

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	1
2.	OBJETIVOS	2
2.1.	Objetivos Generales	2
2.2.	Objetivos Específicos.....	2
3.	MARCO CONCEPTUAL.....	3
4.	METODOLÓGIA	5
5.	DIAGNOSTICO.....	7
5.1.	Mercado Potencial.....	7
5.1.1.	Definición de emplazamiento objetivo.....	7
5.1.2.	Estimación valor económico de compras de energía eléctrica a clientes potenciales.	7
5.2.	Análisis de los Competidores	18
5.2.1.	Empresas que prestan servicios relacionados y sus tipos de clientes	18
5.2.2.	Análisis de clientes de la competencia	21
5.2.3.	Análisis de Propuestas de Valor.....	21
5.2.4.	Análisis de Posicionamiento de marca	21
5.2.5.	Servicios Adicionales o Postventa ofrecidos por los competidores	23
5.2.6.	Modalidad de Venta de los proyectos	23
5.2.7.	Extensión de las distintas modalidades de Venta de los proyectos	24
5.2.8.	Rentabilidad de Ventas de Competidores	26
5.3.	Análisis del Entorno	27
5.3.1.	Descripción del mercado eléctrico Chileno.....	27
5.3.2.	Regímenes de tarificación eléctrica en Chile	28
5.3.3.	Procedimiento legal para usos de Ley NetBilling (21.118 – Año 2018) y costos asociados a instalaciones que la contemplan.	28
5.3.4.	Proyección de costos de la energía.....	31
5.3.5.	Evolución de los costos de la tecnología.	33
5.3.6.	Proyección de demanda de energía en Chile.....	34
5.3.7.	Incentivos al desarrollo de proyectos	35
5.4.	Análisis de los clientes	37
5.4.1.	Resultados Estudio de Mercado	37
5.4.2.	Evaluación de Rentabilidad según tamaños de proyecto	40
5.4.3.	Criterios de Segmentación	44
6.	ESTRATEGIA	54
6.1.	Definición de cliente objetivo	54
6.2.	Definición de Producto.....	54
6.2.1.	Definición de la solución a entregar.....	54
6.2.2.	Definición modalidad de venta de la propuesta	55
6.2.3.	Modalidad de ejecución de proyectos	55
6.3.	Política de Precios	57
6.4.	Estrategia de comunicaciones (promoción)	57
6.5.	Plaza	58
6.5.1.	Canal de Venta	58
6.5.2.	Emplazamiento Físico	58
7.	ANALISIS ECONÓMICO	59
7.1.	Tasa de Descuento.....	59
7.2.	Proyección de Ventas.....	60
7.2.1.	Proyección de Crecimiento del negocio	60
7.2.2.	Confeción del mix de proyectos	61

7.2.3.	Obtención de proyección de ventas.....	62
7.3.	Proyección de Servicios	63
7.4.	Estados Consolidados.....	65
7.4.1.	Estados Consolidados – Proyecto Puro	65
7.4.2.	Estados Consolidados – Proyecto con Financiamiento	68
7.4.3.	Análisis de Fuentes de Financiamiento	71
7.4.4.	Análisis de Sensibilidad	72
8.	CONCLUSIÓN	74
9.	RECOMENDACIONES	75
10.	BIBLIOGRAFÍA	76