

Socios Clave



Quiénes son nuestros socios clave? Quiénes son nuestros proveedores clave?
Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?
Que actividades realizan nuestros socios clave?

motivaciones para realizar alianzas:
Optimización y economía Reducir riesgo e incertidumbre
Adquisición de recursos y actividades particulares

Actividades Clave



- **DIFUSION DE NUESTRA PROPUESTA DE VALOR**
- **GENERAR VINCULOS CON LOS PROVEEDORES**
- **RELACION DIRECTA CON LOS COMERCIOS DE PROXIMIDAD (almacenes de barrio)**
- **GENERAR UN CAMBIO CULTURAL**
- **DISEÑAR Y FABRICAR UNA MAQUINA DISPENSADORA**

Recursos Clave



Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?
nuestros canales?
nuestras relaciones con los clientes?
nuestras fuentes de ingreso?

tipos de recursos
Físicos
Intelectuales (Marcas, patentes, derechos de autor, datos)
Humanos
Financieros

Propuesta de Valor



- **PRECIO REAL Y JUSTO**
- **RETORNABILIDAD DEL ENVASE**
- **ELIMINACION DEL PACKAGING DESECHABLE**
- **REDUCCION DE LA CONTAMINACION AMBIENTAL**
- **MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS ALMACENES DE BARRIO**
- **RESALTAR EL PARADIGMA DE INNOVACION SOCIAL**
- **COMPRAR EL PRODUCTO Y NO EL DESECHO**
- **SOLUCIONAR UN PROBLEMA SOCIAL Y AMBIENTAL DE MANERA RENTBLE**

Relación con Clientes



Que tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes?
Que relaciones hemos establecido?
Cuan costosas son?
Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

ejemplos:
Asistencia Personal Asistencia Personal Dedicada Auto Servicio Servicios Automatizados Comunidades

Canales

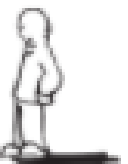


A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?
Como los estamos alcanzando ahora? Como estan integrados nuestros canales? Cuales Funcionan Mejor?
Cuales son los mas rentables?
Como podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?

fases del canal:

1. Clarificar conciencia
Como creamos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía?
2. Evaluación
Como ayudamos a que nuestros clientes evalúen nuestra propuesta de valor?
3. Compra
Como podemos permitir que nuestros clientes compren productos o servicios específicos?
4. Entrega
Como podemos servir a los clientes?
5. Post Venta
Como estamos entregando la propuesta de valor a los clientes?

Segmentos De Clientes



- **FAMILIAS Y PERSONAS EN GENERAL ,PRINCIPALMENTE A LAS QUE NO TIENEN LA LIQUIDEZ DIARIA PARA HACER FRENTE A TALES COMPRAS**
- **COMERCIOS DE PROXIMIDAD**

Estructura De Costos

Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?
Cuales recursos clave son los mas costosos? Cuales actividades clave son las mas costosas?

Su negocio es mas:
Enfocado al costo/estructura de costo conservadora, propuesta de valor de bajo costo, máxima automatización, mucho outsourcing/ Enfocado al valor/
Enfocado a la creación de valor, Proposiciones de valor premium

Ejemplo de características:
Costos fijos (Salarios, rentas, Utilidades) Costos Variables
Economías de escala Economías de alcance

Fuente De Ingresos



- **VENTA DIRECTA AL CONSUMIDOR A TRAVES DE UN LOCAL PROPIO**
- **DISTRIBUCION Y VENTA A TRAVES DE COMERCIOS DE PROXIMIDAD**