

PROPÓSITO DE VALOR

La proposición de valor para un servicio de taxis eléctricos sería: Experimente la comodidad y la responsabilidad ambiental en cada viaje con nuestra flota de taxis 100% eléctricos. Llegue a su destino con cero emisiones de CO2, disfrutando de un trayecto silencioso, eficiente y tecnológicamente avanzado, mientras contribuye activamente a la lucha contra el cambio climático y la mejora de la calidad del aire en su ciudad.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Una segmentación de mercado para taxis eléctricos que no emiten CO2 podría ser la siguiente:

****Segmentación Geográfica:****

- Áreas urbanas con alta concentración de población y negocios.
- Ciudades con regulaciones ambientales estrictas.

****Segmentación Demográfica:****

- Profesionales jóvenes y de mediana edad con conciencia ambiental.
- Residentes con ingresos medios a altos que valoran la innovación y sostenibilidad.

****Segmentación Psicográfica:****

- Individuos con un estilo de vida ecológico.
- Personas que apoyan las tecnologías limpias y la movilidad sostenible. - Usuarios que prefieren empresas con responsabilidad social corporativa.

****Segmentación Conductual:****

- Clientes que utilizan frecuentemente servicios de taxi para traslados al trabajo, aeropuertos y eventos.
- Usuarios de aplicaciones móviles para transporte.
- Personas que buscan una experiencia de viaje superior y cómoda.

****Segmentación por Beneficios Buscados:****

- Confort y silencio durante el viaje.
- Contribución personal a la reducción de la huella de carbono.
- Uso de tecnología avanzada y conectividad durante el desplazamiento. Esta segmentación permite enfocar las estrategias de marketing y operación del servicio de taxis eléctricos para satisfacer las necesidades específicas de cada grupo de consumidores.

SOCIEDAD CLAVE

Las "sociedades clave" para un servicio de taxis eléctricos que no emiten CO2 podrían incluir una serie de actores estratégicos que faciliten la operación y promoción del servicio:

- 1. **Fabricantes de Vehículos Eléctricos:**** Establecer alianzas con empresas automotrices que produzcan vehículos eléctricos para posibles descuentos, financiación y mantenimiento especializado.
- 2. **Proveedores de Infraestructura de Carga:**** Colaborar con redes de estaciones de carga para asegurar puntos de recarga accesibles y posiblemente con tarifas preferenciales o sistemas de carga rápida.
- 3. **Gobiernos Locales y Municipales:**** Trabajar conjuntamente con políticas de incentivos para vehículos no contaminantes, acceso a carriles preferentes, y reducción de impuestos o subvenciones.

4. ****Empresas de Tecnología y Plataformas de Servicios:**** Integración con plataformas para la gestión de flotas, sistemas de reservas y pagos, y aplicaciones para mejorar la experiencia del usuario.
5. ****Organizaciones Ambientales:**** Colaborar con ONGs y organizaciones ambientales para promover la movilidad sostenible y generar conciencia pública.
6. ****Inversionistas y Entidades Financieras:**** Obtener capital para inversión inicial y expansión a través de socios financieros interesados en proyectos sostenibles y de impacto ambiental.
7. ****Empresas de Seguros:**** Negociar pólizas que consideren los menores riesgos asociados con la conducción de vehículos eléctricos y la sostenibilidad del proyecto.
8. ****Clientes Corporativos:**** Establecer relaciones con empresas que deseen ofrecer transporte sostenible para sus empleados o clientes como parte de su responsabilidad social corporativa.
9. ****Instituciones Educativas y Centros de Investigación:**** Para fomentar la innovación y mejora continua en tecnologías asociadas a la movilidad eléctrica.
10. ****Comunidades y Grupos de Usuarios:**** Implicar a comunidades locales en la planificación de rutas y servicios para asegurar que el servicio de taxis eléctricos cumpla con las necesidades específicas de movilidad. Estas sociedades son fundamentales para crear un ecosistema de apoyo que permita el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo del servicio de taxis eléctricos.

FUENTES DE INGRESOS

Las fuentes de ingresos para un servicio de taxis eléctricos que no emiten CO2 pueden ser diversas y se podrían incluir:

1. ****Tarifas por Servicio de Viaje:**** Ingresos directos de los pasajeros por cada viaje realizado. Estas podrían tener una estructura de tarifa fija, por distancia o tiempo, o una combinación de ambas.
2. ****Servicios Premium o de Valor Añadido:**** Ofrecer opciones de mayor costo para servicios especializados, como viajes de lujo, reservaciones anticipadas, o servicios personalizados.
3. ****Cuentas Corporativas:**** Ingresos procedentes de acuerdos con empresas para ser su proveedor oficial de transporte, ofreciendo paquetes o tarifas especiales para empleados y clientes.
4. ****Publicidad :** Venta de espacios publicitarios dentro y fuera de los vehículos, así como a través de la app o sitio web del servicio de taxis.
6. ****Asociaciones y Eventos:**** Ingresos por asociarse con eventos locales, como festivales o conferencias, para ser el medio de transporte oficial.
7. ****Programas de Membresías y Fidelización:**** Ofrecer suscripciones o membresías que proporcionen beneficios o descuentos a usuarios habituales.
8. ****Servicios de Entrega y Logística:**** Utilizar la flota de vehículos eléctricos para la entrega de paquetes o como parte de una solución logística en horarios de baja demanda de pasajeros.
9. ****Colaboraciones con Hoteles y Turismo:**** Establecer acuerdos con la industria turística para ofrecer transporte a turistas y visitantes.
10. ****Plataforma de Carpooling:**** Implementar un sistema de viajes compartidos donde los pasajeros pueden dividir el costo del viaje.

11. **Servicios Conectados:** Ofrecer servicios adicionales como Wi-Fi a bordo o acceso a plataformas de streaming, por los cuales los pasajeros pueden optar a pagar un extra. Estas fuentes de ingresos pueden diversificar la base económica del negocio y ayudar a asegurar su viabilidad y crecimiento a largo plazo.

CANALES

Los "canales" para un servicio de taxis eléctricos que no emiten CO2 son los medios a través de los cuales se comunica y entrega el servicio a los clientes. Estos podrían incluir:

- 1. **Aplicaciones Móviles:**** Plataformas digitales para la reserva y pago de viajes, seguimiento en tiempo real, y servicio al cliente.
- 2. **Sitio Web:**** Un portal en línea para reservas, información institucional, promociones, y soporte al cliente.
- 3. **Redes Sociales:**** Canales para la promoción del servicio, interacción con los usuarios, y publicación de actualizaciones y ofertas.
- 4. **Call Centers o Líneas de Atención Telefónica:**** Para reservas, soporte, y atención a clientes que prefieren o necesitan realizar transacciones por teléfono.
- 5. **Estaciones de Carga o Puntos de Servicio:**** Ubicaciones físicas donde los taxis pueden cargarse y donde los pasajeros pueden potencialmente reservar viajes directamente.
- 6. **Eventos y Ferias:**** Participación en eventos relacionados con tecnología, transporte sostenible y ferias comerciales para promover el servicio.
- 7. **Publicidad Tradicional:**** Utilizar medios como revistas, periódicos, radio, y vallas publicitarias para alcanzar una audiencia más amplia.
- 8. **Alianzas con Negocios Locales:**** Establecer puntos de servicio o promociones conjuntas con hoteles, restaurantes, y otros establecimientos.
- 9. **Programas de Referencia:**** Incentivar a los clientes actuales a recomendar el servicio a cambio de beneficios o descuentos.
- 10. **Vehículos Propios:**** Los taxis eléctricos pueden actuar como un canal publicitario móvil, mostrando la marca y valores del servicio.
- 11. **Agencias de Viajes y Servicios **** Ofrecer el servicio a través de agentes que planifican viajes o servicios para terceros.
- 12. **Acuerdos con Administraciones Públicas:**** Integrar el servicio con el transporte público o iniciativas de movilidad sostenible promovidas por el gobierno. Estos canales ayudan a asegurar que el servicio es accesible, visible y atractivo para los diferentes segmentos del mercado objetivo.

RELACIONES CON LOS CLIENTES

Las relaciones con los clientes en un servicio de taxis eléctricos que no emiten CO2 son fundamentales para construir una base de usuarios leales y promover la adopción de

soluciones de movilidad sostenible. Estas relaciones pueden gestionarse y desarrollarse a través de varios enfoques y estrategias:

1. **Atención Personalizada:**

- Brindar atención directa y personalizada a través de canales como aplicaciones móviles, redes sociales, correo electrónico y teléfono.
- Resolver dudas, quejas y proporcionar asistencia en tiempo real.

2. **Programas de Fidelización:**

- Implementar programas de puntos o recompensas para incentivar viajes repetidos.
- Ofrecer descuentos y promociones especiales a clientes frecuentes.

3. **Experiencia de Usuario:**

- Asegurarse de que la aplicación y el sitio web sean fáciles de usar y estén orientados al cliente.
- Proporcionar una experiencia de viaje cómoda, segura y agradable.

4. **Comunicación Proactiva:**

- Enviar notificaciones sobre el estado del viaje, cambios en el servicio o nuevas funcionalidades.
- Informar a los clientes sobre el impacto positivo de usar taxis eléctricos en términos de sostenibilidad.

5. **Feedback y Mejora Continua:**

- Solicitar y actuar en base a comentarios y opiniones de los clientes para mejorar el servicio.
- Realizar encuestas de satisfacción y foros de discusión.

6. **Educación y Concientización:**

- Proporcionar información sobre los beneficios ambientales de los taxis eléctricos.
- Organizar eventos o campañas educativas sobre la movilidad sostenible.

7. **Servicios Post-Viaje:**

- Ofrecer soporte posterior al viaje para asegurar la satisfacción del cliente.
- Gestionar eficientemente cualquier incidente o reclamación.

8. **Colaboración y Co-Creación:**

- Involucrar a los clientes en la mejora del servicio a través de sugerencias y pruebas de nuevas funcionalidades.
- Crear una comunidad de usuarios que fomente

RECURSOS CLAVES

Los recursos clave en un servicio de taxis eléctricos que no emiten CO2 son los activos esenciales que la empresa necesita para crear y ofrecer su propuesta de valor, alcanzar mercados, mantener relaciones con los clientes, y generar ingresos. Estos recursos pueden ser físicos, intelectuales, humanos y financieros:

1. **Flota de Vehículos Eléctricos:**

- Taxis eléctricos que constituyen la piedra angular del servicio, incluyendo su mantenimiento y actualización.

2. **Estaciones de Carga:**

- Infraestructura de carga para los vehículos, que puede incluir puntos de carga rápida y de carga regular distribuidos estratégicamente.

3. **Plataforma Tecnológica:**

- Software para gestión de flotas, aplicaciones móviles para usuarios, sistemas de reserva y pago, y tecnología de seguimiento en tiempo real.

4. **Personal Capacitado:**

- Conductores entrenados en la operación segura y eficiente de vehículos eléctricos, así como en el servicio al cliente.

- Equipo de soporte técnico y atención al cliente.

5. **Capital Financiero:**

- Fondos para la inversión inicial en vehículos y estaciones de carga, y para el funcionamiento continuo del negocio.

6. **Licencias y Permisos:**

- Certificaciones y autorizaciones necesarias para operar el servicio legalmente en las áreas designadas.

7. **Alianzas Estratégicas:**

- Relaciones con socios comerciales, proveedores de vehículos eléctricos, compañías de energía, y otros actores clave en la cadena de valor.

8. **Marca y Reputación:**

- Propiedad intelectual, incluyendo la marca comercial, patentes o derechos de autor sobre software específico, y la reputación construida en el mercado.

9. **Datos y Análisis:**

- Información recopilada de los viajes y los usuarios que puede ser utilizada para optimizar el servicio y la experiencia del cliente.

10. **Estrategias de Marketing y Ventas:**

- Herramientas y campañas para promocionar el servicio y atraer nuevos clientes.

11. **Red de Proveedores:**

- Relaciones con proveedores de seguros, servicios de mantenimiento de vehículos y tecnología.

12. **Sostenibilidad y Conocimiento Ambiental:**

- Expertise en sostenibilidad para comunicar eficazmente los beneficios ambientales de los taxis eléctricos y para permanecer alineados con las mejores prácticas y regulaciones ambientales.

ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades clave para un servicio de taxis eléctricos que no emiten CO2 son las acciones esenciales que la empresa debe llevar a cabo para que su modelo de negocio funcione de manera efectiva. Estas actividades varían desde la operación directa de los

vehículos hasta el mantenimiento de la infraestructura y la gestión de la experiencia del cliente. Algunas de las más importantes son:

1. **Gestión de la Flota de Vehículos:**

- Mantenimiento y reparación de los vehículos eléctricos para garantizar su funcionamiento óptimo.

- Actualización y renovación de la flota para mantener la tecnología al día.

2. **Desarrollo y Mantenimiento de la Infraestructura de Carga:**

- Instalación, operación y mantenimiento de estaciones de carga para los vehículos eléctricos.

- Gestión de la logística de carga para maximizar la disponibilidad de vehículos.

3. **Desarrollo y Mantenimiento de Software:**

- Creación y actualización de aplicaciones móviles y plataformas de gestión de flotas.

- Asegurar la ciberseguridad y la protección de datos de los usuarios.

4. **Operaciones de Conducción:**

- Conducción eficiente y segura de los vehículos por parte de los choferes.

- Entrenamiento continuo de conductores en técnicas de manejo eficiente y atención al cliente.

5. **Atención al Cliente:**

- Gestión de reservas y atención a consultas, quejas y sugerencias.

- Soporte en tiempo real durante los viajes.

6. **Marketing y Publicidad:**

- Promoción del servicio y de sus beneficios ambientales.

- Campañas para aumentar la conciencia sobre la sostenibilidad y atraer a nuevos usuarios.

7. **Gestión de Relaciones Estratégicas:**

- Negociación y mantenimiento de alianzas con socios comerciales y proveedores.

- Colaboración con entidades gubernamentales y organizaciones ambientales.

8. **Análisis de Datos y Mejora Continua:**

- Recopilación y análisis de datos para optimizar rutas, tiempos de viaje y satisfacción del cliente.

- Implementación de mejoras basadas en la retroalimentación y los patrones de uso.

9. **Cumplimiento Regulatorio y Legal:**

- Asegurar que todas las operaciones cumplan con las regulaciones locales y nacionales.

- Obtención y renovación de licencias y permisos necesarios.

10. **Gestión Financiera:**

- Control de costos, facturación, y gestión de ingresos.

- Planificación financiera y búsqueda de financiación si es necesario.

11. **Formación y Desarrollo del Personal:**

- Capacitación continua del personal en nuevas tecnologías, atención al cliente y sostenibilidad.

12. **Sostenibilidad y Responsabilidad Ambiental:**

- Medidas para reducir aún más la huella de carbono de la empresa, como el uso de energía renovable para cargar los vehículos.

- Comunicación y educación sobre prácticas sostenibles tanto interna como externamente.

Estas actividades clave deben ser gestionadas de forma eficiente para garantizar la calidad del servicio, la satisfacción del cliente y el éxito a largo plazo del negocio de taxis eléctricos.

ESTRUCTURA DE COSTE

El importe anual que corresponde pagar por el impuesto sobre la emisiones de CO2 de los vehículos de tracción mecánica según las emisiones oficiales que emite el vehículo.

Para la mayoría de vehículos la información de las emisiones de CO2 aparece en la ficha técnica. En todo caso, el importe que corresponde pagar para un vehículo concreto, el titular lo podrá consultar en esta sede electrónica cuando se publique el padrón del impuesto sobre las emisiones de dióxido de carbono de los vehículos de tracción mecánica.

TAXIS CO2

Nuestro grupo va a crear una empresa de taxis que no contaminan

Los beneficios que ofrece un coche eléctrico o cualquier tipo de movilidad eléctrica son conocidos por la mayoría de nosotros, pero probablemente el más beneficiado de su uso es sin duda el planeta y, por tanto, el medio ambiente, por no hablar que los taxis o vehículos de transporte pasan horas circulando por la ciudad y contaminando y de este modo

cambiando los coches que utilizan gasolina como combustible conseguimos contaminar menos.

1. Los vehículos eléctricos no emiten CO2 a la atmósfera en su uso:

-La emisión de CO2 al aire, y de otro tipo de gases nocivos para la salud ocasionados por la combustión interna de los motores de combustión, son uno de los problemas más grandes a los que se enfrenta la humanidad, ya que estos gases son malos para el medio ambiente y a la salud de las personas.

-Además, los fabricantes de automoción están trabajando para que la emisión de CO2 en todo el proceso de fabricación de un coche eléctrico sea nulo, o mínimo, por lo que su impacto total hacia el medio ambiente será todavía menor, de ese modo la contaminación no sería mínima si no que nula.

-Hace que la probabilidad de que alguna pieza se rompa sea menor en un coche eléctrico, ya que el número de piezas totales es mucho menor, por lo que el mantenimiento de un vehículo eléctrico también se ve reducido.

Para nuestro cliente los arreglos del coche le saldrían más baratos y en algunos coches no habría ningún tipo de arreglo ya que fallan menos que los demás coches

Un auto es un vehículo que te ayuda a movilizarte de un lugar a otro sin los problemas que miles de usuarios de transporte público deben enfrentar; como retrasos para llegar a su destino, subir a vehículos con exceso de pasajeros, falta de comodidad y seguridad, entre otros, esta es la necesidad social que en este caso cumple nuestro producto.