

PRODUCTOS DE HIGIENE PERSONAL: SHAMPOO Y ACONDICIONADOR SOLIDOS ECOLÓGICOS

ALIADOS CLAVE: 8

- Centro naturista "Don Rami": proveedor de materia prima (hierbas y aceites aromáticos).
- Laboratorio CITOLABOR: investigación para la aprobación de productos.
- Dermatólogo: asistente en la consulta de ciertos productos para el cliente.
- Centro naturista "Centro" y CHEDRAUI: punto de venta y de distribución de información.
- Sanatorio Tejupilco: punto de recomendación a pacientes con necesidades.

ACTIVIDADES CLAVE:

- **Valor:** analizar, escoger, concluir y mantener la calidad de los ingredientes, el producto y el servicio.
- **Canales de distribución y comercialización:** destinar recursos a la promoción, mantener escalas bajas de producción y establecernos en redes sociales.
- **Relación con el cliente:** mantener una constante interacción con el cliente ya sea por medio de los puntos de venta, dermatólogos o redes sociales.
- **Flujo de ingresos:** promocionar todos los productos incluyendo los extras.

RECURSOS CLAVE:

- **Físicos:** puntos de venta, laboratorios, medios de transporte, maquinarias y equipo, muebles, aparatos eléctricos y servicios esenciales.
- **Intelectuales:** formulas de productos, ingredientes, combinaciones de colores, diseño y planos de empaques.
- **Humanos:** dermatólogos, publicistas, ingenieros químicos, inversionistas, vendedores, químicos, cosmetólogos, personal de intendencia.
- **Financieros:** cuentas en el banco, dinero en efectivo, terminales de pago, fondo de ahorro y seguros comerciales.

PROPUESTA DE VALOR:

- **Resolvemos:** cambio climático, precios elevados, productos dañinos para la salud y desechos originados por productos convencionales de higiene personal..
- **Satisfacemos:** mejoramiento al cambio climático y la urgencia por productos saludables.
- **Ofrecemos:** accesibilidad, novedad, diseño, convencionalidad, reducción de riesgos



RELACIÓN CON EL CLIENTE: 4

- **Interacción personal:** resolución de dudas (redes sociales o puntos de venta)
- **Personal dedicado:** empleados y dermatólogos.
- **Autoservicio:** etiquetas informativas
- **Co-creación:** difusión de información

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN:

- **Comercialización:** redes sociales (Facebook, Tik Tok, YouTube e Instagram) y vallas publicitarias.
- **Distribución:** fabricantes minoristas- consumidor final.

FLUJO DE INGRESOS:

- **Productos:** peine, gel, estuche y ligas.
- **Tipo de ingresos:** venta de activos por cliente.
- **Precio unitario:** shampoo solido ecológico (130 pesos mexicanos) acondicionador solido ecológico (150 pesos mexicanos)
- **Mayoreo:** (mas de 10 piezas) descuento del 10% en cada producto (shampoo 13 pesos) (acondicionador 15 pesos)

ESTRUCTURAS DE COSTOS

- **Compra de materia prima:** aromas, pigmentos y empaques.
- **Renta de servicios:** agua, luz, internet TV y centrales de pago.
- **Compra de herramientas y equipo.**
- **Pago de sueldos, seguros y salarios.**
- **Invertir en publicidad:** redes sociales y vallas publicitarias.
- **Renta de infraestructura:** locales.
- **Pago de transporte:** camiones y motos.