

Llena tu propio Lienzo:

Problemática: Falta de acceso a energía en espacios públicos.

5

Socios clave:

-Gobiernos municipales:

Con la finalidad que nos apoyen con los convenios y permisos para intervenir en espacios públicos.

-**Distribuidores** de paneles solares, generadores, inversor y reguladores. (por ejemplo, PowerMundo)

-**Influencers ecofriendly** para la difusión de los puntos solares y los productos de tecnología solar.

6

Actividades clave:

- Compra de paneles solares y materiales de construcción para el mobiliario.
- Compra de lámparas y baterías solares
- Diseño e implementación de mobiliario urbano
- Creación de redes sociales
- Creación de Landing Page con opción de e-commerce
- Marketing. Estrategia de comunicación. Nuestro objetivo será tener una conexión con los beneficiarios y clientes BtoC. Lo haremos a través de una estrategia de contenido divertida e innovadora para poder concientizar a las personas sobre la importancia del uso de energías limpias y animarlas a seguir las usando.

9

Recursos clave:

- Talento Humano: Arquitectos, personal calificado para implementación de puntos solares, personal de marketing y ventas.
- Tecnologías: Paneles flexibles, reguladores solares, inversores, generadores, materiales de construcción, etc.
- Redes sociales y Landing Page
- Capital inicial para la implementación del primer prototipo

2

Propuesta de valor:

Brindar acceso a energía limpia en ciudades a través de la implementación de "puntos solares" (energía solar integrada a mobiliario urbano) para el uso diario de las personas como recarga de celulares en los espacios públicos.

Esto será posible gracias a:

Desarrollo de una línea de venta "con propósito" de tecnologías solares como paneles, baterías, lámparas solares, etc, para cubrir necesidades energéticas diarias de las personas, y cuya adquisición contribuye al desarrollo de puntos solares en la ciudad.

4

Relación con clientes:

Cientes BtoC:

- Los puntos de contacto principales:
 - Reconocimiento y consideración: Redes sociales con un lenguaje amigable e informal
 - Decisión y compra: Redes sociales y e-commerce. Los procesos de compra simple y amigables.
 - Post venta: Estrategia de remarketing a través de descuentos. La comunicación se realizará con correo y whatsapp

Cientes BtoB: La relación se realizará a través de LinkedIn, mailing y marketing directo (reuniones). El lenguaje será formal y comunicación sencilla.

Beneficiarios: La relación será por redes sociales y activations en espacio público. El lenguaje será directo e informal. Buscamos concientizarlos con referente al beneficio de energías limpias.

3

Canales:

Cientes

Página de E-commerce, Instagram, facebook Marketplace y tiktok

LinkedIn, Mailing, Landing Page, networking.

Beneficiarios

Redes sociales: Instagram y Tik tok
Activaciones de concientización y uso de los puntos solares en espacios públicos.

1

Segmento de clientes:

CLIENTES

- Empresas privadas interesadas en reforzar su estrategia de marketing que quieran implementar publicidad en espacios públicos

- Hombres y mujeres (18 años a más) interesados en adquirir tecnologías solares (paneles, baterías y lámparas solares) a nivel nacional.
- Hombres y mujeres (25 años a más) y empresas que deseen adaptar sistemas de energía solar a sus mobiliarios de hogar u oficina.

BENEFICIARIOS

- Personas que trabajan en la vía pública de manera permanente. (ambulantes, deliveries, etc.)
- Personas que se encuentren en la vía pública y necesitan energía para alguna emergencia.

8

Costos:

Mobiliario Urbano Solar: Funcionará por catálogo dependiendo del cliente, el presupuesto y la finalidad.

Costo Prototipo Básico (incluye material y personal): \$/. 3000

Costos Fijos mensuales: Personal de venta y marketing (\$/.2400), Hosting de landing Page y e-commerce (\$/.12), Publicidad de conversión (\$/.200)

Costos variables mensuales: Compra de baterías solares por unidad x mayor de 3000mAh (\$/.50); Compra de lámparas solares por unidad x mayor (\$/.70)

Ingresos:

3 fuentes de ingresos:

1. Venta por proyecto a empresas y entidades por catálogo

Ingreso: \$/. 10 000 anuales proyectados en el primer año

1. Subsidio cruzado a través de venta de tecnologías solares ("Tu compra que energiza a la ciudad")

-**Ingreso:** Ventas Mínimas Proyectadas Mensuales en el primer año \$/. 2 000

- Precio de venta de lámparas solares: \$/. 180

- Precio de venta de radios y linternas recargables: \$/. 60

- Precio de venta lámparas solares con focos leds: \$/.210

1. Financiamiento por concursos, subvenciones y cooperación internacional

-**Ingreso:** \$/. 5 000 anuales proyectados en el primer año