

Socios Clave



Quiénes son nuestros socios clave? Quiénes son nuestros proveedores clave?
 Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?
 Que actividades realizan nuestros socios clave?

motivaciones para realizar alianzas:
 Optimización y economías Reducir riesgo e incertidumbre
 Adquisición de recursos y actividades particulares

Actividades Clave



Jornada de presentación del programa para validar el proyecto, convocando a jóvenes, referentes y ciudadanos interesados en el tema.
Entrevistas con clientes para invitarlos a ser auspiciantes.
Fortalecimiento de la relación con la Red de agentes de Cambio de Santa Cruz y trabajar con ellos en la puesta en marcha.
Contacto con referentes de grupos juveniles.
Convocatoria a voluntarios para el proceso de formación. (equipo)
Programa:
Campaña de concurso de postulación.,
Talleres motivacionales presenciales en instituciones educativas, espacios barriales y otros.
Programas on-line que incentiven la expresión y participación de los jóvenes.

categorias
 Producción
 Solución de problemas
 Distribución / Log

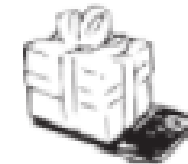


Recursos Clave

Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?
 nuestros canales?
 nuestras relaciones con los clientes?
 nuestras fuentes de ingreso?

tipos de recursos
 Físicos
 Intelectuales (Marcas, patentes, derechos de autor, datos)
 Humanos
 Financieros

Propuesta de Valor



Los pilares de la propuesta son el conocimiento, las habilidades y las actitudes para una sociedad que valide a sus jóvenes y sea sustentable. (ODS 2030 4,10 y 17)
Valor para los beneficiarios:
Construir un proyecto de vida conectados con su lugar.
A través de :
Conectarse con el mundo interior de cada uno.
Identificar el propósito de vida.
Reconocer sus propios recursos, y asumirse como protagonista de sus deseos.
Aprendizaje de trabajo en equipo, la importancia de ser parte del sistema, y establecer redes de colaboración.

Valor para los clientes: Crear un semillero para el futuro.

Relación con Clientes



Que tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes?
 Que relaciones hemos establecido?
 Cuan costosas son?
 Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

ejemplos
 Asistencia Personal Asistencia
 Personal Dedicada Auto Servicio
 Servicios Automatizados
 Comunidades



Canales

A traves de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?
 Como los estamos alcanzando ahora? Como estan integrados nuestros canales? Cuales Funcionan Mejor?
 Cuales son los mas rentables?
 Como podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?

fases del canal:
 1. Crear conciencia
 Como creamos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía?
 2. Evaluación
 Como ayudamos a que nuestros clientes evalúen nuestra propuesta de valor?
 3. Compra
 Como podemos permitir que nuestros clientes compren productos o servicios específicos?
 4. Entrega Como proveemos servicio Post venta?
 Como estamos entregando la propuesta de valor a los clientes?
 5. Post Venta

Segmentos De Clientes



Usuarios/beneficiarios:

- **Adolescentes colegios secundarios**
- **Jovenes estudiantes universitarios y/o terciarios**
- **Jovenes en situación de vulnerabilidad, excluidos del sistema, privados de libertad.**
- **Jovenes Nini**
- **Jovenes lideres**

Clientes

- **Empresas privadas que necesitan recursos y que estan preocupadas por una oferta limitada de personal que no se compromete con la tarea, desmotivada, con poca formación.**
- **Colegios secundarios privados**
- **Universidades e Institutos terciarios**
- **Fundaciones de empresas que trabajan en la región**

Estructura De Costos

Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?
 Cuales recursos clave son los mas costosos? Cuales actividades clave son las mas costosas?

Su negocio es mas:
 Enfocado al costo/estructura de costos conservadora, propuesta de valor de bajo costo, (maxima automatización, mucho outsourcing) Enfocado al valor/
 Enfocado a la creación de valor, (Proposiciones de valor premium)

Ejemplo de características:
 Costos fijos (Salarios, rentas, Utilidades) Costos
 Variables
 Economías de escala Economías
 de alcance

Fuente De Ingresos

Financiación de empresas privadas **que estén interesadas en auspiciar el programa .**

