












~ THE "B" CANVAS BUSINESS MODEL ~

<p>CADENA DE VALOR Tus partners y/o Shareholders</p>  <p>Socios claves, proveedores. Entidades organizadas. Cooperativas.</p>	<p>ACTIVIDADES CLAVES Para lograr tu propósito</p>  <p>Conocer a la población. Acercamiento, empatía con su situación. Capacitaciones.</p> <p>RECURSOS CLAVES Imprescindibles para lograr tu propósito</p>  <p>Financieros, bancos. Personal involucrado en el proyecto. Espacio, lugar. Herramientas a utilizar. Tecnologías.</p>	<p>PROBLEMA IDENTIFICADO </p> <p>Poblacion vulnerable, zona rural. Reduccion de oportunidades. Economia estancada.</p> <p>PROPOSITOS En el mediano y largo plazo: Reconocer la importancia de crear una huerta y aves de corral, para la sustentabilidad familiar. Conocer el proceso del reciclado y del compostaje. Promover el respeto por la naturaleza y la alimentación saludable. Fomentar la elaboración de productos derivados para su comercialización.</p> <p>TU PROPUESTA DE VALOR Los productos y/o servicios que escalan la solución </p> <p>Ofrecer productos alimenticios de calidad, saludables, frescos, naturales para la población del lugar. Brindar información sobre estos y su producción.</p>	<p>RELACIONES Con los clientes y la comunidad de impacto</p>  <p>Calidad del producto y servicio eficiente. Información en el lugar. Degustaciones. Invitaciones personales y visitas guiadas. Compartir una jornada. Recetas. Usos. Sabores.</p> <p>CANALES</p>  <p>A traves de redes sociales, folleteria, publicidad. De boca en boca. Delivery.</p>	<p>SEGMENTOS A quienes les resuelves el problema. A quienes le vendes tu propuesta de valor </p> <p>Dirigido a las familias de la comunidad rural. La población cuenta con servicios básicos, recursos naturales como riego cercano, Franja etaria entre 20 y 60 años, educación básica. Niños. Escasa comunicación social. Zona rural accesible geográficamente.</p>
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p>  <p>Gasto inicial (la inversion, compra de insumos) Gastos fijos (Impuestos, personal y servicios) Gastos variables (emergentes y mantenimientos)</p>	<p>MÉTRICAS DE IMPACTO </p> <p>ambientales y/o sociales esperadas</p> <p>A traves de la produccion mayor comunicación social. Autoabastecimiento, Reciclado.</p>	<p>FUENTES DE INGRESOS</p>  <p>Tipos de sistema de pago (efectivo, mercado pago). Precios fijos. Dos fuentes de ingreso (hortalizas 70% y productos avícola 30%) .</p>		