

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



- Separación y acopio de residuos reciclables.
- Purificación y tratamiento de agua
- Capacitaciones técnicas
- Campañas de difusión y concientización (Responsabilidad Social)
- Generación de empleos locales
- Constante Inovación tecnológica de procesos de purificación
- Generación de energía (reducción de huella de carbono)

Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
 Nuestros canales?

Nuestras relaciones con los clientes?
 Nuestras fuentes de ingresos?

categorias
 Producción
 Solución de problemas
 Plataforma / Red



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

Propuesta de Valor



Proponemos un modelo de negocio sustentable y sostenible, enfocado a la purificación de agua "On Site" que asegure la calidad e integridad, siendo accesible económicamente para sus consumidores, mitigando costos de distribución, permitiendo la reutilización de envases y utilizando como incentivo adyacente un novedoso sistema de puntajes, basado en la recepción de ciertos materiales reciclables (vidrio, aluminio...) canjeables por agua purificada.
 El sistema se Autosatisface energéticamente mediante el empleo de energías renovables, reduciendo la huella de carbono.
 Se busca fomentar una conciencia comunitaria hacia la responsabilidad de consumo, la separación de residuos y la reducción de la contaminación de suelo y mantos fráticos por medio de capacitaciones, cursos y visitas guiadas.

Que valor estamos entregando a los clientes?
 Cual problema estamos ayudando a resolver?
 Cual necesidad estamos satisfaciendo?
 Que paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

Novedad
 Desempeño
 Personalización
 "Ayuda a hacer el trabajo"
 Diseño
 Marca/Status
 Precio
 Reducción de Costos
 Reducción de Riesgos
 Accesibilidad Conveniencia / Usabilidad

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 Automatizado
 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 creamos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía?
 2. Evaluación
 Como sabemos si que nuestros clientes evalúan nuestra propuesta de valor?
 3. Compra
 Como podemos permitir que nuestros clientes compren productos o servicios específicos?
 4. Entrega
 Como estamos entregando la propuesta de valor a los clientes?
 5. Post Venta

Segmentos De Clientes



El mercado al cual se apunta directamente (y no el que potencialmente se podría tener) se puede clasificar en las siguientes variables, que son las más relevantes a la hora de hacer el análisis de segmentación:

Estamos creando valor para :

- personas de estatus socioeconómicos bajos que van a poder acceder a los costos.
- personas que pierden estabilidad económica día a día.
- Personas con estilo de vida asociadas al deporte, a la vida sana y/o al cuidado del medio ambiente.

Nuestros Clientes mas importantes son:

- Aquellas personas que ocupen nuestro servicio de forma diaria o semanal y que sean fieles a nuestra marca, de manera que prefieran nuestro servicio, valores y acciones sustentables, incentivando nuestro servicio a sus conocidos.

nuestro modelo tiene nichos muy diversos, siendo así replicable a varios sectores poblacionales socioeconómicamente distintos ya que fomenta un engagement con la sociedad. vendemos "agua y algo más".

Para quién estamos creando valor?

Quiénes son nuestros clientes mas importantes?

Mercado masivo Nichos de mercado
 Segmentado
 Diversificado Plataforma múltiple

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)

Fuente De Ingresos

Nuestros clientes están dispuestos a pagar por el valor de un agua limpia, segura y accesible avalada por las tecnologías que la respaldan.

La venta del activo agua purificada al publico mediante una listade de precios por volumen de agua en un formato de (5 L, 10L y 20L) **representa la fuente principal de los ingresos**

Convenios de venta de los residuos acopiados con recicladoras locales para su responsable disposición final **representa una fuente de ingresos adyacente sin consideraciones reflejadas en los ingresos y sustento del proyecto**

La forma de pago con el cliente minorista se realiza en efectivo, pedidos vastos se podrá optar por medios electronicos y correspondiente facturación de así ser requerido.

Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?
 Actualmente por que razones?

