

# BUSINESS MODEL CANVAS

Diseñado por:

Eco-Life J.A

Diseñado para:

Junior Achievement Arg.

En 17/06/21

Versión 1.0

## ALIADOS CLAVES

- Socios
- Proveedores de insumos
- Colaboradores (familia)
- Clientes

## ACTIVIDADES CLAVES

*Dpto. de producción:* Proceso de elaboración y fermentación, Incorporación de aromas; Envase y etiquetado

*Dpto. de Marketing:* Manejar redes y Promocionar el producto

*Dpto. de Finanzas:* Registrar contablemente; Mantener cashflow.

*Dpto. de RRHH:* Control del trabajo de empleados y forma de

## RECURSOS CLAVES

- Nuestro personal (Departamento de Producción, los demás integrantes)
- Insumos: cascaras de naranja, agua aloe vera, jabón blanco, canela, romero, esencias cítricas y especias.
- Capital Inicial: 25.421
- Socios Financieros (accionistas)  
Monto Acción: \$454

## PROPUESTA DE VALOR

Eco-Life es un set de productos de fragancias e higienización ecológicos, para uso hogareño o profesional; cuya finalidad es que sus clientes hagan parte de sus vidas el cuidado del ecosistema, con la finalidad de mejorarlo. Los sets son sanos para nuestra dermis; no contaminan el agua y dejan un aroma agradable. Nuestra propuesta lleva consigo el compromiso característico que tenemos como grupo. Como estudiantes y personas estamos comprometido a avanzar y mejorar, así sea en conocimientos o hábitos, como podría ser la implementación de nuestro propio producto, con el objetivo claro de ayudar al medio ambiente.

## RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Relación activa y directa con nuestro cliente, para lograr su fidelidad. Tendremos a disposición una base de datos de ellos para fomentar lo dicho anteriormente.

Estrategia Fidelización: descuentos o promociones para quienes anteriormente hayan confiado en nuestro producto.

Gracias a la página web y redes sociales podríamos mantener contacto con ellos e identificarlos.

## CANALES

### Canal de Distribución Minorista

Dos formatos para realizarlo:

**Vía Física:** Servicio a domicilio.

**Vía Digital:** A través de nuestras redes sociales o página web, por nuestras publicaciones; publicidad u recomendación de nuestros seguidores.

## SEGMENTOS DE CLIENTES

Apuntamos a usuarios entre los 21 años a 60 años de edad.

Dos grupos muy importantes

① 21- 27 años: ambos sexos, solteros y que se desenvuelven con Internet, jóvenes que se preocupan en el cuidado del medio ambiente y las nuevas acciones para ayudar al planeta.

② 45-60 años: ambos sexos, personas que tienen a cargo tareas domésticas con más frecuencia. Además, debido a la relación que buscamos tener con nuestros clientes, apuntaríamos a un crecimiento de la demanda a través de boca a boca de los beneficios del producto.

## ESTRUCTURA DE COSTOS

Los costos fijos de nuestro proyecto son de \$12.240 y los costos variables o materiales son de \$13.181.

La especificación de cada uno se encuentra en la proyección financiera antes expuesta.

Nuestro punto de equilibrio es de 85 combos.

## FUENTES DE INGRESOS

Venta directa (efectivo) en el colegio o fuera de este, u por billeteras virtuales (tarjetas, transferencia bancaria) y, además, un ingreso adicional por rifas escolares.

Según nuestro precio de venta de \$299, proyectamos que, a 200 unidades vendidas y, por lo tanto, nuestro ingreso producto total sería de \$58.900. Semanalmente, esperamos vender un set cada uno de los integrantes, por lo que obtendríamos entre \$8.372 de flujo de caja, aproximadamente

El objetivo de las ventas es propagar el cuidado del medioambiente, que aumente el consumo de los productos ecológicos y claramente obtener una ganancia.

Estrategia de Pricing→ Neutral→ Fijar nuestro precio en función del de la competencia.

