

# PLANTILLA DE TRABAJO – SOCIEDADES CLAVE (Modelo CANVAS)

## 1. Identificación general de socios y proveedores clave

Elemento	Descripción guiada	Respuesta del alumnado
<b>1.1. Lista de socios clave</b>	¿Qué organizaciones, instituciones, empresas, colectivos o personas son necesarias para que vuestro proyecto funcione? Ej.: asociaciones, ONGs, proveedores, agentes locales, expertos, etc.	Trabajaremos con la empresa Greenpeace, ya que colaboraremos con ellos para crear ropa y luego las ganancias de esa ropa generalmente la recibirá Greenpeace para su proyecto sobre los océanos.
<b>1.2. Lista de proveedores clave</b>	¿Qué proveedores necesitáis para obtener materiales, tecnología, servicios o información imprescindible?	Necesitamos la ayuda del estado para que nos ayuden en el ámbito económico, porque de primeras no tendremos suficiente para cubrir las necesidades.
<b>1.3. Tipo de relación con cada socio/proveedor</b>	¿La relación es formal (convenio/contrato), colaborativa, puntual, voluntaria, comercial...?	Sería una relación voluntaria, que luego les podría beneficiar con acuerdos comerciales y económicos.
<b>1.4. Conexión con vuestro objetivo social</b>	¿Cómo contribuye cada socio a cumplir la misión social de vuestro proyecto?	Greenpeace: Ayudando a crear la ropa gracias a voluntarios. Estado: Ayuda económica (subvenciones).

## 2. Razones para establecer estas alianzas

Pregunta	Descripción guiada	Respuesta del alumnado
<b>2.1. ¿Por qué necesitamos a estos socios?</b>	¿Qué aportan al proyecto? (conocimientos, recursos, legitimidad, visibilidad, acceso a comunidad, etc.)	El estado aportará subvenciones para comprar materiales y Greenpeace nos aportará voluntarios para crear y diseñar la ropa.
<b>2.2. ¿Qué riesgos nos ayudan a reducir?</b>	Pensad en riesgos económicos, técnicos, sociales, legales o de impacto.	Si el estado no está dispuesto a apostar por nuestra propuesta la producción de nuestros productos será más difícil. También si las personas no están interesados en nuestra ropa y no conseguimos clientes no ganaremos dinero.
<b>2.3. ¿Qué recursos o capacidades nos permiten adquirir?</b>	¿Permiten acceder a materiales, habilidades, redes de contactos, espacios, tecnología...?	Nos permiten acceder a contactos que son las personas que ya invierten dinero en Greenpeace y por lo tanto estarán interesados en nuestra ropa. Los espacios nos los proporciona Greenpeace. Y los materiales los compraremos con las subvenciones del gobierno.

### 3. Roles y funciones de cada socio clave

Socio/Proveedor	Rol dentro del proyecto	Tareas concretas que desempeña	Nivel de importancia (alta/media/baja) y por qué
Greenpeace	Ayudarnos con la producción y la publicidad de la ropa.	Desempeña tareas como la producción de ropa, publicitar nuestra marca ya que ellos tienen más fama.	Tienen un nivel de importancia muy alta, ya que sin ellos este proyecto no se podría llevar a cabo porque el objetivo es donar dinero para que ellos lo utilicen en sus proyectos sobre los océanos.
Estado	Financiarnos económicamente.	Nos darán ayudas económicas para comprar los productos y los materiales necesarios.	Su nivel de importancia es media, porque sin su ayuda la idea se podría llevar a cabo pero podría ser mucho más costosa y Greenpeace necesitaría financiarnos con más dinero.

#### 4. Priorización y justificación de socios clave

Elemento	Descripción guiada	Respuesta del alumnado
<b>4.1. Socios imprescindibles</b>	¿Cuáles son los socios sin los cuales el proyecto no podría funcionar? Explica por qué.	Greenpeace. Porque sin ellos no tendríamos compradores ni tampoco voluntarios para producir y diseñar la ropa. También, las subvenciones del gobierno ya que sin ellas no tendríamos dinero suficiente para comenzar con el proyecto.
<b>4.2. Socios importantes pero no esenciales</b>	¿Cuáles aportan valor pero no son críticos?	Ninguno. Los dos son muy importantes y aportan mucho valor.
<b>4.3. Sociosopcionales</b>	¿Qué colaboraciones serían útiles pero no indispensables?	Con otras empresas como por ejemplo de publicidad para publicitar nuestra ropa entre la gente y así más gente la conozca y haya una red de clientes más amplia fomentar.
<b>4.4. Posibles problemas o dependencias</b>	¿Qué puede salir mal con estos socios? ¿Qué plan alternativo tendríais?	Lo que puede salir mal es que el gobierno no nos aporte subvenciones para comenzar con el proyecto o que Greenpeace no quisiera colaborar con nosotros. Como plan alternativo podríamos trabajar con alguna otra ONG y si el estado no nos ayuda podríamos buscar otras personas para invertir en el proyecto.

## 5. Plan de acción para contactar y mantener las alianzas

Pregunta	Descripción guiada	Respuesta del alumnado
<b>5.1. ¿Cómo contactaréis con ellos?</b>	Email, redes, visitas, mediadores...	Con Greenpeace vamos a estar en contacto vía correo electrónico para tener un contacto profesional y tendremos una revisión semanal del proyecto para valorar el trabajo y proponer nuevas ideas. Y con el gobierno también contactaremos vía correo electrónico.
<b>5.2. ¿Qué mensaje clave les vais a transmitir?</b>	Explicad qué ofrecéis y qué necesitáis.	Necesitamos voluntarios de su empresa que se ofrezcan a trabajar y a cambio donaremos la mayoría de los beneficios a su campaña sobre el océano. Del gobierno necesitamos subvenciones y a cambio daremos un mercado de moda más sostenible en España.
<b>5.3. ¿Qué podéis ofrecer a cambio?</b>	Beneficios sociales, visibilidad, colaboración, datos, apoyo...	A Greenpeace le ofrecemos dinero para utilizarlo en su proyecto sobre los océanos y al gobierno le damos la opción de tener un mercado de ropa más sostenible en su país.
<b>5.4. ¿Cómo mantendréis una buena relación a largo plazo?</b>	Comunicación, compromisos, acuerdos, reuniones, informes de impacto...	Haremos reuniones semanales para evaluar el rendimiento del proyecto y nos mantendremos en contacto vía correo electrónico.