

## Socios Clave



Quiénes son nuestros socios clave? Quiénes son nuestros proveedores clave?  
 Que recursos clave estamos utilizando de nuestros socios clave?  
 Que actividades realizan nuestros socios clave?

Organización: (Nombre de la Empresa)  
 Nombre y Apellido: (Nombre)  
 Dirección de Correo Electrónico: (Correo)

## Actividades Clave



**Desarrollo de aplicación lúdica y con perspectiva de género**

**Descripción del puesto (tareas, seniority)**  
 Nuestros canales serían dados a través de los siguientes socios estratégicos:

Organizaciones de desarrollo tecnológico y productivo con perspectiva de géneros (Met-Mujeres en tecnología)

Organizaciones culturales con perspectivas de géneros (Ed. Chirimbote)

Organizaciones feministas

La Dirección de Economía, Igualdad y Género – Ministerio de Economía

Dirección de Cuidados Integrales del Ministerio de Desarrollo Social

Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad

Ministerio de Educación de la Nación

Secretaría de Innovación Pública

Nuestra relación con los clientes estaría dada a partir de financiamiento para garantizar la distribución y el alcance de la app a las y los usuarios

**Clientes potenciales:**

-Sponsors (empresas con RSE que tengan en curso líneas de desarrollo para la equidad de género y/o que promocionen el desarrollo de emprendimientos de innovación tecnológica: Pan American Energy, Socialab. Organismos estatales abocados al abordaje de las políticas públicas de géneros).

## Propuesta de Valor



**El valor ofrecido a los clientes es una herramienta para la distribución equitativa de tareas y cuidados no remunerados en el hogar. Se propone un abordaje diferencial e innovador del problema: un abordaje desde las prácticas. Frente a un problema que ha sido analizado desde diversas perspectivas teóricas y que, por su envergadura, ha alcanzado la institución de organismos de gestión de gobierno dedicados a su tratamiento, esta propuesta abre la posibilidad de un abordaje del problema desde la acción concreta sobre las prácticas culturales de inequidad.**

**Esta propuesta conlleva la posibilidad de reducir las inequidades de las tareas y cuidados del hogar con una intervención directa en la dinámica de cada hogar, a través de acciones simples, tangibles y cuantificables.**

**El problema que estamos ayudando a resolver es el de la inequitativa distribución de tareas y cuidados no remunerados en el hogar.**

**La necesidad que se satisface es mejorar la distribución de tareas y cuidados.**

**El producto ofrecido es una aplicación que organiza la distribución de tareas de manera lúdica entre todos los integrantes del hogar.**

## Relación con Clientes



Que tipo de relación espera que establezcamos con cada uno de nuestros clientes?

¿Cómo vamos a establecer la relación?

¿Cómo vamos a medir el éxito de la relación?

¿Cómo vamos a mantener la relación?

¿Cómo vamos a cerrar la relación?

¿Cómo vamos a reabrir la relación?

¿Cómo vamos a renovar la relación?

¿Cómo vamos a mejorar la relación?

¿Cómo vamos a optimizar la relación?

¿Cómo vamos a innovar la relación?

¿Cómo vamos a transformar la relación?

¿Cómo vamos a reinventar la relación?

¿Cómo vamos a reimaginar la relación?

¿Cómo vamos a reconstruir la relación?

¿Cómo vamos a redefinir la relación?

¿Cómo vamos a rediseñar la relación?

¿Cómo vamos a redescubrir la relación?

¿Cómo vamos a redimensionar la relación?

¿Cómo vamos a rediseñar la relación?

¿Cómo vamos a redescubrir la relación?

¿Cómo vamos a redimensionar la relación?

¿Cómo vamos a rediseñar la relación?

¿Cómo vamos a redescubrir la relación?

¿Cómo vamos a redimensionar la relación?

¿Cómo vamos a rediseñar la relación?

¿Cómo vamos a redescubrir la relación?

¿Cómo vamos a redimensionar la relación?

¿Cómo vamos a rediseñar la relación?

¿Cómo vamos a redescubrir la relación?

¿Cómo vamos a redimensionar la relación?

¿Cómo vamos a rediseñar la relación?

¿Cómo vamos a redescubrir la relación?

¿Cómo vamos a redimensionar la relación?

¿Cómo vamos a rediseñar la relación?

¿Cómo vamos a redescubrir la relación?

## Segmentos De Clientes



**La creación de valor está pensada para los integrantes de los hogares que verán las actividades distribuidas equitativamente, especialmente a las mujeres, con carácter de usuarias y usuarios de la App.**

**En el caso de los organismos estatales de gestión del problema, la propuesta les aporta en:**

**El abordaje de la reducción de brechas de inequidad de oportunidades para el desarrollo integral de las mujeres, a través de prácticas concretas en el ámbito del hogar.**

**La producción de información representativa y cuantificable respecto del problema a partir del procesamiento de los datos de la app, insumo clave para la planificación de políticas públicas de gestión relativas al problema.**

**En el caso de las empresas a través de su RSE, se verían beneficiadas en la posibilidad de:**

**Materializar su expertiz y vocación social en un proyecto de carácter innovador**

**Difundir sus propias empresas y desarrollos realizados, favoreciendo la conciliación familiar y laboral.**

**Nuestros clientes más importantes serán:**

**-Sponsors (empresas con RSE: Pan American Energy, Socialab y organismos estatales de gestión de gobierno dedicados al tratamiento del problema de la inequidad de géneros).**

## Estructura De Costos



Cuáles son los costos más importantes en nuestro modelo de negocio?  
 Cúales recursos clave son los más costosos? Cúales actividades clave son las más costosas?

Organización: (Nombre de la Empresa)  
 Nombre y Apellido: (Nombre)  
 Dirección de Correo Electrónico: (Correo)

Organización: (Nombre de la Empresa)  
 Nombre y Apellido: (Nombre)  
 Dirección de Correo Electrónico: (Correo)

## Fuente De Ingresos



Por cuál 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?

Organización: (Nombre de la Empresa)  
 Nombre y Apellido: (Nombre)  
 Dirección de Correo Electrónico: (Correo)

**Nuestros clientes estarían dispuestos a pagar cargos por uso, suscripción, publicidad y capacitación.**