

# PLANTILLA CANVAS (EJEMPLO)

## SOCIOS CLAVE

¿Quiénes son nuestros socios o proveedores clave?  
Lo que pueden hacer los partners mejor que tú y con un coste menos, te servirá para identificar qué es lo que puede enriquecer tu modelo de negocio.

- Cafeterías independientes  
Proveedores de biopolímeros y resina vegetal (materia prima)

- Tiendas de retail, comercio en línea y cadenas de supermercados

## ACTIVIDADES CLAVE

¿Qué actividades hay que desarrollar en tu modelo de negocio? (Para producir, vender y post-venta)

*Convenios con proveedores (obtención desecho orgánico del café, biopolímeros, etc)  
Asistencia a ferias, expos, exhibiciones, etc. Redes y conexiones con especialistas de la industria. Proceso de despacho*

## RECURSOS CLAVES

¿Qué recursos claves requiere tu modelo de negocio? (Humanos, físicos, intelectuales y económicos)

*Infraestructura física, puntos de recolección de residuos para personas naturales, página web, maquinaria, redes sociales, materia prima e insumos, expertos entendidos en el área, proveedores de servicios externalizados (despacho)*

## PROPUESTA DE VALOR

¿Qué problema solucionamos? Necesidades que satisfacemos y beneficios que aportamos

*Potenciar experiencias sensitivas a través de productos Premium hechos de café, sustentables en su totalidad y vanguardistas*

## RELACIÓN CON CLIENTES

¿Qué tipo de relaciones esperan tus clientes que establezcas con ellos? Como te has relacionado con tus clientes y como esperas relacionarte

*Comunicación en espacios físicos, participación en ferias emprendedoras y centros comerciales. Comunicación en canales digitales y principales redes sociales. Feedback de los clientes. Post-venta-seguimiento de experiencia*

## CANALES

¿A través de que canales/medios contactarás a tus clientes? Los canales que funcionan mejor para el negocio

*E-commerce, página web, marketplace, redes sociales: Instagram, Facebook, Tiktok, etc. Plaza propia, retail, cadena de supermercado y cafeterías asociadas*

## SEGMENTO DE CLIENTES

¿A quién nos dirigimos? Los segmentos que consideramos y cuales son prioritarios

*- Personas que buscan experimentar nuevas experiencias a través del café, adquiriendo productos premium con relación a esta bebida.*

*- Adultos desde 22 a 65 años, consientes de las tendencias en favor al medio ambiente y de un estrato socioeconómico AB,C1a y C1b, adeptos al café, con un estilo de vida vanguardista*

## ESTRUCTURA DE COSTES

¿Cuál es la estructura de costes de tu modelo de negocio? Los costes más importantes, qué recursos cuestan más y qué actividades claves cuestan más

*Costo de maquinaria e infraestructura, mantención de activos, salario del equipo de trabajo, mantención página web, materias primas, publicidad y redes sociales, packaging*

## FUENTES DE INGRESOS

¿Qué precio están dispuestos a pagar tus clientes por tu solución? Precios que pagan actualmente, márgenes que obtengo, métodos de pago y cómo prefieren pagar

*Ingreso por ventas de productos unitarios hacia personas naturales, B2C, ingreso por ventas de productos a través de asociaciones, productos para cafeterías, cadenas y empresas dedicadas en cantidades mayoristas, B2B*