

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 economías Reducir
Riesgos e incertidumbre
Adquisición de recursos y actividades particulares



Actividades Clave

Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?

Buscar financiamiento

Reciclado de plástico obteniendo la materia prima para la fabricación de productos.

Diseños de productos y procesos

Nuestros canales?

Nuestros canales de distribución transportistas general y propios

Nuestras relaciones con los clientes?

De venta directa o negociacion de convenios.

En una primera etapa apuntamos a privados como pymes y laboratorios y luego de obtener un respaldo economico podriamos apuntar a entidades estatales en donde si bien serian grandes proyectos como barrios o escuelas contruidas con materiales ecologicos y sustentables, estos se pagarian con otra flexibilidad.

Nuestras fuentes de ingresos?

Venta de productos y convenios, como asi tambien por proyecto a generar como en el caso de barrios ecologicos,

categorias
Producción
Solución de problemas
Plataforma / Red



Propuesta de Valor

Que valor estamos entregando a los cliente?

Reutilización de residuos plásticos para generar productos comerciables, es decir que serian productos ecologicos sostenibles con innovación tecnologica de abastecimiento continuo. Estos serian realizados por personas reincorporadas al mercado laboral.

Cual problema estamos ayudando a resolver?

La contaminación que genera el plástico en el medioambiente y el alto porcentaje de desempleo.

Ampliar la producción regional.

Productos mas económicos, accesibles con logística sostenible de menores costos.

Cual necesidad estamos satisfaciendo?

Limpiar el medioambiente

Inserción laboral

Activar la economía

Productos regionales abaratando costos de logística acceso rapido, atendiendo a la necesidad de abastecimiento inmediato de producto ofreciendo una opción ecológica y sustentable.

Que paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

Cañerías de agua y Productos para electricidad domiciliaria.

Envases para sanitizantes y derivados para laboratorios.

Los tres productos son comercializables a grandes empresas como laboratorios.

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?

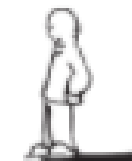
Para la población ciudadana en general.

Quiénes son nuestros clientes mas importantes?

Empresas de agua y energía, constructoras, entidades públicas, laboratorios, pequeñas pymes que no tengan alcance a grandes proveedores que le ofrezcan las cantidades que realmente les son útil en cada inversión.

Ejemplo de futuros clientes: SERQUIM S.A, L´OVAL S.A, Laboratorio Fotonature S.R.L, Polietilenos Argentinos.

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?

Etapas del canal:
1. Crear conciencia
Como podemos convencer 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 proveemos servicio Post venta?
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:
Eficaz al costo (estructura de costos conservadora, propuesta de valor de bajo costo, máxima automatización, mucho outsourcing) Eficaz 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



Fuente De Ingresos

La venta de productos realizados con material reciclado.

Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?

Por un producto de calidad, ecológico, sustentable, de abastecimiento seguro y económico.

Actualmente por que se paga?

Actualmente se pagan por productos convencionales

Como están pagando?

Como prefieren pagar?

Las entidades estatales pagan a largo plazo y los privados los plazos son mas cortos lo que permiten en un primer momento del proyecto obtener

Un respaldo económico mas inmediato.

Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

Los ingresos por proyectos pueden ser amplios con ganancias que permiten invertir en la empresa.

Los ingresos inmediatos aportan para solventar los gastos y obtener ganancias inmediatas.

tipos:
Venta de activo
Cargo por uso
Prestación de servicios
Precios fijos
Lista de precios
Según características
Planificación del crecimiento
Precios dinámicos
Negociación
Gestión del rendimiento
Facturación en tiempo real

