



TRAGO2

"DONDE LOS BRINDIS SE VUELVEN RAÍCES."



PROPOSICIÓN DE VALOR



Un espacio donde puedes disfrutar de tus cocktails o refrescos favoritos y además aportar al medio ambiente

- Novedad
- Sencillez de uso



SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Personas jóvenes y adultas concienciadas con el medio ambiente, amantes del ocio y la naturaleza.



x
x
x
x

Sociedades clave

Proveedores de bebidas, asociaciones medioambientales,
viveros de árboles, ayuntamiento o entidades locales

Optimizar modelo de negocios



Fuentes de ingreso

Venta de bebidas, comidas,
eventos temáticos,
donaciones o patrocinios
ecológicos.



Canales

Bar físico

Redes sociales (TikTok, Instagram)

Eventos sostenibles

Colaboraciones con ONGs

- Compra
- Entrega





Relaciones con clientes

Trato cercano, ambiente agradable,
comunicación en redes sociales,
fidelización por apoyar una causa
ecológica.

Asistencia personal

Recursos clave

Recursos físicos

Local de bar, equipamiento de hostelería, material de merchandising y elementos decorativos

Recursos humanos

Personal de bar, community manager, responsable de las entidades de plantación y diseñador de marca o publicista



Actividades clave

Atender clientes, organizar eventos, promoción en redes, gestionar donaciones y plantaciones

Producción: De forma indirecta favorecemos a la “producción” de árboles

Solución de problemas: El medioambiente empeora a pasos agitados y nosotros con nuestro bar favorecemos a que mejore o que su deterioro sea más lento

Estructura de costes

Compra de bebidas y
alimentos, sueldos, alquiler,
suministros, campañas
ecológicas, transporte para
las plantaciones

Costes variables



