

Biogum

Model Business Canvas

Socios claves

1. **Proveedores**
Naturgum,
Euroaromas y
Ingredalia
2. **Empresas de
Envases Sostenibles**
BioPack
3. **Centros de
Investigación y
Desarrollo**
AIMPLAS y Tecnalia
4. **Organizaciones
Medioambientales**
Ecoalf Foundation
5. **Supermercados**
Mercadona y Eroski
6. **Empresas de
Marketing Verde**
Ecoavantis
7. **Plataformas de
Financiación**
Triodos Bank,
Fundeen y ICO

Actividades claves

- **I+D de Fórmulas Biodegradables:** Desarrollo de bases naturales, edulcorantes y saborizantes sostenibles.
- **Producción:** Fabricación del chicle y diseño de empaques ecológicos.
- **Distribución:** Logística para tiendas físicas, supermercados y e-commerce.
- **Personalización de Sabores:** Desarrollo de sabores adaptados a mercados y mayoristas.
- **Marketing y Gestión Digital:** Gestión de e-commerce, redes sociales y atención al cliente.

Recursos claves

- **Recursos Físicos:** Fábrica (Polígono Kareaga Goikoa), maquinaria de producción, almacén integrado y transporte ecológico.
- **Recursos Intelectuales:** Marca registrada, fórmula patentada, bases de datos de consumidores y conocimiento propietario sobre biodegradabilidad.
- **Recursos Humanos:** Ingenieros de alimentos, expertos en sostenibilidad, equipo de marketing verde y personal de logística y ventas.
- **Recursos Financieros:** Inversores iniciales (Triodos Bank, Fundeen), ingresos por suscripciones (Bronce, Plata, Oro, Diamante) e ingresos por la propia venta.

Propuesta de valor

Chicle orientado a explorar distintos sabores, a la vez que reduce la contaminación al medioambiente debido a que es 100% digerible, y amigable con la fauna bucal y estomacal del organismo humano. Incluso en el caso de no ser tragado, su degradación se completa al cabo de 12 días máximo.

Relaciones con el cliente

- **Comunicación Efectiva:** Conexión a través de redes sociales, web, correo y teléfono con transparencia y empatía.
- **Servicio Proactivo:** Anticipación a necesidades y resolución rápida de problemas.
- **Fidelización:** Programas de suscripción con recompensas y beneficios exclusivos.
- **Construcción de Confianza:** Transparencia en políticas y trato humano en cada interacción.
- **Retroalimentación:** Recopilación de opiniones mediante encuestas y redes sociales.

Canales

- **De manera mayorista:** Cadenas de supermercados (Mercadona y Eroski) y tiendas de barrio
- **De manera Minorista:** A través de nuestra página web

Segmentos de clientes

Personas entre 10 y 45 años, que vivan en Madrid, Barcelona, Analucía y País Vasco. Consumidores conscientes del medioambiente, interesadas en el consumo ético y comprometidas con reducir el daño ambiental, que además suelen consumir chicles con frecuencia.

Estructura de costes

- Salarios
- Instalaciones
- Proveedores

Líneas de ingresos

- Inversores Iniciales
- Ingresos por venta de los chicles
- Ingresos por Suscripciones