

CADENA DE VALOR



Tus partners y/o Shareholders

Movimientos como sistema B o Mendoza +B; Gobierno Nacionales y Provinciales.

Alianzas con métodos de pago (Visa, Mastercard, MercadoPago, Ualá) o tarjetas promocionales (La Nación, Clarín 365).

Alianzas con empresas sustentables para disminuir el consumo de plástico u otras cosas de algunos de estos emprendimientos.

ACTIVIDADES CLAVES



Para lograr tu propósito

Comunicación fluida con los productores, educación financiera y de negocios para los mismos. Alianzas fuertes con distintos sectores. Desarrollo del sistema y posicionamiento de la misma.

RECURSOS CLAVES

Imprescindibles para lograr tu propósito



Recurso humano técnico e intelectual para el desarrollo de la plataforma y el dictado de cursos sobre educación tanto financiera como en materia de negocios para los productores.

PROBLEMA IDENTIFICADO



Describeo en una frase

Dificultad de PyMES y emprendedores de comunidades vulnerables para ingresar al mercado y mantenerse competentes.

PROPÓSITO



El motivo de tu modelo de negocio de impacto

A corto, mediano o largo plazo

TU PROPUESTA DE VALOR

Los productos y/o servicios que escalan la solución



Visibilizar a productores de comunidades vulnerables, maximizando el alcance de sus productos de forma sencilla, generando un impacto económico, positivo y sustentable en la sociedad.

RELACIONES



Con los clientes y la comunidad de impacto

Relación personalizada con los vendedores y automatizada con los consumidores finales.

Integración indirecta con el resto de la comunidad con la que se trabaja.

CANALES



Publicidad en RRSS, radios, periódicos digitales afines, boca en boca, eventos públicos y proyectos educativo.

SEGMENTOS



A quienes les resuelves el problema. A quienes le vendes tu propuesta de valor

Ayudamos a los vendedores a llegar a más gente y por otro lado ayudamos a los consumidores a ampliar la oferta que se les presenta para distintos productos.

Ayudamos también a desestigmatizar a los productores de estas comunidades vulnerables.

ESTRUCTURA DE COSTOS



Desarrollo y mantenimiento del sistema. Branding. Campañas de publicidad. Sueldos.

MÉTRICAS DE IMPACTO



ambientales y/o sociales esperadas

Estimular a negocios de comunidades vulnerables. Integrar los emprendimientos a objetivos sustentables.

FUENTES DE INGRESOS



Comisión por ventas. Probabilidad de publicidad a futuro.