

# ~ THE "B" CANVAS BUSINESS MODEL ~

## CADENA DE VALOR



Tus partners y/o Shareholders

- Comerciantes y profesionales que podrán atender más clientes, organizar sus tiempos y promocionar sus negocios.
- Usuarios que dispondrán de más tiempo productivo en su día, ya que evitarán esperar largas filas en los locales.
- Ingresos para la empresa de informática encargada de la mantención y puesta en marcha de la App.

## ACTIVIDADES CLAVES



Para lograr tu propósito

Lograr la intermediación efectiva en el servicio de reserva de turnos entre comercios, profesionales y centros de salud y los usuarios. Incentivar la colaboración entre vecinos para coordinar el retiro de bienes, a través del mecanismo de favores y recompensas.

## RECURSOS CLAVES

Imprescindibles para lograr tu propósito



- Socios estratégicos que utilicen nuestra plataforma para gestionar sus turnos.
- Base de usuarios mínima para mantener interés de nuestros socios estratégicos.
- Colaboradores que se esfuercen para ampliar la base de socios y usuarios.
- Desarrolladores informáticos.

## PROBLEMA IDENTIFICADO

Describeo en una frase



**Congestionamiento dentro y fuera de locales por formación de largas filas de espera.**

## PROPÓSITO

Preservar la salud de la población, evitando contagios innecesarios por amontonamiento, y al mismo tiempo optimizando los tiempos de espera en los procesos de compra/venta de productos y servicios, como también la logística de los mismos.

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



**Plataforma Móvil donde podés reservar turnos en todos los comercios, servicios profesionales y centros de salud adheridos. Además, también vas a poder poner tu domicilio y en el momento de reservar un turno vas a poder ofrecer favores a vecinos cercanos (traer pequeñas cosas del comercio al que fuiste). ¡También podés pedir favores y ofrecer recompensas!**

## RELACIONES

Con los clientes y la comunidad de impacto



- La App es la principal vía de relación con los usuarios.
- La App y eventualmente whatsapp business es la vía de comunicación con los socios estratégicos adheridos.
- La App es la única vía de contacto entre los usuarios y los socios estratégicos.

## CANALES



- Redes sociales.
- Publicidad a través de comercios adheridos.
- Publicidad indirecta de socios referentes de cada industria que utilicen la App.

## SEGMENTOS

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



- Geográficamente: personas que habiten en el AMBA, Rosario, Córdoba y Mendoza (con posibilidad de expansión).
- Demográficamente: personas de clases bajas, medias y altas, de cualquier género, edad y religión, con acceso a internet.
- Conductualmente: personas oferentes de servicios profesionales o comercios que busquen mantener su negocio activo y sus clientes, que no quieren realizar largas colas o entorpecer los procesos de compra/venta.
- Psicográficamente: comerciantes, profesionales y clientes preocupados por resguardar su salud y dispuestos a organizar su agenda en pos de ello.

## ESTRUCTURA DE COSTOS



Costos de entrada: inversión en el desarrollo de la plataforma.

Costos variables: costos implícitos en la adquisición de socios estratégicos (recursos empleados en la venta y publicitación de nuestros servicios), costos de mantenimiento de la plataforma, gastos en marketing, costos salariales de los administradores.

## MÉTRICAS DE IMPACTO

ambientales y/o sociales esperadas



A través de las siguientes métricas podremos evaluar la performance de la plataforma, como así también, la ganancia social del uso de la misma.

- Evolución en la cantidad de socios y usuarios.
- Cantidad de turnos gestionados y de favores realizados por período.
- Tiempo de espera ahorrado de un usuario promedio.

## FUENTES DE INGRESOS



- Tarifa a los comercios adheridos.
- Publicidades en la App.
- Venta de datos.
- Comisión por favores.