

**Reporte de la Industria  
Solar en Generación  
Distribuida**



# **MONITOR CPEF**



**2024/**



# ÍNDICE

---



**04**

Metodología de la investigación



**05**

Resumen Ejecutivo



**07**

Posicionamiento



**19**

Mercado



**25**

Empresa y Percepción



**31**

Barreras y Oportunidades



**35**

Conclusiones



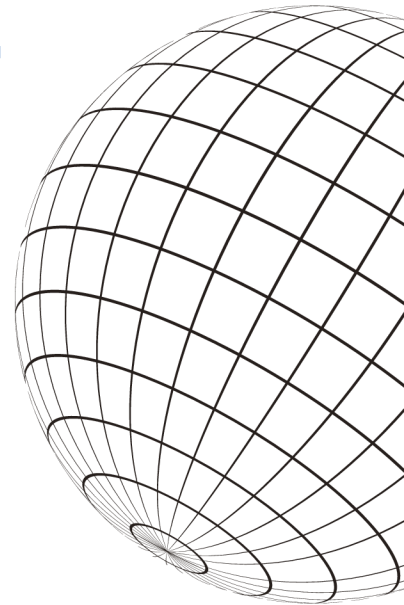
Publicado por CPEF - Noviembre 2024

# INFORMACIÓN GENERAL

## Derechos y reconocimiento



Reconocimiento  
No Comercial  
Sin Obra  
Derivada  
CC BY - NC - ND



Esta publicación puede ser reproducida total o parcialmente y en cualquier forma para servicios educativos, lucrativos o no lucrativos sin el permiso especial del poseedor de los derechos de autor, siempre que el reconocimiento de la fuente se haga referencia. CPEF agradecería recibir una copia de cualquier publicación que utilice este documento como fuente.

Se podrá hacer uso de esta publicación para la reventa o cualquier otro propósito comercial sin costo previo por escrito de CPEF. Las solicitudes para tal permiso, con una declaración del propósito y el alcance de la reproducción, deben dirigirse a la dirección de comunicación y relaciones públicas de CPEF. [contacto@cpef.org.mx](mailto:contacto@cpef.org.mx) o Barcelona 2114, Sta. Mónica, 44220, Guadalajara, Jalisco, México.

Descargo de responsabilidad.

Las opiniones expresadas en esta publicación pertenecen a la investigación de mercados realizada y no reflejan necesariamente las opiniones de CPEF. La recopilación de información, la redacción del informe y su publicación se llevan a cabo de forma independiente. Lamentamos cualquier error u omisión que se haya podido cometer involuntariamente.

El resultado de las marcas señaladas dependen de la mención de los encuestados, CPEF no se hace responsable ni justifica la aparición, mención ni observaciones de marcas propias, externas o particulares mencionadas en el documento, son el resultado de los comentarios y opiniones de los encuestados. Las marcas, logotipos e íconos que se presentan son propiedad de sus particulares. Información presentada sin fines de lucro.

© Mapas, fotografías e ilustraciones según lo especificado.



# METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

## Antecedentes

La Generación Solar Distribuida (GSD) en México creció un 55% real en número de contratos los primeros 6 meses del año de acuerdo a datos de la Comisión Reguladora de Energía y 63% en potencia. Sin ninguna modificación a la legislación actual al momento de realizar este análisis, el panorama general de la industria es una clara tendencia a la alza y una confianza mayor del mercado, sin embargo, hasta antes de ésta herramienta, no se contaba con nada para su medición. Desde el 2022 durante el mes de Septiembre hemos enviado esta encuesta exclusivamente a integradores, instaladores o "Epecistas" de la industria de energía solar sin importar el tamaño de los mismos y solamente si se encuentran en México. CPEF lo realiza como parte de nuestros compromisos sociales de llevar información veraz, estadísticamente confiable y transparente a la industria mexicana para la toma profesional de decisiones, así como TOTALMENTE GRATUITA.

Por tercer año, el Consejo de Profesionales en Energía Fotovoltaica lanza la presente investigación de mercados cuantitativa y por primera vez, con información cualitativa. A pesar de contar con más de 460,000 contratos a Julio del 2024 y con un valor de mercado más de 9,500 Millones de pesos, no existe una tendencia clara de posicionamiento, tipos de instaladores, modelos claros de compra, valores añadidos y confianza de mercado, así como tampoco una herramienta supervisada, estadísticamente confiable y transparente.

CPEF por primera vez, investigó de forma cualitativa a las 60 empresas más grandes de México en generación distribuida que no fueran distribuidores que venden directo con el fin de presentar a las 30 empresas más grandes del país, por un lado para reconocerles y por el otro, para saber su nivel de participación y desarrollo.

## Muestra

Este año la muestra es de 912 encuestas limpias, lo que nos permite un nivel de confianza del 99% y un margen de error del 4%. Nuestra herramienta digital PointerPro permite bloquear IP's repetidas, usuarios de otros países, extensiones de encuestas incompletas. Para la eliminación de archivos y encuestas fuera de la campana de Gauss, la academia de ingeniería de la Universidad Marista de Guadalajara valida la información. En este documento se rechazaron más de 190 encuestas que no cumplieran con el criterio. Para la muestra cualitativa de las 30 empresas, 60 Directivos Fabricantes y Distribuidores del país fueron invitados a señalar a las empresas y colocarlas en rangos, dando una muestra estadística de posiciones para eliminar al 50% y sólo quedar 30 empresas. Por último la información, documentos y transparencia de la base fue validada por la Universidad Marista de Guadalajara en colaboración con Acción Consultores.

**El análisis estadístico presentado es con un Nivel de Confianza del 99% y un margen de error del 4% obtenido al encuestar a miembros de la industria que laboran en Generación Distribuida en México con un nivel de dispersión de datos no mayor a 0.5% de función gaussiana, ni con un nivel de respuesta similar en un 96%.**



# RESUMEN EJECUTIVO

## Hacia una industria confiable

En este tercer Monitor Solar hemos incorporado varias áreas. Por un lado reconocemos a las 30 mejores empresas del país en generación distribuida que se distinguen no sólo por sus ventas, sino también por su ética y calidad de negocios. De igual manera, por primera vez hicimos una distinción para señalar a los distribuidores que cuentan con correctas políticas comerciales más allá de su posicionamiento, incorporamos más a detalle aspectos financieros, tendencias y modelos de valor con el fin de tener un panorama mayor que ayude a los empresarios del país a tomar mejores decisiones. México se enfrenta a grandes cambios políticos, legislativos y económicos en materia de generación distribuida no sólo por las acciones que recurren en nuestro país, si no por la cercanía por Estados Unidos y una clara presencia de China en nuestra industria.

Existe una gran cantidad de marcas tanto de inversores como de módulos fotovoltaicos, sin embargo, rara vez el especialista puede encontrar una diferencia marcada de tecnología más allá del tamaño en watts. También, el distribuidor ha perdido su oferta de valor y se han convertido en “toda pedidos” ofreciendo lo que sea al menor precio posible. En esa vorágine, el vendedor solar no encuentra grandes diferenciadores de su marca, ni de su producto, ni de su empresa, así que apunta nuevamente a precio. La mayoría de las empresas en generación distribuida son pequeñas, viven al día y tienen un equipo pequeño. Pero esas mismas empresas tendrán toda la oportunidad de convertirse en grandes monstruos comerciales en el 2025. Las posibilidades para cualquier empresario en México son infinitas y eso lo convierte en un mercado mucho más atractivo que el resto de Latinoamérica. México es el gigante dormido en energía solar y apunta a despertar, sólo se requiere un compromiso de todos los involucrados en la industria en apostar a un sistema confiable que permita a todos los participantes ir con seguridad. El presente documento busca arrojar ahora con mayor seguridad, las claves de los jugadores que están ganando dominio y el espacio para trabajar en comunidad hacia un modelo de valor y rentabilidad. Si lo logramos, habremos ganado todos.

El sol es la fuente de energía más abundante y democrática que existe. Todos podemos beneficiarnos de su luz y calor.

Bill Mckibben



# POSICIONAMIENTO

---

**2024**

---





# CONCEPTOS

---

## Posicionamiento

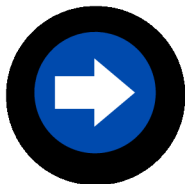


### **TOP OF MIND**

Se entiende como la marca o producto que viene en primer lugar a la mente del consumidor de forma espontánea y sin ayuda. Es la marca con el mayor reconocimiento en la mente del consumidor. La pregunta siempre se relaciona a un valor subjetivo ¿Cuál considera que es la mejor marca, la más grande, la que ha visto más? Esto permite obtener la marca más posicionada.

Estar en el tope del público no necesariamente implica ser líder del mercado en participación de ventas, pero demuestra la presencia cotidiana de forma subconsciente y su preferencia en tendencia o deseo de compra.

El posicionamiento no se trata de ser diferente, si no de ser percibido diferente.



### **SHARE OF MIND**

Se entiende como las marcas que recuerda el consumidor con ayuda, mide el valor de una marca en el mercado y su penetración en la industria.

El share of mind mide el porcentaje en que la industria reconoce una marca y permanece en ella incluso si no la adquiere. Una marca mayor posicionada en el Share of Mind del consumidor apunta explícitamente a una mayor participación de mercado y un mayor índice de venta directa, aunque no cumpla con las características señaladas como “La mejor”.



## Monitor CPEF

# POSICIONAMIENTO

## Top Of Mind - Módulos FV

¿Cuál considera usted que es la mejor marca de paneles solares?



### PARTICIPACIÓN 22.8%

Canadian Solar refrenda por tercer año su posicionamiento como la mejor marca en México. Sin embargo, año tras año pierde terreno. En el 2022 su participación fue del 36% por lo que se habla de un mercado con más opciones.



### PARTICIPACIÓN 21.6%

Longi Solar conserva por muy poco la segunda marca mejor posicionada en México peleando fuertemente y es el segundo año con ganancia consecutiva. Su tecnología y marca es del gusto de los mexicanos.



### PARTICIPACIÓN 21.4%

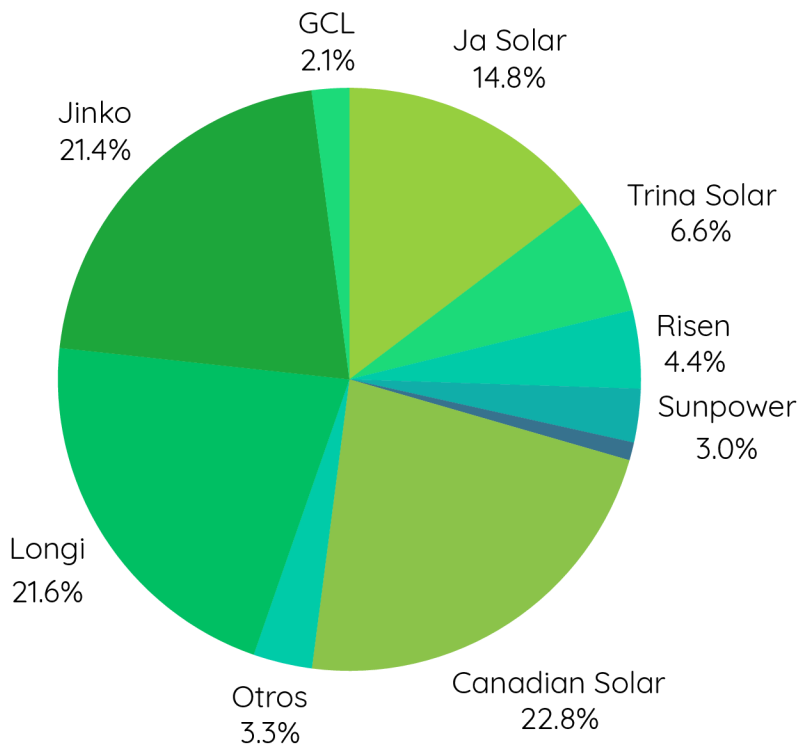
Jinko es el gran ganador de este año. Obtuvo 4 puntos de participación y se consolida fuertemente a competir por el primer puesto. La marca está mostrando su tecnología y su capacidad de branding.



### PARTICIPACIÓN 14.8%

Ganando terreno Ja Solar incrementa su participación casi 2% con respecto al 2023 y se muestra como una marca de calidad tecnológica separándose del resto.. Su tecnología y branding está siendo notoria.

### Todos



## 4 MARCAS

Sólo 4 en el país tienen una participación de posicionamiento del 80.6% contra el restante. Que una marca entre a México y quiera posicionarse como la mejor, tiene un largo trabajo por delante en branding y presencia de marca. Las 4 marcas más importantes en México tendrán que luchar por diferenciarse técnicamente y dar valor al mercado.

Por su parte, GCL está ganando terreno y preferencia. Solarever en cambio, es la marca que desaparece del primer plano este 2024.



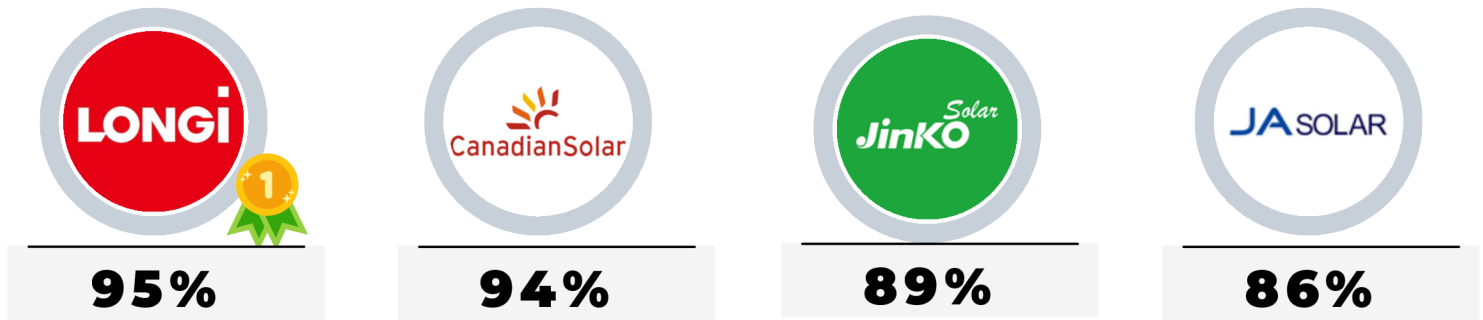


Monitor CPEF

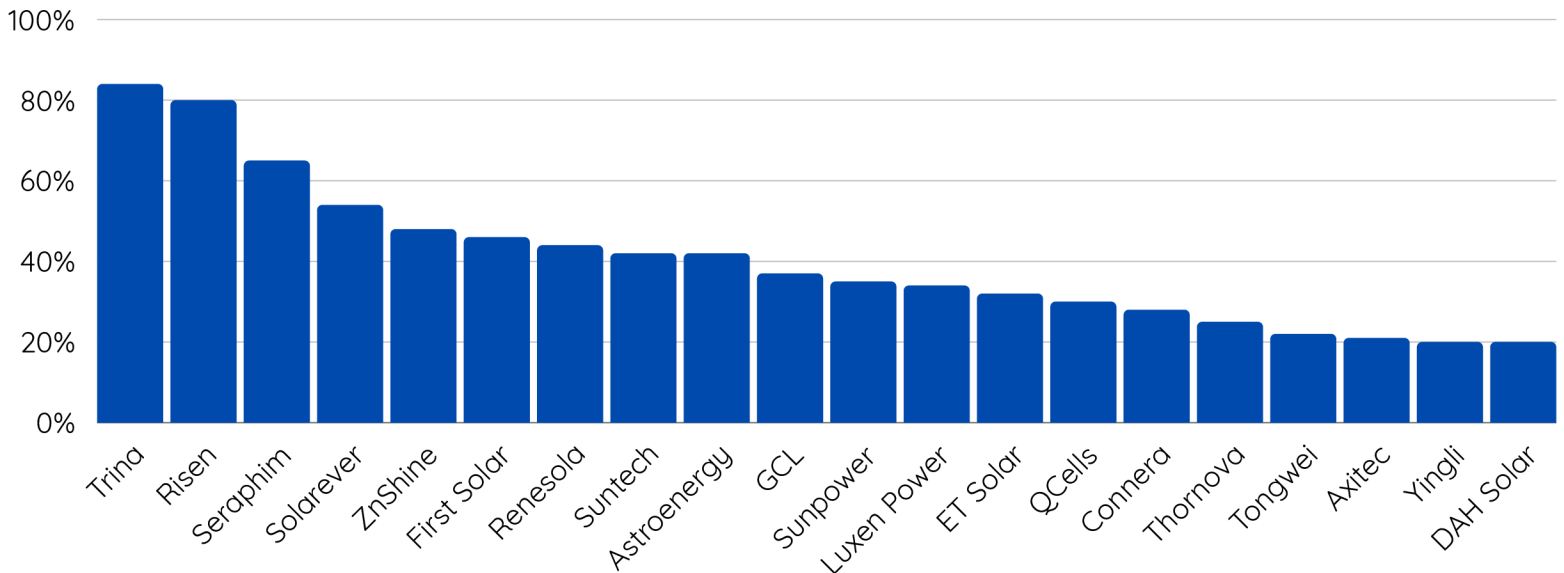
# POSICIONAMIENTO

## Share Of Mind - Módulos FV

¿Conoce usted esta marca?



Top 5-20



### El mercado de precio

Aunque hay 50 marcas en el mercado mexicano con tecnología y propuestas de valor. Difícilmente el integrador es capaz de señalar diferenciadores clave o valor agregado de cada marca. La mala práctica de adquirir módulos por su gran tamaño y su precio, sin tomar en cuenta eficiencia, tecnología, etcétera debe acabarse; pero también es una gran oportunidad para el fabricante de módulos que pueda conectar y dar una propuesta de valor sencilla que sea fácilmente entendible por el usuario final.

### Longi Solar

#### BRANDING

Longi en el 2023 superó a Trina y a Jinko y este año se queda con el primer sitio superando a Canadian Solar en su posicionamiento de marca. JA Solar gana posicionamiento de dos puntos a Trina Solar. Por su parte Solarver y ZnShine aventajaron a First Solar en el Top ten.



## Monitor CPEF

# POSICIONAMIENTO

## Top Of Mind - Inversores

Este año consideramos que debería de existir una diferenciación clara entre inversores centrales y micro inversores por las diferencias claras en cada uno de ellos respecto a posicionamiento de marca.

¿Cuál considera usted que es la mejor marca de inversor CENTRAL?



**PARTICIPACIÓN 33.33%**

Growatt saca ventaja al resto de las marcas con un clara favoritismo nacional. Quitando micro inversores. Este año tiene un 11% de crecimiento.



**PARTICIPACIÓN 24.19%**

Por segundo año Fronius queda en segundo lugar. Reforzar la marca como un producto de valor deberá reforzarse en una competencia cada vez más reñida.



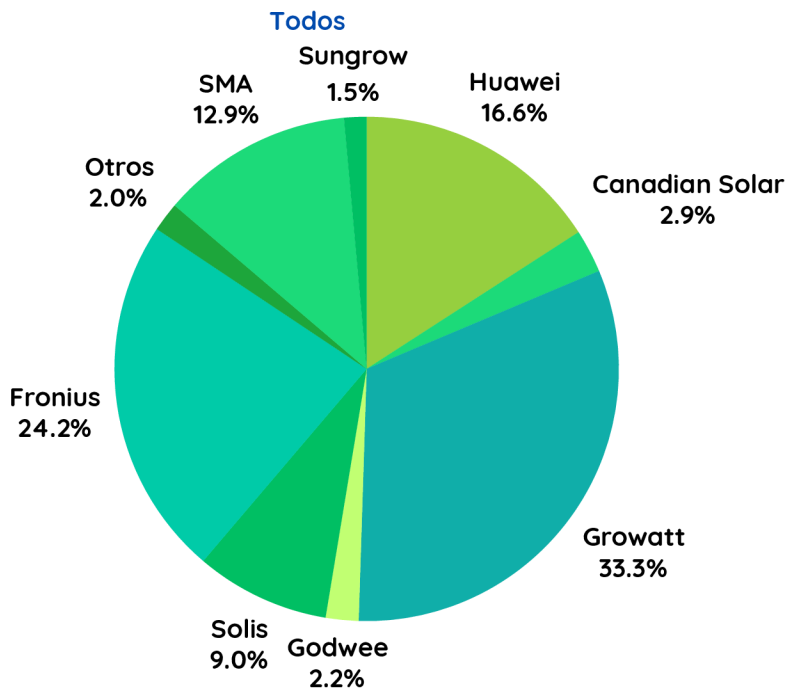
**PARTICIPACIÓN 16.6%**

La alianzas que está haciendo la marca están funcionando. Es el gran ganador actual. Duplicó su posicionamiento en el mercado y tiene una estrategia clara.



**PARTICIPACIÓN 12.9%**

Aunque su participación es prácticamente la misma. SMA se ve rebasado. Tiene consumidores fieles pero necesita nuevos mercados para crecer su branding.



### 1 LÍDER CENTRAL

A pesar de que aumentaron las quejas del soporte técnico de la marca en todo el país, la marca Growatt no sólo lideró las encuestas sino creció su participación de manera abrumadora, siendo referente para el mercado mexicano el tema calidad - precio.

### HUAWEI

Su estrategia de precio apoyado por una confianza en la marca por el usuario final lo hacen el rival más fuerte para sus competidores de cara al 2025 donde la marca buscará el liderazgo nacional fuertemente orientado a marketing estratégico.



## Monitor CPEF

# POSICIONAMIENTO

## Top Of Mind - Micro Inversores

Este año consideramos que debería de existir una diferenciación clara entre inversores centrales y micro inversores por las diferencias claras en cada uno de ellos respecto a posicionamiento de marca.

¿Cuál considera usted que es la mejor marca de micro inversor?



**PARTICIPACIÓN 49.21%**

El gran ganador en micro inversores su producto se ha posicionado como líder indiscutible del mercado tanto en marca como en ventas.



**PARTICIPACIÓN 16.32%**

La marca ha ganado en posicionamiento como un producto de calidad y cada vez es más conocido. Sin embargo, le falta todavía mucho por hacer.



**PARTICIPACIÓN 13.16%**

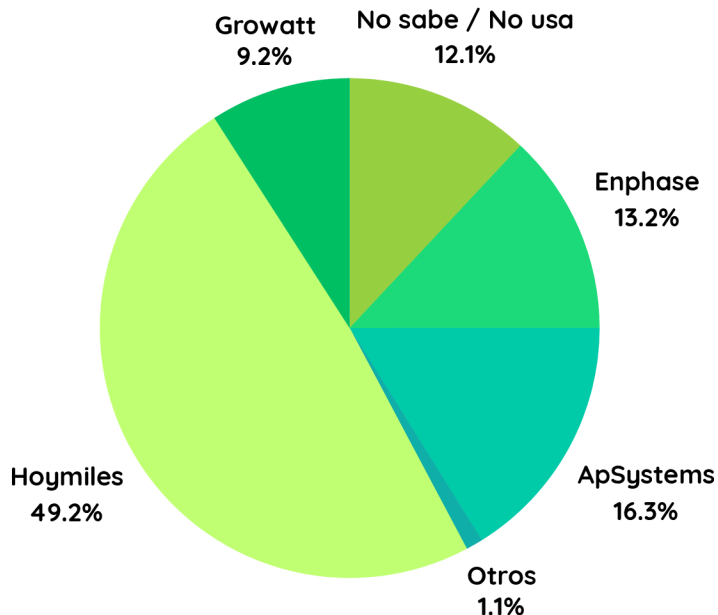
Parece que la falta de apoyos le está doliendo a la marca que dejó de lado su presencia en expos y eso ha repercutido para el mercado mexicano.



**PARTICIPACIÓN 9.21%**

Su producto Neo 2000 gana terreno en un segmento de nicho fiel a la marca pero lejos de lo que la marca tiene posicionado en inversores centrales.

Todos



### EL DESCONOCIMIENTO

Aunque los micro inversores tienen ventajas competitivas marcadas en su instalación el 12.1% del los encuestados no pudieron mencionar una marca, ya sea por que no utilizan o por que la desconocían. Esto es una gran oportunidad para los fabricantes si trabajan en darle conocimiento al integrador como un valor agregado al ofertar una tecnología distinta.

### HOYMILES

Indiscutible su posicionamiento con la mitad del mercado mexicano de microinversores, sin embargo, el reto será convertir y maximizar su marca ganando terreno a los inversores centrales. El riesgo, es que un mercado de sólo 4 marcas permitirá siempre a un nuevo jugador.



Monitor CPEF

# POSICIONAMIENTO



## Share Of Mind - Inversores

¿Conoce usted esta marca?



**88%**



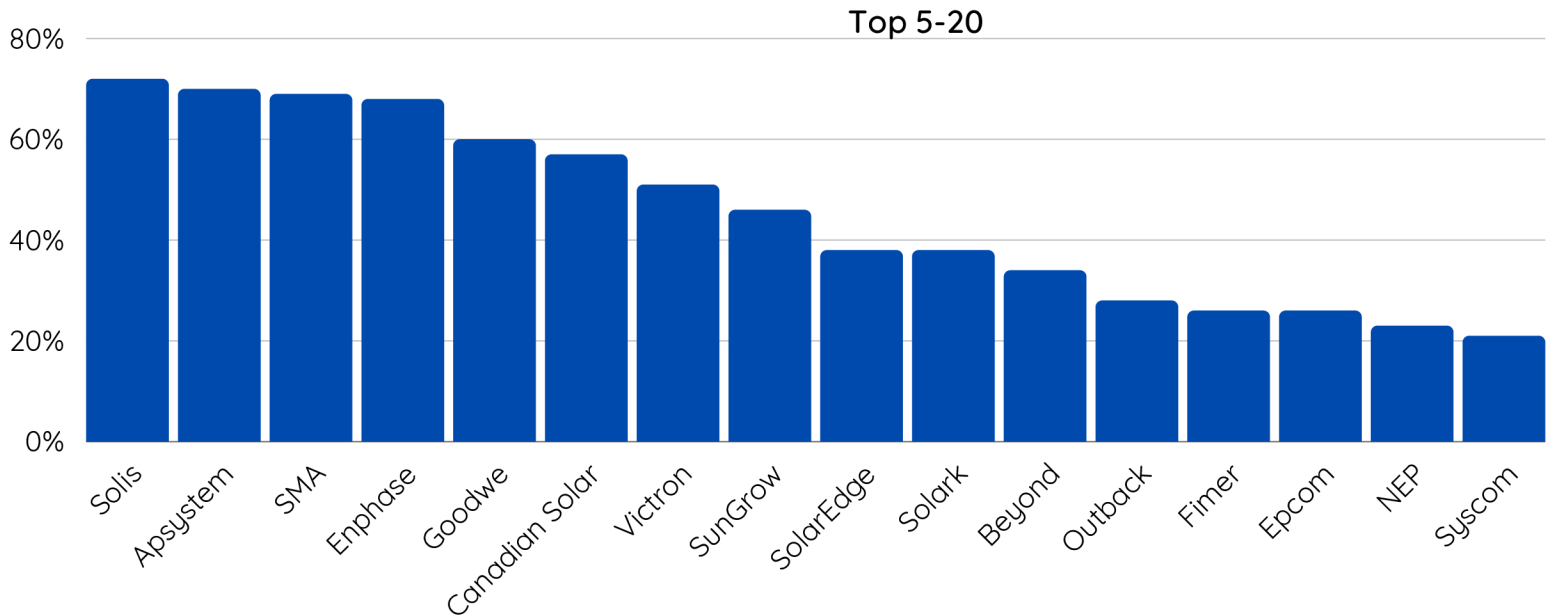
**81%**



**80%**



**79%**



# Hoymiles

EL LÍDER DEL 2024

La marca pasó del sexto al segundo sitio en un año. Con una estrategia clara de posicionamiento a través del distribuidor y con un nivel de atención y aplicación de garantías superior, la marca creció. En grande El 2024 será un año que pondrá a prueba al mercado de inversores en México, tanto en presencia como en calidad por competir por los primeros lugares en ventas y claro favorito de marca.

### MARCAS EN CRECIMIENTO

ApSystem y Victron son dos marcas que paso a paso están haciendo huella en el mercado ganando terreno a pasos agigantados. Enphase, por el contrario, es la marca que perdió 3 posiciones. Su falta de inversión en México se está notando. El otro gigante dormido son los inversores de Canadian Solar. Ganó casi 10% de posicionamiento. La apuesta por líderes que adquirió la marca este año le está dando resultado, al menos en branding.



Monitor CPEF

# POSICIONAMIENTO



## Uso y Servicio PostVenta

Este año se incluyó la mezcla de producto, adicional al posicionamiento del servicio postventa tanto de módulos fotovoltaicos como de Inversores / Micro Inversores

¿Cuál considera usted que es la marca de módulos con el mejor servicio Postventa?



### CALIDAD EN EL SERVICIO

No parece coincidencia que las marcas mejor posicionadas en el Top of Mind tanto de módulos como de inversores sean las que cuentan con un mejor servicio postventa.

El crecimiento en ventas de una marca no sólo implica colocación a través de distribuidores, si no que ellos estén preparados para dar un servicio óptimo y un manejo correcto en la representación de la marca ante una eventualidad. El esfuerzo entonces es de toda la cadena productiva.

¿Cuál considera usted que es la marca de Inversor/MicroInversor con el mejor servicio Postventa?



Dentro de su experiencia ¿Qué prefiere instalar Inversor central o Micro Inversor?

#### INVERSOR



**73%**

#### MICRO INVERSOR



**27%**



## Monitor CPEF

# POSICIONAMIENTO

## Top Of Mind - Estructuras

¿Cuál considera usted que es la mejor marca de Estructuras?



**PARTICIPACIÓN 47.11%**

K2 System/ Everest sigue teniendo poco menos de la mitad de marca como líder en el mercado de México de forma indiscutible, su valor y comunicación dejan huella.



**PARTICIPACIÓN 19.74%**

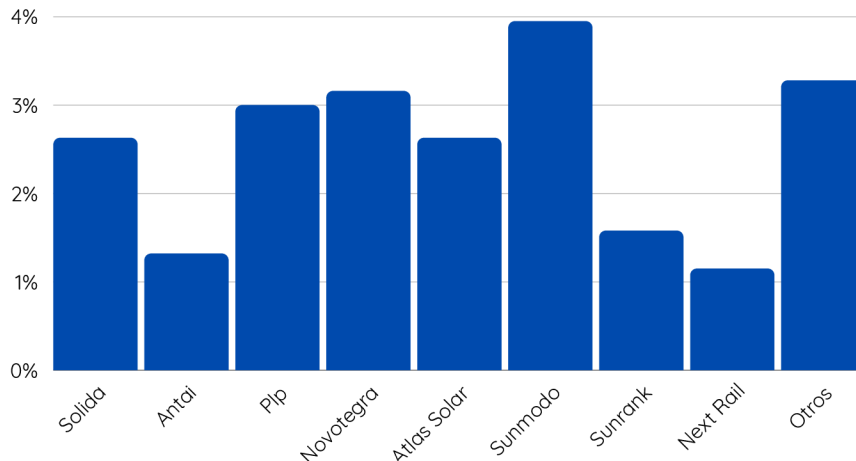
Su Join Venture con S5! lo hace crecer para este análisis donde gana casi un 5% más de participación en México. El próximo año será decisivo para la marca.



**PARTICIPACIÓN 11.84%**

Poco a poco la marca se ha venido posicionando y sigue creciendo. Este año ganó casi 4% de terreno en un mercado que da oportunidad a nichos diferenciados.

### Restantes



## K2 System

El 2025 será un gran reto para los tres líderes en estructuras de marca. El reto no sólo consiste en ganar participación de ese 21% del mercado que sigue haciendo estructuras hechas, si no además competir con las marcas pequeñas que quieren ganar mercado. K2 System sigue siendo el gran ganador y su labor será reforzar su modelo de valor y relacionamiento hasta lograr quedarse con el monopolio de estructuras en México.

El porcentaje del resto de las marcas es tan pequeño que se presenta en barras para su facilidad de lectura

## PROFESIONALIZACIÓN

El riesgo más grande que tiene el mercado mexicano en materia de educación es en la estructura. por un lado, a pesar de que las marcas cuentan con soluciones altamente efectivas en fijación para módulos fotovoltaicos en los distintos tipos de condiciones y regiones, el integrador/epicista rara vez las utiliza. Se complica todavía más cuando el proyecto requiere cálculo estructural o resistencia a viento especial por estar en costa. Los últimos huracanes y tornados en México demostraron que hay todavía mucho trabajo por hacer si se desea una industria profesional en materia de estructuras y fijación de sistemas. Hoy en día el riesgo más común es que las centrales fotovoltaicas vuelen y el responsable siempre es el dueño del inmueble.



Monitor CPEF

# POSICIONAMIENTO

## Share Of Mind - Estructuras

¿Conoce usted esta marca?



**82%**



**80%**

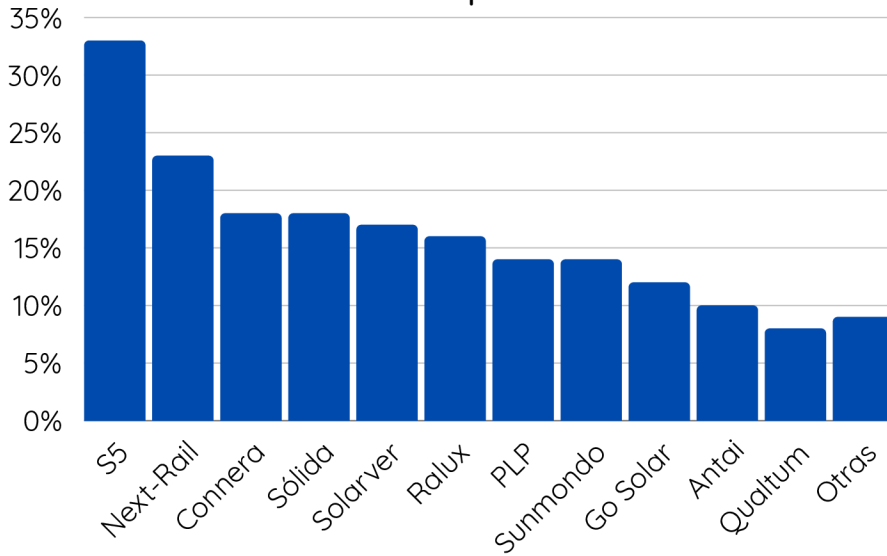


**54%**



**43%**

Top 5-15



### BRANDING

#### LA APUESTA POR SER EL MEJOR

UNIRAC tendrá que preguntarse qué deberá hacer para hacer mejor las cosas. Por segundo año es la marca que más conocen en México y podrá tener todavía más con su Join Venture con S5! . Sin embargo, está a kilómetros de distancia para ser considerada “La mejor” en el mercado mexicano. La marca que dirige Chema Delgado para México tendrá que revisar su estrategia de valor para reforzar su valor con la industria o bien impulsar estrategias de nicho para ganar mercado. El mercado de estructuras en México para el 2025 será muy aguerido.

De 100 proyectos cuántos instaló con estructura de marca y estructura propia

DE MARCA

**79%**



PROPIA

**21%**



## Monitor CPEF

# POSICIONAMIENTO

## Top Of Mind - Distribuidores

¿Cuál considera usted que es la mejor mayorista de productos de energía solar en México?



### PARTICIPACIÓN 23.63%

Exel refrenda su liderazgo en la industria como el mejor proveedor en México por un tercer año, con un poco menos de participación de mercado, sigue siendo el favorito de la industria en su propuesta de valor.



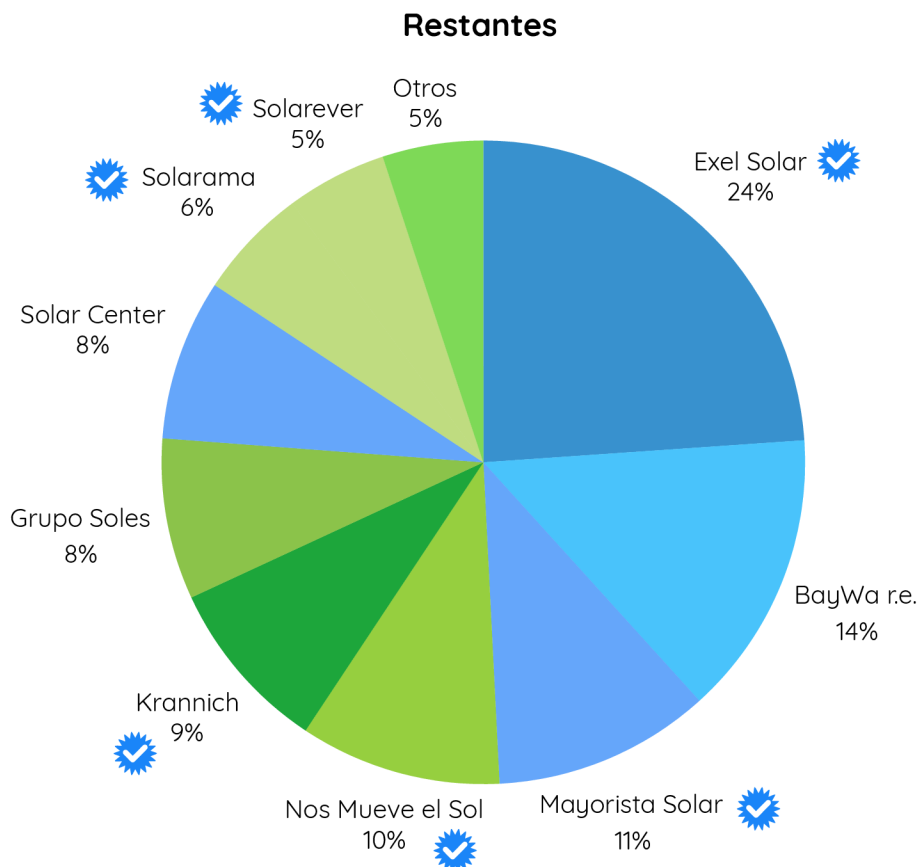
### PARTICIPACIÓN 14.21%

BayWa r.e. refrenda el segundo sitio con una participación centrada y una propuesta de valor bien establecida. Sus consumidores fieles a la marca y su estrategia de branding muestran su valor en el mercado.



### PARTICIPACIÓN 10.79%

Mayorista Solar es el ganador en esta tabla, mostrando una propuesta bien establecida de marcas con precios muy competitivos sin perder la atención en el servicio en una industria altamente competida.



## La excelencia

### DE LOS TOP 10

Ofrecer una propuesta de valor por encima de todos los distribuidores es una gran labor en México. Tiene que ver con un control preciso de inventarios, planeación financiera a detalle, un cuidado en la selección de vendedores, capacitación técnica a su equipo, alianza con las marcas, activaciones en cada rincón del país y planes de fidelidad y respuesta inmediata. Grupo Soles pasó del 3ero al 6to en un solo año demostrando que la competencia es cada vez más agresiva.

### EL RETO DEL ENVÍO

Los integradores olvidan que la paquetería no es responsabilidad del distribuidor. El principal problema son las quejas respecto a producto dañado y que se fue sin asegurar. La gran oportunidad sería una paquetería que entendiera las complejidades de la industria y pudiera sortearlas, mientras tanto, es responsabilidad del integrador asegurar el producto o aprender por las malas que las paqueterías desconocen cómo maniobrar los productos solares.





Monitor CPEF

# POSICIONAMIENTO

## Share Of Mind - Distribuidores

¿Conoce usted este distribuidor?



80%



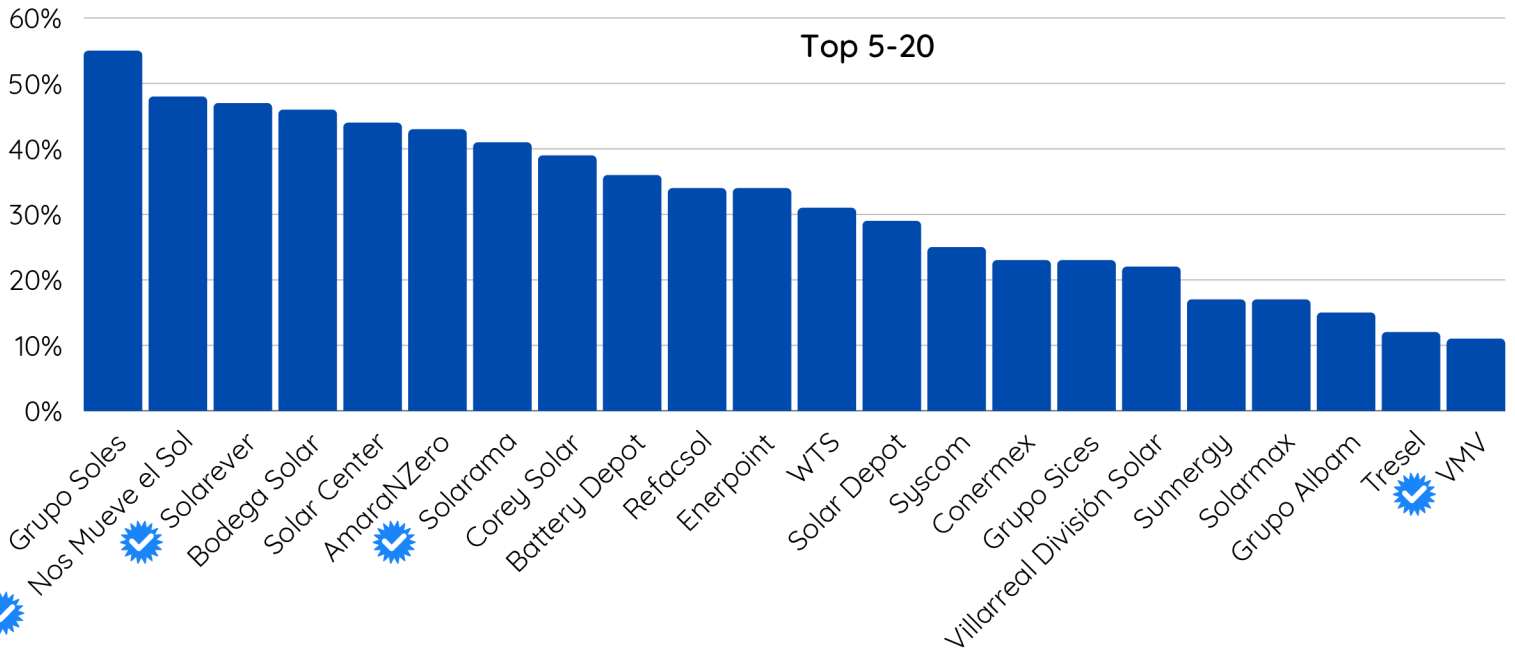
69%



66%



65%



## El Precio

### O LA PROPUESTA DE VALOR

El mercado mayorista es altamente competitivo, el integrador es poco fiel y la diferencia de centavos hacen la decisión de compra. Con una oferta tan amplia los distribuidores han empezado a realizar estrategias que tienden hacia maximizar sus márgenes a toda costa. Márgenes mínimos, inventarios precarios, ventas directas, expansión a todas las marcas, acceso de compra desde una pieza, etc. El 2025 será principalmente aguerido para los distribuidores. Atender a la fidelidad, al precio o a la oferta de valor será la clave para ganar mercado.

## Exel Solar

### EL GRAN GANADOR

En el distribuidor mejor posicionado en todo el país es una labor compleja. ¿Cómo atender a clientes a nivel nacional sin que esto encarezca el envío?. Parece que Exel se ha consolidado en su oferta y en su marketing. Ahora la labor será generar fidelidad para poder mantenerse con los grandes competidores que vienen detrás.



# DISTRIBUIDOR CONFIABLE



## EN DEFENSA DEL INTEGRADOR

El incremento de conflictos con distribuidores que venden directamente a usuarios finales con precios por debajo del mercado están afectando fuertemente la industria. Tiene sentido, la distribución directa permite dar precios agresivos (menos de 55 centavos dólar watt instalado), mejorar su rotación de inventarios y usar a sus propios clientes para instalar. Algunos se asociaron o fundaron empresas integradoras para justificar no tener un conflicto de intereses o fuera más difícil detectarlo. También la diversificación; financieras, empresas de software o servicios de diseño se crearon, pero en la mayoría de los casos, sin garantizar o dejar claro cuál es el proceso ético de las mismas, el manejo de información. ¿Cómo un distribuidor podrá garantizarle a un integrador que será ético si compite con él mismo en una licitación? ¿Cómo podrá garantizar que la aprobación o negación de su crédito se hará con ética, cuando el distribuidor a través de su empresa integradora también compite con el mismo? Las posibilidades de entrar en un conflicto de intereses son muy altas y las posibilidades abiertas a interpretación. Por ello, el Consejo de Profesionales en Energía Fotovoltaica emite este año el ícono “Distribuidor confiable”, para señalar al distribuidor que cumple con **TODAS** las condiciones mínimas de transparencia que establece nuestra asociación.



## CARACTERÍSTICAS DE UN DISTRIBUIDOR CONFIABLE

- ❖ El distribuidor no vende directamente a usuario final ni sus directivos o socios principales tienen acciones o participación en empresas integradoras.
- ❖ No vende producto robado, incompleto o sin garantías.
- ❖ El distribuidor o sus directivos no tienen acciones en empresas financieras, de software, seguros o cualquier producto relacionado con la industria donde se encuentre de manera inmediata un integrador que pueda beneficiar directa o indirectamente, al obtener información privilegiada o tener vicios ocultos en cualquier parte del canal de distribución sin tener clara una estrategia de seguimiento ante cualquier caso de ética.

Metodología: CPEF publicó en todos sus medios que quien deseara ya sea como cliente o bien como distribuidor participar para la obtención de este reconocimiento, tenía que enviar un correo solicitando el Mystery Shopper. Para obtener el distintivo se realizó dos Mystery Shopping por la empresa “Acción Consultores” en donde se hicieron a prueba ciegas, investigación en campo y estudio de caso a la empresa de manera directa en los meses de Junio a Septiembre del 2024 así como investigación a través de la Comisión de Honor de nuestra institución para recabar información al respecto. Si obtenía estas características se le solicitaba al distribuidor que firmara una carta comprometiéndose y señalando que cumplía con las condiciones señaladas. **Algunos distribuidores decidieron no trabajar ni ser mencionados directamente por CPEF por así convenir a sus intereses. No todos los distribuidores del mercado participaron en este modelo. CPEF desea con este ejercicio mejorar sustancialmente la confianza en los distribuidores y que todos se sumen a esta acción. En ninguna parte de este análisis se solicitó algún tipo de dinero, beneficio, apoyo, o recurso para nadie y de ninguna manera.**



**Monitor CPEF**



# DISTRIBUIDOR CONFIABLE

Distribuidores en México que han firmado la carta compromiso de que cumplen con compromisos éticos sin tener vicios ocultos en cualquier parte del canal de distribución son:



[WWW.EXELSOLAR.COM](http://WWW.EXELSOLAR.COM)



[WWW.SOLAREVER.COM.MX](http://WWW.SOLAREVER.COM.MX)



[WWW.NOSMUEVEELSOL.MX](http://WWW.NOSMUEVEELSOL.MX)



[WWW.MAYORISTAPANELES SOLARES.COM](http://WWW.MAYORISTAPANELES SOLARES.COM)



[WWW.SOLARAMA.MX](http://WWW.SOLARAMA.MX)



SOLAR

[WWW.VMVSOLAR.COM](http://WWW.VMVSOLAR.COM)



[WWW.KRANNICH-SOLAR.COM](http://WWW.KRANNICH-SOLAR.COM)



El ícono de Distribuidor Confiable el cual tiene una duración de 2 años y es cancelable de inmediato en caso de faltar a la ética comercial en el canal de distribución mexicano en cualquiera de las políticas que establece nuestra organización una vez lo establezca nuestra comisión de honor correspondiente.





# POSICIONAMIENTO



## Top Of Mind - Financieras

¿Cuál considera usted que es la mejor financiera para soluciones de energía solar en México?



### **PARTICIPACIÓN 44%**

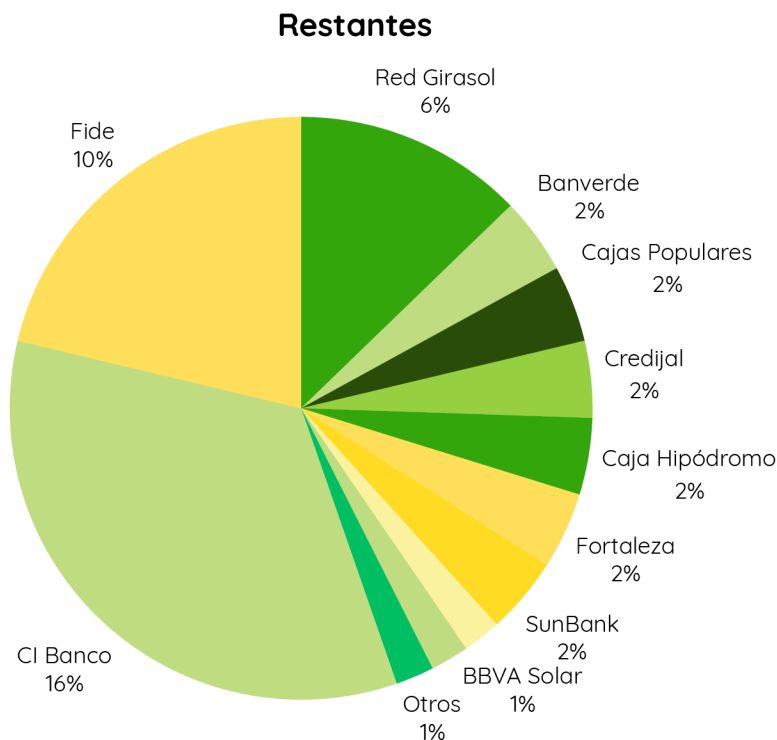
Aunque disminuyó el porcentaje aún es muy alto la cantidad de integradores en México que no conoce o no es capaz de ubicar una sola financiera sin ayuda.

### **PARTICIPACIÓN 16%**

Con una ligera participación de mercado, pero con un gran valor sobre las bancas en México, CI Banco supo aprovechar el crédito de nicho enfocado en energía solar

### **PARTICIPACIÓN 10%**

Con años de experiencia y con una de las mejores tasas del mercado, el crédito de la entidad gubernamental aún sigue siendo desconocido y sin aprovechamiento.



## Crédito

### EL IMPULSO A CRECER

Las entidades financieras tienen una gran oportunidad de posicionamiento y comercio en México, la capacidad de generar un músculo financiero no sólo en materia de proyectos para los consumidores finales, sino también créditos para capital de trabajo de los integradores, para la rotación de inventarios de distribuidores y para acompañamientos en toda la cadena en soluciones más robustas con tasas más agresivas serán un parte aguas que impulse la energía solar de México.

En la medida en que se integre un mix comercial con opciones de PPA's mas extensas, créditos más robustos y amigables y créditos más experimentados, el mercado en México podrá detonar fuertemente mercados hoy no atacados.



Monitor CPEF

# POSICIONAMIENTO

## Share Of Mind - Financieras

¿Conoce usted si esta entidad financiera ofrece una solución específica para el mercado solar?



66%



61%



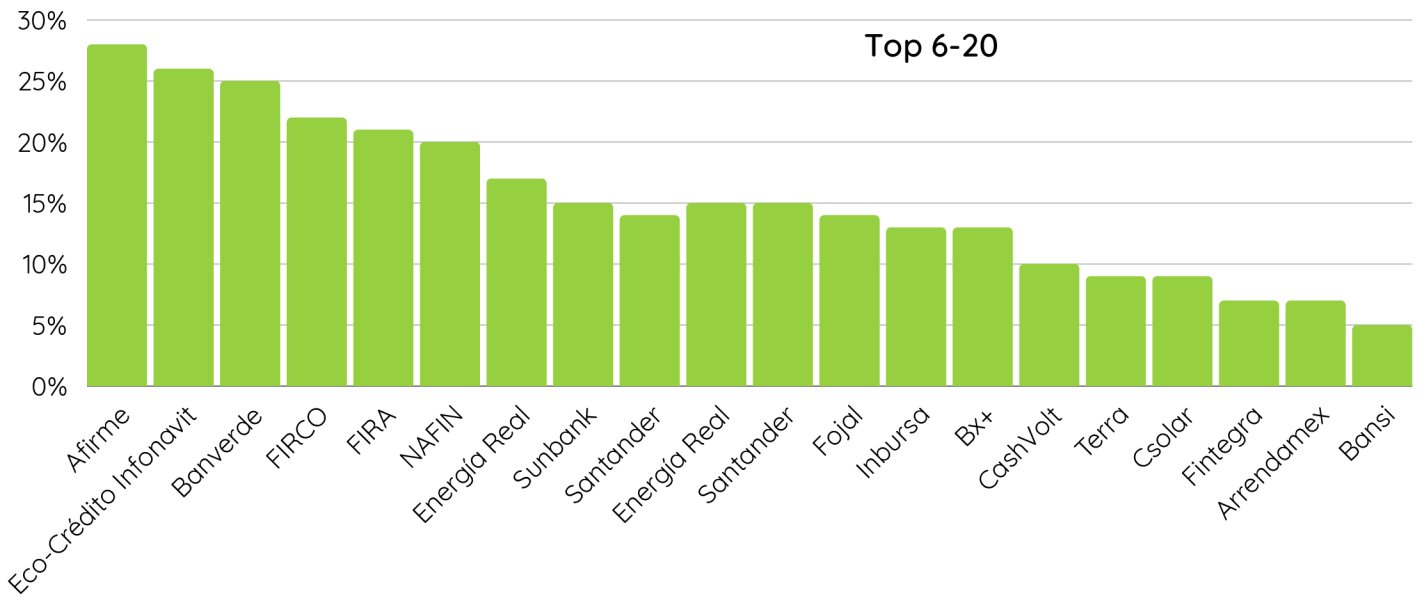
57%



32%



30%



## Branding

### FINANCIERAS DE NICHO

Aunque hay muchas financieras nuevas en la industria, su porcentaje de posicionamiento de marca es mínimo. Es una gran oportunidad para las empresas financieras comenzar a expandir su mercado en la colocación de créditos y en aperturas de créditos más simples en un mercado altamente en crecimiento. Por el otro lado el integrador tendrá que madurar a soluciones más robustas a nivel financiero y técnico incluyendo almacenamiento, servicios administrados de energía y control de energía en conjunto con inversión fiscal en arrendamiento.

## PPA'S

### LA OPCIÓN VIABLE

Cada vez son más las empresas en México que están ganando terreno con soluciones de PPA's con modelos de valor y con adaptación para México. Sin embargo, aún es todavía lejano para la gran mayoría del mercado. Hoy la gran oportunidad financiera en México tiene nombre.



Monitor CPEF

# TOP 30 DE MÉXICO



## **LA PRIMERA LISTA QUE MENCIONA A LAS 30 MEJORES EMPRESAS DE MÉXICO EN GENERACIÓN DISTRIBUIDA.**

Aunque son muchos los esfuerzos de empresas integradoras por posicionarse dentro de las mejores compañías de México en materia de generación distribuida, aún no existe un líder claro en el país que pueda tener una cobertura nacional clara. Por ello, CPEF realizó una investigación de mercado para encontrar a las 30 compañías de mayor prestigio considerando no sólo el tamaño de la empresa, si no también su posicionamiento con fabricantes y distribuidores, estrategia y valor de sus canales de comunicación, imagen e innovación de marca, ética corporativa, liderazgo de sus directivos generales, acciones sociales, etc.

CPEF no considera ético a distribuidores que venden directamente a usuarios finales, por lo que no fueron considerados en ésta lista, de igual manera, empresas que fundamentalmente comercializan soluciones en utility, pero que en el último año han vendido clara, repetitiva y competitivamente centrales fotovoltaicas en generación distribuida, son consideradas en este listado.

Para obtener el presente listado CPEF reconoció a 90 empresas de todo el país y se envió una encuesta cualitativa a más de 80 líderes en México que están en el mercado de distribución o fabricantes para que colocaran en el orden que creían conveniente a las empresas. Se presentaron en orden aleatorio simple con variante automática a cada uno de los encuestados. Las empresas no se presentan en ningún orden específico.

Durante el evento RE+ 2025 en Guadalajara Jalisco, CPEF reconocerá a estas empresas de manera oficial entregándoles un reconocimiento.



Monitor CPEF

# TOP 30 DE EMPRESAS DE GENERACIÓN DISTRIBUIDA EN MÉXICO.



**GREENING-GROUP.COM**



**ENLIGHT.MX**



**ERGOSOLAR.MX**



**LUXUN.MX**



**TRESSEL.COM.MX**



**TOPENERGY.MX**



**BEETMANN.COM**



**THINKBRIGHT.MX**



**SOLFIUM.MX**



**ENERGIAREAL.MX**



**QUANTUMENERGIA.MX**



**DOBOTICA.MX**



**LEASOL.COM.MX**



**SMG.COM.MX**



**SOLYAHORRO.COM**



Monitor CPEF

# TOP 30 DE EMPRESAS DE GENERACIÓN DISTRIBUIDA EN MÉXICO.



**THRIVESOLARMEXICO**



**PUEBLOSOLAR.MX**

**Fortius**

**FORTIUS.COM.MX**



**CONERMEX.COM.MX**



**HELIOSENERGIASOLAR.COM**



**IEALANIS.COM**



**ENERGONSOLAR.MX**



**GRUPODRAGON.COM.MX**



**KIIN.COM.MX**



**TUTOPOWER.COM**



**GRUPONXT.COM**



**SKYSENSE.COM.MX**



**SOLAREK.COM.MX**



**BIOENERGY.MX**



**COMETER.COM.MX**





Monitor CPEF

# POSICIONAMIENTO

## Share Of Mind - Asociaciones

¿Conoce usted esta Asociación?



84%



63%



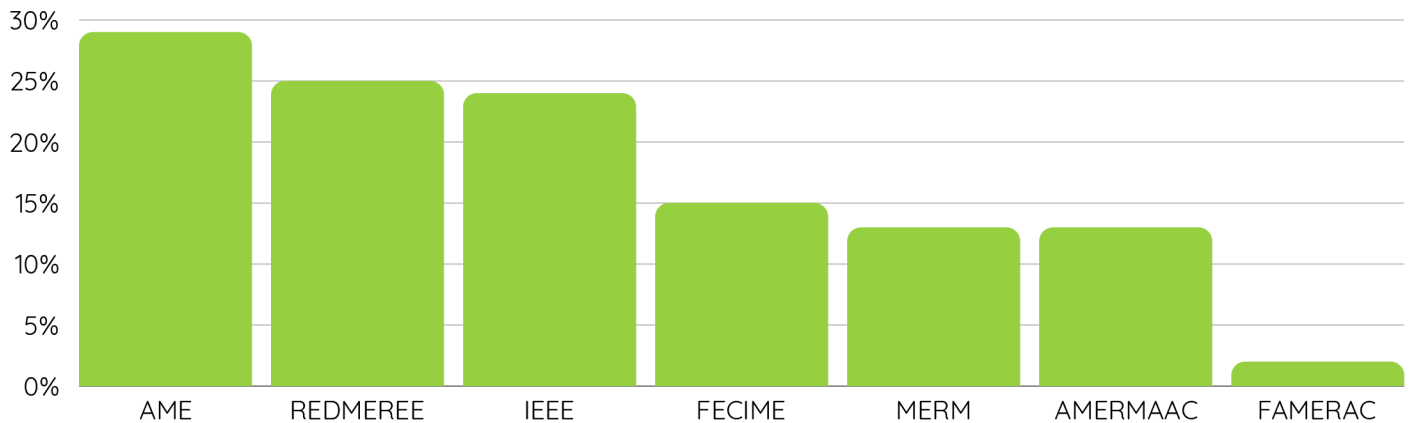
54%



48%



42%



Este estudio eliminó el Top of Mind de asociaciones al considerarse un sesgo estadístico al ser la misma asociación quien lo presenta. De igual manera, no se mencionan clústers de energía o colegios estatales al tener presencia solamente de carácter estatal.

## COMUNIDAD

### EL RETO DE LA EDUCACIÓN

El valor de las asociaciones de la industria deberían de ir orientados a la representación, creación de comunidad, profesionalización, educación, etc. Sin embargo, los valores en general de las asociaciones no son claros. Por el contrario, todas las asociaciones presentaron menos nivel de posicionamiento este año, siendo AMIF la asociación que más impacto negativo tuvo perdiendo presencia con los integradores del país.

## INTEGRACIÓN

### SIN GÉNEROS.

Una presidenta mujer ingeniera en energías renovables deberá de ser un gran impacto para las asociaciones de mujeres en México. El reto será cómo poder involucrar a todos sin que exista esa brecha. Redmeree y Merm aún están a grandes pasos de poder ser reconocidas en el país. Su integración sin la brecha de géneros será clave para su crecimiento.

# MERCADO

---

2024

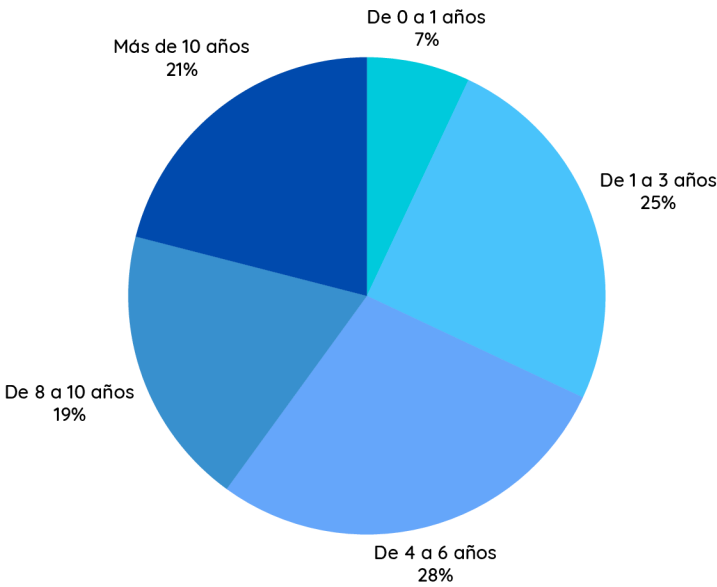
---





# ANÁLISIS DE MERCADO

## ¿Cuánto tiempo lleva su empresa comercializando GSD?



El incremento de empresas que superan el primer y tercer año demuestra una mayor estabilidad que puede ser provocado por la alta demanda, sin embargo, seguimos hablando de que más del 50% de las empresas de la industria son nuevas. Su posicionamiento de marca es escaso y su riesgo como empresa es vigente. Este año se disminuyó un 3% de entrada a comercios con menos de 1 año de operación.

## ¿EN QUÉ ESTADOS HA VENDIDO LA MAYORÍA DE SUS PROYECTOS?

Aunque Jalisco es líder con más de 90,000 contratos de interconexión al momento de realizar este documento, Chihuahua logra rebasar este año, tanto en proyectos instalados por los encuestadores, como el estado con mayor instalaciones per cápita de México. Uno de cada 106 habitantes tiene un sistema fotovoltaico de acuerdo al último reporte de la CRE.

**N.1 CHIHUAHUA**

**N.2 JALISCO**

**N.3 NUEVO LEÓN**

**OPOSICIÓN** El 42% de los contratos se encuentran en Jalisco, Chihuahua, Nuevo León y Guanajuato. Todos estados de oposición política. La nueva administración de la Presidenta Claudia Sheinbaum con una visión y agenda a las energías renovables apunta a crecer el resto de de los estados del país para el 2025.

**500+** Nuevo León desea ser el estado con mayor personal calificado para instalar y supervisar. Lleva más de 500 profesionales certificados en CONOCER y busca superar los 1,000. Jalisco apuesta a consolidar su liderazgo a través de la nueva Secretaría de Energía en el estado con apoyos más robustos.

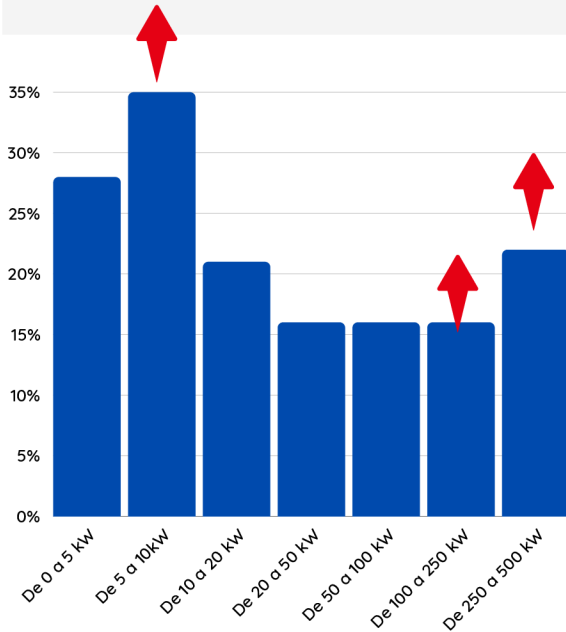


# MEZCLA DE VENTAS

## 1

### VENTAS POR POTENCIA

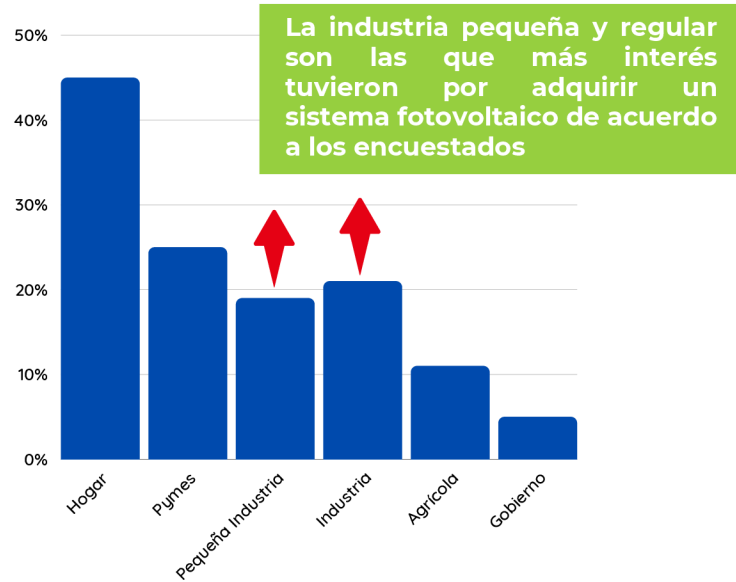
¿Cuál diría que son sus ventas por capacidad instalada?



## 2

### DEMANDA POR PROSPECTO

De los siguientes mercados, ¿quién solicita más propuestas?



# 14%+

Creció el sector que apunta a la instalación de proyectos de 500kw. Las nuevas disposiciones en materia de almacenamiento, deberían de impulsar al doble este nicho de mercado.

Además de la industria, los hogares y pequeños comercios siguen siendo el parte aguas para la industria en México. La confianza de las pymes repercute en mayor facilidad de compra.



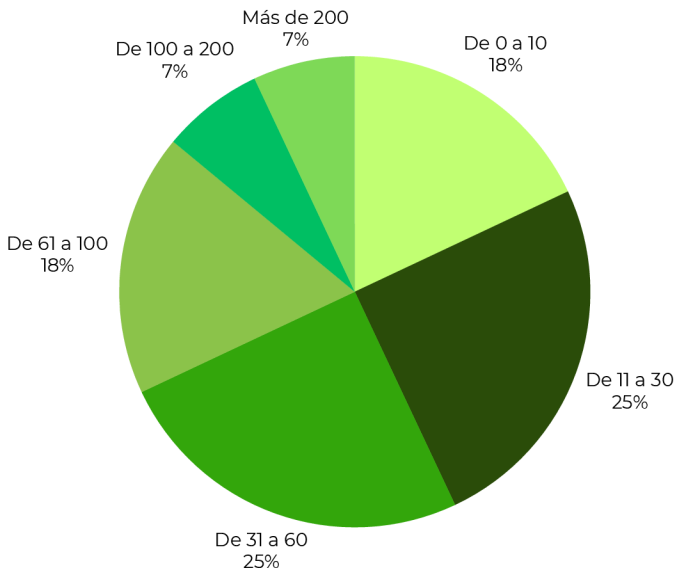


# MEZCLA DE VENTAS

## 3

### NÚMERO DE PROYECTOS

¿Cuántos proyectos instaló este año?

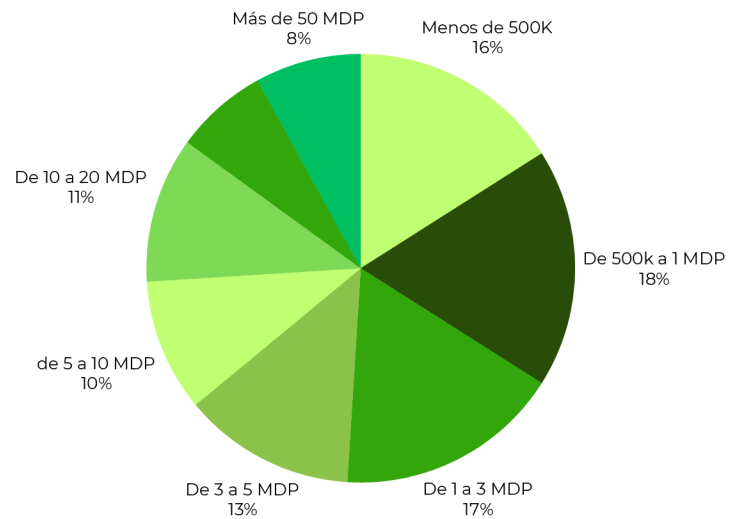


El 43% de la industria sigue sin vender más de 2 proyectos al mes, lo que confirma que la gran mayoría de los participantes de mercado no son exclusivos de energía solar. Sin embargo, este año, 15% de las empresas pudieron comercializar más proyectos, lo que implica un gran resultado en materia de especialización y certeza empresarial.

## 4

### VENTA

¿Cuanto vendió el último año?



Este 2024 hubo 15% de la industria que creció y facturó más de 1 MDP. Esto potencializa el valor de la industria, el tamaño de los negocios y la capacidad de crecimiento. Sin embargo, todavía hay un 34% de la industria que está vendiendo sistemas sin estructura de negocios o bien, haciendo sólo crossselling sin especialización ni confiabilidad de la instalación.

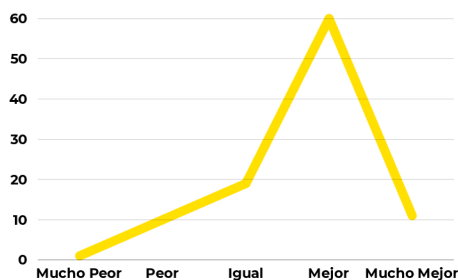
## 5

### CONFIANZA Y RESULTADO

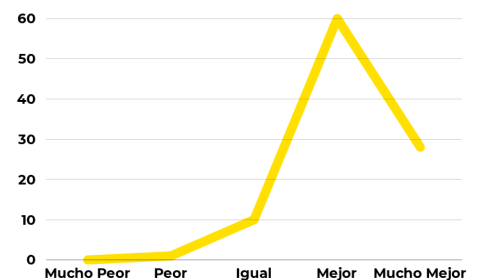
30% de la industria tuvo mejores resultados de los que esperaba. Para el 2025 el mercado es positivo, pero conservador.



Compara con el año anterior sus ventas fueron:



Sus ventas en el 2025 serán:





# VALOR Y PRECIO

¿A CUÁNTO CONSIDERA USTED QUE SU COMPETENCIA DA EL WATT INSTALADO PROMEDIO EN USD Y ANTES DE IVA?

**\$0.9474**



Eso representa un 9% menos que los usuarios contemplaron en el 2023. El precio solamente es de referencia y no representa la realidad en el mercado.

El Epecista considera que su competencia lo da más económico que él y por ende se baja de precio. Esto ocasiona un riesgo tanto para el usuario final como para el integrador. La compra de producto robado, usar cable no fotovoltaico o de menor calibre, estructuras defectuosas y mano de obra sin seguro, son algunas de las prácticas que se encuentran en el mercado destinadas a abaratar costos a costa de la industria.



**PRECIO VENDIDO EN BAJA TENSIÓN POR WATT INSTALADO EN USD ANTES DE IVA**

**\$1.1179**

**PRECIO VENDIDO EN MEDIA TENSIÓN POR WATT INSTALADO EN USD ANTES DE IVA**

**\$0.9458**

## EL MERCADO DE PRECIO

De acuerdo a diversos estudios en productos de tecnología, el ser humano no compra lo más barato. Por el contrario adquiere productos que tengan valor. Particularmente los usuarios de casa son los últimos en comprar objetos tecnológicos económicos para su hogar. Los Epecistas en México está cada vez otorgando precios más económicos y cuando consigue descuentos, en lugar de obtener mayor ganancia, suele extenderse al cliente. Esta es una falta de profesionalización comercial en la madurez de mercado. Conforme crezca la demanda se verán empresas que oferten más productos premium con servicios añadidos y con márgenes de utilidad más altos en nichos específicos.



**Reporte de la Industria  
Solar en Generación  
Distribuida**



# EMPRESA Y PERCEPCIÓN

---

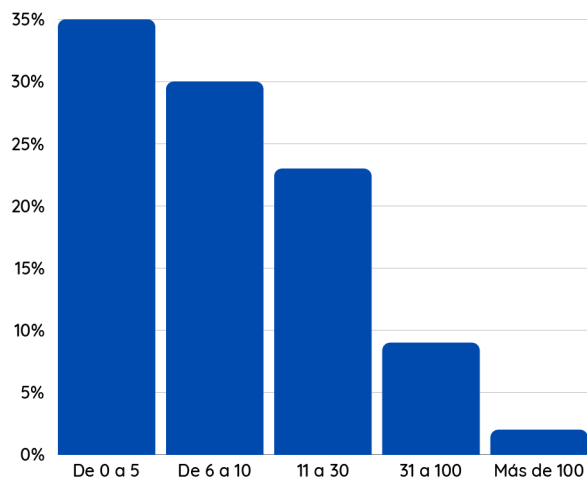
**2024**





# EMPRESA

## Cuántos Empleados trabajan en su compañía



El 65% de las empresas en México no tienen más de 10 empleados, esto habla de una gran necesidad de aspectos básicos que están repercutiendo al sector en formación empresarial tales como manejo de costos, contratos, créditos, estrategias de mercado, etc. De igual manera, su riesgo de desaparecer es muy alto con respecto a otros mercados. Solo el 9% tiene más de 30 empleados.

## LA BRECHA DE GÉNERO

La entrada de las mujeres al sector permanece intacto este año. Aunque cada vez hay más presencia de mujeres en el sector en la parte comercial, son pocas las mujeres en alta dirección en la industria.

**25%**

Es el número de mujeres promedio que trabajan en una compañía del sector.

**45%**

De de las Empresas aún no cuentan con políticas de género.

**\$576,000 pesos**

Fue el valor en becas que CPEF otorgó a mujeres en la industria en el 2024, así como por primera vez se entrega el premio "Mujer Solar" a las mujeres más relevantes del sector, apoyado por K2 System



**MUJER CPEF** es la nueva comunidad que lanza CPEF para impulsar la equidad e igualdad de género a través de la unión, en la industria solar de México bajo el liderazgo de Nallely Camarena







# MODELO EMPRESARIAL

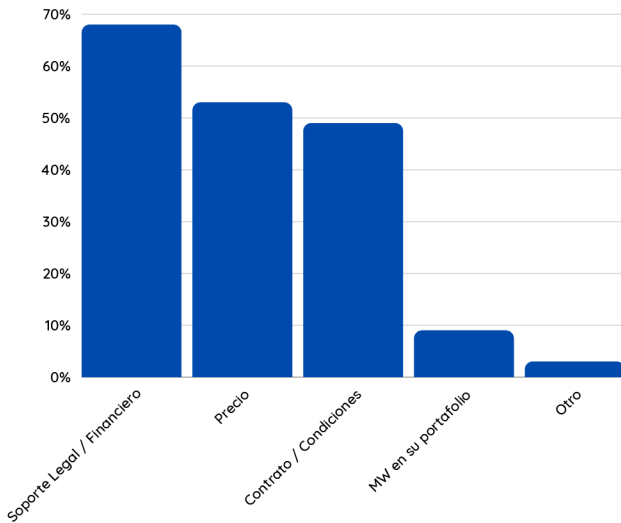
## SUS PROYECTOS FUERON VENDIDOS DE :

CONTADO	<b>68%</b>
CRÉDITO PROPIO	<b>26%</b>
CRÉDITO EXTERNO	<b>18%</b>
PPA - LEASING	<b>21%</b>

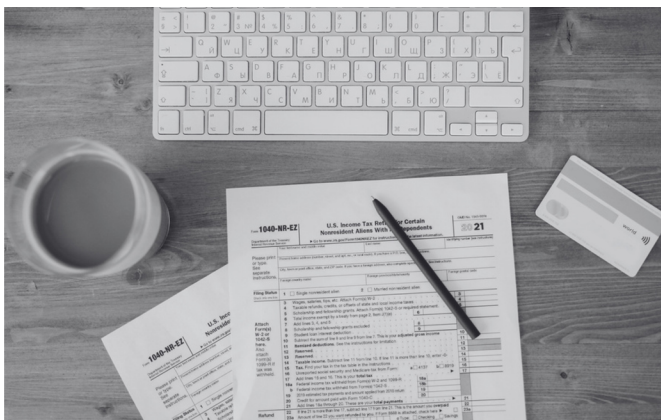
## CASH IT'S THE KING

A pesar de que México tiene gran oportunidad en el crédito, las ventas de contado crecieron un 12%, casi a la par de empresas que ofertan PPA's o leasing, las cuales crecieron 13%. Tener una oferta de soluciones crediticias será un factor clave para las empresas que deseen crecer en un mercado de efectivo.

## Qué factores son importantes al momento de adquirir un aliado financiero



El 68% de la industria señala que más allá de la tasa de preferencia o la oferta financiera variable que pueda ofertar una financiera en la industria, deberá de apoyar y llevar de la mano a las empresas del sector. El valor agregado que espera obtener es la capacitación y asesoramiento constante y de ser posible, por proyecto.



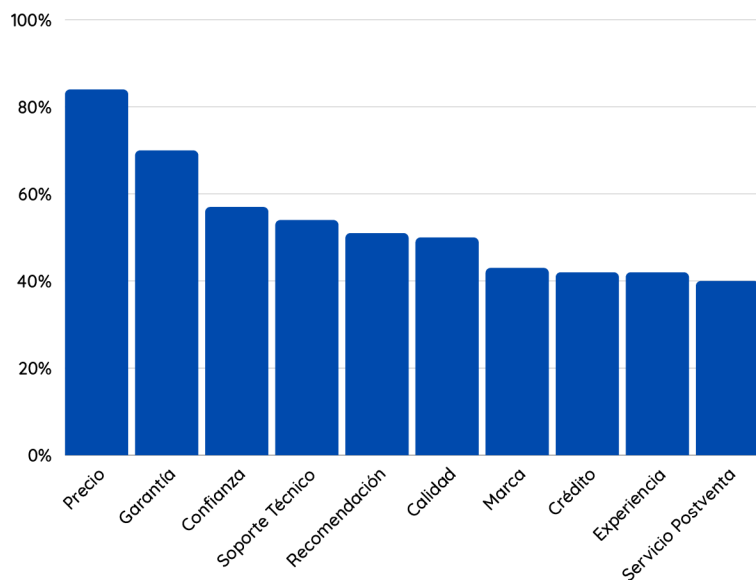
## SU EMPRESA ESTÁ REGISTRADA EN:

SAT	<b>93%</b>
IMSS	<b>72%</b>
REPSE	<b>37%</b>
FIDE	<b>24%</b>



# PERCEPCIÓN

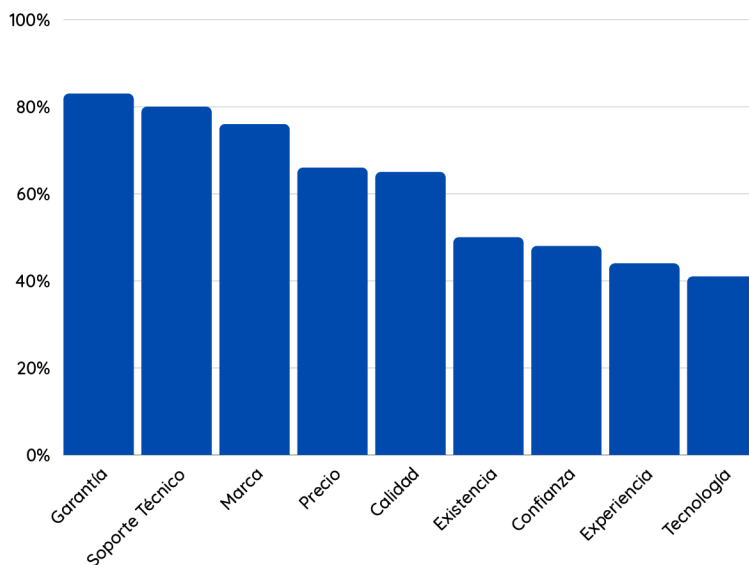
## En qué se basa su cliente al comprar



Aunque diferentes estudios señalan que el usuario no toma decisiones de compra por precio. La percepción de los profesionales de la industria sigue siendo la número 1 en el objeto de compra. Confianza o recomendación que fueron añadidas este año, se muestran dentro de las primeras opciones. El crédito fue la percepción que más aumentó con un 6%

## En qué se basa un integrador al comprar

Los fabricantes y distribuidores tendrán que trabajar de la mano para impulsar el servicio de garantías y capacitar fuertemente a su equipo para dar un soporte técnico robusto. Las marcas más vendidas son también las que con mejor soporte técnico fueron mencionadas. Sólo queda la pregunta si estará dispuesto a pagar más por obtener un soporte de mayor calidad.



**Lo importante es tenerlo: El 33% de los encuestados estaría dispuesto a cambiar de módulo fotovoltaico si no encontrara el producto con existencia inmediata.**





## Monitor Solar CPEF

# SERVICIOS

## Subcontratación

La brecha de la subcontratación de servicios en la industria fotovoltaica en México tiene aún mucho por desarrollar. La mayoría de estas subcontrataciones no cuentan con contratos o no son claras al respecto, son temporales y con alto riesgo de confidencialidad, sin embargo, es un mercado creciente en el país y el reconocimiento y creación de empresas de instalación o especializadas en servicios como mantenimientos, drones, termografías, contratos, etc. Es una pieza en crecimiento clave en el desarrollo de mercado a nivel nacional, así como la expansión de marcas y especialistas de todo el país que deseen incrementar su oferta de valor y extensión de marca a nivel nacional.

# 31%

### PROYECTOS SUBCONTRATADOS

31.99% es el porcentaje promedio que un Epcista o instalador subcontrató mano de obra para proyectos en el 2024, muy similar al año anterior

# 41%

### TERMOGRAFÍA Y DISEÑO

La termografía creció casi un 5% lo que implica una mayor necesidad e impulso por parte del Epcista en el desarrollo de proyectos más complejos.

# 24%

### SERVICIOS DE INGENIERÍA Y SOPORTE TÉCNICO

Solo una cuarta parte de los proyectos ha requerido sistemas más especializados o servicios técnicos más complejos. Excluyendo unidades de verificación e inspección.

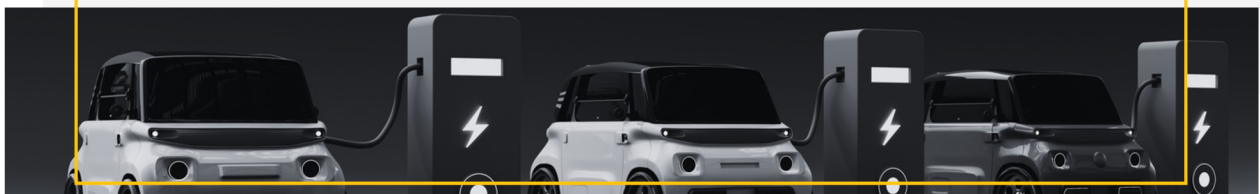
# 20%

### SERVICIOS ANEXOS

Hay un incremento ligero en la subcontratación de servicios de la industria como abogados, contadores especialistas, drones, estrategias, etc. Principalmente apoyados para respaldar la venta.

# 13%

Solo el 13% de los proyectos tuvo algún fin relativo a electromovilidad. A pesar de que en México es una de las industrias de mayor crecimiento, su necesidad energética y su impulso aún no tiene una gran penetración de mercado en la venta cruzada con centrales fotovoltaicas.



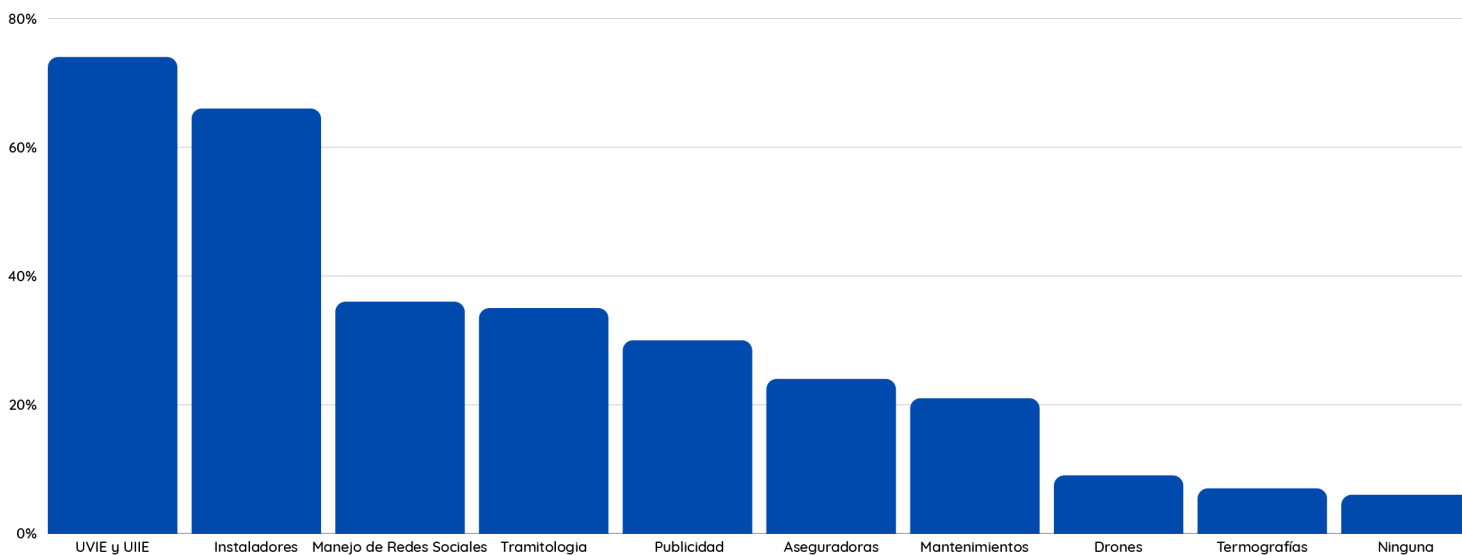


# NEGOCIOS COMPLEMENTARIOS

**84%** de los Instaladores cuentan con su propia cuadrilla de instalación, de los cuales 30% requirió apoyo extra subcontratando a alguien más. Ya sea por incremento de trabajo o bien, por expansión territorial, lo que implicó una mayor necesidad de alianzas y contratos



## EN EL ÚLTIMO AÑO HA SUBCONTRATADO



## UNIÓN

### EL RETO PARA SER COMPETITIVO

Los principales servicios como unidades de verificación, instaladores y tramitología que prácticamente toda la industria subcontrata requiere de confianza y unión. ¿Cómo garantizar que respetará al cliente un instalador subcontratado? ¿Cómo asegurar que ante un problema de trámites dará el mismo seguimiento que a cualquiera? ¿Pueden unirse los Epecistas para obtener mejores acuerdos con una UVIE? En la medida que una empresa haga alianzas de valor con confianza, podrá tener más utilidades y ser mucho más resiliente a la competencia.

## MARKETING

### LA CLAVE DIGITAL

Un gran porcentaje de los Epecistas no conoce de comunicación digital, imagen de marca, diseño, etc. Es por ello que en la industria el nombre “Solar” o “Energía” son palabras muy recurridas en los nombres de las empresas de la industria, así como la similitud en su comunicación digital, diseño de propuesta y estructura. Hay un negocio creciente muy rentable a quien pueda dar asesoría y apoyo en materia de marketing digital a las empresas del sector crecientes.



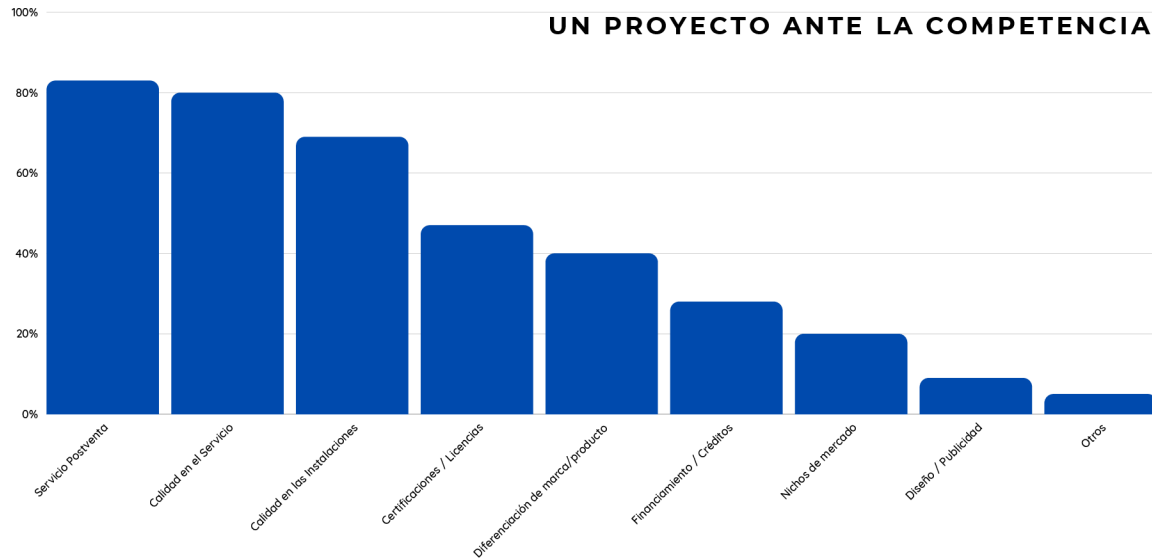
# ERRORES Y VALOR

## ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL FALLA QUE ATIENDE EN EL PRIMER AÑO DE MANTENIMIENTO O VICIOS OCULTOS?

Un mal ponchado, una mala conexión a tierra, un uso de cable no apto, fusibles dañados, sin protecciones, puntos calientes y fallas de arco son los problemas más comunes que la industria detecta en un año. Todos ellos con un alto riesgo de incendio. Pese a ello, menos del 10% de las instalaciones van aseguradas y tampoco hay una clara diferenciación de calidad que los usuarios finales puedan diferenciar en el tema eléctrico. Una empresa entonces debe demostrar al cliente los riesgos al adquirir un sistema de bajo costo donde normalmente se paga la baja calidad eléctrica.



## ¿QUÉ UTILIZAS PARA DAR VALOR O DIFERENCIACIÓN A UN PROYECTO ANTE LA COMPETENCIA?



### LICENCIA DE VENDEDOR FOTOVOLTAICO LA AUTOREGULACIÓN POSIBLE

Los principales estados en materia de Generación Distribuida en conjunto con CPEF, validaron a través de sus agencias de energía o institutos similares la Licencia de Vendedor Fotovoltaico. Un esfuerzo para profesionalizar la industria donde el vendedor debe de capacitarse de los riesgos que un cliente puede tener al comprar lo más económico, así como los beneficios fiscales, de mercado y jurídicos de la industria. A este esfuerzo se han sumado también distribuidores, empresas de crédito, universidades y fabricantes con el fin de impulsar la profesionalización empezando por la venta y dando confiabilidad y certeza al cliente.

### MADUREZ

#### LA INDUSTRIA CRECIENTE

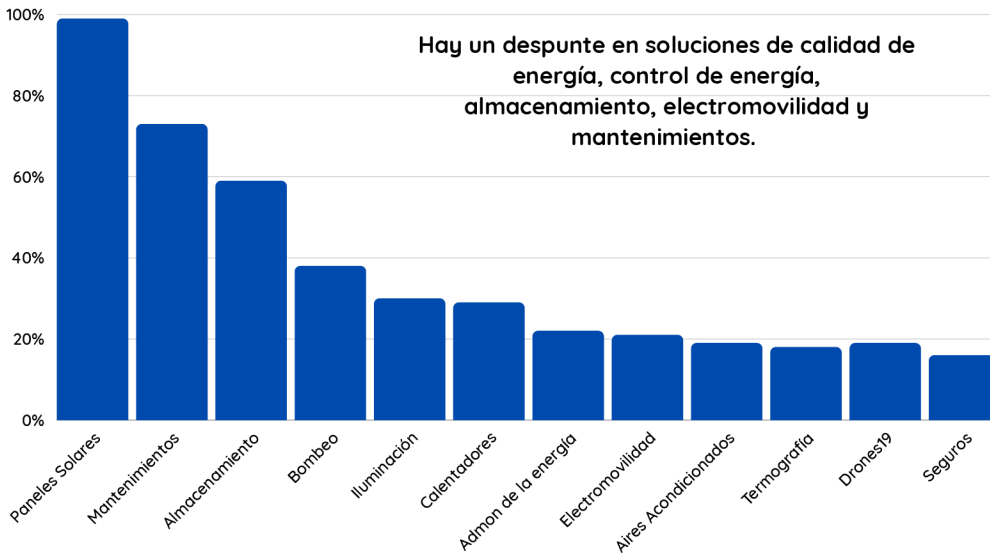
El crecimiento desmedido que puede tener la industria solar con almacenamiento en modelos híbridos a partir de las nuevas disposiciones, puede ser el detonante para que pequeñas empresas crezcan de manera desmedida lo que trae consigo riesgos, ahora no sólo de módulos, sino de un mal manejo también de almacenamiento. El riesgo mayor es que el número de casos se incremente y que la población desconfíe de la industria solar por los riesgos que implica.



# SERVICIOS

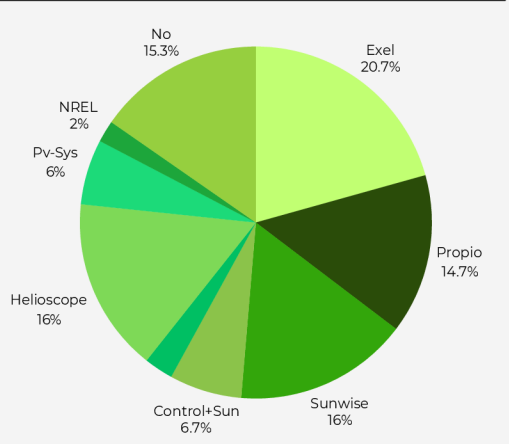
## Mezcla de venta

QUÉ SERVICIOS ACTUALMENTE OFRECE SU EMPRESA

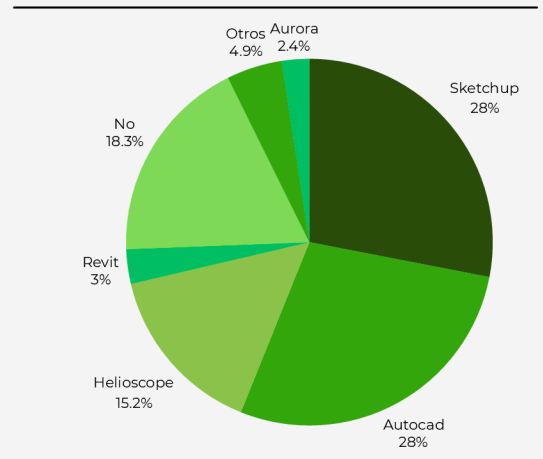


La mayoría de las empresas en la industria no se dedican exclusivamente a ofrecer soluciones de energía solar. Menos del 8% lo hace. Por eso la mezcla de venta es relevante en el modelo de valor y especialización hacia el avance de la industria.

### SOFTWARE PARA COTIZAR



### SOFTWARE PARA RENDERS



2 de cada 10 proyectos instalados tuvieron que ver con almacenamiento, ya sea sistemas híbridos o autónomos



**Reporte de la Industria  
Solar en Generación  
Distribuida**



# **BARRERAS Y OPORTUNIDADES**

---

**2024**

---

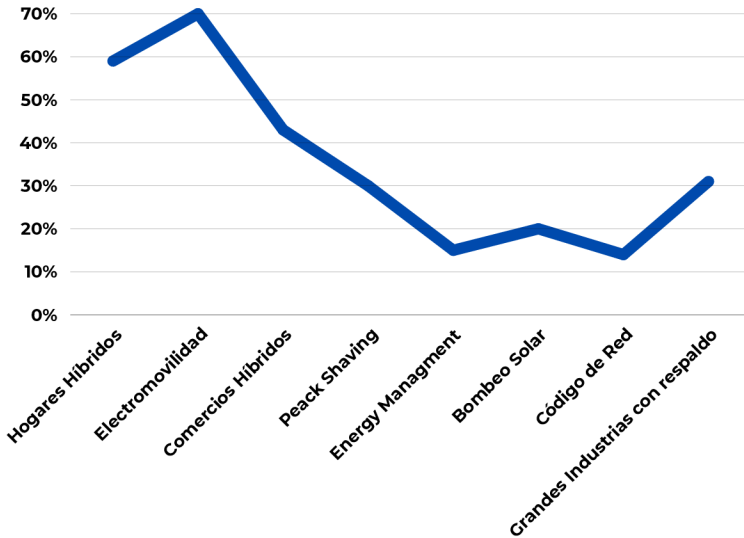




# BARRERAS Y OPORTUNIDADES

## TENDENCIA COMERCIAL

Cuál de estas soluciones cree que despuntará el próximo año



## DACGS EN ALMACENAMIENTO



Aunque casi el 70% de la industria reconoce una clara tendencia hacia las soluciones de almacenamiento en pequeña escala y gran escala, así como ya se publicaron las disposiciones administrativas de carácter general para almacenamiento, la industria tiene muy poco conocimiento de su aprovechamiento y de su legislación para poder defenderla.



## POLÍTICA ENERGÉTICA

La visión positiva de la actual presidenta de México hacia las energías renovables es el cambio más relevante que puede concretarse para el impulso de la generación distribuida en México, al igual que el nombramiento de una directora técnica al frente de CFE, refuerzan la oportunidad de crecimiento para nuestra industria.

MODULOS FV



El 40% de los encuestados cambiaría de marca de paneles solares si el proyecto fuese de media tensión.

ESTRUCTURA



El 47% de los encuestados cambiaría de marca de estructura si el proyecto fuese de media tensión.

INVERSOR



El 47% de los encuestados cambiaría de marca de inversor si el proyecto fuese de media tensión.

NEARSHORING



El 63% de los encuestados considera que el NearShoring y el proteccionismo de precios Chino afectará su negocio en México.



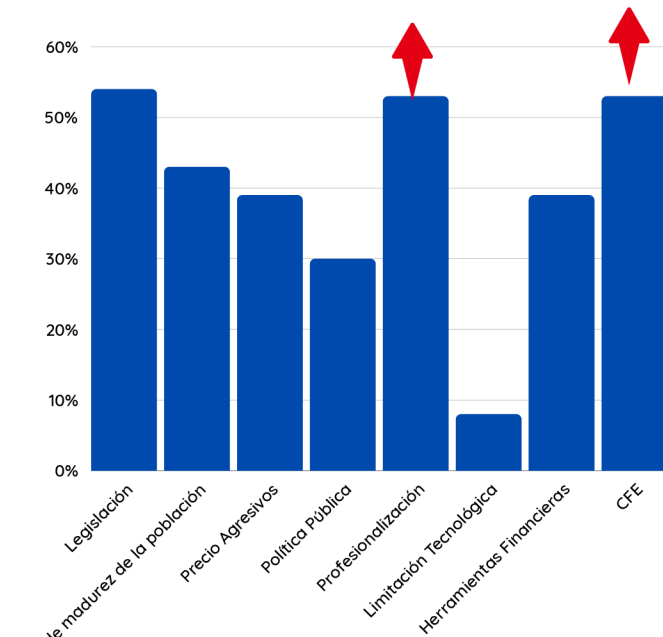


# BARRERAS

## 1

### BARRERAS

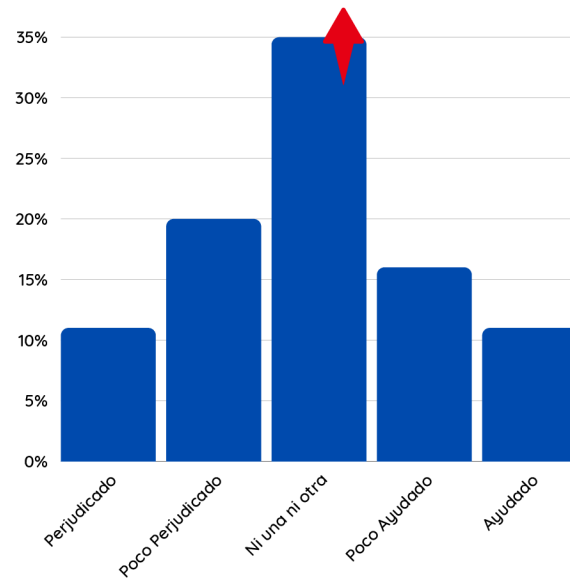
¿Cuáles considera que son las principales barreras de la industria solar en generación distribuida en México?



## 2

### GOBIERNO

¿Considera que el estado le ha ayudado o perjudicado a la industria en materia de GSD?



### ¿Y LA PANDEMIA?

El comunicado No. 043 de la SHCP acuerda que CFE no considerará consumos domésticos de energía eléctrica con tarifa DAC durante contingencia. La cual finalizó el 09 de Mayo del 2023 y aún continúa CFE sin considerar el incremento donde se espera más de 22,000 recibos en el país se enfrenten a este cambio impulsando la demanda de centrales fotovoltaicas.

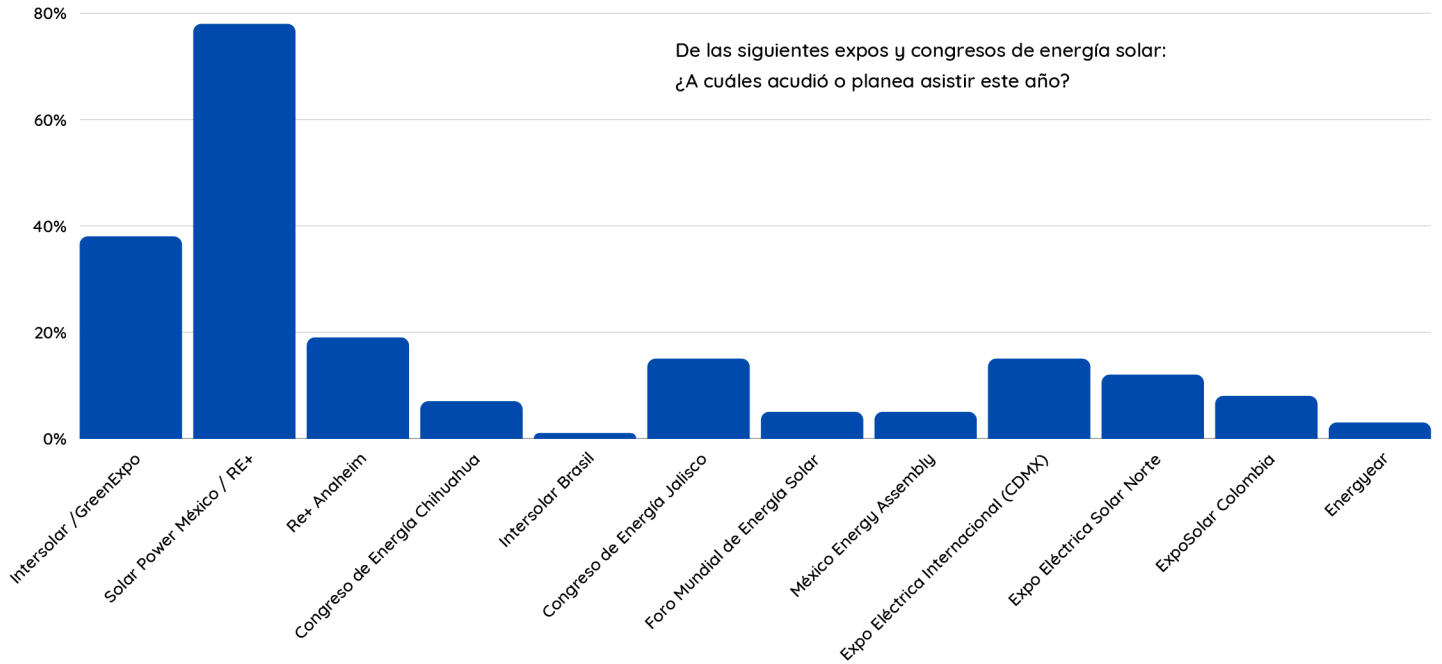
Al momento de terminar esta edición, aún no se sabe que pasará con la actual Comisión Reguladora de Energía (CRE), ni su funcionamiento en caso de ser adquirida por la Secretaría de Energía. De igual manera, aún no están claras las reglas de participación de privados en el mercado eléctrico ni las implementaciones energéticas de México para retener e impulsar el Nearshoring.





# EDUCACIÓN CONTINUA

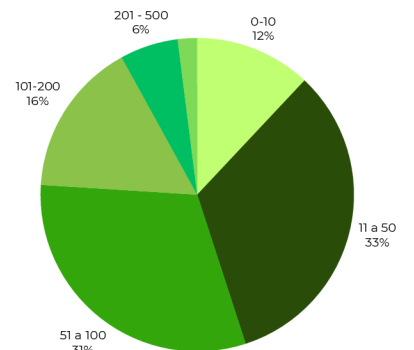
## EXPOS



RE+ México, anteriormente Solar Power México realizada en Guadalajara, se queda con el claro liderato de la exposición más grande de energía solar en el país que ahora añade Electromovilidad. Intersolar perdió casi 22% de asistencia y parece después de su último resultado que la expo alemana no vendrá un año más al país o tendrá que renovarse de lleno .

## HORAS

¿Cuántas horas dedicó a cursos, diplomados o estudios dedicados en la industria fotovoltaica este año incluyendo conferencias y congresos?



### ESTÁ CERTIFICADO ANTE LA SEP EN:

EC0585.01	66%
EC1181	52%
EC1180	28%
CPEF	39%
TÉCNICO FV	12%
DC3	43%
NINGUNA	11%

# CONCLUSIONES



**2024**





# COMENTARIOS FINALES



La generación solar distribuida en México se enfrenta a grandes desafíos y oportunidades. Por un lado tenemos todas las oportunidades para crecer como industria de cara a una nueva línea política más abierta a las energías renovables. Por el otro, una nueva disposición administrativa en generación distribuida permitirá el amplio crecimiento para atención al nearshoring con implicaciones de crecimiento desmedido para los actuales líderes de la industria. La falta de certeza de la posición de la comisión reguladora de energía, la agresiva estrategia de precios de china, las elecciones estadounidenses y las políticas proteccionistas en materia de energía solar, el incremento de la inflación y el dólar y por supuesto, la falta de profesionalismo con una mentalidad a vender barato de los pequeños empresarios de la industria solar harán que el 2025 sea un año donde la energía solar dará mucho para sí y donde todos los participantes del mercado deberán generar estrategias fuertemente armadas para conservar o ganar terreno. El 2024 fue mucho mejor de lo que se esperaba siendo año de elecciones. La industria creció un 55% real, por eso pudimos reconocer a la 30 empresas que están cambiando las reglas del juego. El crecimiento desmedido de distribuidores sin una oferta de valor clara y que compiten en el campo de la integración, fueron este año grandes competidores y aliados jugando el papel de héroe y de villano. Los epecistas e integradores en México están creciendo, cada vez más los pequeños empresarios dejan de ser pequeños y los negocios en todas las regiones del país se empiezan a fortalecer con políticas de género, contratos, administración y personal más capacitado. El reto del emprendedor en la industria solar es saber a qué le dará más peso. ¿Saldrá a vender nuevamente y contratará gente a su cargo para la operación? o bien ¿invertirá en vendedores que puedan llevar negocios de mayor valor a cambio de él llevar la operación?. En una industria tan cambiante como la nuestra, el mayor reto está en crecer con seguridad. La palabra que se repite continuamente en todo el canal es confiabilidad. Confiabilidad ética de que el fabricante no venderá directo, ni el epecista respetará al distribuidor, que el distribuidor no tiene su propia empresa instaladora, que al subcontratar no se robarán al cliente, que el cliente a final de cuentas lo que espera es una solución rentable, segura y sí, confiable. Confiable no para hoy, sino para al menos 25 años de vida. Si ofrecemos toda confianza, entonces nuestra industria crecerá de la misma manera, de lo contrario, alguien más vendrá a hacerlo por nosotros.

# AGRADECIMIENTOS

---

Agradecemos profundamente a toda la industria: Distribuidores, fabricantes, instaladores, epecistas y medios de comunicación que nos ayudaron a compartir la encuesta que hizo posible esta investigación. **Cada año CPEF se fortalece y podemos llevar una encuesta cada más certera, profunda, ética y de mayor confianza. Siendo la única encuesta en México con este nivel de validación estadística.**

Por último, agradecemos a la **Universidad Marista de Guadalajara** quien a través de sus catedráticos del área de ingeniería y estadista quienes supervisaron, controlaron y dieron fe de la veracidad y transparencia de la información.



**Gracias por su incesante apoyo.**

CONSEJO DE PROFESIONALES EN ENERGÍA  
FOTOVOLTAICA  
Calle Barcelona 2114, C.P. 44220  
Guadalajara Jalisco México,  
(33) 2549 2116  
contacto@cpef.org.mx

**[www.cpef.org.mx](http://www.cpef.org.mx)**