

## 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:**  
 - Generación de ingresos  
 - Reducción de riesgo e incertidumbre  
 - Reducción de los costos y/o de los riesgos operativos

## Actividades clave



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

**categorías:**  
 producción  
 recolección de residuos  
 distribución/venta

**NODO VERDE** es un proyecto pensado para trabajar en comunidades vulnerables (en adelante, llamadas **NODOS**). Cuanto más **NODOS**, mayor será la red de productos a disposición de los clientes. Pretendemos **coaching** (COACHING) a grupos: lugares para recolectar, tratar, y fabricar productos derivados de los desechos. Las técnicas utilizadas para procesar el material y los productos variarán de acuerdo a cada región. La comercialización de estos productos se realizará a través de una plataforma digital administrada por nosotros (WEB, APP). La distribución se puede realizar estableciendo **CONVENIOS** con empresas transportistas que quieren afianzar su R.S.E. (Ej: Andreani). Las problemáticas que atenderemos con esta propuesta son:

- Falta de empleo, ( FIN DE LA POBREZA)
- Contaminación ambiental en las comunidades NODO debido a basura. (CUIDADO ECOLÓGICO)
- Falta de concientización ecológica. (CAPACITACIÓN A NODOS)
- Falta de productos útiles 100 % sustentables y fabricados en cada comunidad.

## Recursos clave



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

**tipos de recursos:**

financiero  
 humano  
 tecnológico  
 natural

## 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:**

novelty  
 customización  
 personalización  
 "ayer no había"  
 diseño  
 precio  
 calidad  
 relación costo-valor  
 relación costo-precio  
 sostenibilidad

Entregamos al consumidor final un producto sustentable, realizado con material recolectado para cuidar el ambiente de diversas comunidades y fabricado por sus habitantes.

Cualquier producto que se pueda adquirir en nuestra plataforma digital, le dará al consumidor final un diseño lindo y original, a un precio razonable y le permitirá, a través de una etiqueta impresa en el packaging (Código QR que direccionará a nuestra plataforma SECCIÓN: Los fabricantes), conocer audiovisualmente el proceso de recolección y fabricación del producto. También le dará la posibilidad de convertirse en "padrino" (u otras acciones) de alguna causa de esa comunidad; por ejemplo: falta de capacitación en los jóvenes en alguna área, falta de agua en una aldea aborigen, etc. En el lado opuesto, los recolectores y fabricantes sabrán que además de la compensación económica por su trabajo, tendrán la posibilidad de que se visualice la necesidad de su comunidad para que el consumidor pueda colaborar. Daremos garantías de que al comprar el producto, el cliente no solo ayuda al medioambiente, también a la comunidad que lo fabricó fomentando sustentabilidad en los 3 niveles: Medioambiente, factor social y economía circular.

## Relaciones con clientes



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

**estrategias:**

relaciones personalizadas  
 atención personalizada  
 atención personalizada  
 atención personalizada  
 atención personalizada

## Canales



¿a través de qué canales queremos ser contactados nuestros segmentos de cliente?  
 ¿cómo los contactamos ahora?  
 ¿cómo están integrados nuestros canales?

**¿cuáles funcionan mejor?**

¿quiénes son mis clientes en cada canal?  
 ¿cómo los integramos con las rutinas de cliente?

**fases del canal:**

1. Identificar
2. Definir
3. Diseñar
4. Implementar
5. Mantener
6. Mejorar

## Estructura de costes

¿quiénes 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:**

simple o complejo  
 de bajo costo o de alto costo  
 de bajo riesgo o de alto riesgo  
 de bajo costo o de alto costo

**características de ejemplo:**  
 - Precio de venta  
 - Costo de venta  
 - Margen de beneficio

Costo de venta  
 Margen de beneficio



## Fuentes de ingresos

¿para qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes?  
 ¿para qué pagan actualmente?  
 ¿cómo están pagando ahora?

**¿cómo prefieren pagar?**

¿cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos totales?

**tipos:**

venta de bienes  
 pago por uso  
 costo de suscripción  
 alquiler/renta/leasing  
 licencia  
 venta de información  
 publicidad

**precio fijo:**

lista de precios  
 dependiente de la funcionalidad del producto  
 dependiente del segmento de cliente  
 dependiente del volumen

**precio dinámico:**

negociación (negotio)  
 gestión de inventarios  
 mercado en tiempo real

NODO VERDE genera productos con un rostro e historia, que al ser adquiridos cambian vidas y pensamientos, los consumidores pagan por gratificación o necesidad. Productos similares existen en pequeñas ferias rurales, y son adquiridos por transacciones de pagos puntuales. Eco eco emplearía pagos por canales digitales y físicos que le permitan a los consumidores entablar un vínculo de confianza donde se sientan mejor. Además de planes de financiamiento que le permitan a todos apoyar esta iniciativa.

