

Sociedades clave.

Para desarrollar un negocio, en este caso la venta de nuestro producto, es necesaria una red de proveedores y socios que complementen nuestra actividad y permitan llevar a cabo el proyecto. Según la causalidad de la alianza y el **orden de prioridad**, se plantean dos posibles socios:

- **Adquisición de recursos y producción.**

El aspecto más importante en el que centrarse es el **proceso productivo**. Para ello, en primer lugar se debería obtener un proveedor de materias primas y/o productos iniciales a los que añadir valor (imanes de neodimio). Existen varias empresas nacionales que abastecen imanes, sin embargo, la más valorada en calidad-precio es “**Supermagnete**”¹. Además, este socio proveedor **reduce** considerablemente los **precios** en pedidos en **cantidades industriales** (a partir de 350 uds.). Para las baterías y los intermitentes, la mejor opción encontrada es “**All Batteries**”².

Por otro lado, el proceso de fabricación del producto resulta costoso y, al tener un carácter novedoso, se complica la posibilidad de la subcontratación. Por tanto, es necesario encontrar un **socio capitalista** que aporte recursos económicos al proyecto. Se valora la posibilidad del “crowdfunding” como primera opción. (**Ampliación en “Fuentes de ingresos”**).

- **Para reducir riesgos y optimizar los canales de venta y distribución.**

Otro factor clave del negocio es el acercamiento del producto al cliente potencial. Para ello, a pesar de ofrecer medios directos (compra por internet y envío, etc.), se



Imagen 1. Taller en una tienda Decathlon



intentará **priorizar una alianza comercial** con empresas del

sector **no competidoras**. Es decir, acuerdos de venta y distribución con **grandes superficies** que ofrezcan **productos ciclistas de producción externa**: Decathlon, Ferrer, Forum Sport...

Donde además se suele ofrecer un servicio de **asistencia mecánica**, importante en la relación post-venta con el cliente.

El resto de agentes clave, relacionados con la atención al cliente, serán aportados por los miembros del grupo: jóvenes con habilidad en las redes sociales y capacidad para aportar asistencia al cliente. (**Véase “Relación con el cliente”**).

Enlaces:

1. https://www.supermagnete.es/shop_form.php?id=S-45-30-N
2. <http://www.all-batteries.es/baterias.html>