LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIOS

Marca Comercial:

8. Socios clave	7. Actividad Clave	2. Propuesta de Valor	4. Relacion con clientes	1. Segmento de clientes
	Diseño e instalación de los captadores de humedad. 6. Recursos Clave	Sistema de captación del vapor de agua atmosférico.	3. Canales	Usuario: Poblaciones en zonas rurales sin acceso al agua. Segmento de clientes: • Empresas con RSE (Responsabilidad Social Empresarias). • Habitantes en zonas rurales de alto poder adquisitivo con plantaciones y cultivos. • Personas que habitan en zonas urbanas y tienen conciencia ambiental.
9. Estructura de Costos	5. Fuente de Ing	5. Fuente de Ingresos		
		 Ventas a orga Venta a empr Venta directa plantaciones y o 	 Crowdfunding (para el financiamiento inicial). Ventas a organizaciones gubernamentales. Venta a empresas con RSE (Responsabilidad Social Empresarias). Venta directa a los usuarios en zonas rurales de alto poder adquisitivo con plantaciones y cultivos. Venta a personas que habitan en zonas urbanas y tienen conciencia ambiental. 	