

~ THE "B" CANVAS BUSINESS MODEL ~

CADENA DE VALOR



Tus partners y/o Shareholders

Socialab.
Fundaciones de Adultos Mayores.
Ministerio de Adultos Mayores.
Caja de Jubilación profesionales.
Consejos de Profesionales.
Universidades.
Colegios.
Mutuales.
Empresas.
Plataformas que pagan por tráfico de contenido (publicidad)

ACTIVIDADES CLAVES



Para lograr tu propósito

Recolección de experiencias
Sintetización del conocimiento dentro de esas experiencias
Creación de modelos para transmisión de ese conocimiento

RECURSOS CLAVES

Imprescindibles para lograr tu propósito



Adultos Mayores que quieran transmitir experiencias de vida laboral y personal
Comunicación Programador Especialista Mkt Digital Editor de contenidos audiovisuales

PROBLEMA IDENTIFICADO

Describeo en una frase



"Pérdida de la capacidad de generación de valor a partir del conocimiento de los adultos mayores, por su falta de integración al ecosistema laboral"

PROPÓSITO



Capitalizar el valor que se está perdiendo transformarlo en fuente de aprendizaje para la sociedad.
Nueva forma de interacción social con inclusión del adulto mayor
Mantener vivos las experiencias pasadas.
Energizables (vídeos, libros, podcasts, retransmisión a AM)
Fuente de ingresos para AM

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



Video: Adultos Mayores (AM) integrados social y laboralmente, constituyendo ecosistemas de colaboración, socialización, empoderamiento y generación. Nueva forma de interacción social con inclusión del adulto mayor. Mantener vivos las experiencias pasadas. Energizables (vídeos, libros, podcasts, retransmisión a AM). Fuente de ingresos para AM.

Propósito: Capitalizar el valor que se está perdiendo transformarlo en fuente de aprendizaje para la sociedad. Nueva forma de interacción social con inclusión del adulto mayor. Mantener vivos las experiencias pasadas. Energizables (vídeos, libros, podcasts, retransmisión a AM). Fuente de ingresos para AM.

Actividades Claves: Recolección de experiencias. Sintetización del conocimiento dentro de esas experiencias. Creación de modelos para transmisión de ese conocimiento.

Recursos Claves: Adultos Mayores que quieran transmitir experiencias de vida laboral y personal. Comunicador Programador Especialista Mkt Digital Editor de contenidos audiovisuales.

Relaciones: Socialab. Fundaciones de Adultos Mayores. Ministerio de Adultos Mayores. Caja de Jubilación profesionales. Consejos de Profesionales. Universidades. Colegios. Mutuales. Empresas. Plataformas que pagan por tráfico de contenido (publicidad).

Propósito: Capitalizar el valor que se está perdiendo transformarlo en fuente de aprendizaje para la sociedad. Nueva forma de interacción social con inclusión del adulto mayor. Mantener vivos las experiencias pasadas. Energizables (vídeos, libros, podcasts, retransmisión a AM). Fuente de ingresos para AM.

Actividades Claves: Recolección de experiencias. Sintetización del conocimiento dentro de esas experiencias. Creación de modelos para transmisión de ese conocimiento.

Recursos Claves: Adultos Mayores que quieran transmitir experiencias de vida laboral y personal. Comunicador Programador Especialista Mkt Digital Editor de contenidos audiovisuales.

Relaciones: Socialab. Fundaciones de Adultos Mayores. Ministerio de Adultos Mayores. Caja de Jubilación profesionales. Consejos de Profesionales. Universidades. Colegios. Mutuales. Empresas. Plataformas que pagan por tráfico de contenido (publicidad).

RELACIONES

Con los clientes y la comunidad de impacto



Directa
Personalizada
Automatizada
Suscripción
freemium

CANALES



Plataformas de difusión de contenido:
YouTube,
Instagram,
Linkedin, Podcast
(Spotify)

SEGMENTOS

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



Clientes: usuarios interesados en servicio de consultoría del AM, estudiantes o recientes profesionales que quieran adquirir experiencia
Usuarios: toda la población activa laboralmente

ESTRUCTURA DE COSTOS



Coste de desarrollo de contenido. Coste de encontrar AM.
Coste de difusión y publicidad. Coste de personal. Coste de almacenamiento de los datos. Coste de desarrollo de identidad de marca. Costos Operativos

MÉTRICAS DE IMPACTO

ambientales y/o sociales esperadas



- Nivel de interés general en el proyecto
- Incremento de Calidad de vida en Adultos Mayores (AM)
- Distribución de sensación de soledades AM
- Calificación de la experiencia por el AM
- Ingresos monetarios generados para adultos mayores
- Calificación del conocimiento adquirido por el usuario (Satisfacción del cliente)
- Total de personas interesadas para interactuar más con el AM sobre la temática (Potenciales consumidores de mentorías o servicios de consultoría) / Total de personas que reprodujeron los videos.

FUENTES DE INGRESOS



Ingresos por publicidad, comisión por programas de mentoría, comisión servicios de consultoría, Ingresos por tráfico web/reproducciones en plataformas, Aportes de ONGs, Aportes de Organismos Estatales/Privados que apoyen el proyecto