

SOCIEDADES CLAVE

Mediante la creación de prismas estratégicos y de segmentación podemos enfocar este apartado en el cual para poder determinar dichas sociedades se debe hacer un estudio de mercado para averiguar cuál sería la respuesta de los compradores potenciales para así poder plantear la estrategia comercial más adecuada.

El primer enfoque necesario que depende del estratégico es el del **Producto** el cual lo distinguiremos en 3 fases:

- a) **Básico**: Esta necesidad en nuestro negocio es la energética y el consumo, la cual engloba: Agua potable, Agua caliente, Energía eléctrica y Reciclaje. Los proveedores de los que vamos a partir son de grandes compañías como Iberdrola y Consorcio de aguas.

- b) **Formal**: Este carácter incluye la instalación de placas solares en el tejado, de láminas geotérmicas en el césped del jardín, de un aerogenerador en el tejado, de un biodigestor en el césped y de unas placas solares y un captador de agua en el tejado. Para la realización de este diseño se cuenta con un departamento técnico que es el encargado de diseñar el proyecto para así poder aumentar el rendimiento de la disposición de cada elemento el máximo posible. Los proveedores de los que vamos a partir en nuestros

inicios será Bricomart y Leroy Merlin ya que ellos disponen de todo el material necesario para poder ejecutar los proyectos establecidos.

c) **Ampliado**: Este carácter abarca la garantía sobre estos equipos que incluyen siempre en nuestras instalaciones 5 años de garantía, siendo así los que más tiempo cubrimos de todas las demás empresas que puedan hacer proyectos similares. Igualmente, a la hora de la instalación cada equipo requiere un mantenimiento determinado por esa razón nuestra política de empresa con el afán de fidelizar los clientes es ofrecer dicho mantenimiento de la forma más cercana posible ya que se trata de un producto que requiere un amplio conocimiento en cuanto a su instalación y posterior mantenimiento. Por este motivo nos comprometemos a que si en algún momento apareciese un competidor que ofrezca los mismos servicios a un precio inferior, nos comprometemos a pagar esa diferencia o a ofrecérselo al mismo precio. Para este apartado no son necesarios proveedores ya que se trata de un valor de la empresa el cual queremos ofrecer a nuestros clientes.

Cuando queremos hacer una estrategia en cuanto al elemento básico que constituye el **Precio** del producto podíamos emplear

diferentes enfoques como el que esta basado en costes que no resulta ser muy recomendable al igual que el empleado basándose en el comprador. La estrategia mas empleada en este caso es la del precio basado en la competencia.

Como nuestra empresa no esta del todo desarrollada en la competencia tendremos que usar varios de estos enfoques para poder responder a la viabilidad económica del proyecto.

Después de un estudio técnico se ha observado que para poder hacer una primera subdivisión la forma mas eficaz es determinar para cuantas personas convivientes en la futura casa estará enfocado el proyecto, debido a que en la necesidad energética la primera variable que aparece es dicho nº.

Después de esta subdivisión tendremos determinadas dichas necesidades y el costo de los aparatos a instalar dependerá en gran medida de la orientación de dicha vivienda. Para este caso y debido a la complejidad del problema se requiere de un estudio técnico el cual determinara el numero de elementos que requiere esa instalación en función de la disposición de la vivienda y del numero de personas que ahí se alojaran.