

Universidad del sureste Escuela de medicina



LIENZO DE MODELO DE NEGOCIOS - BLOQUES DE MODELO

TALLER DEL EMPRENDEDOR

Presenta

Alumno: Guillen Narvárez Javier Octavio
Alumna: Roman Salazar Melanny Guadalupe
Lic. Myreille Erendira Rodríguez Alfonzo

Comitán de Domínguez, Chiapas

Octubre 2020

LIENZO DE MODELO DE NEGOCIOS DE OSTERWALDER

- **Socios:** Melanny Roman Salazar y Javier Guillen Narváez
- **Actividades:** Adquirir materia prima, elaboración de producto, elaboración de etiquetas, envasado, personalización de producto y envasado, promoción, distribución y entrega de producto.
- **Recursos:**
 - Materia prima: miel, yogurt, frutas, verduras, herbolaria.
 - Físicos: envases, etiquetas, aplicadores.
 - Financiero: Inversión de socios.

MODELO DE NEGOCIO

SEGMENTOS DEL MERCADO

Mercado masivo, enfocado a las mujeres desde la adolescencia hasta la tercera edad.

PROPUESTAS DE VALOR

-**Novedad:** Mascarillas con recursos totalmente naturales, que buscar el mayor beneficio para el cuidado de la piel de las mujeres.

-**Personalización:** Dependiendo el tipo de piel (natural, grasa, seca, mixta), adecuar kits específicos.

-**Logo (2 posibles opciones).**



-**Facilitar el trabajo:** Ahorrar tiempo de elaboración.

-Precio: tarros pequeños rango aproximado de \$20 - \$40, grande de 100g \$50 – \$80

-Reducción de costos: elaboración propia, a mayor proporción, el costo de elaboración disminuye, obteniendo mayores ganancias.

-Reducción de riesgo: al ser productos naturales se cuenta con la mínima posibilidad de reacciones adversas.

-Accesibilidad: de fácil acceso en cuanto a precio, facilidad y rapidez de entrega.

-Conveniencia: No contiene conservadores ni químicos a comparación de nuestras competencias, precio accesible.

-Usabilidad: dependiendo el tipo de piel y de la mascarilla a utilizar.

CANALES

- **-Comunicación:**
Directa: exhibición de producto en el local, relaciones directas con el cliente (familia, amigos, conocidos).
Indirecta: por medio de redes sociales, anuncios publicitarios.
- **-Distribución:** Toda el área de Comitán. Margaritas, tzimol y áreas cercanas (si existe un pedido de gran cantidad o que nos sea conveniente).
- **-Canales de venta:** Local establecido, puntos de entrega específicos o domicilio del cliente.

RELACIONES CON LOS CLIENTES

- **Asistencia personal:** Aplicación de mascarillas y brindar tips de uso correcto.
- **Autoservicio:** servicio a domicilio.

FUENTES DE INGRESOS

- Principalmente de ahorros de cada uno de los socios.
- Por medio de ventas realizadas.
- Por el momento no se cuenta con primas por uso, por suscripción, etc.

RECURSOS CLAVE

- Físicos:** productos que servirán para la elaboración de las mascarillas y para su presentación.
- Intelectual:** medios tecnológicos para realizar publicidad
- Humano:** elaboración y entrega de productos.

-Financiero: Inversión y ganancias.

ACTIVIDADES CLAVE

-Producción: Elaboración bajo pedidos. Con todos los estándares de calidad e higiene.

-Solución de problemas: Equipo de trabajo capacitado para la resolución de problemas en alguna área de la empresa.

-Plataforma: Redes sociales activas.

ASOCIACIONES CLAVE

-Asociarnos con distribuidores de la materia prima que necesitamos.

-Competencia: Grandes empresas.

ESTRUCTURA DE COSTES

-Costos fijos: Materia prima aprox 12, tarritos \$8. (Aproximadamente).

-Costos variables: Dependerá del costo de nuestra materia prima.

-Gastos de operación: mínima

-Gastos por honorarios: 40% aproximadamente (Ganancia).