Socios Clave

Quienes son nuestros socios clave? Quienes 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 economía de escala
reduccion de riesgos e incertidumbre
Adquisición de recursos y actividades particuares

Actividades Clave

Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
Nuestros caneles?
Nuestras relaciones con los clientes?
Nuestras fuentes de ingresos?

categorías
Produción
Solución de problemas
Plataforma/
Red

Validar el producto mediante encuestas a instituciones educativas y de turismo, que nos permita conocer si lo que ofrecemos es viable y si están interesados en pagar por esta posibilidad de desarrollo.
De obtener un buen porcentaje de respuesta positiva, avanzaríamos en una implementación piloto, para evaluar los propósitos del aprendizaje

Recursos Clave

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

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

Contamos con amplia experiencia en docencia en el área de educación digital y desarrollo de dispositivos de formación masiva, virtuales y presenciales, que nos dan la posibilidad de utilizar nuestro conocimiento para lograr aprendizajes significativos, que permitan desarrollar habilidades según las necesidades del cliente.

Propuesta de Valor

Que valor estamos entregando a los clientes?
Cual problema estamos ayudando a resolver?
Cual necesidad estamos satisfaciendo?
Que paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

Novedad
Desempeño
Personalización
"Ayuda a hacer el trabajo"
Diseño
Marca/Status
Precio
Reducción de Costos
Reducción de Riesgos
Accesibilidad Conveniencia / Usabilidad

Existen dificultades para que las comunidades den a conocer el patrimonio cultural, social y natural que habitan, principalmente debido al Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio, pero también por la distancia y costos de traslado.
Ofrecemos la posibilidad de que los miembros de cada escuela o institución, desarrollen competencias que les permitan generar recorridos virtuales para difundir y poner en valor la riqueza patrimonial, cultural y natural de su entorno.
Nos centramos en que nuestros usuarios, adquieran el conocimiento para fabricar dispositivos de realidad virtual, con recursos económicos como el cartón, y los capacitamos para producir contenidos que incluye sonidos, relatos e imágenes, adaptables a la necesidad de cada comunidad.
Buscamos generar aprendizajes significativos en los jóvenes, que los transformarán en productores de experiencias virtuales transmedia, preparándolos para los empleos del futuro y despertando la curiosidad por el entorno.
El único para la crlímite es su creatividad.

Relación con Clientes

Que tipo de relación espera que establescamos 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/ Autoservicio
Personal Dedicado/ 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. Conocimiento
2. Evaluación
3. Compra
4. Entrega
5. Post venta

Segmentos De Clientes

Para quién estamos creando valor?
Quienes son nuestros clientes mas importantes?

Mercado masivo Nichos de mercado
Segmentado
Diversificado Plataforma múltipla

Nuestros clientes son instituciones educativas estatales o privadas, formales o no formales que requieran el desarrollo de experiencias de realidad virtual y el desarrollo de nuevas habilidades entre su comunidad.
También prestadores turísticos que quieran dar a conocer su oferta mediante experiencias virtuales, capacitando a su personal en la producción de contenido propio o adquiriendo recorridos ya creados para difundir su oferta y aumentar sus ingresos.
Además, vemos como posibles clientes a los jóvenes que buscan insertarse laboralmente aprendiendo a desarrollar productos transmedia de realidad virtual.
Cómo usuarios se identifican a los miembros de esas instituciones, y a todo el que participe de nuestras propuestas de formación.

Estructura De Costos

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

Su negocio es más:
Enfocado a costos (estructura de costos clave, oferta de valor de bajo costo, mínima automatización, mucho outsourcing) Enfocado a valor: Enfocado a la creación de valor. Promociones de valor (prem.etc)

Elementos característicos:
Costos fijos Gastos de mkt. Utilidad Costos variables
Economías de escala Economías de alcance

Fuente De Ingresos

Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?
Actualmente por que se paga?
Como están pagando?
Como prefieren pagar?
Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

tipos:	Precios fijo	Precios dinámicos
Venta de activo	*Lista de precios*	*Negociación*
Cargo por uso	*Según características*	*Gestión del rendimiento*
Cargo por suscripción	*Dependiendo del segmento*	*Mercado en tiempo real Prestamo/Alquiler/Arrendamiento*
	Dependiendo del volumen	*Subastas Licenciamiento*
Cargo de corretaje		
Publicidad		

El proyecto obtendrá ingresos a partir de la implementación de instancias de formación, acorde a la cantidad de participantes, número de encuentros, duración de los mismos y modalidad (virtual o presencial) previo consenso con nuestros clientes según sus requisitos. En forma opcional también ofrecemos el desarrollo de experiencias de realidad virtual mediante el desarrollo de contenido a demanda, y el asesoramiento en la adquisición de tecnologías o dispositivos de realidad virtual.

socialab
MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INDUSTRIA
Pan American ENERGY