

~ THE "B" CANVAS BUSINESS MODEL ~

CADENA DE VALOR

Tus partners y/o Shareholders



- Diseño personalizado según necesidad del cliente.
- Producto desmontable y trasladable.
- Que se pueda montar en cualquier espacio o lugar sin impedimento alguno.
- Asesoramiento de especialistas.
- Ofrecer un servicio de alquiler temporal en caso que el cliente no lo necesite de forma permanente.

ACTIVIDADES CLAVES

Para lograr tu propósito



- Charla y capacitaciones con clientes potenciales como entes gubernamentales en principio y luego con empresas petroleras o de construcción.
- Desarrollar la tecnología para la producción de materia prima (perfiles metálicos)
- Obtener certificaciones de estos materiales.
- Capitaciones a personal interno

RECURSOS CLAVES

Imprescindibles para lograr tu propósito



- Financieros: para adquirir planta de producción y maquinarias para la fabricación de la materia prima (perfiles metálicos) y equipos de logística de envíos.
- RRHH: capacitación y contratación de personal calificado con experiencia en el rubro.
- Inversiones: para el desarrollo de nuevas tecnologías de construcción.

PROBLEMA IDENTIFICADO

Describeo en una frase



Deficiencia en Infraestructura ante situaciones de Emergencia extrema

PROPÓSITO

Brindar solución rápida y eficiente ante la demanda de la sociedad afectada por una situación de Emergencia o Crisis.

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



Módulos habitaciones armados y pre armados con la particularidad que puedan ser instalados en cualquier parte del mundo con el fin de generar un refugio, contención o simplemente un espacio físico ante situaciones de Emergencia Extremas.

RELACIONES

Con los clientes y la comunidad de impacto



Según nuestro criterio la relación con el cliente debe ser directa, para lograr una mejor comunicación, que el cliente quede satisfecho y luego de una venta, seguir comunicado para conocer el desempeño, si esta conforme. Ofrecer visitas y asesoramiento es una manera de mantener la relación con el cliente.

CANALES



- Exposiciones de productos
- Internet: por medio de sitios web, redes sociales, sitios para publicidades.
- Relaciones directas con potenciales compradores del producto.
- Vía telefonica.
- Vía e-mail.

SEGMENTOS

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



El usuario del producto son personas afectadas por una situación de Emergencia extrema, puede ser cualquier individuo vulnerable, en cambio, el producto lo adquiere o compra principalmente entidades gubernamentales para dar soluciones frente estas situaciones, por ejemplo: Centro de contención para personas vulnerables en situación de calle, para generar espacios físicos (hospitales de campaña) ante saturación de centros sanitarios, ante catastrofes naturales como refugio para personas, etc.

ESTRUCTURA DE COSTOS

Adquisición de activos
Pago al personal
Pago de servicios
Pago de impuestos
Pago a proveedores de materiales, insumos, etc.
Gastos de marketing/publicidad



MÉTRICAS DE IMPACTO

ambientales v/o sociales esperadas



Feedback desde:

- Municipios
- hospitales
- Constructoras
- Empresas petroleras

FUENTES DE INGRESOS

- Ventas directas, motivo de la diferenciación con métodos convencionales de construcción respecto a costos por 12m2, plazos, puesta en marcha y adecuación a las necesidades de la aplicación con un mismo concepto.
- Patrocinio de empresas a través de inversiones

