Modelos de negocios en distribución y comercialización eléctrica

Juan Benavides

5 de diciembre de 2014

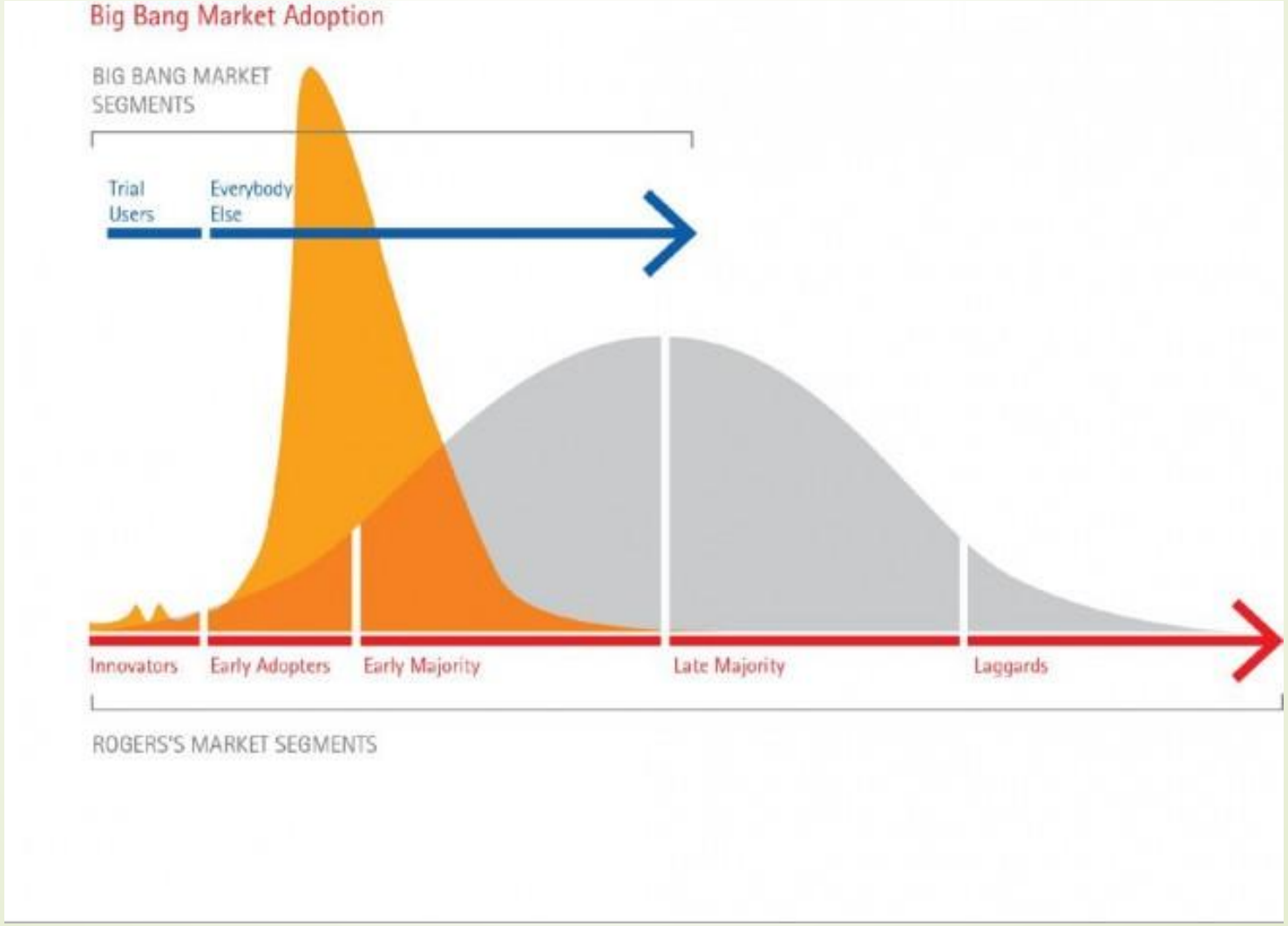
“Everyone has a plan ´till they get punched in the mouth”

-Mike Tyson

Asuntos

- “Disrupción devastadora”
- ¿De dónde viene?
- Modelo 1: alianzas
- Modelo 2: *two-sided platform*
- Modelo 3: energía transactiva
- Implicaciones
- Lecturas útiles

“Disrupción devastadora”



“Disrupción devastadora”

- No se puede predecir cuando llega, ni cuando va a triunfar, ni cuanto va a durar en la cima antes de caer
- Indicios de que llegará a un sector conservador que no ha cambiado mucho en 100 años

¿De dónde viene?

- Renovables a costo de capital decreciente y en manos de los consumidores
- Estilo de vida (clase media urbana)
- Eficiencia energética, ciudades inteligentes (transporte)
- Internet de las cosas

¿De dónde viene?

- Los usuarios no buscan consumir energía, sino desean *confort sin costos variables*
- Quien controle el corazón del internet de las cosas gana dinero *a cero costo variable*
- Google

Modelo 1: alianzas

- Con constructores de vivienda moderna (domótica), financiación de renovables a nivel de usuario, penetración transporte urbano (*cradle to crave*)
- Ganar dinero por razones distintas a los kWh vendidos

Negocios no regulados

Modelo 2: *two-sided platform*

- Internet de las cosas + “prosumidores”: muerte de la red actual de *un solo lado*
- Plataformas de dos lados (tarjetas de crédito, iTunes, App Store) conectan dos *universos de clientes*
- Integrar red de distribución al internet de las cosas (mitigar *by pass* de otras redes)

Modelo 3: energía transactiva

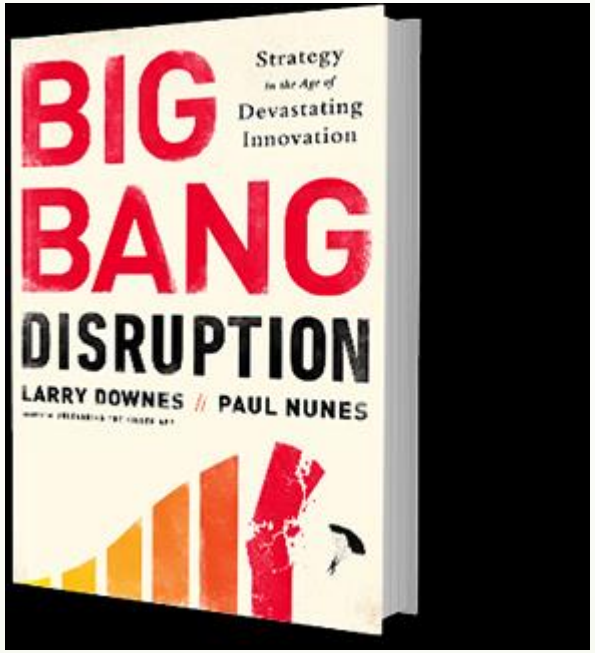
- Red de distribución como elemento activo (*broker*) en un modelo *transactivo*
- *Gestiona flujos físicos bidireccionales en distribución* y *crea mercados locales* de decisiones de generación centralizada, distribuida y gestión de la demanda (sin regulación, por favor…)

Implicaciones

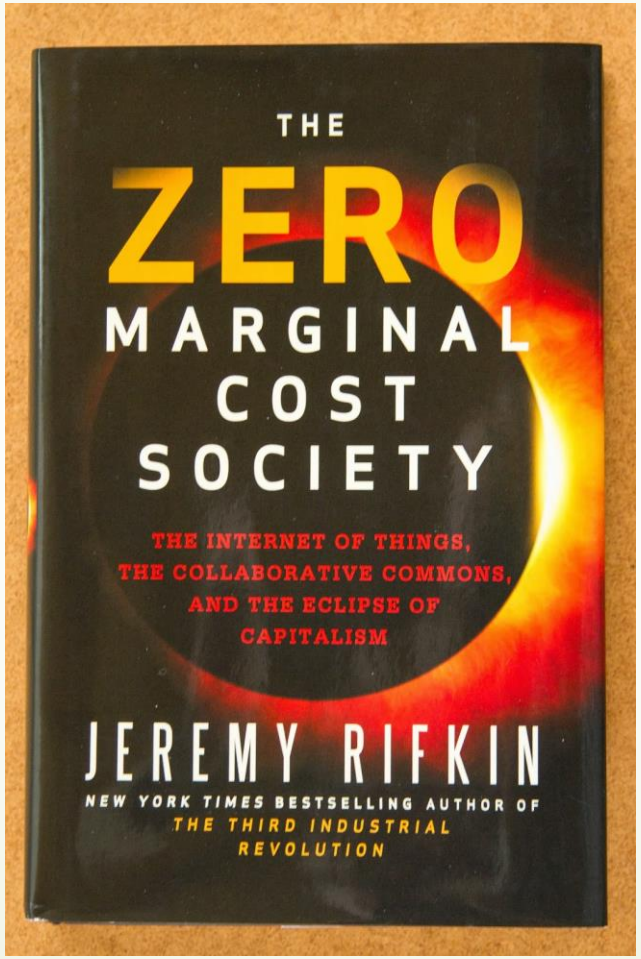
- Los negocios disruptivos está en directo conflicto con el *status quo*
- Esperar a ver que pasa es muerte segura
- Unidades de negocio con individuos e incentivos de alta potencia

Equivocarse rápido y barato

Lecturas recomendadas



Lecturas recomendadas



Lecturas recomendadas

Strategies for Two-Sided M

https://hbr.org/2006/10/strategies-for-two-sided-markets/

Welcome to the new HBR.org. Here's what's new. Here's an FAQ.

4/5 FREE ARTICLES LEFT > REGISTER FOR MORE | SUBSCRIBE + SAVE!

MENU

SEARCH SIGN IN REGISTER

Harvard Business Review

ECONOMICS

Strategies for Two-Sided Markets

by Thomas R. Eisenmann, Geoffrey Parker, and Marshall W. Van Alstyne

FROM THE OCTOBER 2006 ISSUE

SUMMARY SAVE SHARE COMMENT 0 TEXT SIZE PRINT $8.95 BUY PDF

If you listed the blockbuster products and services that have redefined the global business landscape, you'd find that many of them tie together two distinct groups of users in a network. Case in point: What has been the most important innovation in financial services since World War II? Answer: almost certainly the credit card, which links consumers and merchants. Newspapers, HMOs, and computer operating systems also serve what economists call *two-sided markets* or *two-sided networks*. Newspapers, for instance, join subscribers and advertisers; HMOs link

WHAT TO READ NEXT

Breakthrough Ideas for 2008

Creating Value in an Economic Crisis

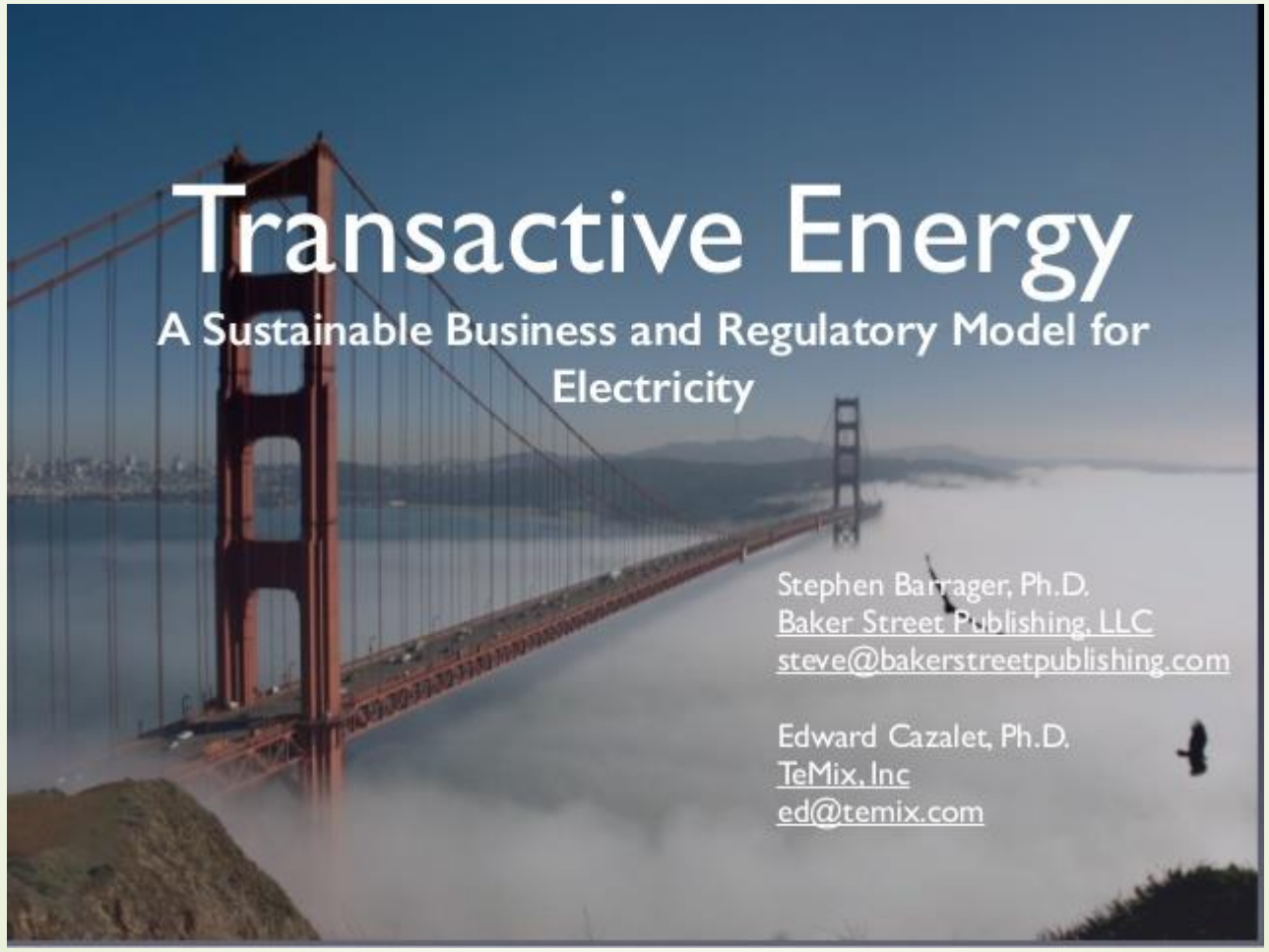
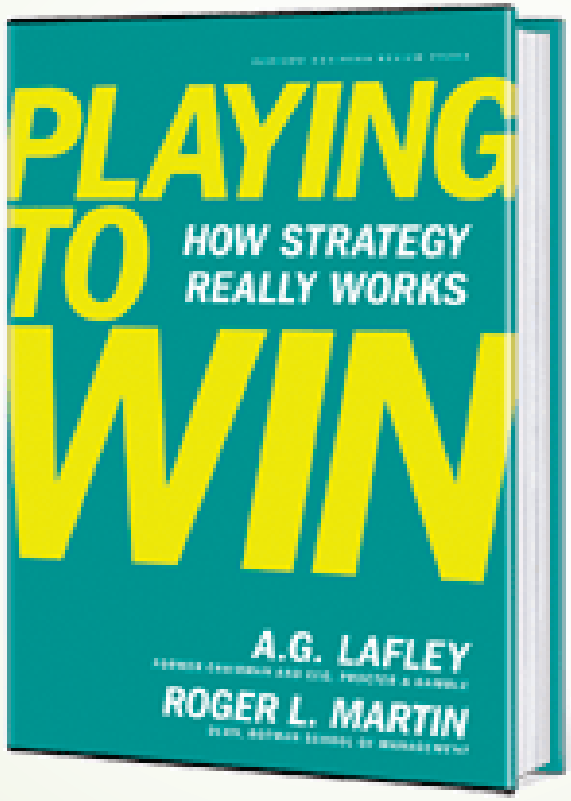
The (Many) Things Macroeconomists Don't Know

VIEW MORE FROM THE

October 2006 Issue

ES 06:42 p.m. 04/12/2014

Lecturas recomendadas



Lecturas recomendadas