

Modelo de Negocios Maka

¿Qué buscamos?

1. Contactos capacitados en causas sociales, en específico una persona que nos ayude a validar los lugares que los usuarios den de alta.
2. Difusión
3. Patrocinadores

¿quién vende en maka?

Colaboradores: haciendo labor social buscando usuarios, asociaciones interesadas

Usuarios: registrando asociaciones no conocidas (quedan sujetas a aprobación)

Clientes a evitar:

Asociaciones fantasma o que no cumplan con las normas básicas establecidas

Plataforma web de apoyo a la difusión de asociaciones altruistas y donaciones a causas sociales

Planeación estimada a 6 meses

Tipos de Clientes

Asociaciones plus

- Mayor Ingreso \$\$\$, pero menores clientes

Donadores

- 80% de los ingresos
- Muchos clientes de donaciones pequeñas (la mayoría)

Estructura de costos

- >mantenimiento de la app
- >costo transporte en llevar las donaciones a las asociaciones sin formas de pago

Estructura de ingresos

- >transacciones directas a asociaciones*
- >donaciones a asociaciones sin formas de pago*
- >patrocinadores
- >renta mensual asociación plus

*(comisión 10%)

Propuesta de valor

Todos los colaboradores involucrados en MAKKA comparten nuestra filosofía.
Todas las operaciones y asociaciones son transparentes.

Para Instituciones:

- *Sitio de difusión en la web
- *Donaciones a través de la plataforma a cualquier institución
- *Eventos con difusión en la plataforma redes sociales y red nuestra red de donadores
- *Banner especial en la app para promocionar tu institución.
- *Notificaciones a los usuarios de tus eventos, ubicación, y peticiones.

Para usuarios:

- *Estatus de donador
- *Donar desde nuestra plataforma
- *Información de asociaciones cercanas a ti en un solo lugar
- *Te notificamos cuando hay asociaciones y/o eventos cerca de ti, así como cuando hay asociaciones que necesitan productos o ayudas específicas.
- *búsqueda iterativa de asociaciones por geolocalización, temas, o causas.
- *Posibilidad de informar sobre asociaciones no registradas en la plataforma

