

3. Tabla de Contenido

4. Introducción.....	1
4.1. Descripción del tema a abordar y las preguntas claves a responder.....	2
4.2. Alcance del tema a abordar.....	4
4.3. Objetivos y resultados esperados.....	5
4.3.1. Objetivo General.....	5
4.3.2. Objetivos Específicos.....	5
5. Marco Conceptual.....	6
6. Diagnóstico de la situación actual del mercado.....	9
6.1. Análisis de la oferta y de los clientes existentes en el mercado.....	9
6.1.1. Análisis de la oferta nacional.....	9
6.1.2. Análisis de clientes existentes en el mercado nacional.....	10
6.2. Proveedores de tecnología en el mercado nacional.....	13
6.3. Atractivo financiero del mercado nacional.....	15
6.4. Análisis de mercado en las regiones del Ñuble, del Biobío, de la Araucanía y de los Ríos.....	16
6.4.1. Tamaño, ingresos y demanda de agua de la población.....	16
6.4.2. Cobertura de servicios.....	17
6.4.3. Derechos de aprovechamiento de agua.....	18
6.4.4. Realidad del servicio de agua potable rural.....	19
6.4.5. Rentabilidad del mercado regional concesionado.....	22
6.4.6. Crecimiento de la población regional.....	23
6.4.7. Características principales de sectores sin servicio.....	24
6.5. Determinación del mercado potencial.....	25
6.6. Análisis de la demanda.....	26
6.7. Análisis de clientes.....	33
6.7.1. Análisis de segmento.....	35
6.7.2. Atributos de decisión y valoración de servicio.....	36
6.8. Análisis de entorno, de la competencia y modelos negocios existentes en las regiones del Ñuble, del Biobío, de la Araucanía y de los Ríos.....	36
6.8.1. Análisis del entorno regional.....	36
6.8.2. Análisis del entorno del mercado.....	43
6.8.3. Crecimiento económico.....	45
6.8.4. Geografía.....	46
6.8.5. Normativa y reglamento en la Industria.....	48
6.8.6. Propuesta de Valor de la competencia.....	50

6.8.7.	Benchmarking de modelos de negocio de la competencia	50
6.8.8.	Percepción de los clientes a las empresas existentes	51
6.9.	Análisis de los procesos de generación de agua potable	51
6.9.1.	Tipo de procesos actuales e insumos utilizados	51
6.9.2.	Productos innovadores en la industria	53
6.10.	Síntesis Estratégica mediante FODA	55
6.10.1.	FODA general	55
6.10.2.	FODA por segmentos:	56
7.	Diseño de la Estrategia	58
7.1.	Selección del Mercado Objetivo	58
7.2.	Propuesta de Valor	59
7.3.	Determinación de tipo de servicio a ofrecer	60
7.4.	Selección de tipo sistema de agua potable a instalar	60
7.5.	Estudio de implementación de empresa	61
7.5.1.	Estructura organizacional de la compañía	61
7.5.2.	Diseño de proceso operacional	62
7.5.3.	Procesos internos de funcionamiento	64
7.5.4.	Determinación de ubicación de empresa	65
7.6.	Estrategia y determinación de Precios	66
7.7.	Posicionamiento y comunicación	67
7.8.	Estrategia de comercialización	68
7.8.1.	Determinación de la demanda	68
7.8.2.	Determinación de los ingresos	69
8.	Evaluación económica del proyecto	70
8.1.	Fuentes de financiamiento	70
8.2.	Obtención de costos y gastos	70
8.3.	Cálculo de tasa de descuento del proyecto	71
8.4.	Obtención del flujo de caja	72
8.5.	Obtención de Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)	74
8.6.	Análisis de sensibilidad y utilidad acumulada	74
9.	Conclusiones y comentarios finales	75
10.	Bibliografía	77
11.	Glosario de abreviaciones y términos	79
12.	Anexos	80