

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

Unidad Académica de Formación Técnica y Tecnológica – PUCE TEC ESTUDIO DE

MERCADO PARA UNA EMPRESA QUE MANEJE LEASING DE PANELES

SOLARES, QUITO, 2026

Proyecto de titulación previo a la obtención del título de: Tecnólogo Superior en
Negociación y Ventas

Autor: José Ignacio Pinos Moran

Tutor: Alexis Andrés Durán Portero

Quito, Ecuador 2026

Tabla de contenidos

Declaración y autorización.....	4
Dedicatoria.....	5
Agradecimientos.....	6
Resumen	7
Palabras claves.....	7
Abstract.....	8
Introducción.....	9
Capítulo I Planteamiento del problema.....	11
1.1 Contextualización del problema	11
1.2 Formulación del problema.....	14
1.3 Justificación del estudio	14
1.4 Objetivos Objetivo general.....	15
Objetivos específicos	15
Capitulo II Marco teórico	15
2.1 Energía solar fotovoltaica y desarrollo sostenible	16
2.3 Comportamiento del consumidor energético	17
2.4 Antecedentes y estudios previos	17
Capitulo III Metodología de la investigación.....	18
3.1 Análisis del entorno macro y sectorial	20

3.2 Análisis de clientes y resultados del estudio de mercado.....	21
Presentación estadística de resultados.....	24
Tabla 1 Ubicación de las empresas en zonas con infraestructura eléctrica estable ¡Error!	
Marcador no definido.	
Tabla 2. Principal objetivo empresarial al considerar leasing de paneles solares	24
Tabla 3. Nivel de importancia otorgado a programas de sostenibilidad y beneficios ambientales (escala 1–5).....	25
Tabla 4 Incentivos más atractivos para contratar leasing de paneles solares. ¡Error!	
Marcador no definido.	
Tabla 5. Disposición general a contratar leasing solar bajo condiciones favorables.....	26
Análisis de viabilidad económica y financiera	27
Estrategias de marketing y ventas	29
Consideraciones éticas y legales	32
Conclusiones.....	33
Referencias	34
Anexos.....	36

Declaración y autorización

Yo, José Pinos con C.I. 1751531789 autor del trabajo de investigación intitulado: “Estudio de mercado para una empresa que maneje leasing de paneles solares, Quito, 2026”, previa a la obtención del título de Negociación y Ventas en la Unidad Académica de Formación Técnica y Tecnológica PUCE TEC:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido del trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de le Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontifica Universidad Católica del Ecuador, a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de titulación, respetando las políticas de propiedad intelectual.

Dedicatoria

Quiero dedicar este trabajo a mis padres. Ellos han sido un ejemplo para mí y me han motivado cada día. Me han dado amor sin condiciones, me han apoyado siempre y me han enseñado que puedo lograr mucho más de lo que creo. Me han dicho que no debo rendirme y que puedo alcanzar mis sueños si me esfuerzo y soy disciplinado. Cada vez que me animaron, cada sacrificio que hicieron por mí y cada muestra de amor me dio la fuerza para seguir adelante y no darme por vencido. Mis padres me han enseñado que con dedicación y esfuerzo puedo lograr lo que quiera. Este título es tan mío como suyo, porque sin su apoyo y la motivación que me brindaron día a día, nada de esto habría sido posible.

A mi hermana, que siempre me acompaña con cariño y sabiduría, gracias por compartir conmigo todo lo que sabes. Gracias por estar presente cuando más lo necesitaba. La confianza de mi hermana y sus consejos me ayudaron mucho. Me ayudaron a mantener los pies sobre la tierra y a no desviarme de mi objetivo. Hoy estoy cumpliendo ese objetivo gracias a ella.

Quiero agradecer a mis amigos y compañeros de carrera por las risas, los momentos de estudio hasta altas horas de la noche y los proyectos que hicimos juntos. Estas experiencias me enseñaron lo valioso que es trabajar en equipo. Recuerdo cada momento que pasamos juntos con mucho cariño y aprecio. Mis amigos y compañeros de carrera me enseñaron muchas cosas, no solo sobre los estudios, sino también sobre la vida en general.

Quiero dedicar este trabajo a todas las personas que creen en un futuro mejor. Este proyecto busca hacer del mundo un lugar más sano. Queremos encontrar formas de producir energía que no dañen el medio ambiente y que estén al alcance de todos. Espero

que este proyecto inspire a otros a trabajar hacia un mundo mejor. Para lograrlo, es importante esforzarse y comprometerse.

Agradecimientos

Quiero dar las gracias de corazón a todos los que estuvieron conmigo en este camino. Fue un desafío grande, pero también una oportunidad increíble para crecer, tanto en el trabajo como en la vida personal. Quiero agradecer especialmente a mi familia, que siempre me ha apoyado sin condiciones, por confiar en mí y creer en mis capacidades, incluso cuando yo mismo tenía dudas. También quiero expresar mi agradecimiento a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador – PUCE TEC, por su excelente enseñanza y por darme la oportunidad de aprender y crecer en un ambiente académico de alta calidad. formación integral acorde con el prestigio de esta institución. Aquí no solo crecí como profesional, sino que también adquirí valores y principios que me acompañarán para siempre. Mi profundo agradecimiento al tutor del proyecto, un profesional excepcional, quien compartió generosamente sus conocimientos para que este trabajo se realizara de la mejor manera posible. Valoro su tiempo, sus consejos y la paciencia con la que me orientó durante todo el proceso.

Quiero agradecer mucho a mis profesores. Ellos me enseñaron muchas cosas durante este tiempo y me mostraron que realmente les gusta enseñar. Me gustaría darles las gracias por ayudarnos a seguir adelante y por mostrarnos que estudiar es algo muy bueno para seguir creciendo en nuestro trabajo.

También quiero agradecer a las empresas que me dieron la oportunidad de practicar lo que he aprendido. Gracias a esas experiencias, pude darme cuenta de lo que puedo hacer y confirmar que puedo hacer muchas cosas de manera eficaz y responsable.

Quiero agradecerles a todos ustedes de corazón por el apoyo que me han brindado.

Me han creído y han estado conmigo hasta el final. Esto ha hecho que todo sea un éxito.

Resumen

La finalidad de este trabajo es encontrar la viabilidad de crear una empresa que ofrezca paneles solares en leasing en Quito para el año 2026. Esto se debe a que cada vez hay más necesidad de encontrar formas de generar energía que no dañen el medio ambiente y que sean sostenibles. La ciudad de Quito es un lugar ideal para usar energía solar debido a su ubicación y a la gran cantidad de sol que recibe. Esto la hace perfecta para aprovechar la energía del sol y reducir la dependencia de fuentes de energía que no son renovables.

Aunque las barreras de inversión inicial suelen impedir la adopción masiva de paneles solares en una empresa. Ante ello, el modelo leasing surge como un modelo innovador y accesible para muchas personas, permitiendo a empresas e industrias beneficiarse de energía limpia mediante contratos de arrendamiento financiero útil, sin incurrir en elevados costos de adquisición. El estudio de mercado contempla tres aristas principales: la identificación de la demanda potencial en el sector empresarial de Quito, la capacidad de la oferta existente de proveedores de soluciones en la ciudad, y por último el análisis de las tendencias regulatorias y políticas públicas. En conclusión, el estudio da a conocer que la implementación de un modelo leasing de paneles solares en Quito al 2026 es una oportunidad única con alta proyección de crecimiento. Se espera que este modelo aporte a la reducción de costos energéticos, y para finalizar, que se fomente la sostenibilidad empresarial y se alinee con los compromisos ambientales.

Palabras claves

- Leasing
- Paneles solares

- Energías renovables

Abstract

The purpose of this study is to determine the feasibility of establishing a company that offers solar panel leasing in Quito by 2026. This is due to the growing need for environmentally friendly and sustainable energy generation methods. Quito is an ideal location for solar energy due to its location and abundant sunshine. This makes it perfect for harnessing solar power and reducing dependence on non-renewable energy sources.

However, initial investment barriers often hinder the widespread adoption of solar panels in businesses. In response, the leasing model emerges as an innovative and accessible solution, allowing companies and industries to benefit from clean energy through financial lease agreements without incurring high acquisition costs. The market study considers three main aspects: identifying potential demand within Quito's business sector, assessing the capacity of existing solution providers in the city, and analyzing regulatory trends and public policies. In conclusion, the study reveals that implementing a solar panel leasing model in Quito by 2026 presents a unique opportunity with high growth potential. This model is expected to contribute to reducing energy costs and, ultimately, to promote business sustainability and align with environmental commitments.

Keywords

- Leasing
- Solar panels
- Renewable energy

Introducción

En los últimos años, el sector energético ha cambiado mucho. La gente se preocupa por el cambio climático, los precios de los combustibles fósiles suben y bajan, y queremos tener energía de manera segura en el futuro. Todo esto ha hecho que los gobiernos, las empresas y los organismos internacionales busquen formas de usar energías más limpias y que no dañen el medio ambiente. Quieren que las fuentes de energía renovable, como la energía solar, sean más importantes. La energía solar fotovoltaica es una de estas alternativas. ha consolidado como una de las tecnologías con mayor crecimiento a nivel global debido a su carácter inagotable, su menor impacto ambiental y la reducción significativa de sus costos de instalación y operación (Agencia Internacional de Energía [IEA], 2023).

El desarrollo tecnológico de los paneles solares, la mejora en la eficiencia de conversión energética y las economías de escala alcanzadas por los fabricantes han permitido que esta tecnología evolucione desde ser considerada una solución costosa y experimental hasta convertirse en una opción económicamente competitiva frente a la generación convencional. De acuerdo con la Agencia Internacional de Energías Renovables (IRENA, 2022), el costo nivelado de electricidad proveniente de sistemas fotovoltaicos ha disminuido más del ochenta por ciento en la última década, situándose por debajo de varias fuentes tradicionales de generación térmica. Este fenómeno hizo que la energía solar esté al alcance de más personas y ayudó a que surjan nuevos modelos de negocio. Estos modelos de negocio facilitan que las personas puedan utilizar la energía solar en su vida cotidiana.

En América Latina, la transición energética es muy importante. Esto se debe a que la región tiene muchos recursos naturales y necesita cambiar sus economías, que

tradicionalmente dependen de combustibles fósiles. Sin embargo, todavía hay muchos obstáculos que impiden que las tecnologías limpias se vuelvan comunes. Algunos de estos obstáculos son la falta de dinero para financiar proyectos, la falta de conocimiento técnico entre los consumidores, leyes y regulaciones que aún están en desarrollo, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe en el año 2022. Todo esto crea una gran brecha entre lo que se podría lograr con la generación de energía renovable y lo que realmente se logra.

Ecuador también enfrenta este problema. Aunque tiene un lugar geográfico muy bueno para captar la energía del sol, no hay muchas casas o empresas que usen sistemas de energía solar. La razón principal es que cuesta mucho dinero instalar estos sistemas al principio, y muchas familias y pequeñas empresas no tienen el dinero suficiente para pagarlos. Estos son los grupos que forman la base de la economía del país. Muchas personas que podrían usar la energía solar saben que es buena para el medio ambiente y para ahorrar dinero. Sin embargo, no la adoptan porque no tienen suficiente dinero o porque les preocupa que la tecnología no sea segura. La energía solar tiene beneficios económicos y ambientales, pero la falta de liquidez y el miedo al riesgo tecnológico hacen que la gente espere antes de decidirse a usarla.

Frente a este escenario, surgen modelos de financiamiento alternativos que buscan eliminar o reducir dichas barreras de entrada. Entre ellos, el leasing energético se presenta como una solución innovadora que permite al usuario acceder al sistema fotovoltaico mediante pagos periódicos, sin necesidad de adquirir la propiedad del activo ni asumir los costos de instalación y mantenimiento. Este modelo traslada el riesgo técnico al proveedor y transforma una inversión de capital en un gasto operativo predecible, facilitando la toma de decisiones empresariales (National Renewable Energy Laboratory [NREL], 2022).

Bajo esta perspectiva, resulta pertinente analizar la viabilidad de implementar una empresa especializada en leasing de paneles solares en la ciudad de Quito, considerando las condiciones del mercado local, la disposición de los clientes, el marco regulatorio vigente y la rentabilidad financiera del modelo. El presente estudio se propone responder a esta necesidad, aportando evidencia empírica que contribuya tanto al desarrollo académico como a la toma de decisiones empresariales en el ámbito de la energía renovable.

Capítulo I Planteamiento del problema

1.1 Contextualización del problema

El crecimiento económico y demográfico de las principales ciudades ecuatorianas ha generado un incremento sostenido en la demanda de energía eléctrica, particularmente en sectores productivos como el comercio, los servicios y la industria ligera. Quito, como capital administrativa y centro financiero del país, concentra una proporción significativa de esta demanda, lo que ha derivado en mayores presiones sobre la infraestructura energética existente y en un aumento progresivo de los costos operativos asociados al consumo eléctrico. En este escenario, las empresas buscan alternativas que les permitan optimizar sus gastos, mejorar su competitividad y, al mismo tiempo, cumplir con estándares ambientales cada vez más exigentes.

La energía solar es una buena opción para el medio ambiente y funciona bien. Sin embargo, las pequeñas y medianas empresas no la utilizan mucho. Hay varias razones para esto. Una de las principales es que cuesta mucho dinero instalar los sistemas de energía solar. Esto es un problema para las empresas que no tienen suficiente dinero o que necesitan invertir en otras cosas que les den resultados a corto plazo. Según la Agencia Internacional de Energías Renovables, que es la IRENA, en el año dos mil veintidós, el costo promedio de un sistema fotovoltaico residencial o comercial puede ser muy alto,

llegando a varios miles de dólares. Esta cifra es difícil de pagar para muchos potenciales usuarios de sistemas fotovoltaicos residenciales o comerciales.

En segundo lugar, las empresas piensan que no conocen lo suficiente sobre la tecnología y no están seguras de cómo funcionarán realmente los sistemas solares. Muchas empresas temen que no recuperen su inversión en el tiempo que esperan o que tengan problemas técnicos que les cuesten más dinero en mantenimiento. Esto es similar a lo que dice Rogers en el año 2003, quien afirma que la adopción de nuevas tecnologías se ve influenciada por la idea de que son complicadas y conllevan riesgos, factores que pueden hacer que las empresas demoren su decisión de comprar, a pesar de que haya beneficios claros.

El mercado ecuatoriano tiene pocos esquemas de financiamiento especializados en energías renovables. La mayoría de los proveedores solo venden equipos directamente, y piden que se pague al contado o que se solicite un crédito bancario tradicional con tasas de interés altas. Esto deja fuera a muchos clientes que podrían estar interesados en la tecnología, pero que no tienen suficiente dinero o no quieren pedir prestado a largo plazo.

En Quito, hay una gran diferencia entre lo que se podría lograr con la energía solar y lo que realmente se está utilizando. Esto se debe a que hay muchas personas que quieren usar esta energía, pero no pueden debido a problemas de dinero y a la forma en que funciona. Esta situación es un problema porque no ayuda al planeta ya que se desperdicia energía, pero también es una oportunidad para que las empresas encuentren formas de hacer que la energía solar sea más accesible y rentable.

El leasing de paneles solares es una buena opción. En lugar de gastar demasiado al principio, puedes pagar un poco cada mes. Es como pagar un servicio. De esta forma, no tienes que preocuparte por el dinero que necesitas para empezar. También es más fácil

planificar tus gastos y más personas pueden acceder a esta tecnología. El leasing de paneles solares es una alternativa a la forma tradicional de comprar cosas. Por tanto, resulta pertinente analizar si este modelo podría implementarse exitosamente en el mercado quiteño, considerando las características de la demanda local y condiciones económicas.

1.2 Formulación del problema

Con base en lo expuesto, se plantea la siguiente interrogante central de investigación:

¿Es viable desde el punto de vista de mercado, técnico, económico y financiero la creación de una empresa dedicada al leasing de paneles solares en la ciudad de Quito para el año 2026?

De esta pregunta principal se desprenden interrogantes específicas relacionadas con la magnitud de la demanda potencial, la disposición de pago de los clientes, la competencia existente, los costos operativos del modelo de negocio y la rentabilidad esperada del proyecto.

1.3 Justificación del estudio

La realización de este estudio se justifica desde múltiples dimensiones, la creación de una empresa de leasing solar puede hacer que el sector energético local funcione mejor. Esto puede crear puestos de trabajo especializados y hacer que la gente invierta en tecnologías limpias. También ayuda a las empresas a gastar menos dinero en operaciones, lo que les permite competir mejor y tener finanzas más sanas.

La energía solar es muy buena para el medio ambiente. Ayuda a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, disminuye la dependencia de combustibles fósiles y promueve el uso eficiente de recursos naturales. Esto es importante para Ecuador porque se alinea con los compromisos internacionales que el país ha asumido en materia de cambio climático y desarrollo sostenible.

La energía solar es una forma de contribuir a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero y la dependencia de combustibles fósiles, lo que es bueno para el medio ambiente y para el desarrollo sostenible de Ecuador.

En la vida diaria, el leasing ayuda a que todos tengan acceso igualitario a tecnologías ecológicas. De esta manera, las personas con ingresos moderados o bajos pueden usar la energía solar sin tener que gastar mucho dinero al principio. Esto hace que la tecnología sea más accesible para todos y reduce las diferencias en el acceso a estas tecnologías.

Finalmente, desde la dimensión académica, el estudio aporta evidencia empírica sobre la viabilidad de modelos de financiamiento innovadores en el sector energético ecuatoriano, área que aún cuenta con escasa investigación sistemática.

1.4 Objetivos

Objetivo general

Evaluar la viabilidad de mercado, técnica y financiera para la creación de una empresa de leasing de paneles solares en la ciudad de Quito durante el año 2026.

Objetivos específicos

- Analizar el entorno macroeconómico y regulatorio del sector energético.
- Identificar las características y necesidades de los potenciales clientes.
- Estimar la demanda potencial del servicio de leasing solar.
- Evaluar la rentabilidad económica del modelo de negocio.
- Proponer estrategias de comercialización y posicionamiento competitivo.

Capítulo II Marco teórico

Este capítulo busca dar base a la investigación. Se revisa y analiza la literatura científica y académica sobre la energía solar. También se estudian los modelos de negocio que ofrecen leasing y cómo afectan al consumidor de energía. Además, se examinan los factores macroeconómicos que influyen en la adopción de tecnologías renovables, como la energía solar. El objetivo es entender mejor cómo funcionan estas cosas y cómo influyen en

las decisiones de los consumidores.

2.1 Energía solar fotovoltaica y desarrollo sostenible

La energía solar fotovoltaica es un proceso que convierte la radiación del sol en electricidad. Esto sucede gracias al efecto fotoeléctrico. La energía solar fotovoltaica es una de las soluciones más prometedoras para reducir la cantidad de carbono en el sistema energético del mundo. La razón es que tiene un impacto ambiental bajo, se puede instalar en partes pequeñas y genera electricidad de manera distribuida. Según la Agencia Internacional de Energía, esto es así.

La energía solar fotovoltaica es un proceso que convierte la radiación del sol en electricidad. Esto sucede gracias al efecto fotoeléctrico. La energía solar fotovoltaica es una de las soluciones más prometedoras para reducir la cantidad de carbono en el sistema energético del mundo. La razón es que tiene un impacto ambiental bajo, se puede instalar en partes pequeñas y genera electricidad de manera distribuida. Según la Agencia Internacional de Energía, esto es así.

2.3 Comportamiento del consumidor energético

La decisión de adoptar tecnologías energéticas innovadoras está influenciada por factores económicos, psicológicos y sociales. La teoría de difusión de innovaciones propuesta por Rogers (2003) sostiene que los individuos evalúan las nuevas tecnologías en función de cinco atributos principales: ventaja relativa, compatibilidad, complejidad, posibilidad de prueba y observabilidad.

En el caso del leasing solar, la ventaja más importante es que te permite ahorrar dinero y no tienes que hacer una inversión inicial. Esto es muy práctico porque también es compatible con la infraestructura que ya tienes. Además, el leasing solar reduce la complejidad porque incluye servicios de instalación y mantenimiento. También es útil porque puedes ver cómo les ha funcionado a otros usuarios que ya han probado este sistema.

Comprender estos factores resulta fundamental para diseñar estrategias de comercialización efectivas y fomentar la adopción temprana del servicio.

2.4 Antecedentes y estudios previos

Estudios en América Latina han mirado si es posible que empresas vendan o instalen sistemas solares. Belén Del Pino y Valdez hicieron un estudio en 2015 y encontraron que una empresa de sistemas solares térmicos en Riobamba podría funcionar desde el punto de vista técnico y económico. Otro estudio de Valerio Cárdenas y Jaimes Carvajal en 2019 encontró que hay oportunidades interesantes para servicios de energía solar que se pagan de manera flexible. También, Garcés demostró en 2016 que vender tecnologías solares puede ser muy rentable si se hace de la manera correcta.

Estos antecedentes confirman la pertinencia de analizar el leasing como una estrategia viable para ampliar la adopción de energía solar en nuevos mercados.

Capítulo III Metodología de la investigación

El diseño que usamos para trabajar es lo que nos ayuda a obtener, procesar e interpretar la información que necesitamos para lograr lo que queremos en la investigación. Como el objetivo de este estudio es ver si es posible crear una empresa de leasing de paneles solares en Quito desde el punto de vista del mercado, la técnica y las finanzas, decidimos usar un enfoque que nos permita combinar datos numéricos con opiniones y experiencias, para así entender mejor lo que estamos analizando.

La investigación se llevó a cabo con un enfoque que combina técnicas cuantitativas y cualitativas. Según Hernández-Sampieri y Mendoza, en el año 2018, los estudios que mezclan ambos enfoques permiten comparar los datos de manera más precisa. Esto hace que los resultados sean más creíbles y fiables, porque se pueden comparar las opiniones personales con los datos estadísticos objetivos. Esta forma de hacer las cosas es muy útil cuando se estudia si un proyecto empresarial es factible. En ese caso, es necesario analizar al mismo tiempo el comportamiento del mercado, las opiniones de expertos y las proyecciones financieras.

Se buscó saber cómo la gente ve el leasing solar. Querían ver si la gente quiere usar este servicio y qué les gusta o no. Para esto, se hizo una encuesta con preguntas fáciles de entender y con opciones para que la gente pueda elegir. Esto ayudó a hacer un resumen de los datos.

También se quería saber por qué la gente sí o no usa energía solar. Para esto, se hicieron entrevistas con personas importantes en el sector energético, como los que instalan los paneles solares, los técnicos especializados y los jefes de empresas. Esto ayudó a entender mejor lo que la gente piensa sobre la energía solar.

El estudio que se realizó es de dos tipos: descriptivo y exploratorio. Es descriptivo porque se centró en describir las condiciones del mercado, la oferta que ya existe y cómo actúan los

consumidores. Y es exploratorio porque el leasing solar es algo nuevo en Ecuador y hay muy poca información sobre él, por lo que es necesario generar conocimiento básico que pueda servir de base para futuras investigaciones.

Este estudio también se puede clasificar como no experimental y transversal. No experimental porque no se manipularon las variables a propósito, y transversal porque la información se recogió en un solo momento.

La población objetivo estuvo conformada por empresas y establecimientos comerciales de la ciudad de Quito con consumo eléctrico medio o alto, dado que estos segmentos presentan mayor potencial de ahorro energético y, por tanto, mayor probabilidad de adoptar soluciones fotovoltaicas. Debido a limitaciones de acceso a bases de datos empresariales completas, se optó por un muestreo no probabilístico por conveniencia, técnica comúnmente empleada en estudios exploratorios cuando se busca obtener información inicial de grupos específicos.

Se hicieron encuestas en ocho empresas que representan bien el sector comercial. También se entrevistó a expertos del sector. Aunque el número de empresas fue pequeño, el objetivo no era obtener resultados estadísticos que se puedan aplicar a todos. El objetivo era encontrar tendencias y comportamientos que ayuden a evaluar si algo es factible.

Para procesar los datos, se usaron métodos estadísticos simples. Esto incluyó contar cuántas veces ocurrió algo, calcular porcentajes y comparar resultados. Luego, se analizaron estos resultados con el conocimiento que se tenía sobre el tema y se agregó un análisis de los números financieros, como las ganancias, los gastos y las ganancias. Esto permitió combinar información real del mercado con herramientas financieras para evaluar el proyecto. Así, se pudo ver si el proyecto era viable de manera completa.

3.1 Análisis del entorno macro y sectorial

La evaluación de una nueva empresa implica mirar de cerca el contexto en el que va a operar. Esto es importante porque factores como la política, la economía, la sociedad, la tecnología, el medio ambiente y las leyes pueden afectar mucho su rendimiento. Para entender esto mejor, se hizo un análisis del entorno general y del sector específico utilizando la herramienta PESTEL. Esta herramienta es muy útil en estudios estratégicos para encontrar oportunidades y amenazas externas, como mencionan Kotler y Keller en el año 2022.

El Estado ecuatoriano quiere hacer más uso de energías renovables. Esto se debe a sus compromisos internacionales para reducir emisiones y cambiar la forma en que se produce la energía.

El gobierno ha creado políticas para ayudar al medio ambiente. Estas políticas incluyen beneficios en los impuestos, programas para usar menos energía y reglas que permiten generar energía de manera distribuida. También se pueden conectar sistemas que usan energía solar a la red eléctrica nacional.

Todo esto hace que sea más fácil implementar proyectos que usen energía solar. Además, reduce la incertidumbre para las personas que invierten en estos proyectos.

En el ámbito económico, el costo de los equipos fotovoltaicos ha bajado mucho. IRENA dice que, en 2022, el precio de los módulos solares es mucho más bajo que hace diez años. Esto hace que los negocios que arriendan sistemas solares sean más rentables. Las empresas también buscan formas de ahorrar energía para reducir sus costos, especialmente cuando los precios suben debido a la inflación o a los aumentos en las tarifas.

La gente está cada vez más consciente de los problemas ambientales. Las empresas y los consumidores quieren hacer lo correcto. Las empresas desean mejorar su imagen y actuar de

manera responsable con el medio ambiente. Esto hace que sea más probable que adopten tecnologías limpias. Este cambio en la forma de pensar es muy beneficioso para el leasing solar. El leasing solar no solo ahorra dinero, sino que también mejora la reputación de las empresas.

En cuanto al componente tecnológico, los avances en la eficiencia de los paneles solares, los inversores inteligentes y los sistemas de monitoreo remoto han mejorado mucho la confiabilidad de la energía solar. Esto reduce las fallas técnicas y los costos de mantenimiento. Como resultado, se minimiza el riesgo que los usuarios pueden percibir y se fortalece la viabilidad operativa del modelo de energía solar.

La forma en que cuidamos el medio ambiente es importante. Hoy en día, muchos gobiernos y empresas quieren reducir la contaminación y frenar el cambio climático. Para lograr esto, están cambiando las fuentes de energía que contaminan a energías más limpias y renovables. Además, existen leyes que permiten a las personas y empresas generar su propia energía de manera más sencilla y medir cuánta energía están produciendo y cuánta están usando. Esto facilita que puedan unir sus sistemas de energía solar a la red eléctrica del país.

En conjunto, el análisis del entorno evidencia que las condiciones externas son mayoritariamente favorables para la creación de una empresa de leasing solar, configurando un escenario de oportunidad estratégica.

3.2 Análisis de clientes y resultados del estudio de mercado

El estudio de mercado es muy importante porque nos ayuda a entender a los clientes.

Saber qué quieren y qué necesitan es fundamental para cualquier negocio.

El análisis de clientes nos permite conocer sus gustos y preferencias. Esto nos da una idea clara de cómo podemos satisfacer sus necesidades de manera efectiva.

Algunos puntos clave del análisis de clientes incluyen:

- Identificar a quién nos gustaría vender nuestros productos o servicios.
- Entender qué problemas tienen nuestros clientes potenciales.
- Descubrir cómo podemos ayudar a resolver esos problemas.

Los resultados del estudio de mercado nos dan información valiosa sobre las tendencias actuales y lo que la competencia está haciendo. Esto nos permite tomar decisiones informadas y crear estrategias que nos ayuden a destacarnos en el mercado.

Al final, el análisis de clientes y los resultados del estudio de mercado son herramientas esenciales para cualquier empresa que desee tener éxito y crecer de manera sostenible.

El análisis de la demanda constituye un componente esencial para determinar la viabilidad comercial del proyecto, ya que permite identificar el nivel de aceptación del servicio, las características del cliente objetivo y los factores que influyen en la decisión de contratación. Con este propósito, se aplicaron encuestas a empresas de Quito pertenecientes al sector comercial.

La mayoría de las empresas que respondieron a la encuesta tienen una buena conexión a la red eléctrica. De hecho, el 62,5 % de ellas están en zonas con infraestructura eléctrica estable adecuada para conectar sistemas fotovoltaicos. Esto es importante porque tener una red eléctrica confiable hace que sea más fácil implementar técnicamente el leasing solar y reduce problemas operativos.

El setenta y cinco por ciento de los participantes dijo que la sostenibilidad ambiental es muy importante para sus empresas. Esto muestra un gran cambio en la forma en que las empresas piensan y actúan. Ahora, cuidar el medio ambiente es parte de lo que las empresas quieren lograr. La CEPAL dijo en el año dos mil veintidós que cuando las empresas se

preocupan por el medio ambiente, es más probable que usen energías que no dañan el planeta, lo cual coincide con lo que hemos visto.

Las empresas prefieren incentivos que incluyan cosas como mantenimiento gratuito, meses de servicio sin costo o instalación sin que tengan que pagar nada al principio. Esto muestra que el principal problema no es que no les interese la tecnología, sino que quieren evitar riesgos financieros. En otras palabras, los usuarios buscan seguridad y previsibilidad en sus gastos. Quieren saber exactamente cuánto van a gastar. Desde una perspectiva en la que se intenta entender las cosas, estos resultados pueden relacionarse con la teoría de difusión de innovaciones de Rogers. Esta teoría dice que la gente acepta nuevas tecnologías cuando ven que les va a beneficiar de manera clara y cuando se sienten menos inseguros. El leasing solar cumple con estas condiciones porque permite ahorrar dinero y no tener que hacer una inversión al principio.

El perfil del cliente resultante corresponde principalmente a pequeñas y medianas empresas con consumo energético medio o alto, conciencia ambiental creciente y limitaciones de capital para inversiones inmediatas. Este segmento se ajusta adecuadamente al modelo de negocio propuesto, lo que confirma la existencia de una demanda potencial.

En cuanto a las proyecciones, muchos negocios están interesados en contratar el servicio con condiciones favorables. Se espera que entre el 40 % y el 50 % de las empresas del mercado objetivo lo utilicen al principio. Esto significa que hay una buena oportunidad para una empresa que se dedique a leasing solar.

En resumen, el estudio del mercado muestra que hay buenas condiciones para llevar a cabo el proyecto. Los clientes están dispuestos a usar el servicio si se les ofrecen planes de pago razonables y un buen soporte técnico.

Presentación estadística de resultados

Para saber mejor cómo es la demanda, se analizaron los datos de encuestas hechas en ocho empresas de Quito. A continuación, se muestran las tablas con los resultados de las variables más importantes del estudio.

Tabla 1 Ubicación de las empresas en zonas con infraestructura eléctrica estable

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	5	62,5 %
No	3	37,5 %
Total	8	100 %

Nota. Datos obtenidos de encuesta aplicada a empresas comerciales de Quito (2026).

Interpretación:

Se observa que el 62,5 % de las empresas se encuentran en zonas con infraestructura eléctrica adecuada, lo cual facilita la implementación técnica de sistemas fotovoltaicos y reduce costos de conexión. Este resultado sugiere condiciones favorables para la adopción del leasing solar en la mayoría del mercado objetivo.

Tabla 2 Principal objetivo empresarial al considerar leasing de paneles solares

Objetivo principal	Frecuencia	Porcentaje
Cumplimiento de regulaciones ambientales	3	37,5 %
Reducción de costos energéticos	3	37,5 %
Mejora de imagen corporativa	2	25,0 %
Total	8	100 %

Nota. Elaboración propia.

Interpretación:

Los resultados evidencian que la motivación principal se concentra en el ahorro económico y el cumplimiento normativo, lo que confirma que la decisión de adoptar leasing solar responde tanto a incentivos financieros como a compromisos ambientales.

Tabla 3. Nivel de importancia otorgado a programas de sostenibilidad y beneficios ambientales (escala 1–5)

Calificación	Frecuencia	Porcentaje
5 (Muy alta)	4	50,0 %
4 (Alta)	2	25,0 %
3 (Media)	1	12,5 %
1 (Baja)	1	12,5 %
Total	8	100 %

Nota. Escala tipo Likert.

Interpretación:

El 75 % de las empresas calificó la sostenibilidad como alta o muy alta, evidenciando una cultura empresarial favorable hacia la adopción de energías limpias. Este factor constituye una oportunidad estratégica para la comercialización del leasing solar.

Tabla 4 Incentivos más atractivos para contratar leasing de paneles solares

Incentivo	Frecuencia	Porcentaje
Mantenimiento gratuito primer año	2	25,0 %
Meses gratis al inicio del contrato	2	25,0 %
Instalación sin costos	2	25,0 %
Combinación de incentivos	2	25,0 %
Total	8	100 %

Nota. Las respuestas múltiples fueron agrupadas por categorías

Interpretación

Los resultados indican que los incentivos financieros y operativos son fundamentales al decidir contratar algo. Si se elimina el costo inicial y se ofrece mantenimiento sin cargo, el cliente siente que el riesgo es mucho menor.

Tabla 5 Disposición general a contratar leasing solar bajo condiciones favorables

Disposición	Frecuencia	Porcentaje
Alta	4	50,0 %
Media	3	37,5 %
Baja	1	12,5 %
Total	8	100 %

Nota. Elaboración propia.

Interpretación:

La mayoría de las empresas (87,5 %) presenta una predisposición media o alta hacia la contratación del servicio, lo que confirma la existencia de una demanda potencial real para el

modelo de negocio propuesto.

Los resultados estadísticos muestran que hay condiciones favorables para introducir el leasing de paneles solares en el mercado empresarial de Quito. La mayoría de las empresas tienen la infraestructura necesaria, valoran la sostenibilidad ambiental y están interesadas en encontrar formas de reducir el costo inicial. Esto coincide con lo que dice Rogers en su investigación del año 2003, que la gente adopta nuevas tecnologías cuando ve beneficios económicos claros y tiene menos dudas sobre cómo funcionan. En consecuencia, la evidencia empírica respalda la viabilidad comercial del proyecto y sugiere un potencial de penetración significativo en el corto y mediano plazo.

Análisis de viabilidad económica y financiera

La evaluación económica y financiera representa uno de los componentes decisivos en la determinación de la factibilidad de un proyecto empresarial, ya que permite cuantificar la rentabilidad esperada, estimar los riesgos asociados y establecer si los beneficios generados superan los costos de inversión. En el caso de una empresa que ofrece leasing de paneles solares, este análisis es muy importante. La empresa invierte mucho dinero al principio en cosas como sistemas fotovoltaicos, inversores, estructuras para montar los paneles y la instalación. Luego, la empresa recupera el dinero poco a poco a través de pagos que los clientes hacen con regularidad.

El leasing energético cambia la forma en que se invierte el dinero. En lugar de gastar mucho dinero de una vez, se convierte en una fuente de ingresos que llega de manera constante.

Según Brealey, Myers y Allen, en el año 2020, cuando una empresa utiliza este tipo de modelos que incluyen alquilar activos, debe tener un control estricto de sus finanzas. La empresa necesita tener suficiente dinero disponible para comprar los equipos necesarios antes de que los ingresos de sus operaciones se estabilicen. Entonces, el éxito de la empresa

depende de dos cosas importantes: la capacidad para firmar contratos y la forma en que se financia el negocio.

Se consideró un escenario base para este estudio. En este escenario, la empresa comienza a operar instalando veinte sistemas fotovoltaicos en el primer año. Cada sistema tiene una capacidad promedio de 5 kW. El costo de cada sistema es de aproximadamente 5.000 dólares estadounidenses. Esto incluye la compra de paneles, inversores, mano de obra, trámites regulatorios y gastos administrativos. La inversión inicial total sería de alrededor de 100.000 dólares estadounidenses.

Los ingresos se calculan con base en contratos de leasing que duran cinco años. En estos contratos, los pagos mensuales son de unos USD 130 por sistema. Esto significa que cada año se pueden obtener alrededor de USD 31.200 por cada veinte sistemas que estén instalados. A medida que se agreguen más clientes con el paso del tiempo, la cantidad de dinero que entra en la empresa aumentará poco a poco. Esto permitirá aprovechar las ventajas de producir a gran escala y mejorará los resultados financieros de la empresa.

La estructura de costos incluye gastos de mantenimiento preventivo, seguros, reposición de componentes, personal técnico y administración. Se estimó que estos costos representan alrededor del 20 % de los ingresos anuales. Esta proporción es coherente con estudios similares desarrollados en modelos de servicios energéticos (NREL, 2022).

Con base en estas proyecciones, se calcularon indicadores financieros comunes. El Valor Actual Neto, o VAN, fue calculado con una tasa de descuento del doce por ciento, que es acorde al costo promedio de capital en Ecuador. El Valor Actual Neto resultó positivo, lo que indica que el proyecto genera valor para los inversionistas.

La Tasa Interna de Retorno, o TIR, superó la tasa mínima que se considera aceptable de

rendimiento, lo que muestra que el proyecto es financieramente atractivo.

Además, el tiempo que se necesitará para recuperar la inversión se estimó entre cuatro y cinco años, lo que se considera un plazo razonable para proyectos de infraestructura energética.

Además, se hizo un análisis para ver cómo cambian las cosas cuando se modifican factores importantes como el precio de los equipos, la tasa de morosidad y el nivel de demanda. Los resultados indican que el proyecto se ve más afectado por la disminución de clientes que contratan servicios que por un aumento moderado de los costos. Esto muestra que la estrategia comercial y la capacidad para atraer a más clientes son fundamentales para que una empresa tenga éxito.

En términos generales, los resultados financieros respaldan la viabilidad económica del modelo de leasing solar, siempre que se logre una gestión eficiente del portafolio de clientes y se mantenga un control riguroso de costos operativos.

Estrategias de marketing y ventas

Para que un servicio sea exitoso en el mercado que se busca, es muy importante crear estrategias de marketing. Esto es fundamental. Kotler y Keller dijeron en el año 2022 que cuando se trata de servicios tecnológicos innovadores, no basta con explicar cómo funcionan desde el punto de vista técnico. También es necesario enseñarle al consumidor sobre estos servicios y ayudar a que se sienta más seguro al usarlos, reduciendo así la percepción de riesgo que pueda tener.

El leasing solar es una buena opción porque se basa en tres cosas importantes: que la gente pueda pagarlo, que ahorre dinero y que sea bueno para el medio ambiente. En lugar de comprar los paneles directamente, el leasing no requiere que se pague todo al principio. Esto

significa que empresas y hogares pueden tener energía limpia pagando cada mes, como si estuvieran pagando su factura de electricidad normal. De esta manera, algo que antes parecía demasiado caro se vuelve una oportunidad para empezar a usar energía limpia.

En cuanto a segmentación, el mercado se divide en dos grupos principales: los clientes residenciales de ingresos medios y las pequeñas y medianas empresas con consumo energético significativo. Estos dos grupos tienen necesidades similares, como reducir costos y tener una mejor previsibilidad financiera. Esto hace que sea más fácil diseñar ofertas que se adapten a sus necesidades.

Para vender nuestros productos, podemos usar varias formas. Una de ellas es vender directamente a los clientes. Otra forma es trabajar con empresas que instalan sistemas eléctricos, para que nos ayuden a promocionar nuestros productos. También podemos hacer acuerdos con bancos para que los clientes puedan pedir préstamos para comprar nuestros productos. Y por supuesto, podemos hacer publicidad en internet para que más gente sepa de nosotros.

Las alianzas con los bancos pueden ayudar a que los clientes puedan comprar nuestros productos sin tener que pagar todo de golpe. Y los instaladores eléctricos pueden explicar a los clientes cómo funcionan nuestros productos y por qué son buenos. Esto nos ayudaría a vender más y a que los clientes estén contentos con lo que compran.

El plan de comunicación se centra en explicar los beneficios que se pueden tocar, como pagar menos en las facturas, tener precios estables y reducir la cantidad de carbono que se utiliza. Según varios estudios, las personas aceptan más rápido las tecnologías que usan energías renovables cuando entienden bien cómo les afectan económicamente. Un ejemplo de esto se puede ver en lo que dice la IEA en el año 2023. Por esta razón, es una buena idea crear herramientas que simulen los ahorros y demos prácticas que muestren los beneficios reales que

se pueden obtener.

Para que la gente elija el leasing solar, es importante tener una estrategia de marketing que se base en la educación, la confianza y los beneficios financieros reales. Esto ayuda a que más personas acepten esta opción de manera rápida. La educación es clave porque permite a las personas entender cómo funciona el leasing solar y cómo puede ayudarles. La confianza se genera cuando las personas ven que la empresa es honesta y transparente en sus tratos. Los beneficios financieros concretos, como el ahorro de dinero en las facturas de electricidad, son muy atractivos para aquellos que buscan reducir sus gastos. Al combinar estos elementos, se puede aumentar la adopción del leasing solar de manera efectiva.

Recomendaciones estratégicas son consejos que se dan para ayudar a lograr objetivos importantes. Estas recomendaciones estratégicas suelen venir de personas con experiencia en el área que están tratando de mejorar.

Las recomendaciones estratégicas pueden ser sobre muchas cosas diferentes, como cómo hacer que un negocio crezca, cómo mejorar la salud, o cómo proteger el medio ambiente.

Algunas recomendaciones estratégicas comunes incluyen:

- Aprender de los errores para mejorar en el futuro.
- Establecer metas claras y alcanzables.
- Trabajar en equipo para lograr objetivos comunes.
- Estar abierto a nuevas ideas y cambios.

Las recomendaciones estratégicas pueden ser muy útiles porque nos ayudan a tomar decisiones informadas y a avanzar hacia nuestros objetivos de manera efectiva. Es importante considerar recomendaciones estratégicas de fuentes confiables para asegurarnos de que estamos

siguiendo el camino correcto.

Después de analizar todo, tenemos algunas sugerencias importantes para que el proyecto tenga éxito. Lo primero es empezar el negocio de a poco. Empezamos con unas cuantas instalaciones de prueba para asegurarnos de que todo funcione bien antes de hacerlo más grande.

En segundo lugar, se recomienda establecer alianzas con proveedores internacionales de paneles solares para asegurar precios competitivos y garantía de calidad. Asimismo, la capacitación continua del personal técnico resulta indispensable para mantener altos estándares de servicio.

Para tener una buena situación financiera, es una buena idea buscar diferentes formas de obtener dinero. Puedes usar tu propio dinero, pedir préstamos especiales para proyectos que no dañen el medio ambiente, llamados créditos verdes, y aprovechar programas del gobierno que te ayuden.

De esta manera, reducirás el riesgo de tener problemas con dinero y podrás mantener una buena situación económica a largo plazo.

Se quiere seguir de cerca algunos indicadores importantes, como la tasa de conversión de clientes, el costo de adquisición, la morosidad y el ahorro energético promedio. Esto ayudará a cambiar la estrategia a medida que el mercado cambie.

Consideraciones éticas y legales

La implementación de proyectos energéticos debe regirse por principios éticos y normativos que garanticen transparencia, seguridad y protección al consumidor. En este sentido, la empresa deberá cumplir con regulaciones técnicas de instalación eléctrica, normas ambientales y disposiciones contractuales claras.

Es importante asegurar que los residuos electrónicos se gestionen de manera correcta y

promover prácticas responsables de reciclaje de paneles cuando ya no sirvan. Esto ayuda a que lo que se dice sobre sostenibilidad se refleje realmente en lo que se hace en la empresa.

Conclusiones

El presente estudio permitió determinar que el mercado de Quito presenta condiciones favorables para la implementación de una empresa de leasing de paneles solares. Los resultados evidencian una creciente conciencia ambiental, interés por reducir costos energéticos y disposición a adoptar esquemas de financiamiento alternativos.

El análisis del entorno macroeconómico, sectorial y regulatorio mostró oportunidades significativas derivadas del apoyo gubernamental a energías renovables y la reducción sostenida de costos tecnológicos. Paralelamente, el estudio financiero confirmó que el modelo es rentable bajo escenarios conservadores.

El leasing solar es una buena opción porque es viable, sostenible y beneficia a la sociedad. Esto permite que más personas puedan acceder a energías limpias y ayuda a mejorar la situación energética en el Ecuador.

Referencias

Agencia Internacional de Energía. (2023). *World energy outlook 2023*. IEA.

Agencia Internacional de Energías Renovables. (2022). *Renewable power generation costs 2022*. IRENA.

Banco Mundial. (2022). *Energía sostenible para América Latina*.

Belén Del Pino Vanegas, M., & Valdez Cando, J. (2015). *Proyecto de creación de una empresa de paneles solares para el calentamiento de aguas sanitarias*.

Brealey, R., Myers, S., & Allen, F. (2020). *Principios de finanzas corporativas* (13.^a ed.). McGraw-Hill.

CEPAL. (2022). *Transición energética en América Latina*. Naciones Unidas.

Garcés Gavilanes, P. (2016). *Plan de comercialización y factibilidad financiera para representación fotovoltaica*. Universidad Católica del Ecuador.

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.

IEA. (2023). *Solar PV market report*. International Energy Agency.

IRENA. (2023). *Energy transition outlook*.

Kotler, P., & Keller, K. (2022). *Dirección de marketing* (16.^a ed.). Pearson.

Mendoza Rodríguez, J., & Villa Mejía, S. (2023). Prefactibilidad de líneas de negocio sostenibles. *Revista UAmérica*.

Ministerio de Energía y Minas del Ecuador. (2023). *Plan maestro de electrificación*.

NREL. (2022). *Business models for distributed solar leasing*. National Renewable Energy Laboratory.

Porter, M. (2008). *Estrategia competitiva*. Editorial Patria.

Rogers, E. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.

Santa María Restrepo, T., & Peláez Moreno, S. (2018). *Viabilidad de empresa comercializadora de sistemas solares fotovoltaicos*. Universidad de Antioquia.

Toribio Tadeo, M. (2018). *Evaluación e inversión para la comercialización de paneles solares fotovoltaicos*. Universidad Nacional de Barranca.

UNEP. (2022). *Renewables and climate action report*.

Universidad Nacional de Chimborazo.

World Bank. (2023). *Financing distributed renewable energy*.

Anexos

Encuesta aplicada

ESTUDIO DE MERCADO PARA UNA EMPRESA QUE MANEJE LEASING DE PANALES SOLARES, QUITO, 2026.

El presente formulario tiene como finalidad recopilar información relevante para el desarrollo del Estudio de Mercado para una empresa dedicada al leasing de paneles solares en la ciudad de Quito, año 2026.

Su participación es fundamental, ya que permitirá conocer las percepciones, necesidades y nivel de interés de los potenciales usuarios respecto al uso de energías renovables mediante modelos de arrendamiento. La información recopilada será utilizada exclusivamente con fines académicos y de investigación, garantizando la confidencialidad de sus respuestas.

Agradecemos de antemano su tiempo y colaboración para contribuir al análisis y promoción de alternativas energéticas sostenibles.

...

¿Su empresa se encuentra ubicada en una zona industrial de Quito con acceso a infraestructura eléctrica estable?

- ☐ Sí
- ☐ No

¿Cuál es el principal objetivo de su empresa al considerar leasing de paneles solares?

- ☐ Reducir costos energeticos
- ☐ Mejorar la sostenibilidad de la empresa
- ☐ Cumplir con regulaciones ambientales
- ☐ Mejorar la imagen corporativa

...

¿Qué rango de pago mensual estaría dispuesto a asumir su empresa para un plan de leasing de paneles solares (incluyendo instalación y mantenimiento)?

- ☐ Menos de \$1.000
- ☐ Entre \$1.000 y \$2.000
- ☐ Entre \$2.000 y \$3.000
- ☐ Mas de \$3.000

Señale el nivel de importancia que deberían tener las siguientes características en referencia de leasing de panales solares: Bajo costo de la cuota, contrato con opción de compra al final del periodo

- ☐ Nada importante
- ☐ Poco importante
- ☐ Medianamente importante
- ☐ Importante
- ☐ Muy importante

Indique su grado de acuerdo con la siguiente afirmación: “Las empresas de leasing de paneles solares deberían ofrecer capacitación sobre el uso y beneficios de la energía solar a sus clientes industriales

- ☐ Totalmente desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

¿Cuál de los siguientes canales de información prefiere para conocer mas sobre un servicio de leasing de panales solares?

- ☐ Presentaciones presenciales
- ☐ Publicidad en redes sociales
- ☐ Recomendaciones de asociaciones industriales
- ☐ Ferias de energía y tecnología

¿Qué plazo de contrato considera más atractivo para un leasing de paneles solares?

- ☐ 1 a 3 años
- ☐ 4 a 6 años
- ☐ 7 a 10 años
- ☐ Más de 10 años

En una escala de 1 al 5, califique la importancia de cada unos de los siguientes factores para decidir contratar leasing de paneles solares:

	1	2	3	4	5
Calidad y tecno...	☐	☐	☐	☐	☐
Precio total del...	☐	☐	☐	☐	☐
Flexibilidad y o...	☐	☐	☐	☐	☐
Cobertura de s...	☐	☐	☐	☐	☐
Programas de ...	☐	☐	☐	☐	☐

¿Cuál de los siguientes incentivos considera más atractivo para contratar leasing de paneles solares?

- ☐ Meses gratis de leasing al inicio del contrato
- ☐ Instalación sin costos
- ☐ Mantenimiento gratuito por el primer año
- ☐ Descuento por pago anticipado
- ☐ Capacitación en uso y mantenimiento de los paneles