

| Socios clave  | Actividades clave   | Propuestas de valor  | Relación con clientes  | Segmentos de clientes  |
|---|---|--|--|--|
| X: Proveedores de insumos alimenticios.<br>X: Proveedores de empaques.<br>X: Empresa de logística y transporte.<br>X: Semilleros de investigación.<br>X: Tiendas saludables y naturistas.<br>X: Almacenes de cadena.<br>X: Supermercados.<br>X: Gimnasios.<br>X: Nutricionistas y profesionales de la salud alimentaria.<br>X: Diseñadores.<br>X: Fondos de emprendimiento e inversión.<br>X: Bancos. | X: Obtención de registros y sellos Invima .<br>X: Validacion de tabla nutricional.<br>X: Diseño y desarrollo de estrategia de marketing con el fin de posicionar la marca en el mercado despertando interes en empresas. comercializadoras de productos<br>X: Obtención de reconocimiento de las características nutricionales del producto por parte de profesionales de la salud.<br>X: Desarrollo de sistema de asesoría rápida en alimentación funcional y saludable.<br>X: Acuerdo de outsourcing. | X: Snacks Funcionales diseñados para alimentar, nutrir y complacer al consumidor. así el consumidor final obtiene un producto con características organolépticas similares a los productos comunes pero en una versión funcional y saludable, permitiéndole consumir el producto sin sentirse culposo por las consecuencias post consumo.<br>X: La relación costo - beneficio es justa y razonable y el precio es hasta un 20% menor a algunos productos similares encontrados en el mercado.<br>X: Las empresas reciben un producto innovador con una demanda creciente y una oferta baja(del mismo tipo).<br>X: Los consumidores reciben asesoría especializada en temas de alimentación.<br>X: El producto puede obtenerse en diferentes lugares de comercio (tiendas,supermercados,gimnasios), incluso de forma virtualmente.<br>X: Las empresas mentienen un inventario considerable de producto,los tiempos de espera de producto son cortos.<br>X:las empresas cuentan con promociones que permiten generar mas ingresos.<br>X: Las empresas pueden generar ingresos con inversiones bajas teniendo en cuenta los plazos de pago. | X: Interacción vía redes sociales con el publico en general (mensajes directos, creación de contenido, participación en sorteos).<br>X: Interacción directa con los encargados de las compras en las empresas que adquieren los productos fitwell ( invitaciones a degustaciones y capacitaciones sobre el tema de la alimentación funcional).<br>X: Asesoría especializada y abierta al publico sobre la alimentación saludable y funcional y sobre la empresa en los canales digitales ( redes sociales ). | X: Tiendas naturistas y saludables de Bucaramanga interesadas en contar con productos acorde a sus líneas de comercialización.<br>X: Almacenes de cadena de Bucaramanga interesados en complementar su estantería con productos funcionales y o saludables.<br>X: Gimnasios de Bucaramanga que deseen obtener un ingreso extra comercializando productos acorde a sus lineamientos alimenticios y deportivos.<br>X: Supermercados de Bucaramanga interesadas en abrir un espacio a la comercialización de alimentos funcionales.<br>X: personas de Bucaramanga entre 18 y 59 años de edad, que expresan algún tipo de interés en encontrar en el mercado productos saludables y o funcionales y estén dispuestos a adquirirlo por distintos canales. |
|   | Recursos clave  |  | Canales  |  |
|   | X: Redes sociales<br>X: Paginas especializadas en creación de contenido virtual<br>X: Semillero de investigación de nutrición y dietética<br>X: laboratorios de alimentos en la sede de nutrición y dietética d ella uis<br>X: Insumos - Materia prima<br>X: Fabrica<br>X Maquinas semi-industrializadas de repostería y equipos de almacenamiento<br>X: Equipos de oficina<br>X Trabajadores   |  | X: Redes sociales ( instagram,facebook,Whatsapp)<br>X: Oficina administrativa dedicada a la comercialización, ubicada en la fabrica.<br>X: Eventos deportivos, Eventos gastronómicos, Ferias.  |  |
| Estructura de costos  |   |  | Fuente de ingresos   |  |
| X: Costo de materia prima<br>X: Nomina del personal<br>X: Costo Maquinaria, equipos y mantenimiento<br>X: Costo en servicios públicos<br>X: Marketing y Publicidad<br>X: Costo fijo mensual en investigación para desarrollo de nuevos productos  |   |  | X: Venta de los productos fabricados por Fitwell bajo la modalidad b to b a tiendas interesadas en comercializarlo<br>X: Venta de productos directamente al cliente final por medio de plataformas digitales bajo la modalidad de domicilio  |  |