

## 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?

fase del canal:

1. Crear 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**