

Aliados clave -Padres. -Estudiantes. -Profesores. -Amigos.	Actividades claves -Planes de marketing. -Publicidad en escuelas, trabajos, gimnasios, dietéticas y actividades recreativas.	Propuesta de valor -Producto: ensaladas en frascos -Frascos reutilizables. -Producto saludable y económico. -Tenedores biodegradables. -Descuentos para quien devuelva los frascos. -Resolver el problema de una mala alimentación. -Producto vegano y vegetariano	Relacion con los clientes -A través de redes sociales y WhatsApp. -Boletines y carteles en la escuela y lugares de trabajo. - De boca en boca.	Usuarios -Personas con jornada extensa de trabajo/estudio. -Edad: niños, adolescentes y adultos. -Nivel socioeconómico: clase media. -Profesión: estudiantes y trabajadores administrativos. -San Antonio Oeste y Las Grutas.
	Recursos clave -Profesores de nutrición, cocina y bromatología. -Maquinarias. -Higiene.		Distribución -Dos puntos de venta. -Horarios específicos (10:00 a 12:00 y 15:00 a 17:00 horas).	
8.	7. 6.	2.	4. 3.	1.
Costos Costo fijo: \$8.560 Costo variable unitario: \$279,55 Punto de equilibrio: 72 unidades			Ingresos Objetivo de venta: 250 unidades Precio del producto: \$400 Ingresos: \$100.000	
9.			5.	