

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 economía Reducir riesgo e incertidumbre
Adquisición de recursos y actividades particulares

Actividades Clave



-Articular la cadena productiva desde el inicio hasta la venta del producto.

-Lograr un incentivo desde el Gobierno de la provincia y municipios, a través de una línea de financiación que beneficie al productor.

-Que todos los actores como INTA, Consejo Agrario, Municipio, y Min. de Producción mantengan una cercanía con el productor para lograr un concenso y compromiso que implique de su parte un mayor protagonismo.

-Volver a incentivar el mercado concentrador

-Reactivar el monotributo social

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



Con nuestra propuesta abarcamos todos los agentes en esta cadena. Articulamos la cadena desde el productor hasta la comercialización. Esto permitirá generar beneficios al productor, al consumidor / clientes bajando los costos actuales de los productos hortícola agrícola, provocando un gran impacto político-social.

-Activación de la economía regional.

-Creación de una nueva industria hortícola agrícola, generando nuevos puestos de trabajo, ampliando la oferta o demanda laboral local que se profundizó con la pandemia.

-Capacitación a los productores mediante la transferencia de nuevas tecnología a través del INTA, Consejo Agrario Provincial (CAP), Universidades.

-Incentivación a la cultura del trabajo

-Beneficio a las empresas Privadas de las distintas industrias en la exigencia provincial del COMPRE LOCAL SANTACRUCEÑO, sumando en sus compras los productos hortícola agrícola.

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. Clarificar conciencia

Como creamos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía?

2. Evaluación

Como quedamos a que nuestros clientes evalúan 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



Nuestros clientes más importantes son:

En primer lugar sería la comunidad de Santa Cruz por el gran impacto económico social, y en segundo lugar, las diferentes industrias que se desarrollan en la provincia (con un consumo mensual de aprox. 40 toneladas):

-Industria Minera
-Industria Petrolera,
-Industria Pesquera
-Industria de la Construcción
-Hotelería y hosterías
-Restaurantes

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, máxima 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



-Venta y comercialización de productos

Hoy por hoy se pagan sobrepagos por productos hortícolas agrícolas que son traídos de diversas provincias como por ejemplo Mendoza, Chubut y Neuquén.

-Otra fuente de ingreso posible sería el sponsorship de empresas privadas como parte de su plan de RSE.