

~ THE "B" CANVAS BUSINESS MODEL ~

CADENA DE VALOR



Tus partners y/o Shareholders

Entrada: Vendedores que están dispuestos a comercializar productos alimentarios frescos.

Salida: Clientes dispuestos a comprar lo ofrecido por los vendedores mediante una app de celular.

ACTIVIDADES CLAVES



Para lograr tu propósito

Conectar a las 2 partes: Vendedor y consumidor.

RECURSOS CLAVES

Imprescindibles para lograr tu propósito



Plataforma digital a utilizar y el volumen de interacciones (vendedores y clientes).

PROBLEMA IDENTIFICADO



Describeo en una frase

La falta de acceso a la alimentación saludable como consecuencia de los costos de la cadena de distribución.

PROPÓSITO

Generar acceso a más personas a una alimentación saludable y natural

El motivo de tu modelo de negocio de impacto



A corto, mediano o largo plazo

TU PROPUESTA DE VALOR

Los productos y/o servicios que escalan la solución



Generar comunicación entre vendedores y consumidores de productos alimentarios frescos o congeladores. Buscando reducir los costos de intermediario.

RELACIONES



Con los clientes y la comunidad de impacto

Se va a tener una relación de transacciones directas e indirectas. Política de RSE: un porcentaje de las ganancias se va a generar un fondo estímulo a las granjas familiares.

CANALES



El productor y consumidor se van a comunicar a través de una plataforma digital.

SEGMENTOS



A quienes les resuelves el problema. A quienes le vendes tu propuesta de valor

Segmentos:

Usuarios: Productores y consumidores que utilicen la plataforma.

Clientes: Consumidores que paguen un comisión por la logística de la plataforma.

ESTRUCTURA DE COSTOS



Programación y diseño de la plataforma digital. Diseño legal y técnico. Publicidad.

MÉTRICAS DE IMPACTO



ambientales y/o sociales esperadas

Nivel de interacciones. Calificaciones. Tipo de distribución.

FUENTES DE INGRESOS



Primarias: Costo por servicio puesto en el consumidor..
Secundarias: Posibilidad de distribución propia y publicidad.