

~ THE "B" CANVAS BUSINESS MODEL ~

CADENA DE VALOR



Tus partners y/o Shareholders

Alianza con fabricantes distribuidos geográfica por todo el país.
(aprovechando tiempo de maquinaria infrautilizada) y distribución geográfica por todo el país.
Trabajador social y/o antropólogo.

ACTIVIDADES CLAVES



Para lograr tu propósito

Observación de la situación de uso.
Monitoreo constante de dificultades, dudas y satisfacción en el uso.
Iteración permanente de uso. Contactar productores distribuidos por el país estratégicamente

RECURSOS CLAVES



Imprescindibles para lograr tu propósito

UX/UI designer.
Programador
Strategic Design
Área de atención al usuario. Procesos y materiales locales

PROBLEMA IDENTIFICADO ?

Visibilización de la asimetría en la distribución de las tareas del hogar que debido al confinamiento, se suman a un ritmo de trabajo que lo hace incompatible.

PROPÓSITO

"Ofrecemos tiempo libre y promover la comunidad familiar"

El motivo de tu modelo de negocio de impacto



A corto, mediano o largo plazo

TU PROPUESTA DE VALOR



Plataforma interactiva lúdica, formato físico y digital, para organizar, redistribuir y revalorizar las tareas del hogar. Utilizando el formato del juego como medio para lograr los objetivos.
Fomentando así la colaboración equitativa para reducir la carga mental y emocional de los integrantes de la familia

MÉTRICAS DE IMPACTO

Niveles de contaminación material y digital (economía circular). Distancia de traslado del producto hasta el usuario (huella de carbono).
Horas de los padres y madres dedicadas a las tareas del hogar, al trabajo personal, al cuidado de lo hijos, a su salud y esparcimiento (comparativo con encuestas anteriores realizadas). Carga cognitiva/emocional

RELACIONES



Con los clientes y la comunidad de impacto

Venta a través de canales online propios y generales como mercado libre.
Entrevistas de satisfacción y otras/ nuevas necesidades.
Dar a conocer producto y experiencias por redes sociales

CANALES



Online: venta, encuestas y actualizaciones de funciones principales con usuarios y productores.
En persona? telefónica: entrevista de satisfacción

¿A través de negocios, locales interesados?

SEGMENTOS



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

USUARIO:
Dirigido a miembros del hogar familiar. (adultos y niños)

CLIENTE: padres y madres (o tutores) de familias con niñ@s en edad escolar.

ESTRUCTURA DE COSTOS



Costos de programación - De desarrollo (del soporte material y de la parte visual de lo virtual)- Prototipado del soporte material y viáticos de las primeras comprobaciones. MVP

FUENTES DE INGRESOS



Venta de producto al cliente (compartido con el fabricante del soporte material)
Servicio de uso del producto (app)
Venta del servicio a instituciones/organizaciones interesadas