

## **MODELO DE CANVAS - DIFUZEN**

- 1. USUARIO - SEGMENTO DE CLIENTES.** El producto está dirigido a un público familiar, al que sin importar la edad, el difusor, les será de utilidad en cualquier ocasión. El público al cual se le venderá el producto, es, principalmente, a las familias de nuestro colegio. Las alumnas (entre 6-16 años), serán el medio principal por el cual accederemos a la venta del producto.
- 2. PROPUESTA DE VALOR.** A nuestros usuarios les estamos ofreciendo un difusor. Nuestra oferta es interesante ya que nuestro producto es sumamente bueno para el medioambiente. Además de tener fragancias 100% naturales y con rico aroma, nuestros frascos reciclados ofrecen un diseño delicado y único. De esta manera, nuestra intención es reducir el uso de difusores comerciales, cargados de químicos muy contaminantes para el medio ambiente. Asimismo, queremos reutilizar los frascos de vidrio. Es un producto pensado por todas con el fin de promover un desarrollo sustentable y destinar nuestros fondos recaudados a la pastoral social de nuestro colegio.
- 3. DISTRIBUCIÓN/CANALES.** Para que la marca llegue a diferentes personas creamos un perfil de Instagram del producto y a través de nuestros perfiles personales promocionamos el producto. Asimismo, haremos campaña publicitaria en el colegio pasando por las clases y poniendo carteles en los espacios comunes. Además promocionamos el producto a nuestras familias; no solo esto sino que también buscaremos vender en ámbitos fuera del colegio a un público desconocido para que se expandan nuestras fronteras de venta.
- 4. RELACIÓN CON CLIENTES.** Esperamos que la relación con los clientes se entable a través de las redes sociales con la posibilidad de organizar encuentros para entregarles el producto comprado. Esperamos un vínculo no tan cercano, aspirando a que nuestras ventas no se limiten a un radio conocido. Apuntamos, como mencionamos previamente, a atraer a nuestros usuarios creando una cuenta en Instagram donde se provea información tanto del producto y el proceso de producción, como de la empresa sin fines de lucro. Toda la información enmarcada de forma llamativa, abocada a transmitir profesionalidad, confianza y humanidad. Vamos a estar abiertas a recibir *feedback*, ofreciendo espacios de escucha al cliente.
- 5. FLUJOS DE INGRESOS.** La manera en que consideramos que obtendremos nuestros ingresos será principalmente de lo obtenido en la venta de nuestro producto en el Colegio especialmente. No obstante, también venderemos en otros espacios a otras personas interesadas en adquirir el producto. Nos proponemos a promocionar la venta de nuestro producto en ámbitos extracurriculares para obtener una mayor cantidad de ingresos. Las ganancias son un símbolo de retribución del trabajo que nosotras hicimos para producir nuestro producto. (+ proyección financiera)

**6. RECURSO CLAVE.** Para llevar a cabo nuestra empresa necesitamos directores que sepan organizar, tomar decisiones, distribuir y delegar tareas. Necesitamos empleados responsables para cumplir con las tareas. Tanto como los empleados y los directores necesitan poner su inteligencia para llevar a cabo el proyecto. Necesitamos el capital inicial necesario para comprar los insumos básicos indispensables para comenzar a producir. Por último necesitamos compromiso, responsabilidad y energía. Además de la inversión inicial, para producir y ofrecer necesitamos un espacio de trabajo (La clase y el laboratorio), los insumos básicos (frascos de yogur, palitos, fragancias, alcohol, etiquetas, tapitas, hilo de yute, etc). Asimismo, es fundamental hacer publicidad del producto para ofrecerlo.

**7. ACTIVIDADES CLAVE.** La actividad principal de nuestra empresa es la producción y fabricación de nuestro producto que son los difusores aromáticos. A partir de la misma vamos a poder llevar a cabo nuestra empresa y generar la principal fuente de ganancias. Para la fabricación del producto vamos a participar todas para obtener un mejor rendimiento y resultados fructíferos. Otra actividad clave es la venta y promoción de los difusores para así llegar a un público más amplio y obtener más ganancias. Sin estas dos actividades principales nuestra empresa no podría funcionar de manera eficiente. De igual manera, cabe destacar que todas las actividades de menor importancia siguen cumpliendo un rol fundamental en el funcionamiento correcto de la empresa.

**8. ALIADOS CLAVE.** Cada área de la empresa cumple un rol fundamental en el proceso de producción del producto final. Cada engranaje hace de la empresa un sistema funcional. De hacer falta alguna de las partes, la empresa no sería la misma. Nosotras mismas nos proveeremos lo necesario: encargándose de la compra de los insumos; las inversiones iniciales (nuestros padres serían los accionistas).

**9. ESTRUCTURA DE COSTOS.**

**RESPONDER ESTAS PREGUNTAS (más o menos, son preguntas de guía):** cuáles son los costos específicos que tiene la empresa? Organizar en costos fijos y variables. ¿Cuál es el punto de equilibrio? Plantear la estructura de costos en caso de alcanzar los objetivos de producción y venta.

La empresa tiene los costos de los insumos (variable), el packaging (variable) y la movilidad (fijo). El punto de equilibrio es 2,34 porque nuestros costos son muy bajos. Las acciones son de 110 pesos y si sale todo como planeado venderemos 100 unidades 420 pesos, por ende, tendremos una ganancia de 36.720 pesos.