

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. DESCRIPCIÓN DEL TEMA ABORDADO	2
1.2. OBJETIVOS	3
1.2.1. OBJETIVO GENERAL	3
1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
1.3. RESULTADOS ESPERADOS	3
1.4. ALCANCES DEL TEMA	3
1.4.1. Empresa	4
1.4.2. Producto	4
1.4.3. Presencia	4
1.4.4. Mercado	4
1.4.5. Clientes	4
2. MARCO CONCEPTUAL	5
2.1. LA ELECTROMOVILIDAD	5
2.2. CARGADORES ELÉCTRICOS PARA VEHÍCULOS	6
2.2.1. Terminal simple de carga	7
2.2.2. Cargador inteligente	7
3. ANÁLISIS DEL MERCADO AUTOMOTRIZ EN CHILE	8
3.1. VALOR DE LOS VEHÍCULOS ELÉCTRICOS	10
3.2. VALOR AGREGADO DEL USO DE AUTOMÓVILES ELÉCTRICOS	10
4. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	11
4.1. COMUNAS DE LA REGIÓN METROPOLITANA CON MAYOR PRESENCIA DE AUTOMÓVILES ELÉCTRICOS	11
4.2. CUANTIFICAR LOS POTENCIALES CLIENTES	12
5. ANÁLISIS DEL MERCADO DE CARGADORES ELÉCTRICOS PARA AUTOMÓVILES EN LA REGIÓN METROPOLITANA	13
5.1. ANÁLISIS DE COMPETIDORES Y SERVICIOS EXISTENTES	15
5.1.1. Análisis de fortalezas y debilidades de la competencia presente en el mercado	16
5.1.2. Valores de los cargadores eléctricos disponibles en el mercado	16
5.1.3. Normas para cargadores eléctricos	18
5.1.4. Normas para conectores en Chile	18

6.1. MODOS DE CARGA PERMITIDOS Y SEGURIDAD	20
6.2. INFRAESTRUCTURA Y CLIENTES	22
7. CARACTERIZACIÓN DE LOS CLIENTES	22
7.1. COMPORTAMIENTOS / HÁBITOS	23
7.1.1. Conductas de los actuales propietarios de automóviles particulares (potenciales clientes).....	23
7.1.2. Consideraciones de los clientes para escoger qué vehículo comprar.....	24
7.2. PREFERENCIAS DE LOS POTENCIALES CLIENTES CON RELACIÓN A LA COMPRA DE UNA ESTACIÓN DE CARGA PERSONAL	25
7.3. DATOS DEMOGRÁFICOS DE LA MUESTRA	26
7.3.1. Dónde viven.....	27
7.3.2. Tipo de vivienda.....	27
7.3.3. Rango etario.....	27
7.3.4. Nivel educacional.....	28
7.3.5. Nivel de ingresos familiares.....	28
7.3.6. Clasificación socioeconómica.....	28
8. MERCADO POTENCIAL	30
8.1. ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DE LA PROPUESTA	31
9. SÍNTESIS DEL DIAGNÓSTICO	32
9.1. COMPETENCIA.....	33
9.2. LOS CLIENTES.....	33
9.3. FODA POR SEGMENTO.....	33
10. DISEÑO DE ESTRATEGIA	34
10.1. SEGMENTO OBJETIVO.....	35
10.2. CARACTERIZACIÓN DEL SEGMENTO OBJETIVO.....	36
11. POSICIONAMIENTO	37
11.1.1. Objetivos estratégicos.....	38
11.1.2. Estrategia de negocios.....	39
11.1.3. Modelo de negocio.....	40
11.1.4. Producto y propuesta de valor.....	41
11.1.5. Precio.....	42
11.1.6. Punto de venta.....	43
11.1.7. Promoción.....	43
11.1.8. Personal.....	44
11.1.9. Recursos necesarios.....	45

12.	EVALUACIÓN ECONÓMICA	46
12.1.	INVERSIÓN INICIAL	46
12.2.	OBJETIVOS DE VENTAS E INGRESOS	47
12.3.	COSTOS Y EGRESOS	49
12.4.	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	51
12.5.	CAPITAL DE TRABAJO	52
12.6.	TASA DE DESCUENTO	52
12.7.	FLUJO DE CAJA	54
12.8.	MEDIDAS DE RENTABILIDAD	54
12.9.	CÁLCULO DE VALOR ACTUAL NETO (VAN), TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) Y PAYBACK	55
12.10.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	55
13.	CONCLUSIONES Y COMENTARIOS FINALES	58
14.	BIBLIOGRAFÍA	60
15.	ANEXOS	62
15.1.	Anexo 1. Sistema de Carga Combinada: AC convencional y carga DC	62
15.2.	Anexo 2. Informe Bloomberg: para el año 2022 está programada la revolución del coche eléctrico.	64
15.3.	Anexo 3. Automóviles más vendidos en Chile en 2019	67
15.4.	Anexo 4. Automóviles de lujo vendidos en Chile en 2019	67
15.5.	Anexo 5. Total de automóviles eléctricos en Chile y en la Región Metropolitana	68
15.6.	Anexo 6. Departamentos en edificios en comunas zona oriente:	70
15.7.	Anexo 7. Cargadores de uso público según el Ministerios de Energía:	70
15.8.	Anexo 8. Encuesta complementaria electromovilidad, preferencias y características de los usuarios.	71
15.9.	Anexo 9 Detalles de crédito	76
15.10.	Anexo 10 Tasa Política Monetaria Banco Central	77