

<b>key partners</b>  fábrica de papelão biodegradável  lojas que receberam os alimentos não retirados	<b>key activities</b>  desenvolvimento de plataforma, prospecção de alimentos renomados e compradores, compra e vendas de caixinhas, doação de alimentos que não foram retirados.  <b>key resources</b>  marketing, ux, ui, programados e vendedor.	<b>value proposition</b>  <u>compradores:</u> consomem de forma consciente e retiram comida em lugares reconhecidos por um valor fixo.  <u>vendedores:</u> ganham dinheiro com o que antes seria descartado e ganham selo de estabelecimento amigo.  doação de alimentos	<b>customer relationships</b>  criação de comunidade que se importam com o meio ambiente e que economizam.  selo de estabelecimento amigo  <b>channels</b>  marketplace, insta, push e e-mail.	<b>customer segments</b>  pessoas em busca de oferta, orçamento limitado e consumo consciente;  restaurantes, padarias, hotéis, cafés, confeitaria e mercados;
<b>cost structure</b>  infraestrutura, prospecção de clientes e equipe.			<b>revenue streams</b>  porcentagem de 30% sobre as vendas, plano de assinatura, refeição individual e anúncios dos estabelecimentos dentro da plataforma.	