

## 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



Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?  
 Nuestros canales?  
 Nuestras relaciones con los clientes?  
 Nuestras fuentes de ingresos?

categorías  
 Producción  
 Solución de problemas  
 Plataformas / Red

**Etapa 1:**  
 Preparación de material de enseñanza digital  
 Asociación de instructores o capacitadores  
 Asociarse con empresas proveedoras  
 Difusión del proyecto  
 Construir una plataforma web para cursos y e-commerce  
 Asesorarse legalmente para determinar la personería jurídica correspondiente (SAS)

**Etapa 2**  
 Disponer de un espacio físico para exponer productos y dar capacitaciones presenciales.  
 Abastecimiento de productos.

## 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



Que valor estamos entregando a los clientes?  
 Cual problema estamos ayudando a resolver?  
 Cual necesidad estamos satisfaciendo?  
 Que paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

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

Generar un espacio de integración socio comunitario basado en la transferencia de conocimiento y realización actividades recreativas de forma gratuita e independientes de entidades publicas.

Se enseña el auto-cultivo de hortalizas en espacio reducido, con lo cual:

Mejora la calidad alimenticia. (obesidad, alergias)

Fomenta el cuidado medioambiental

Reduce el costo de alimentación

Impulsa el intercambio de ideas entre los participantes

Establece un contacto con la naturaleza

## 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 Automatizado Comunidades

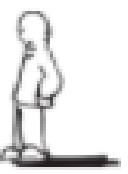
## Canales



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?

etapas del canal:  
 1. Crear conciencia  
 Como creamos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía?  
 2. Evaluación  
 Como sabemos si que nuestros clientes reciben nuestra propuesta de valor?  
 3. Compra  
 Como podemos permitir que nuestros clientes compren productos o servicios específicos?  
 4. Entrega Como proveemos servicio Post venta?  
 Como sabemos entregando la propuesta de valor a los clientes?  
 5. Post Venta

## Segmentos De Clientes



Para quién estamos creando valor?  
 Quiénes son nuestros clientes mas importantes?

Mercado masivo Nichos de mercado Segmentado Diversificado Plataforma múltiple

Personas interesadas en el cuidado medioambiental o la buena alimentación.

El estado quien contrata para realizar los talleres con empleados o en escuelas

Empresas y entidades privadas que contratan como parte de planes de fomento de integración de sus empleados.

## 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

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

## Fuente De Ingresos



Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?  
 Actualmente por que se paga?  
 Como están pagando?  
 Como prefieren pagar?  
 Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

tipos:  
 Venta de activo  
 Cargo por uso  
 Cargo por suscripción  
 Cargo de comestaje  
 Publicidad  
 Precios fijos  
 Lista de precios  
 Según características  
 Dependiendo del segmento  
 Dependiendo del volumen  
 Precios dinámicos  
 Negociación  
 Gestión del rendimiento  
 Mercado en tiempo real / Prestamo/Alquiler/Arrendamiento  
 Subastas Licenciamiento

Venta de productos  
 Auspicio de marcas de productos utilizados en los talleres  
 Cuota de membresía  
 Talleres contratados por el estado o entidades privadas  
 Consultorías a particulares