



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 riesgos e ineficiencias
 Adquisición de recursos y actividades particulares

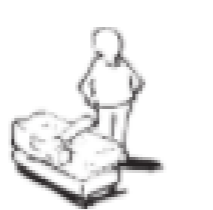


Actividades Clave

Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?

- Fabricación,distribución,venta,marketing digital
- Nuestros canales?
- Redes sociales,convocando y haciendo difusión.
- Nuestras relaciones con los clientes?
- A través de redes sociales,instagram y facebook.
- Nuestras fuentes de ingresos?
- Publicidad y ventas

categorias
 Producción
 Solución de problemas
 Plataforma / Red



Propuesta de Valor

Que valor estamos entregando a los clientes?
 Utilizar un elemento que le permite transportar cosas sin generar residuos de polietileno.

- Cual problema estamos ayudando a resolver?
- A la no generación de residuos de polietileno
- Cual necesidad estamos satisfaciendo?
- La necesidad de utilizar envoltorios
- Que paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?
- El producto lo segmentaríamos en una bolsa grande de compras, acompañada de dos medianas para verduras y frutas.
- Para clientes en otras localidades se exige la compra de 50 pack.

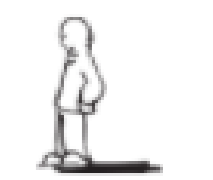
Novedad
 Desempeño
 Personalización
 "Ayuda a hacer el trabajo"
 Diseño
 Marca/Status
 Precio
 Reducción de Costos
 Reducción de Riesgos
 Accesibilidad / Conveniencia / Usabilidad



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



Segmentos De Clientes

Para quién estamos creando valor?
 -La comunidad y las empresas que colocan su publicidad,dandole un valor de compromiso social y ambiental a su empresa.

Quiénes son nuestros clientes mas importantes?
 - Los comercios medianos y pequeños

Mercado masivo Nichos de mercado Segmentado Diversificado Plataforma múltiple

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



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. Crear conciencia
 Como generar 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 con el proveedor servicio con valor
 Como estamos entregando la propuesta de valor a los clientes?
 5. Post Venta



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 costos conservadora, propuesta de valor de bajo costo, máxima automatización, mucho outsourcing) Enfocado al valor/
 Enfocado a la creación de valor, Proposiciones de valor premium)

Fuente De Ingresos

Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?
 -Por el valor social y ambiental
 Actualmente por que se paga?
 -Se paga solo la función
 Como están pagando?
 -Segun la calidad del producto
 Como prefieren pagar?
 -Efectivo,mercado pago,debito.
 Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?
 - La publicidad aporta un 35% aprox y la venta del producto 65%

tipos: Precios fijo Precios dinámicos

