

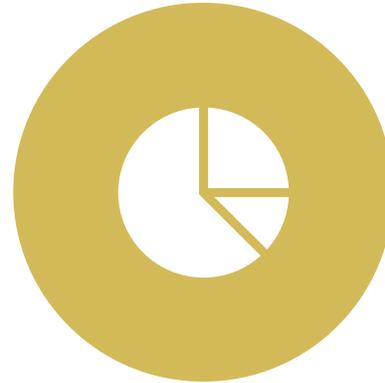


t o m a T É

¿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

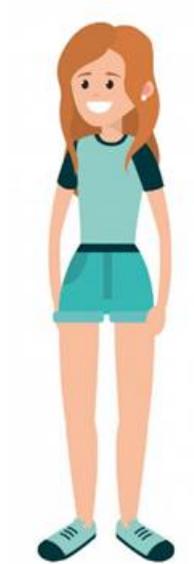
DIVERSIDAD DE GUSTOS

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

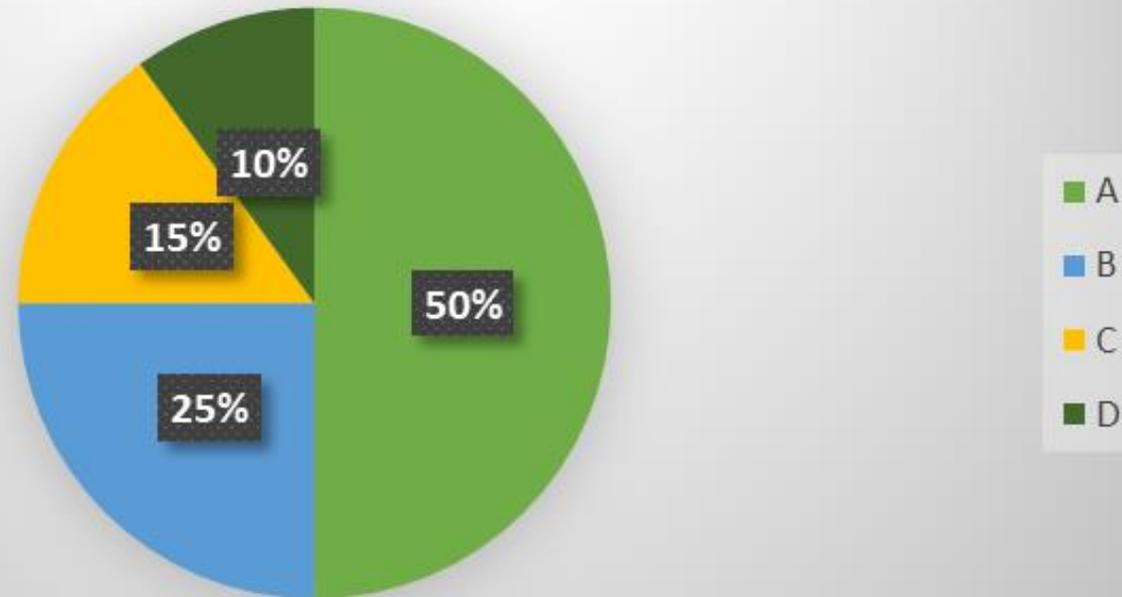
DONDE VIVE: en un pueblecito cerca de la ciudad

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



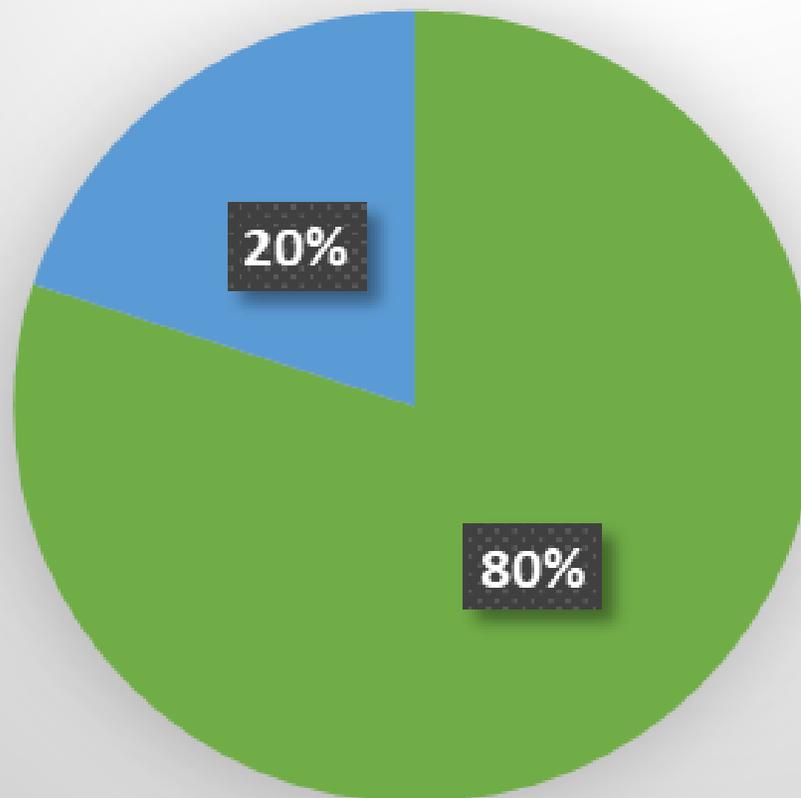
PROVEEDORES

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

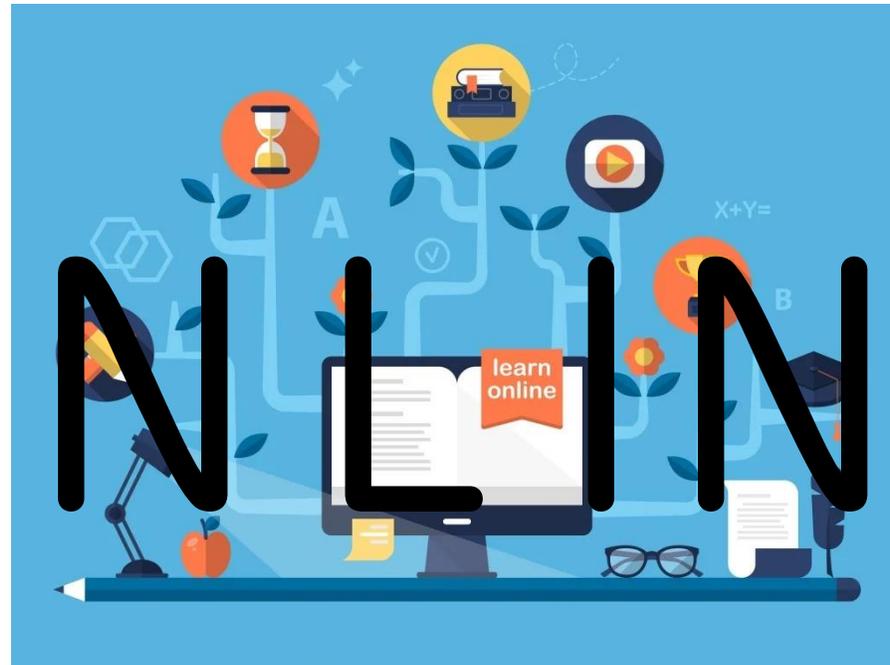
FACEBOOK

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%

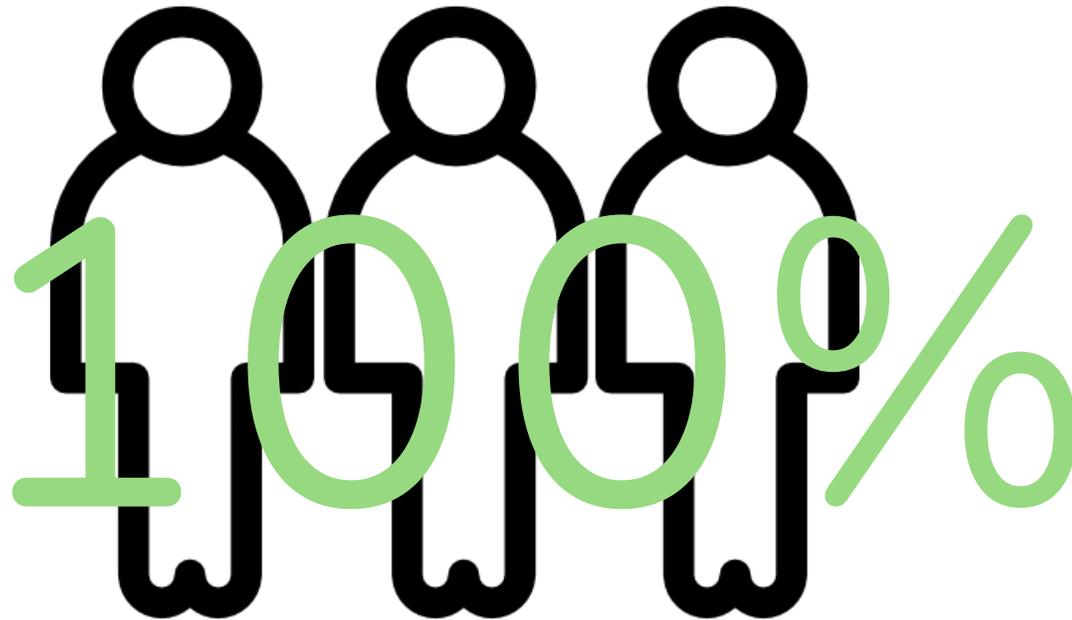
REGALOS POR X CANTIDAD DE DINERO GASTADA

ENVIOS GRATIS

NUEVAS OFERTAS

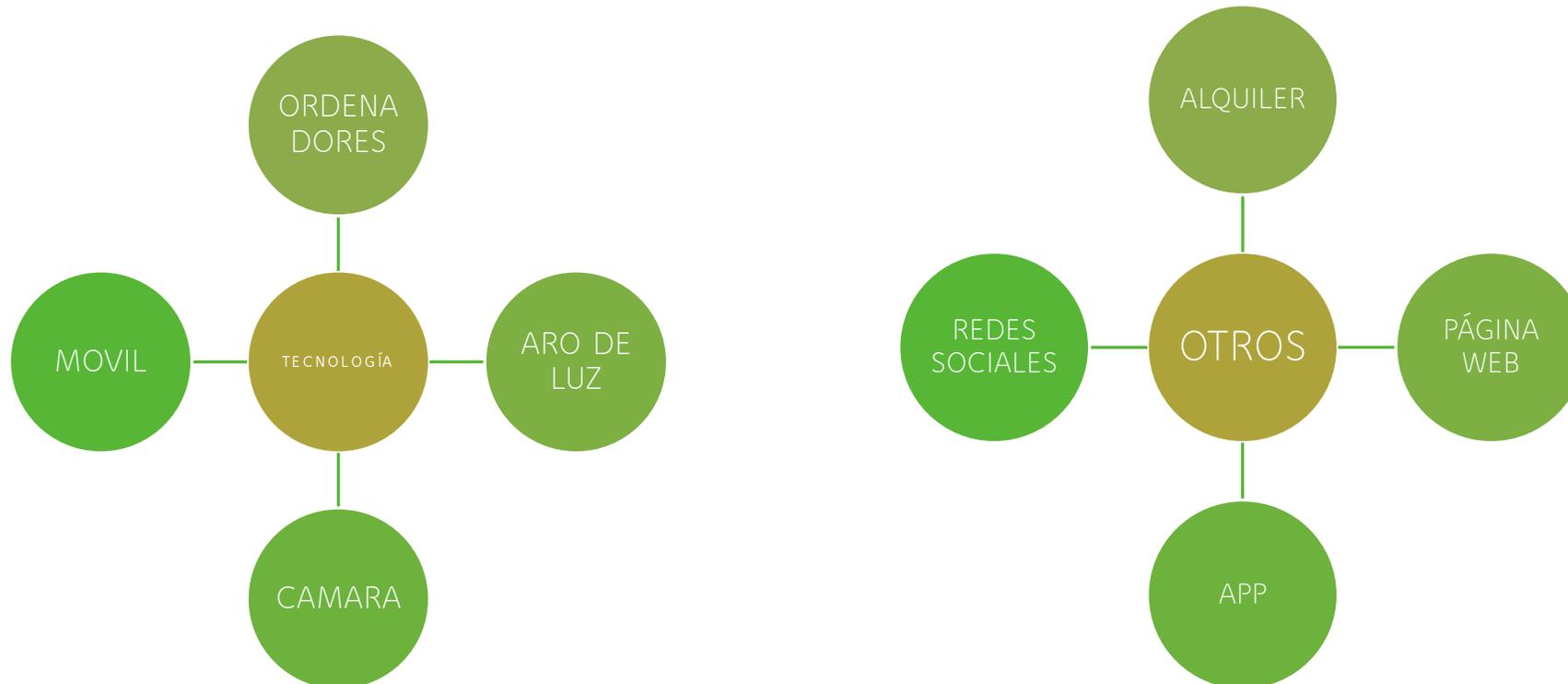
RELACIONES CON LOS CLIENTES

-DESCRIBIR COMO IMPLICAMOS AL CLIENTE EN EL MODELO DE NEGOCIO



RECURSOS CLAVE

- Detallar cuales son vuestros recursos tangibles e intangibles



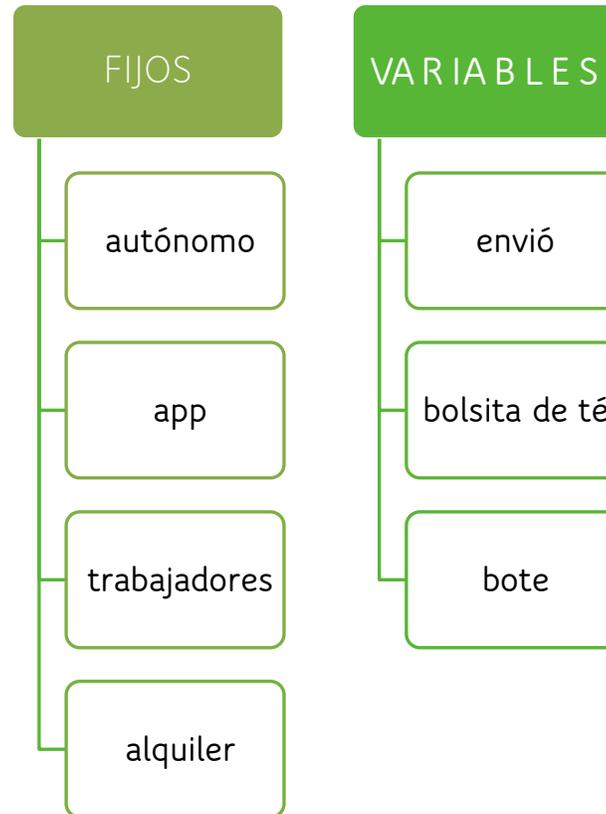
ACTIVIDADES CLAVE

-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 €