

## MODELO CANVAS Representación visual

<b>9. ALIANZAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Proveedores de materias primas</li> <li>· Certificadores ecológicos</li> <li>· Laboratorios</li> <li>· Industria de parafarmacia</li> <li>· Usuarios de la plataforma online</li> </ul>	<b>7. ACTIVIDADES CLAVE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Marketing</li> <li>· Posibilidad de elaboración por parte de los clientes</li> <li>· Atención al cliente</li> <li>· Gestor de proveedores</li> <li>· Nuevos colores</li> <li>· Presentaciones</li> </ul>	<b>2. PROPUESTA DE VALOR</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Productos ecológicos y manuales.</li> <li>· Posibilidad de participación en la elaboración de estos productos.</li> <li>· pH adecuado de los productos y orientados a todo tipo de edades.</li> <li>· Orientados a todo tipo de edades.</li> <li>· Diferentes precios asequibles para cualquier nivel de renta.</li> <li>· Fomentar uso de productos ecológico y de calidad.</li> </ul>	<b>3. RELACIONES CON EL CLIENTE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Local.</li> <li>· Marketing online.</li> <li>· Promociones especiales, bonos.</li> <li>· Descuentos..</li> </ul>	<b>1. SEGMENTACIÓN DE CLIENTES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· No va dirigido a un grupo concreto de clientes.</li> <li>· Personas con gusto e interés por la belleza y el cuidado de la piel.</li> <li>· Personas concienciadas con el medioambiente.</li> </ul>
<b>6. ESTRUCTURA DE COSTES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Alquiler del local.</li> <li>· Sueldo del personal.</li> <li>· Precio materias primas.</li> </ul>		<b>5. FUENTE DE INGRESOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Venta de productos.</li> <li>· Participación en la elaboración de productos de los clientes.</li> <li>· Asesoramiento acerca de estos productos.</li> </ul>		

### Desarrollo

● **SEGMENTACIÓN DE CLIENTES:** Nuestro negocio no se dirige a ningún grupo concreto de edad, debido a que nuestros productos están especialmente creados para satisfacer necesidades varias aplicables a todo tipo de personas, desde infantes hasta ancianos, sin prejuicio alguno. Sin embargo, sí que podrían ubicarse hacia individuos, independientemente de su sexo, con gusto e interés por la belleza y el cuidado de la piel, ya que la mayoría de nuestros artículos son cosméticos. Por último, se destinan a personas concienciadas con el cuidado del medioambiente, permitiéndoles adquirir productos totalmente ecológicos y elaborados a mano.

● **RELACIONES CON LOS CLIENTES:** Establecemos relaciones personalizadas con nuestros clientes, gestionadas a través de diversos medios como el acompañamiento permanente y las asesorías personalizadas en el establecimiento, el marketing online gracias a nuestra página web y el uso frecuente de las redes sociales (especialmente Instagram y Facebook) son nuestra principal estrategia para mantener la fidelidad de nuestros clientes, acompañado de promociones especiales bonos, descuentos e información sobre nuestros productos y otros asuntos diversos a la orden del día para tratar de concienciar a la población, creemos que todo ello fomentará su actividad de manera habitual en nuestra tienda.

● **CANALES:** Nuestros principales canales para ofrecer nuestra propuesta de valor son el local de venta que mediante el crecimiento de la empresa se irá ubicando en diferentes puntos estratégicos de la ciudad (teniendo en cuenta sus rentas y necesidades el contenido variará de un barrio a otro) un sitio web para mostrar nuestros catálogos virtuales, de tal manera que nuestros clientes puedan observar el producto que desean comprar sin la necesidad de acudir a la tienda física, pautas publicitarias en medios de comunicación como blogs, y como no, a través de la tradicional comunicación verbal gracias a familiares, amigos, conocidos...

● **PROPUESTA DE VALOR:** Gracias a nuestra idea de negocio, permitiremos a todos aquellos que estén dispuestos e interesados en adquirir productos ecológicos y manuales hacerlo con facilidad y a precios asequibles para cualquier nivel de renta. Por otro lado, ofertamos una serie de lecciones mensuales para que todo aquel que quiera informarse acerca de la elaboración de estos productos pueda hacerlo y participar si lo desea, independientemente de su edad, fomentando así el uso de los materiales ecológicos y de calidad. En último lugar, evitando problemas de salud o restringiendo el acceso a personas con molestias dermatológicas,

tendremos siempre cuenta el pH de todos nuestros bienes ofertados y la adaptabilidad para molestias dermatológicas.

- **FUENTE DE INGRESOS:** Nuestra estructura de ingresos está conformada principalmente por el flujo de dinero recibido gracias a la comercialización de nuestros productos en el establecimiento y de manera virtual, pero también lo integran el asesoramiento especializado y las clases mensuales.

- **ESTRUCTURA DE COSTES:** Nuestros costes más significativos corresponden al alquiler del local mensual, el cual sería un coste fijo que rondaría los 600 o 700 euros, el sueldo de nuestro personal, donde se integra el nuestro propio, los primeros meses o incluso el primer año será variable ya que debemos comenzar por sacar el negocio adelante, después esperamos un mínimo de unos 1.000 mensuales para los trabajadores contratados, y finalmente la adquisición de las materias primas de calidad, lo cual es algo imprescindible.

- **ACTIVIDADES CLAVE:** La presentación, la calidad y la innovación de nuestros productos es de los factores más importantes en la empresa, complementados con el marketing para ser capaces de abrirnos más al mercado y la gestión de los proveedores manteniendo así nuestra imagen y las características de las mercancías.

- **RECURSOS CLAVE:** Nuestra propuesta de valor requiere un talento humano con conocimientos específicos en el proceso de producción, por lo tanto, nos ocuparemos de formar y motivar a los trabajadores, además del marketing y los recursos online para ofrecer los productos a nivel mundial. La esencia aromática también es especialmente relevante ya que muchas veces nos condiciona a la hora de adquirir un cosmético si su olor nos deleita o no.

- **ALIANZAS:** Los principales aliados son los proveedores, los certificadores ecológicos que corroboren nuestra actividad, ciertos laboratorios que puedan aconsejarnos sobre la mejor elaboración de los productos junto con la industria de parafarmacia y, por último, nuestros usuarios de la plataforma online que fomentarán la utilidad tecnológica y rentabilizarán aún más el negocio.