

Socios Clave



Quiénes son nuestros socios clave? Quiénes son nuestros proveedores clave?

Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?

Que actividades realizan nuestros socios clave?

motivaciones para realizar alianzas:
Optimización y economía Reducir riesgo e incertidumbre
Adquisición de recursos y actividades particulares

Actividades Clave



Como actividad principal planteamos una campaña de concientización en la importancia de la energía eléctrica en nuestras vidas y su uso eficiente. Otra actividad clave es educar en la existencia de energías renovables y demostrar su bajo costo, facilidad de instalación y mantenimiento.

También consideramos que es importante acercar esta propuesta tanto a entidades públicas como privadas interesadas en considerar a la energía eléctrica como un derecho humano.



Recursos Clave

Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?

nuestros canales?

nuestras relaciones con los clientes?

nuestras fuentes de ingreso?

tipos de recursos
Físicos
Intelectuales (Marcas, patentes, derechos de autor, datos)
Humanos
Financieros

Propuesta de Valor



Nuestra propuesta consta en valorizar la importancia de la energía eléctrica en la vida cotidiana, ya que la consideramos como un derecho elemental.

Encontramos como mayor problemática la baja calidad de vida en las familias que no tienen acceso y en época de pandemia se hace imposible el acceso a algunos servicios esenciales, como es la internet y la educación.

Permitiéndoles el acceso a la energía eléctrica a las personas que no lo tienen estamos ayudando a que todas ellas mejoren sus posibilidades de tener una correcta iluminación, acceso a la información digital y comunicaciones, calefacción, refrigeración, cocción eléctrica, alimentación de bombas de agua, entre otras. Como pudimos comprobar en este último tiempo la educación a distancia es una práctica común en la nueva normalidad, siendo la falta de internet la principal problemática que se plantea. Sin embargo consideramos que al acceso a la energía eléctrica es una problemática que golpea aún más a estas familias dejándolas por completo por fuera del sistema.

Como productos estamos ofreciendo dos propuestas una con generadores eólicos y otra con paneles solares o una combinación de ambas. La idea principal es brindar la instalación, los equipos, asesoramiento y capacitación.

La selección del equipamiento dependerá de la ubicación geográfica de los usuarios, siendo más conveniente la colocación de paneles solares con sus respectivas baterías en zonas de mayor irradiación y los generadores eólicos de pequeña escala para zonas ventosas.

Como propuesta inicial dimensionaremos las baterías para que tengan una autonomía de uno a dos días.

Algo a destacar es que este tipo de equipamiento es de fácil instalación, bajo mantenimiento y reemplazaría a tecnologías de altas emisiones de gases de efecto invernadero.



Relación con Clientes



Que tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes?

Que relaciones hemos establecido?

Cuan costosas son?

Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

ejemplos
Asistencia Personal Asistencia Personal Dedicada Auto Servicio Servicios Automatizados Comunidades



Canales

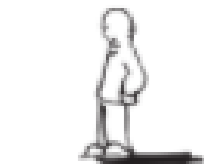
A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?

Como los estamos alcanzando ahora? Como están integrados nuestros canales? Cuales Funcionan Mejor?

Cuales son los más rentables?

Como podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?

fases del canal:
1. Crear conciencia
Como creamos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía?
2. Evaluación
Como ayudamos a que nuestros clientes evalúen nuestra propuesta de valor?
3. Compra
Como podemos permitir que nuestros clientes compren productos o servicios específicos?
4. Entrega Como proveemos servicio Post venta?
Como estamos entregando la propuesta de valor a los clientes?
5. Post Venta



Segmentos De Clientes

Como consideramos que la problemática es a nivel social, creemos que el principal cliente debería ser el Estado, aunque no descartamos que empresas y ONG puedan incluirla en sus planes de apoyo social.

Creemos que los beneficios para los clientes que adquieran nuestros productos, aún no siendo ellos los usuarios son muchos. Para el Estado cumplir con proveer un servicio básico a bajo costo, para las empresas generar un impacto positivo en la sociedad y respecto a las ONG generar una consciencia colectiva, junto a una mejora en la calidad de vida de los beneficiarios.

Como usuarios tenemos a familias de bajos recursos que residen lejos de las fuentes de energía eléctrica.

Más allá de que este producto fue pensado para familias sin servicio eléctrico, también puede ser de utilidad para aquellos que ya dispongan de electricidad y quieran abaratar costos en sus facturas.



Estructura De Costos

Cuales son los costos más importantes en nuestro modelo de negocio?

Cuales recursos clave son los más costosos? Cuales actividades clave son las más costosas?

Su negocio es más:
Enfocado al costo/estructura de costos conservadora, propuesta de valor de bajo costo, máxima automatización, mucho outsourcing) Enfocado al valor/
Enfocado a la creación de valor, Proposiciones de valor premium)

Ejemplo de características:
Costos fijos (Salarios, rentas, utilidades) Costos Variables
Economías de escala Economías de alcance

Fuente De Ingresos

En caso de que el cliente sea el Estado planteamos que también oficie como prestamista mayoritario.

También planteamos que empresas y ONG aporten capital, una vez que se encargue el producto se pedirá un adelanto para comenzar la fabricación.

