

<p>Socios Clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Cooperativas, asociaciones u organizaciones productoras indígenas (Bio-Arcoíris). • Certificadoras (orgánico, comercio justo, sanidad). • Instituciones privadas, de cooperación internacional y ONGs. • Instituciones financieras y fondos de inversión. • Gobierno local y programas de desarrollo económico. • Distribuidores internacionales y empresas importadoras. • Diseñadores de marca, expertos en trazabilidad y sostenibilidad. 	<p>Actividades clave </p> <p>Producción, tostado y empaçado del café y miel (Bio-Arcoíris). Control de calidad y certificación. Branding, marketing y estrategia de ventas (Bio Verde). Logística de exportación y distribución. Participación en ferias y ruedas de negocios. Capacitación técnica y empresarial a productoras. Gestión de alianzas estratégicas.</p> <p>Recursos clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipo comercial, técnico y logístico (Bio Verde). • Maquinaria de tostado, infraestructura adaptada, centros de acopio. • Marca y certificaciones (sello de origen, comercio justo, orgánico). • Relación directa con las comunidades y acceso a recursos naturales. 	<p>Propuestas de valor </p> <ul style="list-style-type: none"> • Canales Internacionales con productos de origen Boliviano y valor agregado • Café y miel premium de origen boliviano, con trazabilidad, sostenibilidad y certificaciones. • Productos elaborados por mujeres indígenas con impacto social comprobado. • Variedades exóticas (Geisha, Catuai, miel medicinal de Wilka, Cuchi). • Historia y conexión directa con los productores, para generar turismo gastronómico de origen. • Calidad de especialidad + sostenibilidad ambiental + comercio justo. 	<p>Relaciones con clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia personalizada a distribuidores y compradores mayoristas. • Co-creación de productos según mercado destino. • Comunidades de consumidores responsables vía redes sociales. • Experiencias de turismo comunitario (ruta del café y la miel). <p>Canales </p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes Internacionales , ferias internacionales, medios especializados. <p>Evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Degustaciones, narrativas de impacto, trazabilidad. <p>Compra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distribuidores, ventas directas B2B. <p>Entrega:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exportación directa, logística nacional e internacional. 	<p>Segmento de cliente </p> <ul style="list-style-type: none"> • Cafeterías, Cafeterias gourmet, tostadores premium, cadenas orgánicas. • Consumidores conscientes en mercados internacionales (México, EE.UU., Europa, Asia). • Tiendas especializadas en comercio justo y productos ecológicos. • Importadores éticos y distribuidores gourmet. • Turistas que buscan experiencias auténticas.
<p>Estructura de costes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos de exportación. • Costos de certificación, etiquetado y empaque. • Sueldos del equipo técnico, comercial y de capacitación. • Participación en redes, ferias, logística de exportación. • Marketing, branding, diseño y plataformas. • Adquisición de maquinaria (tostadora, empacadora). • Adecuación de infraestructura. 		<p>Fuentes de ingresos </p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta de café tostado y empaçado en mercados nacionales e internacionales. • Venta de miel a granel y en frascos premium. • Capacitaciones técnicas y consultoría en producción sostenible. • Servicios turísticos comunitarios (visitas a plantaciones, cata de café y miel). • Venta de subproductos y paquetes personalizados. 		

NOMBRE DE LA EMPRESA

<p>Socios Clave </p> <p>¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? ¿Qué recursos clave vamos a adquirir de nuestros socios? ¿Qué actividades clave realizan los socios?</p> <p>Motivaciones para socios Optimización y economía reducción del riesgo e incertidumbre adquisición de recursos y actividades particulares</p>	<p>Actividades clave </p> <p>¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿Nuestros canales de distribución? ¿Nuestras relaciones con clientes? ¿Nuestras fuentes de ingresos?</p> <p>Categorías Producción Resolución de problemas Plataforma / red</p> <hr/> <p>Recursos clave </p> <p>¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿Nuestros canales de distribución? ¿Fuentes de ingresos?</p> <p>Tipos de recursos Físico Intelectual (potentes de marca, copyrights, datos) Humanos Financieros</p>	<p>Propuestas de valor </p> <p>¿Qué valor entregamos al cliente? ¿Cuál de los problemas de nuestro cliente vamos a ayudarle a resolver? ¿Qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo? ¿Qué paquetes de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de cliente?</p> <p>Características Novedad Rendimiento Personalización Diseño Marca/status Precio Reducción de coste Reducción de riesgo Accesibilidad Conveniencia / Usabilidad</p>	<p>Relaciones con clientes </p> <p>¿Qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de cliente? ¿Cuáles hemos establecido? ¿Cuánto cuestan? ¿Cómo están integrados con el resto de nuestro modelo de negocio?</p> <p>Ejemplos Asistencia personal Autoservicio Asistencia personal dedicada Comunidades Servicios automatizados Co-creación</p> <hr/> <p>Canales </p> <p>¿A través de qué canales quieren ser contactados nuestros segmentos de cliente? ¿Cómo les contactamos ahora? ¿Cómo están integrados nuestros canales? ¿Cuáles son los más eficientes en costes? ¿Cómo los integramos con las rutinas de cliente?</p> <p>Fases del canal 1. Conciencia ¿cómo conseguimos conciencia sobre los productos y servicios de nuestra empresa? 2. Evaluación ¿cómo ayudamos a nuestros clientes a evaluar la propuesta de valor de nuestra organización? 3. Compra ¿cómo permitimos a nuestro clientes comprar productos y servicios específicos? 4. Entrega ¿cómo llevamos al propuesta de valor a los clientes?</p>	<p>Segmento de cliente </p> <p>¿Para quién estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestro clientes más importantes?</p> <p>Mercado de masas Mercado de nicho Segmentado Diversificado Plataforma multilateral</p>																					
<p>Estructura de costes </p> <p>¿Cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio? ¿Qué recursos clave son los más caros? ¿Qué actividades clave son las más caras?</p> <p>Es tu negocio más Basado en coste (estructura de coste más escueta, propuesta de valor de precio bajo, máxima automatización, outsourcing extensivo) Basado en valor (centrado en creación de valor, propuesta de valor premium)</p> <p>Características de ejemplo Costes fijos (Salarios, rentas, utilidades) Economías de escala Costes variables Economías de alcance</p>	<p>Fuentes de ingresos </p> <p>¿Para qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿Para qué pagan actualmente? ¿Cómo están pagando ahora? ¿Cómo preferirían pagar? ¿Cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos totales?</p> <table border="0"> <tr> <td>Tipos</td> <td>Precio fijo</td> <td>Precio dinámico</td> </tr> <tr> <td>Venta de activos</td> <td>Lista de precios</td> <td>Negociación (regateo)</td> </tr> <tr> <td>Pago por uso</td> <td>Dependiente de las funcionalidades del producto</td> <td>Gestión de rendimientos</td> </tr> <tr> <td>Cuata de suscripción</td> <td></td> <td>Mercado en tiempo real</td> </tr> <tr> <td>Préstamo / alquiler / teasing</td> <td>Dependiente del segmento del cliente</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Licencias</td> <td>Dependiente del volumen</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tasas de intermediación</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Publicidad</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Tipos	Precio fijo	Precio dinámico	Venta de activos	Lista de precios	Negociación (regateo)	Pago por uso	Dependiente de las funcionalidades del producto	Gestión de rendimientos	Cuata de suscripción		Mercado en tiempo real	Préstamo / alquiler / teasing	Dependiente del segmento del cliente		Licencias	Dependiente del volumen		Tasas de intermediación			Publicidad		
Tipos	Precio fijo	Precio dinámico																							
Venta de activos	Lista de precios	Negociación (regateo)																							
Pago por uso	Dependiente de las funcionalidades del producto	Gestión de rendimientos																							
Cuata de suscripción		Mercado en tiempo real																							
Préstamo / alquiler / teasing	Dependiente del segmento del cliente																								
Licencias	Dependiente del volumen																								
Tasas de intermediación																									
Publicidad																									

