

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



Cultivo de plantas y peces a través de un sistema de invernadero acuaponico que funciona con bombas y filtros purificadores de agua lo que produce que las plantas sean ricas en nutrientes a causa de los peces. Y en la lombricultura a través de un sistema de compostaje de residuos organicos las lombrices generan humus fertilizante y abono rico en nutrientes para el cultivo en tierra.

Propuesta de Valor



Nuestra propuesta de valor se basa en la consistencia y calidad de los cultivos de peces y vegetales organicos y el bajo consumo de agua.
Los cultivos pueden crecer con los nutrientes necesarios que requiere el ser humano, estos los proveen los desechos de los peces en la acuaponia y las lombrices en la lombricultura generando humus fertilizante y abono.
Todo el proyecto se basa en la retroalimentacion organica no dejando desechos porque estos son reciclados.
Tendremos una ventaja competitiva en diferenciación, esto quiere decir que el cliente va a pagar por un producto mejor y lo que esto produce que sea "mejor" es que al ser una ventaja unica y sostenible se diferencia de otras empresas.
Lo que nos diferencia, es que comercializamos productos organicos y saludables, sin conservantes quimicos.
Los consumidores nos eligen porque cada vez mas personas se estan concientizando sobre esta metodologia de una buena alimentación mas saludable y que a su vez contribuye con el medioambiente.

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

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

El aporte de cada fuente de ingresos proviene de los productos comercializados a los supermercados, mercados pequeños, viveros:
• Vegetales
• Plantas
• Humus
• Abono
• Peces
• Productos elaborados (escabeches, truchas ahumadas, etc)
Y así también de:
• Capacitaciones

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

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 mejorar conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía?
2. Evaluación
Como ayudar 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 proveer servicios post-venta?
Como estamos respondiendo las preguntas de valor a los clientes?
5. Post Venta

Segmentos De Clientes



Estamos creando valor para los ciudadanos que habitan en zonas contaminadas, personas que eligen la agroalimentación saludable ya sea para consumo o para capacitarse, viveros, supermercados y mercados pequeños. Esto también es útil para las personas que tienen campos o deciden comenzar a cultivar saludablemente en sus hogares.
A su vez el turista es parte del conjunto de clientes, ya que al ser un lugar público donde la gente puede observar y aprender sobre esta cultura inclusive probar nuestros productos, se vuelve un lugar de gran atracción.

