



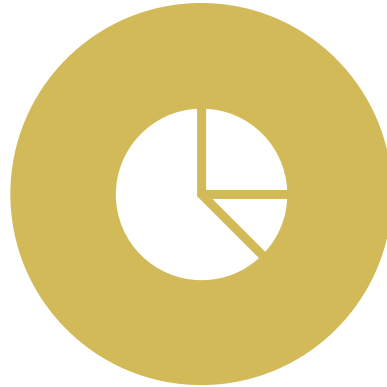
**t o m a T É**

# ¿QUIÉNES SOMOS?

---



SOMOS UNA  
DISTRIBUIDORA DE TÉ



NUESTRO CLIENTE ELIJE  
EL 100%



CADA TÉ UNA  
EXPERENCIA DIFERENTE

# PROPUESTA DE VALOR

---

-¿QUÉ PROBLEMA RESOLVEMOS A LOS USUSARIOS?

ENCONTRAR UNA BEBIDA  
SALUDABLE

SIN GAS

100% DISEÑABLE

# PROPUESTA DE VALOR

---

-EXPLICAR EN QUÉ ERRADICA EL CARÁCTER NOVEDOSO DEL PROYECTO



**VARIEDAD  
DE SABOR**



**ADAPTABLE  
AL  
CONSUMIDOR**



**100%  
BIO**

# PROPUESTA DE VALOR

---

-Describir el factor o factores que resulten destacables para nuestro Bayer persona. (factores tales como el precio, la calidad, el diseño, la seguridad, etc.)

---

NATURAL

---

PRECIO ADAPTABLE

---

DIVERSIDAD DE GUSTOS

---

MEJORA EL BIENESTAR

---

MÁXIMA CALIDAD

# SEGMENTACIÓN DE MERCADO

---

-DEFINIR CON CLARIDAD CUAL ES NUESTRO CLIENTE

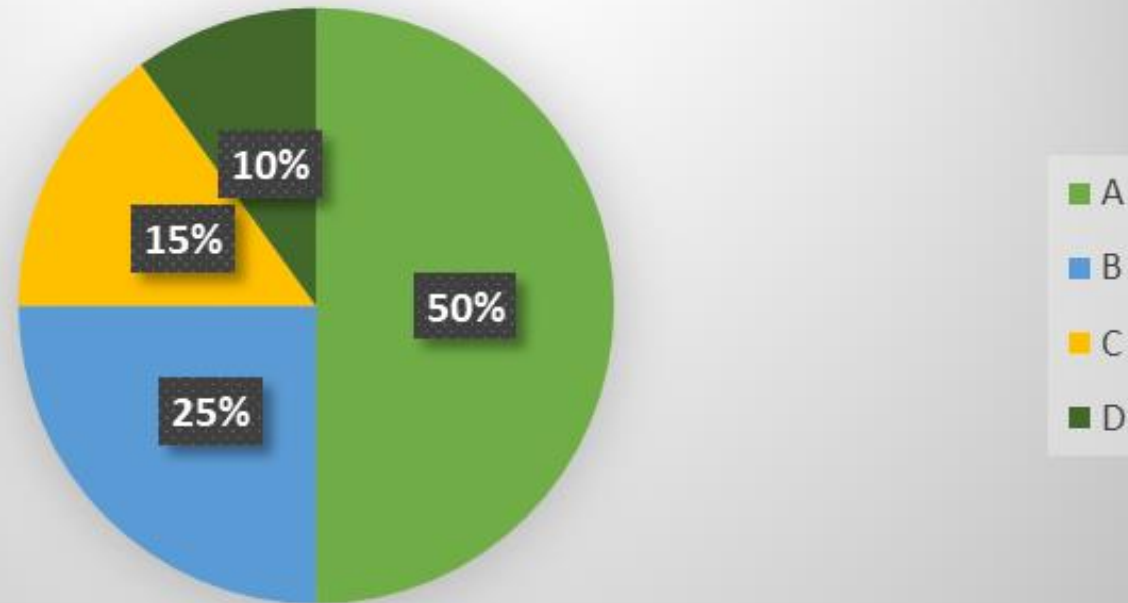


NOMBRE: Carolina  
EDAD: 27-45  
AFICIONES: hacer yoga  
TRABAJO: inversiones  
DONDE VIVE: en la ciudad  
BEBIDA + CONSUMIDA: té  
ESTADO CIVIL: casada sin hijos  
ESTILO: hippie



NOMBRE: Jaime  
EDAD: 28-38  
AFICIONES: hacer deporte al aire libre  
TRABAJO: empresa con media remuneración  
DONDE VIVE: en un pueblecito cerca de la ciudad  
BEBIDA + CONSUMIDA: té  
ESTADO CIVIL: casado con hijos  
ESTILO: traje y corbata

## SEGMENTO DE USUARIOS



# SEGMENTACIÓN DE MERCADO

---

-DIFERENCIAR LOS SEGMENTOS DE CLIENTES QUE EXISTEN Y JUSTIFICAR SI EXISTEN O NO

# SOCIEDADES CLAVES

---

- Cuales son los agentes claves o socios para llevar a cabo el proyecto



PROVEEDORES



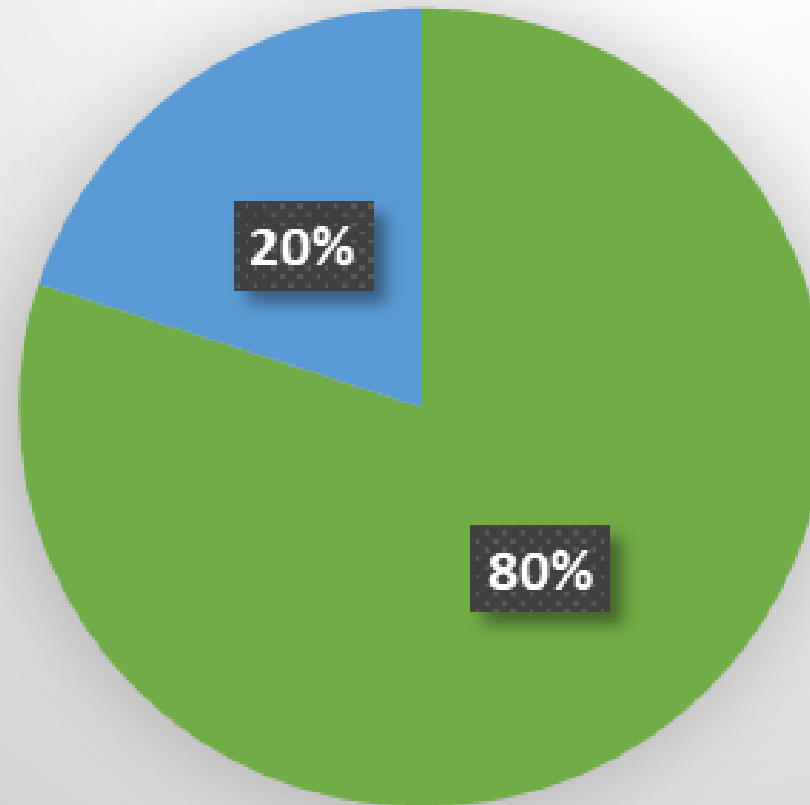
# FUENTES DE INGRESOS

---

-DEFINIR DE FORMA RAZONABLE CUALES SON LAS FUENTES DE INGRESOS Y LA PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DE CADA FUENTE DE INGRESO DEL PROYECTO

- venta de té
- redes sociales

## FUENTES DE INGRESO



# CANALES

---

-DESCRIBIR PRINCIPALES VÍAS QUE SE VAN A EMPLEAR PARA COMUNICARNOS CON EL CLIENTE O LOS DIFERENTES TIPOS DE CLIENTE.

GMAIL

APP

INSTAGRAM

TIK TOK

FACEBOOK

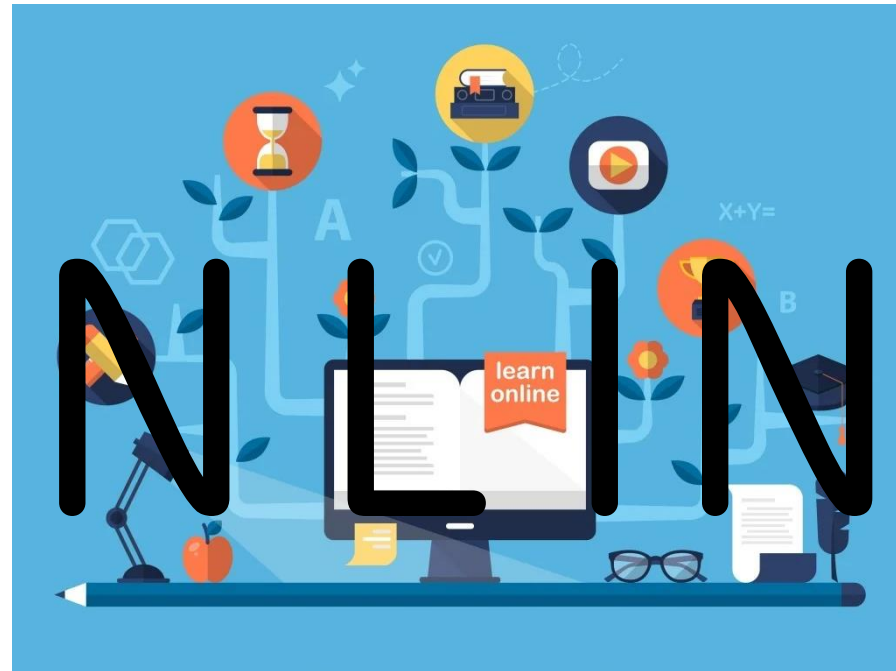
YOUTUBE

# CANALES

---

-PRINCIPALES VÍAS QUE UTILIZARÉIS PARA DISTRIBUIR NUESTRA PROPUESTA DE VALOR AL CLIENTE.

**O  
N  
L  
I  
N  
E**



# RELACIONES CON LOS CLIENTES

---

-DETALLAR QUE ACCIONES LLEVAREMOS A CABO PARA QUE EL CLIENTE SE MANTENGA LIGADO A NUESTRA PROPUESTA

---

SEGUNDA COMPRA UN -10%

---

REGALOS POR X CANTIDAD DE DINERO GASTADA

---

ENVIOS GRATIS

---

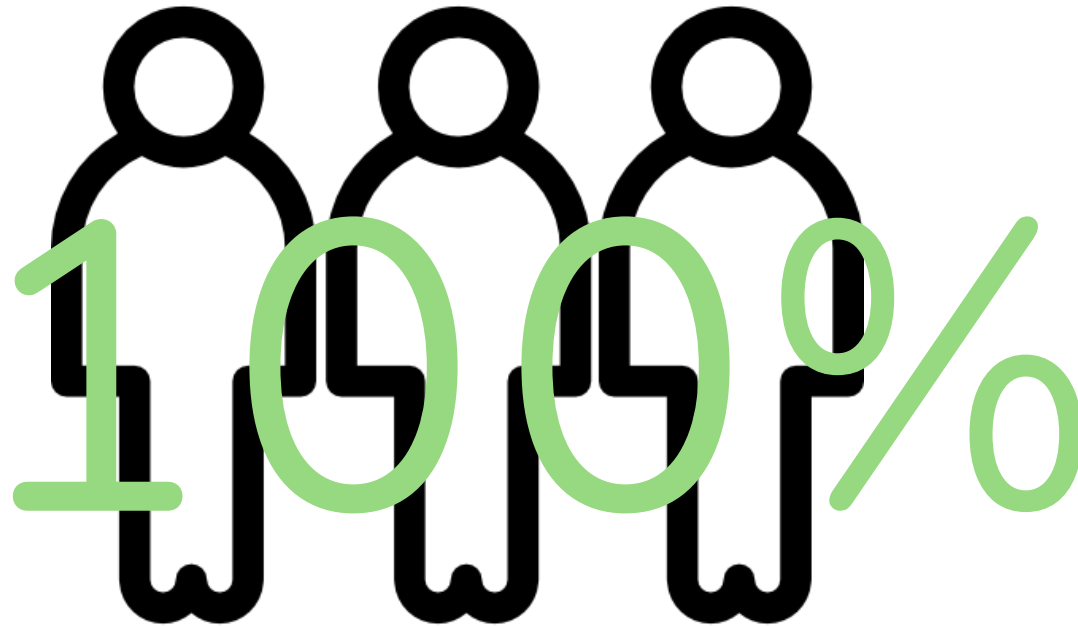
NUEVAS OFERTAS

---

# RELACIONES CON LOS CLIENTES

---

-DESCRIBIR COMO IMPLICAMOS AL CLIENTE EN EL MODELO DE NEGOCIO



# RECURSOS CLAVE

---

- Detallar cuales son vuestros recursos tangibles e intangibles



# ACTIVIDADES CLAVE

---

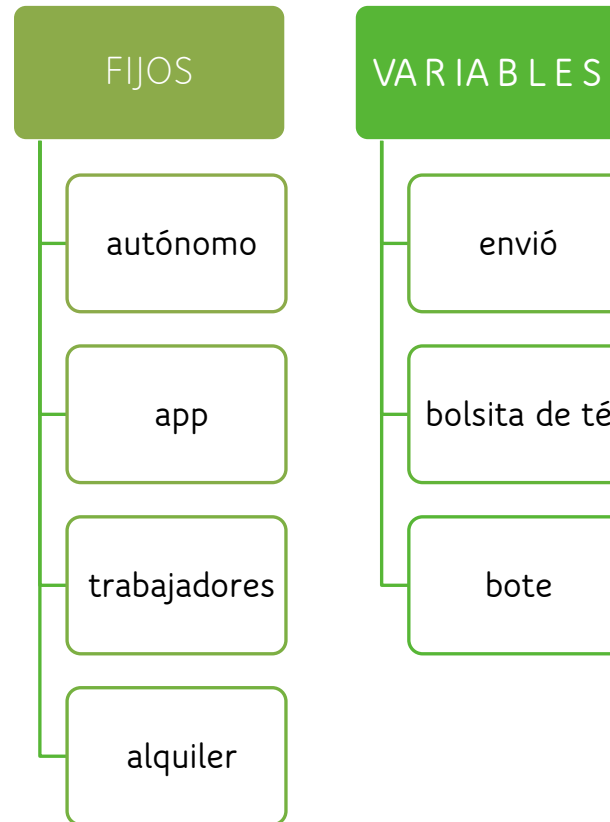
-Definir cuáles son las actividades y procesos que deben llevarse a cabo para producir la propuesta de valor, estableciendo una prioridad entre las distintas actividades y procesos.



# ESTRUCTURA DE COSTES

---

-ESPECIFICAR LOS COSTES:





# ESTRUCTURA DE COSTES

---

-ESTIMAR COSTE DE LA INVERSIÓN

Empresa de envíos : 2,40€ por envío (de media)

Creación de app: 50€

El té: 1.11 €/kg (de media)  $\times 15 = 16,65 \text{ €}$

Los botes para el te: 0,23€ cada bote  $\times 100 = 23 \text{ €}$

Alquiler: 200€

Trabajadores: 6 €/ hora  $\times 2 \text{ trab.} \times 8 = 96 \text{ €}$   $\rightarrow$  solo 1 día  
 $\cdot 5 \text{ días} = 480 \text{ €}$

Autónomo: 200€

INVERSIÓN:  
969,65 €