

## Tabla de contenido

1.	Introducción .....	1
1.1.	Antecedentes generales.....	1
1.2.	Situación macroeconómica chilena .....	3
1.3.	Sector de Telecomunicaciones en Chile .....	4
1.4.	Descripción del proyecto.....	5
1.4.1.	Situación actual de la necesidad insatisfecha .....	5
1.4.2.	Situación con implementación del proyecto .....	6
1.4.3.	Justificación del estudio .....	7
1.5.	Objetivos.....	8
1.6.	Hipótesis .....	8
1.6.1.	Objetivo general:.....	8
1.5.2.	Objetivos específicos .....	8
2.	Marco conceptual y Metodología.....	9
2.1.	Marco Conceptual: Definiciones principales.....	9
2.3.	Alcances del proyecto.....	20
2.4.	Resultados esperados.....	21
3.	Definición del Proyecto en sus Ámbitos Relevantes. ....	22
3.1.	Productos y servicios.....	22
3.2.	Clientes.....	22
3.3.	Geográfico .....	22
3.4.	Tecnológico.....	22
3.5.	Desempeño y ventajas .....	22
3.6.	El proyecto y sus ámbitos en el presente y futuro.....	23
4.1.	Investigación del producto a comercializar .....	24
5.	Propuesta de modelo de internet comunitario .....	52
5.1.	Análisis de Modelos y Mejores Prácticas de Internet Comunitario ..	52
5.1.1.	Sobre Los modelos de Internet Comunitario .....	52
5.1.2.	Actividades claves.....	52
5.2	CANVAS del Modelo de Internet Comunitario para el Barrio Yungay 56	
5.3	Análisis Estratégico del modelo FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) y Determinación de Acciones a Seguir.....	62
6	Estrategia y plan de implementación .....	73
6.1	Estructura organizacional:.....	73
6.2	Descripción del proceso .....	76
6.3	Agenda de implementación. ....	80
6.4	Etapas de implementación .....	84
6.5	Presupuesto de implementación.....	90
6.6	Consideraciones de la propuesta .....	95
7	Conclusiones.....	98

8	Glosario.....	101
9	Bibliografía .....	102
10	Anexos.....	109
10.1	Anexo 1. Contenidos 24º Taller sobre Tecnologías de Redes Internet para América Latina y el Caribe (WALC 2021).....	109
10.2	Anexo 2. Agenda 24º Taller sobre Tecnologías de Redes Internet para América Latina y el Caribe (WALC 2021).....	109
10.3	Anexo 3. Preguntas incluidas y más relevantes de la encuesta realizada .....	110
10.4	Anexo 3. Registros difusión y aplicación del instrumento de caracterización de los potenciales clientes .....	114