

## Socios Clave

- Distribuidores
  - Rappi
  - DidiFood
  - Domicilios.com
  - Mensajeros Urbanos
- Lugares gastronomicos
- Prestador de servicio en la nube
- Agencias de publicidad

## Actividades Clave

- Plan de negocio.
- Plan de mercadeo.
- Búsqueda de lugares gastronómicos.

## Recursos clave

- Capital semilla
- Logística / distribuidores
- Staff de marketing.
- Desarrolladores web.
- Diseñadores graficos
  - Infraestructura
- Servicios en la nube
- Equipos para desarrollo del aplicativo
- Tecnología

## Propuesta de valor

- Reducción del desperdicio de alimentos.
- Oportunidad de comprar un plato de comida a bajo precio.
- Ganancia extra para los restaurantes.
  - Disponibilidad
  - Servicio ágil

## Relación de clientes

- Redes sociales
- Clientes recurrentes.
- Calidad del producto.
- Garantía.
- Seguridad del pago.

## Canales

- Distribuidores e internet usando publicidad focalizada.
- Redes sociales.
- Lugares gastronomicos.
- Reportajes
  - Televisión

## Segmentos de clientes

- Lugares gastronomicos.
- Personas con acceso a un dispositivo movil.
  - Clientes locales

## Estructura de costes

- Costo de servicios.
- Pagos de nómina.
- Hosting.
- Costos financieros.
- Impuestos
  - Publicidad online

## Fuente de ingresos

Transferencia bancaria  
Tarjeta credito  
Efectivo  
Pautas publicitarias  
Comisión por venta de platos  
Asociación estratégica con distribuidores

## SOCIOS CLAVE

ROPA DEPORTE:

- NIKE.
- ADIDAS.
- PUMA.
- REEBOK.

8

## ACTIVIDADES CLAVE

INTERMEDIARIO ENTRE  
LAS EMPRESAS DE MODA  
Y EL CONSUMIDOR FINAL.

7  
PONER EN CONTACTO  
AL CONSUMIDOR FINAL  
Y EL PRODUCTO A TRAVÉS  
DE NUESTRA PÁGINA WEB

## 6 RECURSOS CLAVE

PERSONAL	INFRAESTRUCTURA
PROFESIONAL ENCARGADO DE LA WEB	WEB LOCAL
CAPITAL APORTACION DE LA FAMILIA	TECNOLOGÍA DOMINIO HOSTING AL 1

## PROPUESTA DE VALOR

BUENA ASISTENCIA  
PRE Y POST-VENTA

## COMODIDAD

1

## RELACIÓN CON CLIENTES

TRATO RÁPIDO  
Y  
EFICAZ  
SERVICIO  
PRE Y POST-VENTA  
ADECUADO

4

## CANALES

WEB  
RRSS  
TELÉFONO  
MAIL

3

## SEGMENTOS DE CLIENTES

PERSONAS CON EDADES  
ENTRE LOS 16 Y 50 AÑOS

EMPRESAS DE CUALQUIER  
ÁMBITO GEOGRÁFICO

2

## ESTRUCTURA DE COSTES

- DISEÑADOR WEB, PROGRAMADOR WEB, DOMINIO, HOSTING, BASE DE DATOS
- PEDIDO MÍNIMO A LOS PROVEEDORES
- GESTORÍA
- IMPUESTOS

9

## FUENTE DE INGRESOS

PAYPAL  
TARJETA  
TRANSFERENCIA BANCARIA

5



**SOCIOS CLAVE**



**ACTIVIDADES CLAVE**



**PROPUESTA  
DE  
VALOR**



**RELACIÓN CON  
CLIENTES**



**SEGMENTOS  
DE  
CLIENTES**



**RECURSOS CLAVE**



**CANALES**



**ESTRUCTURA DE COSTOS**



**FUENTE DE INGRESOS**



- propuesta de valor no es sobre tu idea o producto se trata sobre qué problema o necesidad resuelve no tiene sentido hacer lo mismo que tus competidores debes aportar valor a tu producto debes hacer que se diferencie de la competencia
- El segmento de mercado tus clientes no existen si no sabes quiénes son tienes que conocer los geográficamente demográficamente y socialmente debes detallar de la forma más exacta que puedas a qué tipo de personas va dirigido tu producto o tu servicio esto incluye edad sexo estudios provincias países
- En los canales debemos definir cómo conseguimos que nuestro producto llegue al cliente puede ser por medios físicos por internet a través de dispositivos móviles o a través de una web de ventas debemos reflejar todos y cada uno de los canales por los cuales vamos a contactar con nuestros clientes
- la relación con nuestros clientes debemos tener claro cómo conseguiremos atraer a nuevos clientes mantenerlos y hacerlos crecer aquí debemos escribir cuáles serán nuestras tácticas
- modelo de ingresos cómo hacemos para monetizar nuestro producto o nuestro servicio qué valor ofrecemos a los clientes para que ellos paguen por él, los sistemas de pago que podemos aceptar para nuestro producto o nuestro servicio debemos especificar si es tarjeta efectivo contra reembolso etcétera
- los recursos clave aquí debemos preguntarnos cuáles son los elementos más importantes que necesitamos para que nuestro modelo de negocio funcione esto incluye elementos financieros elementos físicos elementos intelectuales e incluso humanos
- actividades clave debemos identificar qué cosas más importantes ofrece nuestra compañía para hacer que el modelo de negocio funcione algunos ejemplos son producción solución de problemas consultoría ingeniería gestión de suministros debemos identificar qué actividades clave son necesarias para que la empresa empiece a ingresar dinero
- socios clave cuáles son los principales socios y suministradores que necesitamos para conseguir que el modelo de negocio funcione debemos identificar cuáles son nuestros proveedores clave para que todo el sistema de negocio funcione y sea sostenible qué producto nos van a suministrar qué necesitamos de ellos para arrancar
- La estructura de costes cuáles son los costes necesarios para poder arrancar debemos identificar los recursos con los costes más altos las actividades principales que supongan el mayor costo costes fijos costes variables economía de escala impuestos todo debe quedar reflejado en esta casilla

