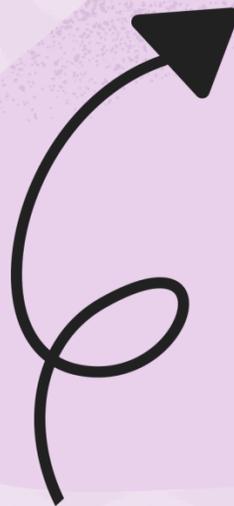


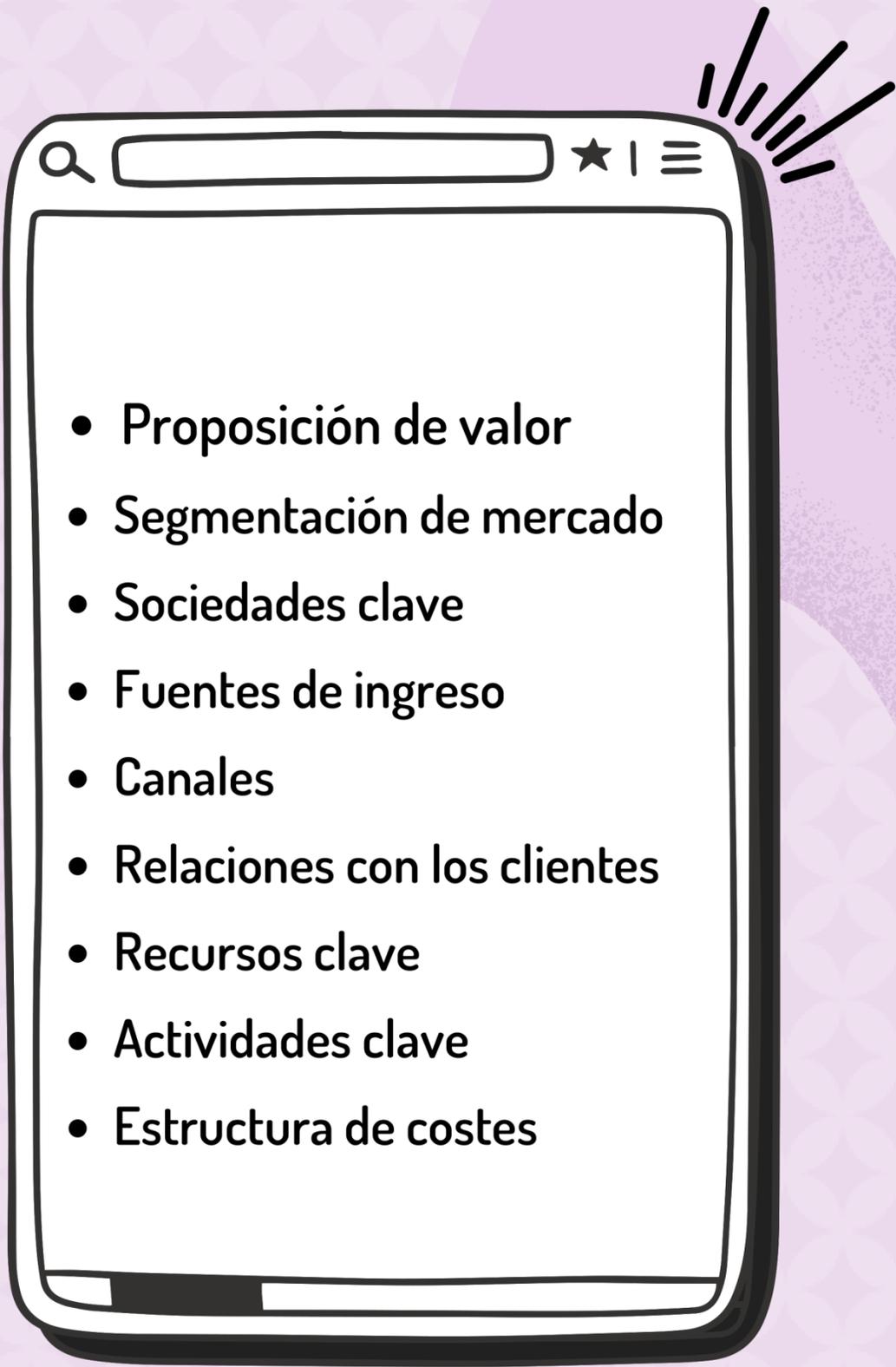


**DCARGA**

*cargadores portatiles*

# ÍNDICE



- 
- Proposición de valor
  - Segmentación de mercado
  - Sociedades clave
  - Fuentes de ingreso
  - Canales
  - Relaciones con los clientes
  - Recursos clave
  - Actividades clave
  - Estructura de costes



# PROPOSICIÓN DE VALOR

**¿Qué necesidad o problemas resolvemos?**

**¿Qué es lo que te hace diferente y, por lo tanto, es por lo que tu cliente está dispuesto a pagarte?**

- resolvemos a la falta de batería de los ciudadanos en la calle

hay mucha gente que sale de casa muy pronto a la mañana y no vuelve hasta la noche. Los teléfonos hoy en día tienen una batería muy débil y tener que cargar cada noche una batería portatil para poder tener el teléfono con batería es muy incómodo.

Por eso, nosotros hemos decidido que DCARGA sería una empresa genial para poder satisfacer a todas esas personas que pasan muchas horas fuera de casa y su batería no dura lo suficiente.

Una empresa innovadora, además comprometida con el medio ambiente y los avances.



# CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES

**¿Cómo vais a hacer para que vuestro producto/servicio llegue a vuestros clientes?**

Nuestro servicio estaría visible en plena calle ya que habría diferentes estaciones de cargas visibles y accesibles para todos los usuarios.

También crearíamos una cuenta de instagram que nos permita informar de la empresa y estar activos en el mercado



# SOCIEDAD CLAVE

**¿Cuáles son los principales socios y proveedores que necesitáis para que vuestro proyecto funcione? ¿Por qué son importantes para nosotros?**

Nuestro servicio estaría visible en plena calle ya que habría diferentes estaciones de cargas visibles y accesibles para todos los usuarios.

También crearíamos una cuenta de instagram que nos permita informar de la empresa y estar activos en el mercado y habrá una app donde aparezcan marcadas todas las estaciones de carga.



# FUENTES DE INGRESO

**¿Cuánto y cómo está dispuesto a pagar vuestro cliente por el producto/servicio que le estás ofreciendo?**

Nuestro público será de todas las edades aunque hemos previsto que mayoritariamente serán jóvenes de entre 14 y 25 años. Por ello las cantidades de pago no serán muy grandes para atraer más a los jóvenes.

El pago para los cargadores portátiles será siempre por internet., para ello mediante la app los usuarios tendran que crearse una cuenta.,



# CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIONES

**¿Cómo vais a hacer para que vuestro producto/servicio llegue a vuestros clientes?**

Nuestro servicio llegara a nuestros clientes mediante la página web o app.

Crearemos una cuenta en diferentes redes sociales para que la gente envíe y escriba sus opiniones y se den cuenta de que vamos a instalar las baterías portátiles por la ciudad



# RELACIONES CON LOS CLIENTES

**¿Cómo vais atraer nuevos clientes, mantenerlos y hacerlos crecer?**

Al ver las estaciones de batería en la ciudad y con anuncios en paradas de autobuses por ejemplo atraeremos nuevos clientes. Para mantenerlos pondremos una rebaja de precio cuando los consumidores utilicen la batería portátil 500 veces



# RECURSOS CLAVE

**¿Cuáles son los elementos más importantes que necesitáis para que nuestro proyecto funcione?**

Para que nuestro proyecto funcione necesitaremos un equipo coherente, además de empresas que quieran apoyar el proyecto y socios que nos ayuden a hacer realidad todo lo pensado.



# ACTIVIDADES CLAVE

**¿Cuáles son las cosas más importantes que debéis hacer para que vuestro proyecto funcione?**

Una producción, que sea capaz de mantener todas las paradas de carga, las baterías, que actualicen la web y hagan una app eficiente y atractiva, Además que sea factible y de buena calidad.



# ESTRUCTURAS DE COSTES

**¿Cuáles son los costes más importantes de vuestro proyecto?**

Los costes más importantes de nuestro proyecto son: los costes fijos, es decir los empleados fijos que trabajen en la empresa, por ejemplo, los costes variables, el alquiler, la energía de las baterías... Economías de escala, intentar sacar el máximo beneficio de nuestras ventas para reducir los costes fijos por unidad