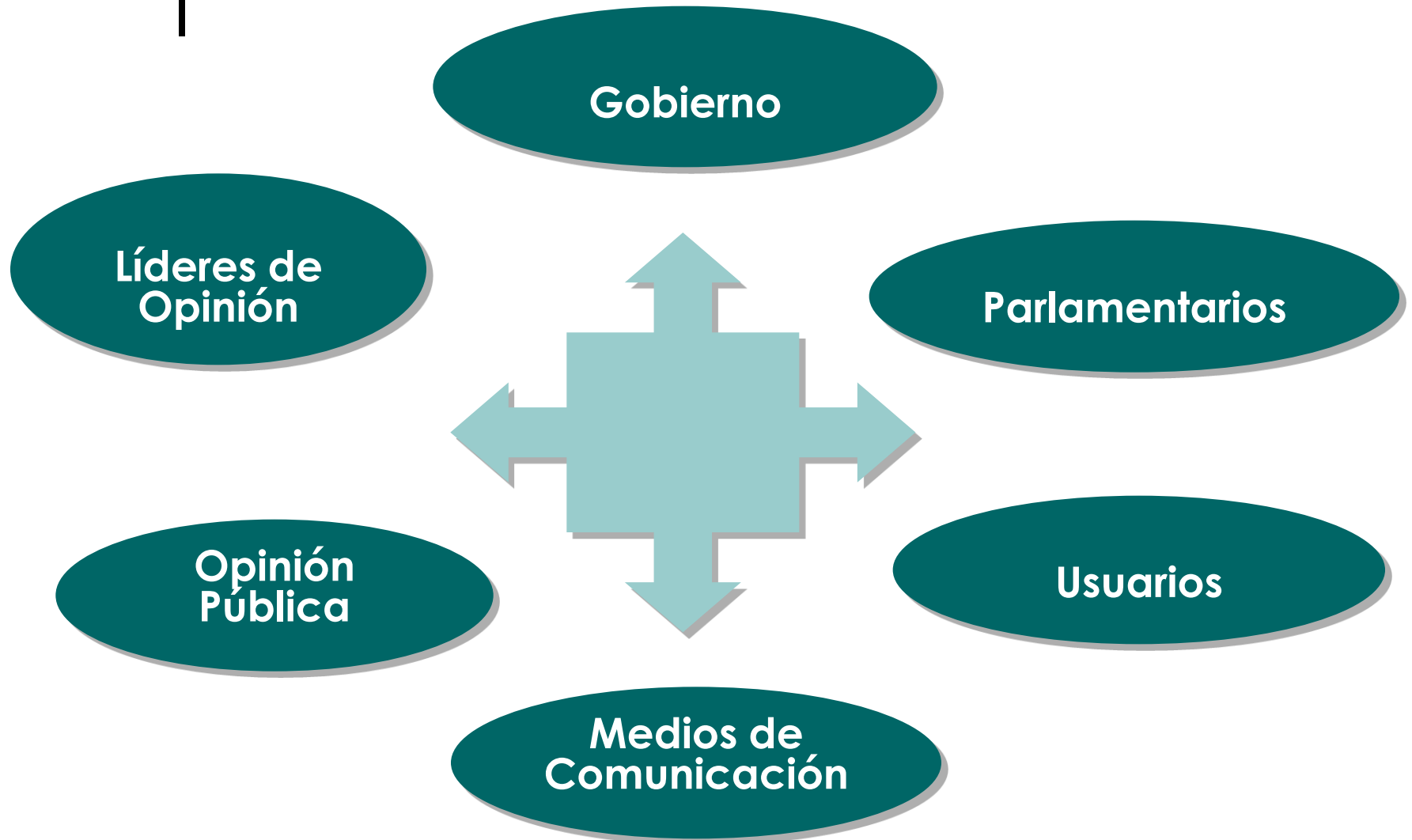


¿Dónde queremos estar?

Objetivos

- **Con una nueva ley de concesiones que recoge y se hace cargo de las inquietudes del sector (inmediato)**
- **Con una positiva imagen del sector ante la opinión pública.**
- **Con alianzas estratégicas sólidas entre los sectores políticos del país.**

Públicos objetivos





¿CÓMO LLEGAREMOS?



Estrategia

- Pasando de una actitud defensiva a una proactiva.
- Desarrollando un intenso lobby con autoridades, parlamentarios y medios de comunicación.
- Utilizando terceras vocerías que apoyen la causa (economistas, ingenieros, líderes de opinión, etc.).
- Manteniendo una coordinación sistemática y permanente con concesionarias y centros de estudios.

ES FUNDAMENTAL MOVERSE CON RAPIDEZ, EFICIENCIA Y OPORTUNIDAD.



Plan de acción

tramitación ley
alianzas estratégicas

- Dar señales de que las concesionarias están dispuestas a mejorar el sistema.
- Rebatir argumentos falsos que se han utilizado en la promoción del cambio legal.
- Apoyar diálogo directo entre directiva Cámara y el Poder Ejecutivo.
- Generar de inmediato vínculos permanentes con parlamentarios y autoridades.
- Identificar “embajador” o canal para relacionarse con bancadas.
- Levantar posiciones ante proyecto de diputados, senadores y en comisiones de OO.PP.
- Identificar líder(es) de Comisión (no siempre es el presidente).
- Desarrollar intenso programa “uno a uno” para dar a conocer postura de concesionarias.
- Monitorear en detalle curso de tramitación del proyecto.
- Ofrecer apoyo técnico ante dudas e inquietudes.



Plan de acción

**tramitación ley
alianzas estratégicas**

- Identificar argumentos y preparar material para transmitir posición de concesionarias.
- Identificar influenciadores claves y contratar estudios a profesionales (economistas o abogados) que puedan actuar como terceras vocerías (ej: Carlos Hurtado, Felipe Larraín, José Ramón Valente, Hernán Cheyre, Juan Andrés Fontaine, Sebastián Edwards, Jorge Rodríguez Grossi).
- Agendar reuniones con editores de medios relevantes, con el objeto de influir en la línea editorial con mensajes favorables a la industria.
- Generar agenda de contactos con la prensa con criterio estratégico, distinguiendo oportunidad para entrevistas, conferencias, reuniones uno a uno, filtraciones y trascendidos para posicionar a las terceras vocerías.
- Consensuar y coordinar estrategia con gremios relacionados (Copsa, CPC, Sofofa, otros) y asegurarse de que participen en proceso legislativo (citaciones a comisiones).
- Establecer comisiones de trabajo con “think tanks” (LyD, Libertad, CEP, Chile 21, Expansiva, etc).



Plan de acción / posicionamiento

- Encargar y difundir en la prensa estudio de opinión o encuesta de satisfacción de consumidores que dé respaldo al sistema de concesiones a nivel de ciudadanía.
- Posicionar en la prensa las bondades del sistema de concesiones (cómo le ha cambiado la vida a los chilenos).
- Evaluar conveniencia de una campaña publicitaria común de las concesionarias que muestre los beneficios del sistema.



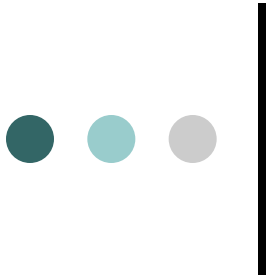
¿LO ESTAMOS LOGRANDO?



Evaluación

Proponemos las siguientes instancias y herramientas de evaluación:

- Reuniones quincenales
- Informes de prensa mensual (alcance de mensajes)
- Informes de gestión mensual



MUCHAS GRACIAS