

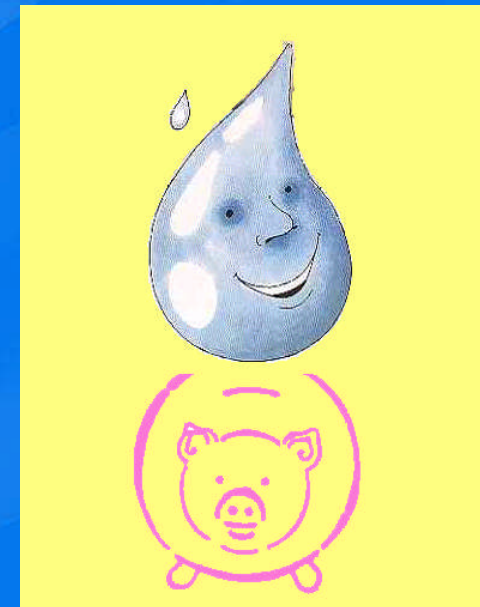
aquasaving

Definición Detallada del Proyecto: RESUMEN EJECUTIVO

Curso superior de Inteligencia de Negocio
Entregable 1: 25 de mayo de 2007

Nombre de los participantes:

- Susana Matoses
- Alfonso García
- David Moral
- Francisco Gea
- Silvia Gómez





***aquasaving** nace del compromiso social con el medio ambiente*

***aquasaving** ofrece a los ciudadanos la oportunidad de unirse a un consumo responsable de un bien escaso como es el agua*

***aquasaving** premia a los ahorradores ofreciéndoles un beneficio mayor*



***aquasaving** nace del compromiso social con el medio ambiente*

***aquasaving** ofrece a los ciudadanos la oportunidad de unirse a un consumo responsable de un bien escaso como es el agua*

***aquasaving** premia a los ahorradores ofreciéndoles un beneficio mayor*

Índice

- 1. Problema de Negocio**
- 2. Solución al Problema**
- 3. ¿Cómo alcanzar la Solución?**
- 4. Próximos Pasos**



Actualmente, el sector del agua y las entidades financieras especializadas en financiación se plantean sendos problemas



Sector del Agua	Problema de negocio	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Disminución progresiva de las reservas de agua disponible en los embalses debido la reducción del número e intensidad de las precipitaciones (efecto de calentamiento del planeta) y el aumento de la temperatura global ➤ Creciente demanda de agua por parte de los consumidores
	Consecuencias	<ul style="list-style-type: none"> ➤ LEVANTINA DE AGUAS, S.A. (empresa del sector) se da cuenta de que tiene un gran problema de negocio: si no hace nada para evitarlo, en el plazo de unos años será incapaz de satisfacer la demanda de los consumidores en cuanto a sus necesidades de agua
Entidades de Financiación	Problema de negocio	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se trata de entidades que ofrecen créditos con gran agilidad ➤ Creciente demanda de este tipo de entidades y del número de préstamos/créditos concedidos en los últimos 5 años en España ➤ Posicionamiento claro en financiación, los consumidores no confían en estas entidades como depositarias de sus ahorros
	Consecuencias	<ul style="list-style-type: none"> ➤ AquaBank entró en el mercado financiero español hace 3 años como proveedor de servicios de financiación: especialmente préstamos al consumo para clientes particulares y tarjetas revolving ➤ Con la creciente competencia en este tipo de servicios por parte de entidades rivales más estabilizadas en el mercado, AquaBank se da cuenta de que no tiene un balance equilibrado y está asumiendo demasiado riesgo. Por tanto, requiere lanzar una gama de productos de pasivo que le permita equilibrar su balance y reducir el riesgo, compensando el dinero prestado y el dinero custodiado ➤ Sin embargo, AquaBank no sabe cómo conseguir clientes que le contraten productos de pasivo para equilibrar su balance, ya que su imagen de Banco de Financiación está muy arraigada y no consigue captar clientes de dicho perfil

Conocido el problema, el siguiente paso es conocer mejor cada entidad

Índice

1. Problema de Negocio

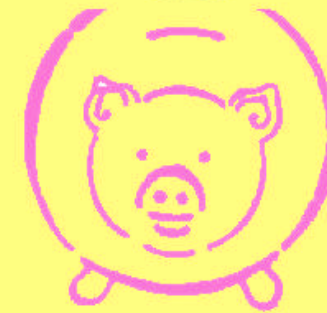
1. Levantina de Aguas

2. AquaBank

2. Solución al Problema

3. ¿Cómo alcanzar la Solución?

4. Próximos Pasos





Aproximación al problema de negocio: Contextualización

Análisis del Sector

- **Entorno Socio-Político:**
 - Directiva 2000/60/CE del Parlamento Europeo y del Consejo
 - Programa A.G.U.A. del Ministerio de Medio Ambiente (Actuaciones para la Gestión y la Utilización del Agua), 2004-2008
- **Entorno Competitivo:**
 - El agua no es un bien comercial
 - El Ministerio de Medio Ambiente y las Comunidades Autónomas otorgan las concesiones para la Gestión del Ciclo Integral del Agua en los municipios
- **Productos Sustitutivos:**
 - Aguas residuales y recicladas
 - Potenciar su uso en actividades de regadío no destinadas a producción agrícola: jardines, campos de golf...
- **Principales Clientes:**
 - Hogares
 - Sector Agrario
 - Sector Industrial
 - Uso turístico

Tendencias de Consumo

- **Incremento de uso para Sector Agrario:**
 - Aumento superficies de cultivo
 - Tendencia a sustitución de riego por aspersión hacia técnicas de goteo (más eficientes).
- **Sector industrial:**
 - Sigue al uso agrario la industria química.
- **Sector Turístico:**
 - Proliferación de campos de Golf en el área Levantina.
 - 1 campo <> 12.000 habitantes
- **Consumo Doméstico**
 - Incremento asociado al aumento de población.
 - Hábitos de consumo cambiantes:
 - Piscinas privadas
 - Jardines particulares
 - Higiene
 - Electrodomésticos:
 - Carencia en ciertos sectores sociales
 - Uso de modelos tipo A+ no generalizado

Sostenibilidad: Capacidad de Suministro

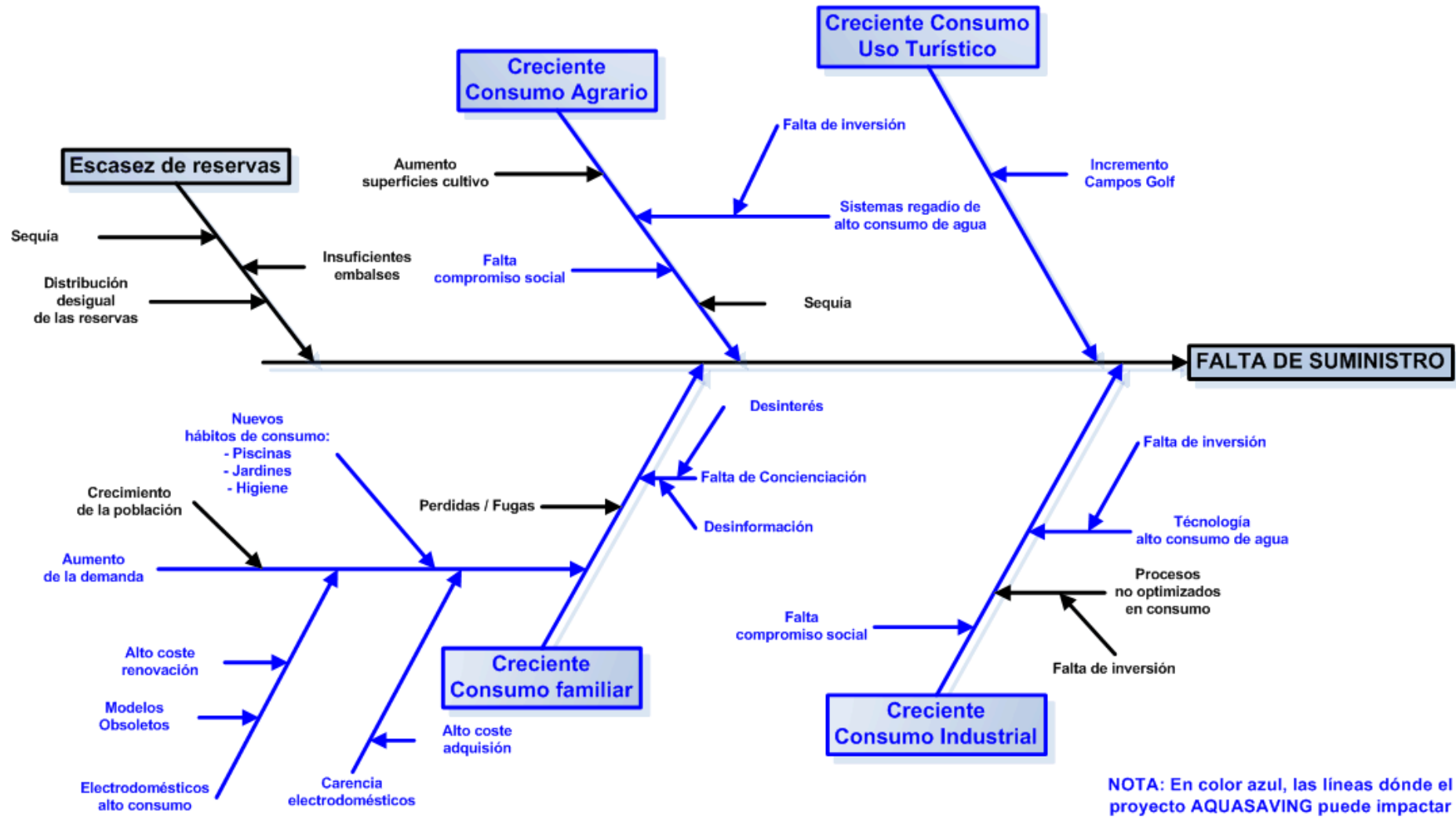
- **Fomentar la implantación de tecnologías eficientes**
- **Uso de productos sustitutivos cuando sea posible**
- **Facilitar la renovación del parque de electrodomésticos**
- **Concienciación: uso responsable del agua**

OBJETIVO

Incentivar el Ahorro de Agua



Análisis Causa-Efecto: FALTA DE SUMINISTRO



Índice

1. Problema de Negocio

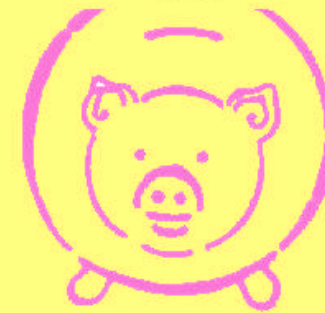
1. Levantina de Aguas

2. AquaBank

2. Solución al Problema

3. ¿Cómo alcanzar la Solución?

4. Próximos Pasos





Aproximación al problema de negocio: Contextualización

Análisis del Sector Financiero

- **Evolución de las entidades financieras:**
 - Dos importantes grupos de Entidades Financieras:
 - Cajas:** enfocadas a productos de pasivo y clientes particulares.
 - Bancos:** enfocados a productos de activo y empresas.
 - Esta diferencia ha desaparecido de tal forma que ambas ofrecen todo tipo de productos y están orientadas a cualquier segmento de cliente
- **Evolución del mercado financiero:**
 - La evolución de los tipos de interés ha favorecido el incremento de lo financiado por los establecimientos financieros de crédito
 - Esta tendencia ha cambiado en 2005 y actualmente están aumentando lo que está repercutiendo en las amortizaciones de los préstamos
 - Ante el elevado volumen de créditos contratados, algunos organismos como BE y FMI han advertido del impacto de una desaceleración económica

Análisis de la competencia

- **Principales entidades financieras:**
 - Las financieras Hispamer y Finanzia encabezan la lista de mayores ingresos, aunque también es importante la financiera El Corte Inglés
- **Evolución Número de Entidades:**
 - Mientras las entidades de crédito han disminuido en los últimos 20 años, las Cajas y Bancos (que ofrecen todo tipo de productos) se han mantenido.
 - Las entidades de crédito que se han mantenido han sido aquellas que tienen detrás un gran grupo industrial o financiero.
- **Posicionamiento entidades financieras**
 - La banca se da cuenta del filón por explotar préstamos de consumo y se alían con grandes cadenas de distribución para ofrecerlos a sus clientes.
 - Otra vía de crecimiento, han sido los acuerdos con diversas empresas de servicios para emitir las llamadas tarjetas de afinidad que ofrecen programas de puntos.

Diferenciación

- **Para poder competir con las cajas y bancos, AquaBank se centrará en ofrecer las mejores condiciones tanto en productos de activo como de pasivo para los clientes de segmentos como Industria, Turismo, Agricultura, además de particulares.**

OBJETIVO

Aumentar el pasivo en AquaBank



El reto de AquaBank: Líneas de actuación

- Viendo la evolución histórica del mercado financiero en España actual y analizando tanto la evolución actual del mercado como la evolución de la competencia dentro del sector, AquaBank necesita:
 - **Incrementar la comercialización de productos de pasivo:** de esta forma podrá equilibrar su balance y disminuir el riesgo.
 - **Incrementar el número de clientes:** lo que le permitirá aumentar el volumen de negocio
 - **Diversificar los segmentos de clientes objetivo:** le permitirá centrarse en un grupo de segmentos muy concretos de forma que pueda proporcionar un mejor servicio a sus clientes lo que será un factor diferenciador con su competencia.

Índice

1. Problema de Negocio
2. Solución al Problema
3. ¿Cómo alcanzar la Solución?
4. Próximos Pasos



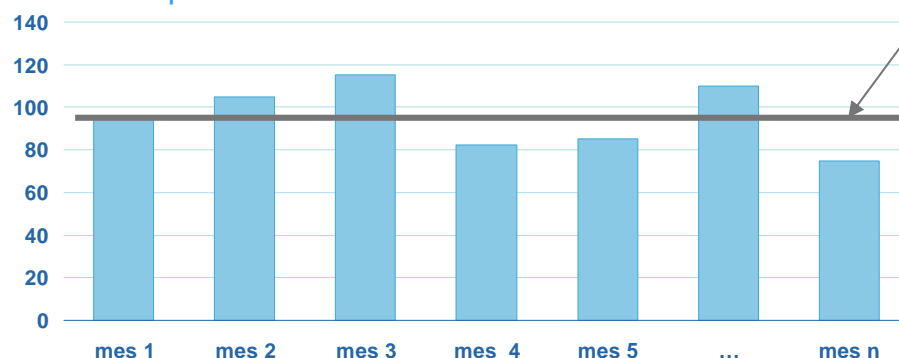
aquasaving nace con la misión de resolver sendos Problemas de Negocio planteados



Solución a los 2 problemas de negocio planteados

- **Alianza entre la LEVANTINA DE AGUAS, S.A y AquaBank → Proyecto aquasaving**
- LEVANTINA DE AGUAS, S.A desarrolla un **Plan de Fidelización** de sus clientes consumidores de manera que en función de la cuota media de consumo de cada uno con respecto al año anterior (les mantiene el precio, por lo que para los consumidores es más barato, ya que no contempla la subida del IPC), por cada euro que el consumidor ahorre en agua, la LEVANTINA DE AGUAS, S.A lo invierte en AquaBank en un producto de pasivo de alta rentabilidad, cuyos intereses son para el cliente ahorrador de agua. Por los servicios prestados y conseguirle nuevos clientes, AquaBank paga a la LEVANTINA DE AGUAS, S.A una comisión de servicio
- Aunque el público objetivo principal son los grandes consumidores de agua (agricultores, campos de golf, tintorerías, piscinas,...), AquaBank buscará la colaboración de una tercera Empresa C, de electrodomésticos ecológicos de bajo consumo de agua, ofreciendo condiciones ventajosas de financiación por la compra de dichos electrodomésticos. De esta forma también se hace atractivo el producto para los hogares

Ejemplo de evolución del consumo de un determinado perfil de cliente en los últimos meses



95 € de media al mes

La LEVANTINA DE AGUAS, S.A establecerá para cada consumidor una cuota fija al mes en función de su consumo medio de los meses anteriores (segmentación para identificar perfiles de consumo). Cada euro que el consumidor ahorre en agua por reducción de su consumo, será invertido en AquaBank en un producto de pasivo de alta rentabilidad. Los intereses de la inversión van destinados al cliente final



Resumen de beneficios obtenidos

Beneficios obtenidos

➤ Para los consumidores

- Rentabilidad de los productos de pasivo y condiciones de financiación

➤ Para LEVANTINA DE AGUAS

- Ser capaz de satisfacer la demanda de agua de los consumidores
- Conseguir aumentar el grado de fidelidad y nivel de satisfacción de sus clientes
- Cierta rentabilidad del ahorro

➤ Para AquaBank

- Equilibrar su balance y mayor rentabilidad
- AquaBank ofrecerá a los clientes de LEVANTINA DE AGUAS diferentes opciones en forma de productos de pasivo, para que depositen el dinero que vayan ahorrando en el consumo de agua. De esta forma incrementará la comercialización de sus productos de pasivo
- Captación de nuevos clientes
- Identificación de unidades familiares a las que ofrecer más productos de su catálogo comercial (tarjetas de crédito, préstamos, etc. Identificación de cestas óptimas de productos por perfil). Imagen de responsabilidad social corporativa
- Dado que Levantina de Aguas da servicio a clientes particulares, industrias, sector turístico, etc.. AquaBank conseguirá un abanico de clientes más amplio pero que al mismo tiempo le permitirá centrarse en unos segmentos determinados de forma que le permita darles un buen servicio y le proporcione un crecimiento controlado
- El acuerdo con la empresa de electrodomésticos le asegurará la comercialización de sus productos de activo, lo que le permitirá dedicar mayor parte de su esfuerzo comercial al desarrollo y comercialización de los productos de pasivo

➤ Para una tercera Empresa C, distribuidora de electrodomésticos ecológicos de bajo consumo de agua

- Obtener un nuevo canal de venta a coste cero

Índice

1. Problema de Negocio
2. Solución al Problema
3. ¿Cómo alcanzar la Solución?
4. Próximos Pasos





Plan de acción - Plan estratégico de Fidelización de Clientes



Índice

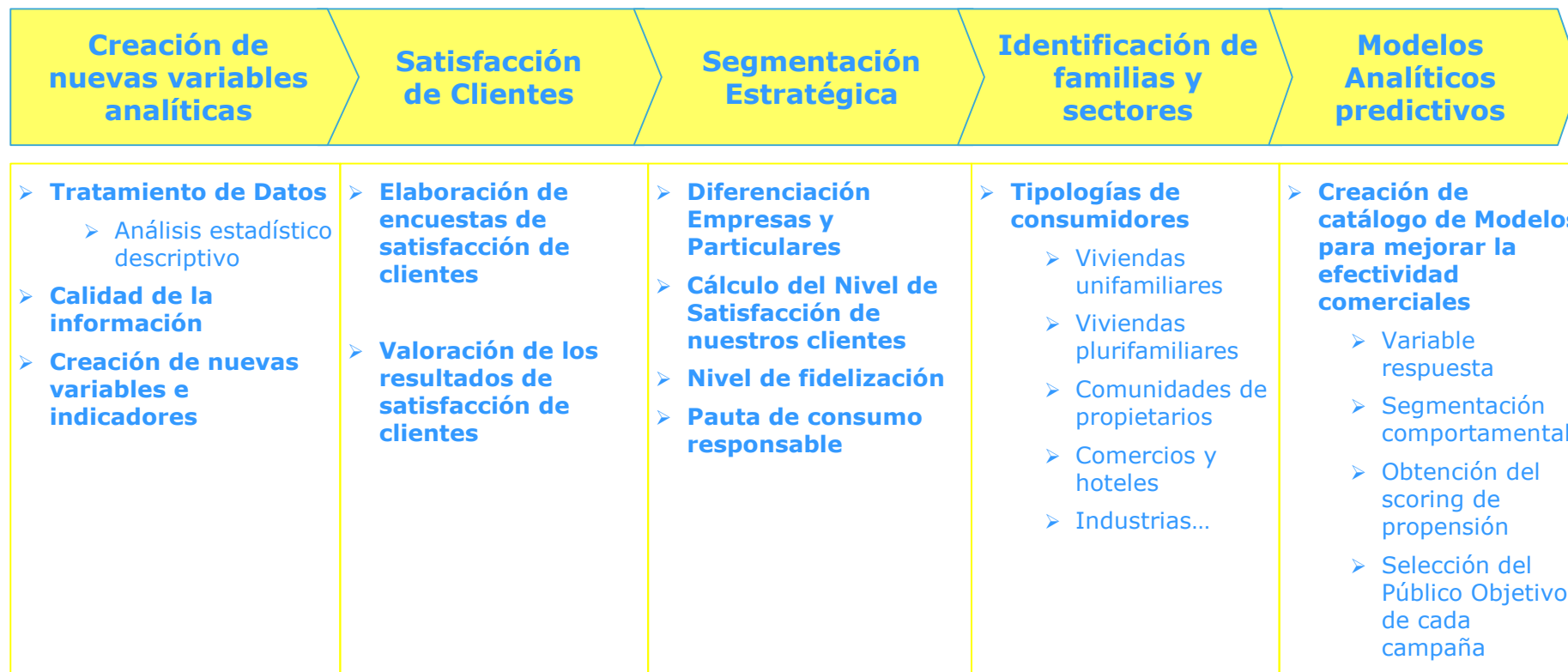
1. Problema de Negocio
2. Solución al Problema
3. **¿Cómo alcanzar la Solución?**
 1. **Análisis Inductivo**
 2. Acciones Comerciales
 3. Cuadro de Mando
4. Próximos Pasos





Analítica de Clientes: aquasaving

Levantina de Aguas



AquaBank

Índice

1. Problema de Negocio
2. Solución al Problema
3. **¿Cómo alcanzar la Solución?**
 1. Análisis Inductivo
 2. **Acciones Comerciales**
 3. Cuadro de Mando
4. Próximos Pasos



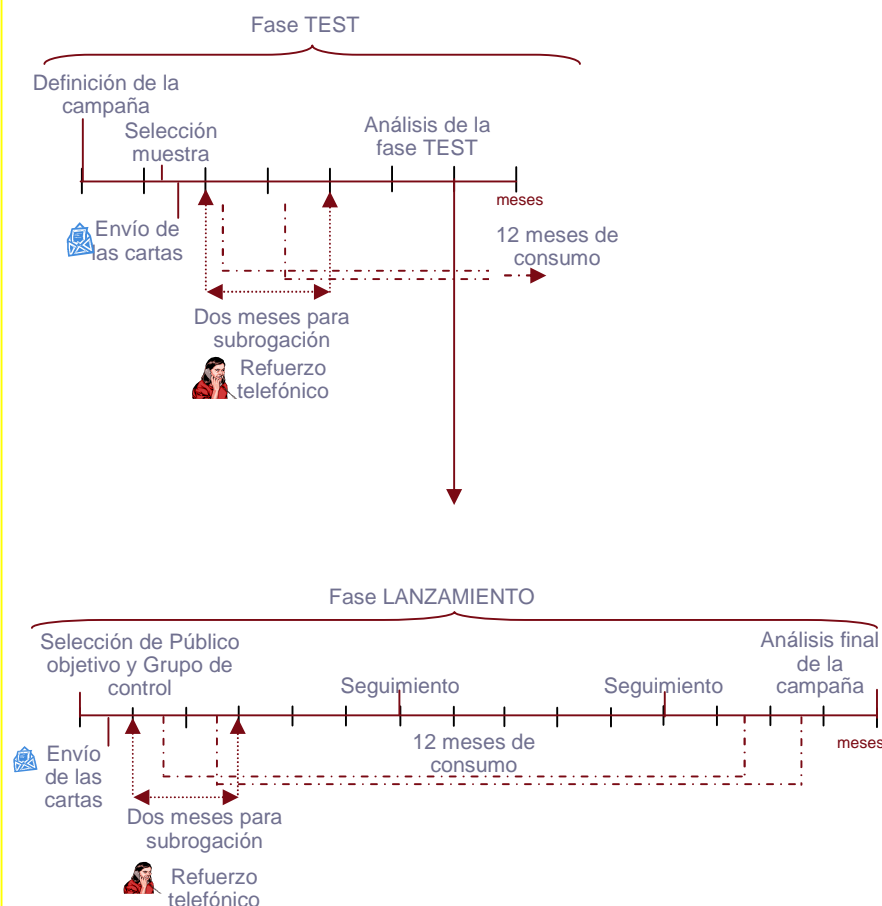


Resumen ejecutivo: Acciones comerciales

Definición

- Descripción: LEVANTINA DE AGUAS oferta a sus clientes la posibilidad de subrogarse a un fondo de inversión de AquaBank con el dinero que cueste el agua que sean capaces de ahorrar. Para ello deberán simplemente domiciliar su recibo en dicho banco. AquaBank pagará a LEVANTINA DE AGUAS una comisión por cliente captado
- Objetivo LEVANTINA DE AGUAS
 - Asegurar el suministro futuro
- Objetivo AquaBank
 - Aumento del pasivo
- Formato: envío de una carta y refuerzo telefónico
- Selección:
 - Segmentación comportamental
 - Modelo de propensión
 - Selección del PO y GC

Lanzamiento



Seguimiento

Fase TEST

- Clientes subrogados
- Productos por el que han solicitado un préstamo los clientes. Estudio de los perfiles por afinidad.

Fase LANZAMIENTO

LEVANTINA DE AGUAS

- Clientes subrogados al plan
- **Ahorro de agua producido**
- Rentabilidad de la campaña

AquaBank

- Número de clientes captados por el banco
- **Aumento del pasivo**
- Prestamos concedidos
- Rentabilidad de la campaña

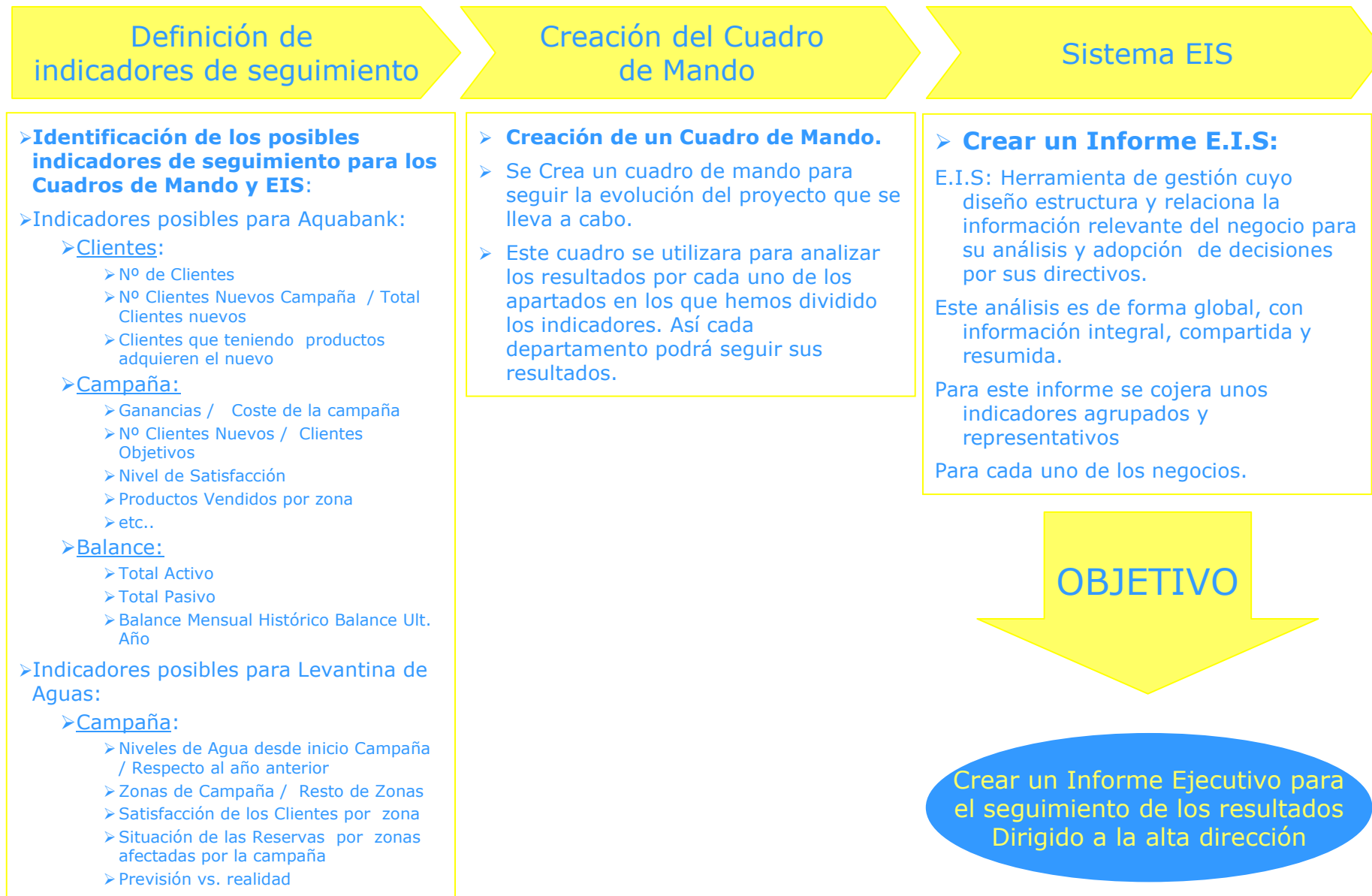
Índice

1. Problema de Negocio
2. Solución al Problema
3. ¿Cómo alcanzar la Solución?
 1. Análisis Inductivo
 2. Acciones Comerciales
 3. Cuadro de Mando
4. Próximos Pasos





Plan de Acción – Plan estratégico : Cuadro de Mando (E.I.S)



Índice

1. Problema de Negocio
2. Solución al Problema
3. ¿Cómo alcanzar la Solución?
4. Próximos Pasos





Los siguientes pasos del Plan de Fidelización de aquasaving son:

- **Análisis Inductivo y Generación de la Lista**
 - Conclusiones del Análisis Inductivo
 - Modelo Analítico de Data-Mining
 - Lista con el Público Objetivo de las campañas del Plan de Fidelización

- **Definición de las campañas del Plan de Fidelización**
 - Definición de las campañas del Plan de Fidelización
 - Plan de Marketing

- **Conclusiones finales**
 - Documento final con las conclusiones del resultado del Plan de Fidelización



***aquasaving** nace del compromiso social con el medio ambiente*

***aquasaving** ofrece a los ciudadanos la oportunidad de unirse a un consumo responsable de un bien escaso como es el agua*

***aquasaving** premia a los ahorradores ofreciéndoles un beneficio mayor*