



AQUAFLORA

|



AQUAFLORA



ÍNDICE

0. Presentación
1. Propuesta de valor
2. Segmentación de mercado
3. Sociedades clave
4. Fuentes de ingresos
5. Canales
6. Relación con los clientes
7. Recursos clave
8. Actividades clave
9. Estructura de costes



AQUAFLORA



0. Presentación

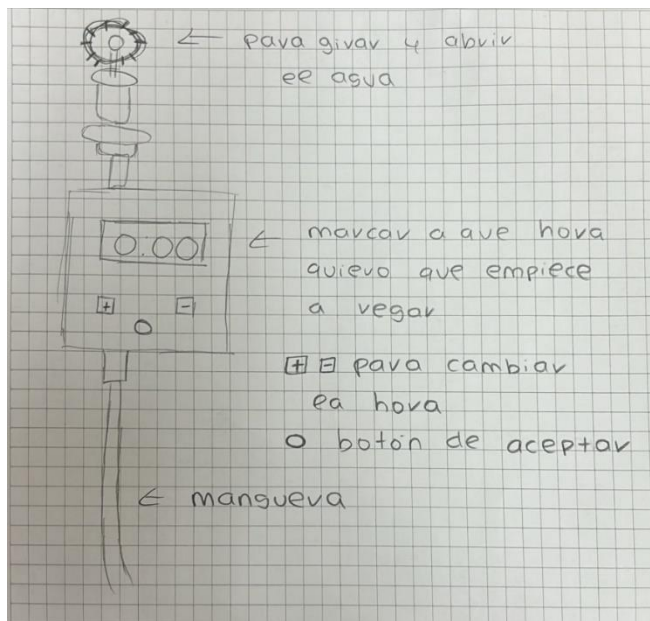
Nuestro proyecto se llama AquaFlora y está compuesto por tres miembros; un miembro aporta creatividad, otro lidera y el último planifica.

En nuestro equipo, hemos pensado en una idea sencilla, pero con mucho potencial: El producto se basa en una regadera automática que podemos programar el tiempo que queramos para que riegue las plantas, creemos que es muy creativo e innovador y el que más nos identifica.

Este producto nos ofrece la posibilidad de programar el tiempo de riego de las plantas según lo que necesiten, sin que el cliente tenga que preocuparse por olvidar regarlas o hacerlo en el momento equivocado. Esto sería ideal para personas ocupadas, que viajan mucho o simplemente quieren disfrutar de plantas sanas sin tanto esfuerzo. Además, al usar solo el agua que realmente necesitan las plantas, ayudaríamos a ahorrar agua, algo que es cada vez más importante. Creemos que este producto puede ser un gran aliado para todos los que quieren cuidar de su hogar y del medio ambiente al mismo tiempo.



Este es nuestro logo en el que se puede visualizar sobre que va nuestro proyecto y una frase donde se ve más claro aún.



Este es el boceto de nuestro producto.



AQUAFLORA



1. Proposición de valor

El valor de nuestro proyecto reside en que todas esas personas puedan mantener un jardín en condiciones -bonito e hidratado- sin tener mucho tiempo para ello.

Esto se complementa con una serie de beneficios: principalmente es un sistema que usa solo el agua que tu jardín necesita, ayudándote a ahorrar mientras que al mismo tiempo cuidas y ayudas al medio ambiente. Además, es asequible por toda la población y fácil de conseguir y está pensado para que todos puedan disfrutar de un jardín ideal.

Nuestro producto es especial al resto ya que es un producto innovador y es muy poco común, se diferencia en que es un producto tecnológico y se utiliza a través de un temporizador incorporado al riego.

2. Segmentación de mercado

Nuestro público objetivo son el grupo de personas de 20 a 45 años con un nivel socioeconómico medio, que tengan una casa con algún tipo de jardín, o incluso invernaderos para poder usar el producto, que busquen una manera más útil y sostenible de regar sus plantas.

	Canal favorito de comunicación Escribe aquí	Herramientas que necesita para trabajar - Servicios de almacenamiento en la nube - Software de programación de empleados - Programas de procesamiento de texto - Software de facturación - Correo electrónico - Gestión de proyectos
Nombre Gertruts	Responsabilidades laborales Escribe aquí	Su trabajo se mide en función de Según los proyectos realizados
Puesto Administrativo	Su superior es Director administrativo	Metas u objetivos Ser el director de su empresa
Edad Entre 35 y 44 años	Obtiene información a través de Haciendo reuniones con sus empleados	Dificultades principales - Relaciones y comunicaciones con el cliente - Comunicación - Gestión de proyectos y falta de organización - Resolución de problemas y toma de decisiones
Nivel de educación más alto Título universitario parcial		
Redes sociales     		
Industria Marketing		
Tamaño de la organización Entre 51 y 200 empleados		

Tal como podemos observar en la imagen, nuestro Buyer persona se llama Gertruts, su puesto es de administrador y su edad esta entre los 35 y los 44 años. Su industria es el marketing y está en una empresa de alrededor unos 51 y 200 empleados. Su superior es director administrativo y obtiene información a través de reuniones con sus empleados. Utiliza varias herramientas para trabajar como por ejemplo programas de software, correo electrónico... su trabajo se mide en función según los proyectos realizados, tiene como meta u objetivo ser el director de su empresa y por último tiene varias dificultades a la hora de trabajar como podemos ver, por ejemplo, una de ellas es que debe relacionarse bien con los clientes cuando se comunique con ellos.

3. Sociedades clave

En nuestra empresa necesitamos diferentes productos para crear el producto final, debemos de buscar aquellos proveedores que nos ofrezcan las mejores condiciones para poder llevar a cabo su funcionamiento.

En esta tabla aparecen los distintos productos que vamos a necesitar para crear nuestro riego. También podemos comprobar que el precio final del producto tendrá un coste de 230€.

Nombre del proveedor	Productos o servicios	Condiciones comerciales
Rain Bird 	Automatización del sistema de riego integrando tecnologías como la programación inteligente y la gestión eficiente del agua.	Precio: entre 65 y los 85€. Descuento: 5% al ser un producto más barato. Tiempo de entrega: de 5 a 8 días.
AquaSpy 	-Sensores de humedad del suelo -Sistemas de monitoreo en tiempo real que permite ajustar los parámetros del riego según el clima.	El precio de los sensores es de 20€ y el de los sistemas de monitoreo es de 40 € Descuento: 10% en sus segundas compras Tiempo de entrega: 10 a 15 días laborables.
Grundfos 	-Bombas hidráulicas para nuestro sistema.	Precio: 100€. Descuento: 10% segunda compra. Tiempo de entrega: de 7 a 10 días laborables.

4. Fuentes de ingresos

Nuestra fuente de ingreso es a través de un pago único. Hemos elegido ese pago por la instalación y materiales, por el costo de la tecnología o por el mantenimiento, ya que hay que valorar todos esos aspectos a la hora del pago.

El precio que nuestros clientes están dispuestos a pagar es de 230€. Ya que el precio de la producción del riego es elevado y se acerca a su precio de mercado. Ya que somos una empresa innovadora, no encontramos en el mercado alguna empresa que ofrezca el mismo producto y las mismas condiciones para el producto. La competencia indirecta a nuestro producto sería la empresa Maher, ya que funcionan de otra manera y puede ser la parecida a nuestro producto.

La estrategia de precio de nuestro producto son los siguientes puntos:

- **Precio promocional de lanzamiento:** Un descuento temporal al inicio para atraer a clientes y generar visibilidad. Funciona bien para captar los primeros usuarios y recibir retroalimentación.
- **Precio psicológico:** es una estrategia que utilizamos que fija los precios, tiene como objetivo influir en la percepción de nuestros clientes sobre el precio de un producto o servicio, de manera que se sienta que está obteniendo una mejor oferta o que el precio es más atractivo de lo que realmente es.
- **Precio de Penetración:** Establecer un precio bajo para ganar cuota de mercado rápidamente. Ideal si el objetivo es llegar a una base amplia de clientes.

Estimación de ventas e ingresos	
Primer mes (lanzamiento)	El primer mes suele ser de menor volumen, pero con una promoción de lanzamiento y marketing activo, podemos suponer unas ventas iniciales de 100 unidades. Cada unidad es de 230€, así que el primer mes sería un ingreso de 23.000€.
Primer trimestre (3 meses)	Después de la fase de lanzamiento, el volumen de ventas se incrementará a medida que más personas conozcan el producto. Suponemos un crecimiento a 300 unidades vendidas en el primer trimestre. Teniendo en cuenta el precio del primer punto, en tres meses tendríamos 69.000€ en ingresos.
Primer año (12 meses)	A lo largo del año, el volumen de ventas debe estabilizarse y aumentar debido al marketing continuo, referencias y la demanda sostenida. Suponemos que se venderán 1500 unidades durante el primer año. Esto es un ingreso de 345.000€ con 1500 unidades vendidas.

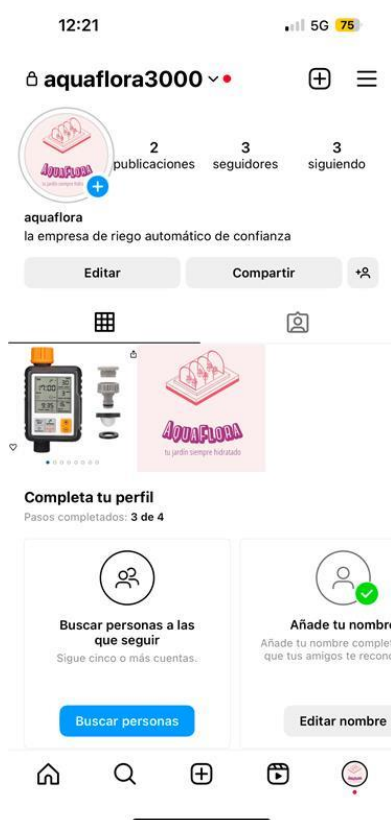
5. Canales

Vendemos nuestro producto a través del comercio electrónico, lo vendemos a minoristas y en algunas ocasiones a particulares.

Nuestra empresa es mayorista ya que vendemos a las empresas y por otra parte minorista por que vendemos al cliente final.

Mediante el canal corto, el producto llega directamente al cliente final y mediante el largo, a la empresa, y está destinado a ser vendido a empresas del sector de agricultura.

Vamos a promocionar el producto por nuestras redes sociales para que más gente pueda verlo y saber de él; esta es nuestra cuenta de Instagram y de LinkedIn:



Este es el enlace para ir directamente a nuestra cuenta de Instagram:

<https://www.instagram.com/aquaflo3000/profilecard/?igsh=MXZqd2l6bWlzdZdsZQ==>

Este es el enlace para ir directamente a nuestra a nuestra cuenta de LinkedIn:

https://www.linkedin.com/in/aqua-flora-916972346?utm_source=share&utm_campaign=share_via&utm_content=profile&utm_medium=ios_app

6. Relación con los clientes

A través de la web contactaremos con los clientes ya que en la web estará nuestro teléfono y las aplicaciones como Instagram para que nos puedan contactar. Ofreceremos una atención al cliente excelente, con el propio soporte técnico personalizado, seguimiento postventa etc. La fidelización con nuestros clientes son descuentos exclusivos para los clientes más recurrentes, servicio de mantenimiento preventivo. A raíz del uso de tecnología como las encuestas de satisfacción, los boletines por correo electrónico etc.

Hoy en día nuestra empresa es muy pequeña, entonces no se puede llegar a acceder al CRM, pero en un futuro cuando crezcamos sí que nos plantaremos la posibilidad del CRM, que es un programa donde están todos los datos de los clientes.

Nos vamos a promocionar a través de redes sociales y a través de la página web. Además, al tener la necesidad de crear una red de contacto con las empresas tendremos una cuenta de LinkedIn para poder acceder a ellas. Por otro lado, también asistiremos a diversas ferias relacionadas con el sector de la agricultura.

Por último, en nuestra web habrá un apartado en el que habrá un cuestionario de satisfacción al que podrán acceder los clientes y dejar ahí sus opiniones.

7. Recursos clave

En los recursos físicos necesitaremos un almacén, maquinaria, un ordenador, materiales para poder producirlos...

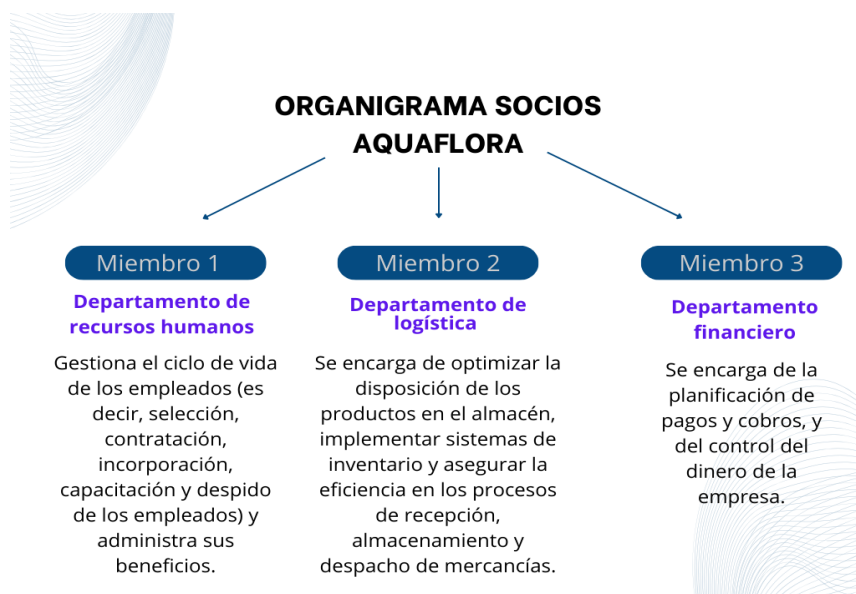
COSTES FIJOS	
Alquiler almacén	800
Sueldos y salarios	3402
Suministros	200
TOTAL CF	4402
COSTES VARIABLES	
Materias Primas (elementos para la producción de nuestro	230
Préstamo (los intereses son variables	2500
TOTAL CV	2730
COSTE TOTAL	4402

En los recursos financieros empezaremos ahorros personales o préstamos para los jóvenes emprendedores, y luego buscar inversores una vez que tu empresa haya comenzado a generar tracción. Además, tener un plan de negocio sólido y bien estructurado es esencial para presentar tu idea de manera convincente a posibles inversores o instituciones financieras.

Teniendo en cuenta lo dicho anteriormente obtendremos los fondos de la siguiente manera:

- **Fondos propios (Ahorros personales):** cada socio aportará 5.000€
- **Préstamo bancario:** tras haber contactado con el banco Santander nos ofrece un préstamo de 3.000€ con interés nominal de 5,45%.
- **Crowdfunding:** abriremos una cuenta en la página web www.gofundme.com donde solicitaremos 10.000 € con el objetivo de que nuestros amigos, familiares y otros posibles inversores nos ayuden a lanzar este proyecto.

Recursos humanos





AQUAFLORA



8. Actividades clave

En el caso de nuestra empresa lo más importante son las actividades de plataforma o red ya que nosotros tenemos una tienda online donde podemos vender los productos desde ahí y en las redes sociales mostramos todo sobre el producto y nuestra tienda.

También consideramos imprescindible ofrecer un servicio postventa adecuado donde cuando nuestros clientes tengan algún problema con nuestro producto una vez adquirido, en ese caso, se pueden poner en contacto con nosotros a través de nuestras redes sociales o mediante un chat bot que crearemos en nuestra página web.

9. Estructura de costes

Los precios fijos de nuestro producto son los que no cambian independientemente del volumen de producción o del nivel de actividad del proyecto. Estos costes se mantienen constantes durante un período determinado, sin importar el desempeño del proyecto.

Y los precios variables son los precios que fluctúan en función del nivel de actividad o producción del proyecto. A medida que aumenta o disminuye la producción, estos costes también aumentan o disminuyen. Lo más importante de este punto, es la inversión en la adquisición de los materiales para la producción de nuestro riego, ya que son piezas algo caras y concretas.

Los costes fijos son aquellos costes que no cambian con la producción, es decir, son independientes de la cantidad producida.

En nuestro caso, como hemos comentado anteriormente, nuestros serán los siguientes:

COSTES FIJOS	
Alquiler almacén	800
Sueldos y salarios	3402
Suministros	200
TOTAL CF	4402
COSTES VARIABLES	
Materias Primas (elementos para la producción de nuestro	230
Préstamo (los intereses son variables	2500
TOTAL CV	2730
COSTE TOTAL	4402