

Socios clave



¿quiénes son nuestros socios clave?
 ¿quiénes son nuestros suministradores clave?
 ¿qué recursos clave vamos a adquirir de nuestros socios?
 ¿qué actividades clave realizan los socios?

motivaciones para socios:
 diferenciación por precios,
 reducción de riesgos e incertidumbre,
 reducción de costos y aumento de la productividad

Actividades clave



¿qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
 ¿nuestros canales de distribución?
 ¿nuestras relaciones con clientes?
 ¿nuestras fuentes de ingresos?

categorías:
 producción,
 resolución de problemas,
 planificación y control

Creación de una plataforma virtual
Realizar una difusión para contactar demandantes y oferentes
Establecer las reglas de intercambio

Propuestas de valor



¿qué valor entregamos al cliente?
 ¿cuál de los problemas de nuestro cliente vamos a ayudarle a resolver?
 ¿qué paquetes de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de cliente?
 ¿qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo?

características:

Se resuelve la disposición segura de los residuos reciclables domiciliarios con un acopiador local disponible en tiempo y forma a cambio de productos, descuentos, servicios.
 El producto es una plataforma para que cada hogar pueda elegir un reciclador destinatario para intercambiar los residuos separados en origen por algo de su interés.

Relaciones con clientes



¿qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de cliente?
 ¿cuáles hemos establecido?
 ¿cómo están integrados con el resto de nuestro modelo de negocio?
 ¿cuál es el resultado?

ejemplos:

relaciones personalizadas
 canales de comunicación directos
 atención al cliente
 programas de fidelización
 programas de descuentos
 programas de recompensas
 programas de fidelización
 programas de fidelización

Segmentos de cliente



¿para quién estamos creando valor?
 ¿quiénes son nuestros clientes más importantes?

mercado de masas
 mercado de nicho
 segmentado
 diferenciado
 plataforma multiusuario

Para la comunidad, las familias, emprendedores del acopio, e industrias del sector.
Serán segmentados los acopiadores por material.

Recursos clave



¿qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?
 ¿nuestros canales de distribución? ¿relaciones con clientes?
 ¿fuentes de ingresos?

Tipos de recursos:

financios
 humanos
 tecnológicos
 físicos
 legales
 intelectuales
 naturales
 financieros

Canales



¿a través de qué canales quieren ser contactados nuestros segmentos de cliente?
 ¿cómo los contactamos ahora?
 ¿cómo están integrados nuestros canales?
 ¿cuáles funcionan mejor?
 ¿cuáles son más eficientes en costos?
 ¿cómo los integramos con las rutinas de cliente?

fases del canal:

1. Conciencia
 2. Interés
 3. Consideración
 4. Evaluación
 5. Compra
 6. Post-compra
- ¿cómo integramos los canales de distribución de nuestros segmentos de cliente?
 ¿cómo están integrados nuestros canales?
 ¿cuáles funcionan mejor?
 ¿cuáles son más eficientes en costos?
 ¿cómo los integramos con las rutinas de cliente?

Estructura de costes

¿cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?
 ¿qué recursos clave son los más caros?
 ¿qué actividades clave son las más caras?

es tu negocio más:

basado en costos
 basado en precios
 basado en el espacio publicitario
 basado en el espacio publicitario
 basado en el espacio publicitario
 basado en el espacio publicitario

características de ejemplo:

precio de venta
 precio de costo
 precio de adquisición
 precio de producción
 precio de distribución



Fuentes de ingresos

¿para qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes?
 ¿para qué pagan actualmente?
 ¿cómo están pagando ahora?
 ¿cómo prefieren pagar?
 ¿cómo contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos totales?

tipos:

venta de bienes
 ingresos por servicios
 ingresos por licencias
 ingresos por regalías
 ingresos por publicidad
 ingresos por comisiones
 ingresos por intereses
 ingresos por regalías
 ingresos por regalías

precio fijo:

precio de venta
 precio de costo
 precio de adquisición
 precio de producción
 precio de distribución

Actualmente pierden el valor de los materiales reciclados, es el valor de lo que pagan. Más allá de los costos ambientales.

La fuente de ingresos es el precio de acceder a la información subida por los hogares del volumen juntado en tiempo real, dándole un dato de logística. Otra fuente de ingresos es el espacio publicitario en la plataforma.

precio dinámico:

precio de venta
 precio de costo
 precio de adquisición
 precio de producción
 precio de distribución

