

## 1.- Información General

- Nombre del proyecto.

R= Energi.co

- Descripción del proyecto ¿De qué trata?

R= Es una startup enfocada en generar estudios dinámicos para la optimización y el rendimiento del consumo energético de las MiPyMES.

El servicio consiste en una suscripción mensual de acuerdo al tipo de vivienda o negocio, permitiéndole a los usuarios reducir desperdicios energéticos y generar un mayor ahorro económico.

- Integrantes

R= Ing. Jordi Planas Calleja  
Ing. Edith Roxana Ramírez Reséndiz

- ¿En qué etapa se encuentra el proyecto?

R= Startup

## 2.- Propuesta de valor

- ¿Qué problema o necesidad resuelve el producto o servicio?

R= **De acuerdo a la CFE, hay más de 4M de usuarios en el mercado que han expresado inconformidad por el servicio de luz prestado, y crecen en un 2% cada año.** Aunado a lo anterior:

- En el segmento Tarifa de Alto Consumo (DAC), la administración energética no es parte de los hábitos de consumo, lo que lleva a un desperdicio de entre el 40% al 60% de energía. Adicionalmente, no se sabe dar lectura al recibo de luz.
- El sector Pequeña Demanda Baja Tensión (PDBT) esta desatendido en un 80%.

- ¿Cómo contribuye a mejorar el bienestar social, etc.?

R= Impacta de manera

En tu casa:

1. Logramos hacer conciencia de los hábitos de consumo energético con la familia.
2. Identificamos los aparatos de mayor consumo en el hogar.
3. Apoyamos a que la economía familiar ahorre dinero en el recibo de luz.
4. Fomentamos los valores para el cuidado o del medio ambiente.

## En tu negocio:

1. Aprenderá cómo es que se cobra la energía, el primer paso para empezar a ahorrar.
2. Ahorrarás en tu gasto de operación, por lo que aumentas tu margen de utilidad.
3. Administrar de los recursos, entre ellos la energía, es parte esencial de un negocio solido.
4. Aportarás directamente a la ecología y sustentabilidad, actividades clave de una empresa socialmente responsable.

## 3.- Estudio de mercado

- Nicho de mercado ¿A quién se lo vas a vender y cómo lo vas a vender?

R= -B2C: Residencial

-B2B: Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas donde los segmentos de mayor consumo son: Manufactura y Bebidas y alimentos.

- Tamaño del mercado al que va dirigido

R= Del universo de 4.4 millones de usuarios, el mercado de penetración (SOM, por sus siglas en inglés) son los estados de Querétaro, Guanajuato, Michoacán e Hidalgo seleccionando diferentes ciudades con un valor de mercado estimado de 18 MDP.

Tipo de cambio promedio      MX\$      23.50

			Usuarios	\$ Precio unitario promedio de análisis energético.	Dimensión de mercado	Redondeo (MXN)	Redondeo (USD)
TAM (tamaño del mercado)	Valor del mercado de comercios y casa habitación	DAC	427,097	MX\$ 294.00	MX\$ 1,298,132,598	\$1.300 MDP	\$55 MDD
		PDBT	3988320.00				
		Total	4,415,417				
SAM (Mercado al que aplica nuestro servicio)	Usuarios insatisfechos	Cantidad de personas insatisfechas con el servicio de CFE (9.8% de los usuarios)	432,711	MX\$ 294.00	MX\$ 127,216,995	\$127 MDP	5.4MDD
SOM (mercado alcanzable) Qro, Mich, Gto, Hdgo,	Penetración de mercado	Querétaro	6,629	MX\$ 294.00	MX\$ 17,999,535	\$18 MDP	765 KDD
		Guanajuato	21413.9				
		Michoacán	23713.7				
		Hidalgo	9466.4				

**Fuentes de analisis:** Informe Anual CFE 2017 <https://bit.ly/2Uro6r7>  
 Sistema Mexicano de información empresarial (SIE) <https://bit.ly/3dstUrA>  
 Balance nacional de energía 2018 <https://bit.ly/2xzbqFh>  
 Directorio estadístico nacional de unidades econó <https://bit.ly/2WNEx2s>

- Tendencias

R= - **Industria**: El cuidado por el medio ambiente esta orillando a la industria a utilizar fuentes de energía de diversos tipos, las de mayor relevancia serán fotovoltaico y eolica. Se estima que para el año 2050 haya un incremento del 140% de consumo energertico.

- **Inversión**: Con respecto al periodo 2018 -2019 se detono un crecimieto alrededor de 516% de inversión en tecnologías de energía limpia para el hogar y negocios, de acuerdo a un análisis de Bloomberg New Energy Finance.

- **Residencial y MiPyMES**: La educación sobre el uso de la energía a tenido una mayor relevancia en el hogar y los pequeños negocios debido a la nueva economía del confinamiento, ya que SE ha incrementado el consumo de energía, lo que orilla al usuario a gestionar el consumo eléctrico.

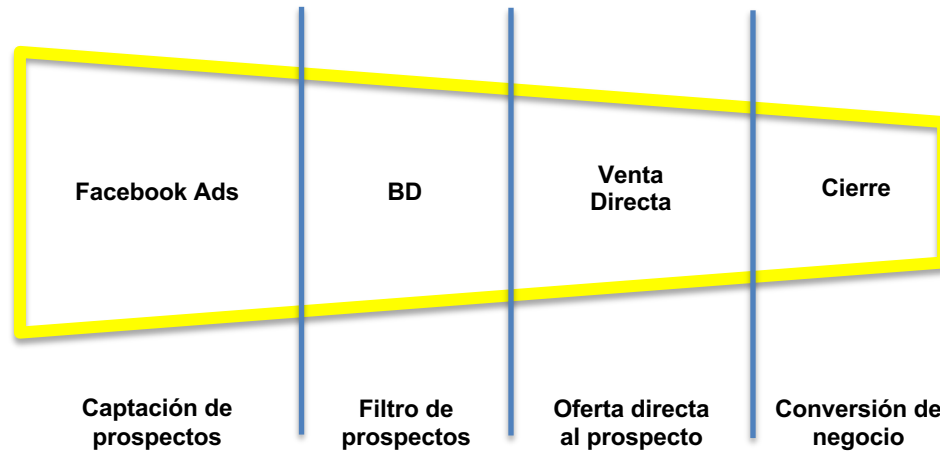
- Competencia ¿la conoce, está identificada?

R= Si. Se indetificarón 6 competidores indirectos: **Velus, acciona, KIN energy, Enerhetika, EfinQro y Zitrone Energy.**

- ¿Cuenta con una estrategia de marketing?

R= Si. La estrategia Go2Market se divide en dos ejes de apoyo: Facebook Ads y Fuerza de ventas. La manera en la que se ejecutaran las campañas en la plataforma de facebook, se configuraran con las siguientes consideraciones: 1. Interacción, este se utiliza para desarrollar comunidad dentro de la fanpage de energi.co; 2. Reproducción, generar la mayor cantidad de impresiones para sensibilizar a los usuarios acerca del servicio; y 3. Clientes potenciales, será util para filtrar mejores prospectos para la oferta del servicio. Se estima que el costo promedio de lead sea de \$120.00.

Para el desarrollo de negocio se propone la siguiente configuración del embudo de ventas:



#### 4.- Descripción comercial

- Ventajas competitivas con las que cuenta el proyecto para penetrar en el nicho de mercado que se pretendes captar.

R= Las ofertas competitivas son:

1. El estudio de desperdicio energético genera una base ahorro.
2. Se brindan tecnicas para mejorar los hábitos de consumo energetico.
3. El proceso de ahorro energetico es incluyente debido a que participa el usuario en la mejora.
4. Mejoras técnicas que requieran intervención de ingeniería.

- ¿Hay proyecciones de ventas para el periodo que considera el proyecto?

R= Si. Las proyecciones se calcularón a un horizonte de 5 años bajo un escenario conservador.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
( + ) VENTAS	\$ 219,233.00	\$ 438,466.00	\$ 570,005.80	\$ 741,007.54	\$ 963,309.80

- ¿Cómo van a vender? Canales.

R= A través de fuerza de ventas, facebook y mailing.

## 5. Descripción técnica

- ¿Tiene claridad de cómo se va a ejecutar el proyecto?

R=Si. Cuentan con una estrategia de salida establecida por objetivos, alcances y líneas de ejecución que se cuatifican por tasas de conversión.

- ¿Cuentas con datos suficientes para evaluar la viabilidad del proyecto?

R= Si. Se tomo en cuenta el potencial del modelo de negocio vs producto, oportunidad de mercado y razones financieras (TIR, IR, PAYBACK y VPN).

- ¿El proyecto se puede escalar o extenderse (potencial de crecimiento)?

R= Si tiene potencial de escalamiento; sin embargo, este depende de robustecer la base de usuario y requiere un marco de validación un poco más de profundo, ya que el modelo de negocio se adaptó a las circunstancias de la pandemia.

- ¿El proyecto es rentable? o ¿Hay datos o información que permitan aventurar la rentabilidad del proyecto?

R= Si. Esto se debe a que no incurre en gastos fijos y el costo por usuario tan elevados.

## 6.- Costos

- ¿Tiene claros sus costos?

R= Si. Estos los tienen segmentados por operación y marketing.

- ¿Cuánto vale su producto o servicio?

R= La lista de precios es la siguiente:

CONCEPTO	Precio del Servicio
Suscripción Residencial Básico	\$ 99.00
Suscripción Residencial Plus	\$ 349.00
Suscripción Comercial Básico	\$ 179.00
Suscripción Comercial Plus	\$ 549.00
Servicio de Cálculo de Recibo de Luz	\$ 70.00
<b>TOTAL</b>	

### Beneficios:

	Residencial básico \$99 (Tarifa 01 y DAC)	Residencial Plus \$349 (Tarifa 01 y DAC)	Comercial básico \$179 (solo PDBT)	Comercial Plus \$549 (Solo PDBT)
Tips quincenales para reducir tu consumo				
Videos mensuales de consejos para reducir tu huella de carbono				
Asesoría para atender dudas				
Descuento para trabajos eléctricos seguimiento de consumo	50% de desc. en mano de obra	100% desc. siempre en mano de obra \$1000 de material anual	50% en mano de obra	100% desc. mano de obra y hasta \$3000 de material anual
Estudio energético anual opcional				
atención a emergencias eléctricas 24/7				
Trámites y gestión contra cualquier imprevisto de CFE				

- Capacidad de producción.

R= No depende de producción.

## 7.- Aspectos financieros

- ¿Tienen valuada la empresa? ¿Cuánto vale?

R= El calculo de valuación se realizo por medio de dos métodos.

Método de flujos de efectivo: VPN 1,155, 266.58.

RENTABILIDAD				
AÑO	INGRESOS	EGRESOS	FLUJO DE EFECTIVO	VPN
0			-\$ 345,732.00	-\$ 345,732.00
1	\$ 219,233.00	\$ 270,360.00	-\$ 51,127.00	-\$ 40,901.60
2	\$ 438,466.00	\$ 283,878.00	\$ 154,588.00	\$ 98,936.32
3	\$ 570,005.80	\$ 298,071.90	\$ 271,933.90	\$ 139,230.16
4	\$ 741,007.54	\$ 318,936.93	\$ 422,070.61	\$ 172,880.12
5	\$ 963,309.80	\$ 341,262.52	\$ 622,047.28	\$ 203,832.45
<b>TOTAL</b>	<b>\$2,932,022.14</b>	<b>\$ 1,512,509.35</b>	<b>\$ 1,419,512.79</b>	<b>\$ 228,245.45</b>

n=	\$ 5.00	<b>VAN</b>	\$1,155,266.58
Tasa de interes	10%	<b>TIR</b>	42%
Inversion Inicial	\$ 345,732.00		

Método tipico del programa: \$1,380,000.00.

Concepto	Valor %	Participación
Inversión	\$345,732.00	100%
<b>Valuación</b>	<b>\$1,402,928.00</b>	<b>25%</b>

## 8.- Marco Legal

- Forma jurídica en la que va a operar la empresa.

R= Persona moral: SA de CV.

- ¿Están constituidos o cuentan con patentes o registros de marca?

R= Si. Servicios energéticos integrales ENEGRI.CO S.A. de C.V. La marca esta en proceso de registro.

## 9.- Riesgos y amenazas del proyecto de negocio

- ¿El emprendedor está consciente y es capaz exponer los riesgos que implica invertir en su proyecto de negocio?

R= Si, pero considero que pueden ampliarse. Los riesgos identificados son: Percepción de servicio bajo de un modelo de suscripción y capacidad de servicio vs crecimiento.

- ¿Hay acciones alternativas o soluciones si alguno de los riesgos se convierte realidad?

R= No. Por el momento no tiene un plan de acción frente al riesgo.

- ¿El proyecto es realista, lógico y convincente?

R= Si, solo este depende de una ejecución correcta y pueda pivotarse el modelo rápidamente.

## 10.- Inversión solicitada.

- ¿A cuánto asciende el capital que solicitarán?

R= El monto es de \$345,732.00



- ¿Para qué será destinado el recurso solicitado?

R=En tres rubros: Marketing y operación

<b>P R E S U P U E S T O</b>						
<b>CONCEPTO</b>		<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>IVA</b>	<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL ANUALIZADO</b>
<b>INVERSION INICIAL</b>	Impresora	1	\$ 2,520.00	\$ 480.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
	Plotter	1	\$ 21,000.00	\$ 4,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
	Herramienta general	3	\$ 5,040.00	\$ 960.00	\$ 6,000.00	\$ 18,000.00
	Multimetro	3	\$ 5,880.00	\$ 1,120.00	\$ 7,000.00	\$ 21,000.00
	Equipo de seguridad	5	\$ 2,310.00	\$ 440.00	\$ 2,750.00	\$ 13,750.00
	Analizador de linea	1	\$ 12,600.00	\$ 2,400.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00
<b>COSTOS VARIABLES</b>	Papeleria	-	\$ 630.00	\$ 120.00	\$ 750.00	\$ 9,000.00
	Gasolina	30	\$ 15.96	\$ 3.04	\$ 19.00	\$ 27,360.00
<b>COSTOS FIJOS</b>	Sueldos	3	\$ 2,520.00	\$ 480.00	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00
	Marketing	-	\$ 8,400.00	\$ 1,600.00	\$ 10,000.00	\$ 120,000.00
					<b>TOTAL</b>	<b>\$ 288,110.00</b>
Soporte variable		20%				<b>\$ 345,732.00</b>

- ¿Cuentan con capital? ¿Cuanto?

R= Se hizo una inversión inicial de 55,850. Y se tiene un disponible de \$12,000.00.

- ¿Es un proyecto que con la inversión comenzará a operar o es un proyecto que ya se encuentra operando?

R= Ya se encuentra operando.

- Si tú fueras el inversionista, ¿invertirías en el proyecto?

R= Si pero con un porcentaje de participación mayor al 20%. Entre las características que hacen atractiva la propuesta es el equipo, tendencia del mercado y modelo de negocio.