

1.) Descripción de negocios.

abastecer de energía eléctrica desde las comunidades rurales [[resumen ejecutivo](#)]

Participantes:

| | | | |
|---|--|--------------------------|-------------------------------------|
| Esmeralda Marín Vázquez | Ingeniería Mecánica Agrícola | Egresada | matrícula 1311501-1 |
| Martin Ceceña Villegas | Ingeniería Mecatrónica Agrícola | 7*5 | matrícula 1410389-3 |

2.) Nicho de mercado.

_____pequeños y medianos productores, de rancherías de municipios de alta marginación, hospitales y escuelas rurales.

3.) Territorios o cobertura geográfica.

_____regional, municipios de muy alta marginación en Guanajuato.

4.) Posicionamiento deseado.

Desarrollamos tecnologías enfocadas a resolver las problemáticas de abastecimiento eléctrico en rancherías de muy alta marginación.

5.) Propuesta única de negocios.

Llevar electricidad donde no hay.

6.) Inversión básica para desarrollar un negocio.

I. Cálculo Inicial.

| Infraestructura básica | Descripción. | Total \$ |
|---------------------------------------|--------------------------------|----------|
| Computadora, Tablet, papelería. | equipamiento | \$30,000 |
| Prototipo apoyo DIMA. | Producto demo. | \$20,000 |

II. Capital de trabajo.

| Recursos existentes. | Descripción. | Total \$ |
|----------------------|---------------|----------|
| Nomina. | 8 ingenieros. | \$38,000 |

III. Gasto operativos.

| Logística. | Descripción. | Total. \$. |
|---------------------|------------------|------------|
| Gasolina, y peajes. | Gasto ocasional. | Variable. |

IV. Origen de los recursos por su origen.

| <u>Origen.</u> | <u>Conceptos.</u> | <u>Total \$.</u> |
|----------------|-----------------------------|------------------|
| UACH | Tiempo y equipo disponible. | \$36,000 |

V. ESTRUCTURA Y COSTO DE CAPITAL.

| <u>ACTORES.</u> | <u>MONTOS \$</u> | <u>COSTOS \$</u> |
|---|------------------|------------------|
| FONDOS DE DESARROLLO (TASA SUBSIDIARIA) | | |

6.) Diagrama de ingresos.

| <u>Fecha.</u> | <u>Unidades.</u> | <u>Conceptos.</u> | <u>\$ unitario.</u> | <u>Monto total.</u> |
|---------------|------------------|--------------------------|---------------------|---------------------|
| 2020 | Sin unidades | Sin unidades disponibles | ---- | ----- |

7.) METAS FINANCIERAS.

A 3 MESES. _____ sin estimaciones.

A 6 MESES. _____ sin estimaciones

A 9 MESES. _____ sin estimaciones.

8.) TIPO Y NUMERO DE UNIDADES / PRODUCTOS / SERVICIOS / PAQUETES A VENDER.

| <u>NOMBRE:</u> | <u>TIPO DE PRODUCTO</u> | <u>DESARROLLAR.</u> | <u>CANTIDAD ESTIMADA DE UNIDADES A VENDER. (UNIDADES)</u> | <u>\$ VENTA.</u> | <u>FECHA PROGRAMADA PARA ALCANZAR LA META VENTAS.</u> |
|----------------|---------------------------|---------------------|---|------------------|---|
| Xomi | Generador de electricidad | En prototipo | Sin estimaciones | No definido | No definido |

9.) ANALISIS DE \$ VENTA (GUIADOS X ESTUDIO DE MERCADO).

análisis en proceso.

10.) MEDIOS DE MARKETING PARA ESTOS NICHOS.

1. Redes sociales.

11.) METAS MARKETING.

| COMPONENTES | DESCRIPCIÓN | INICIO | FIN | EFFECTO DESEADO. |
|------------------------|---------------------------------|--------|-----|------------------|
| Redes sociales. | Medios de comunicación digital. | | | DIFUSION. |
| Video picht | Creación de comunidad | | | |

12.) METAS PARA EL DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS / SERVICIOS / PAQUETES.

| PRODUCTO | NOMBRE | FINALIDAD | INICIO | FIN. |
|------------------------|------------------------|------------------------|--------|------|
| Sin proyecto en puerta | Sin proyecto en puerta | Sin proyecto en puerta | - | - |

13.) MATERIALES DE PROMOCION.

1. Encuestas
2. Redes sociales.

14.) PLAN DE TRABAJO.

| NUM. | DESCRIPCION DE ACTIVIDAD | INICIO | TERMINACIÓN | PRIORIDAD. |
|------|------------------------------------|--------|-------------|-------------|
| 1 | <u>Finalizar el prototipo demo</u> | 2020 | 2020 | Validación. |

| | |
|--|---|
| Fuerza. Equipo de 8 integrantes. <u>Reconocimiento a la iniciativa en el programa Xchalleng.</u> | Oportunidades. Implementar en zonas alejadas del país, sin servicio de electricidad. |
| Debilidades. Sin recursos financieros. Poca apuesta de inversionistas a sistemas eólicos. | Amenazas. Mucha competencia de sistemas eólicos sin rendimientos claros, y esto demerita la aceptación de un nuevo producto. |

| A favor. | En contra. |
|---|--|
| Oportunidad de crear soluciones para población de muy alta marginación agro nacional Prototipo demo en validación. | Sin recursos financieros disponibles. sin vinculaciones claves con el sector industrial energético de mexicano. |