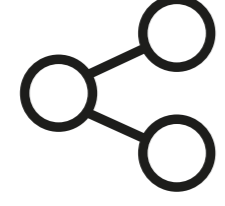


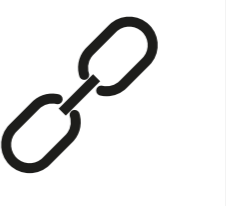
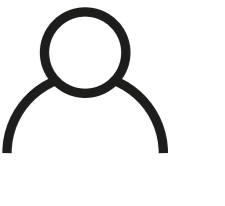
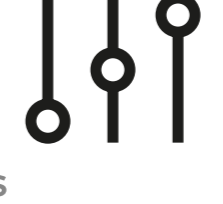
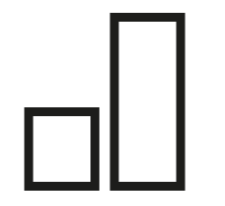


Donde crecen tus ideas...

<h3>Socios clave</h3>  <p>Quiénes son nuestros socios clave? Quiénes son nuestros proveedores clave? Qué recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave? Qué actividades realizan nuestros socios clave?</p> <p><small>Motivaciones para realizar alianzas Optimización y economía Reducir riesgos e incertidumbre Adquisición de recursos y actividades particulares</small></p>	<h3>Actividades clave</h3>  <p>Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? Nuestros canales? Nuestras relaciones con los clientes? Nuestras fuentes de ingresos?</p> <p><small>Categorías Producción Solución de problemas Plataforma / Red</small></p>	<h3>Propuesta de valor</h3>  <p>Qué valor estamos entregando a los clientes? Cuál problema estamos ayudando a resolver? Qué necesidad estamos satisfaciendo? Qué paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?</p> <p><small>Novedad Desempeño Personalización Ayuda a hacer el trabajo Diseño Marca/Status Precio Reducción de Costos Reducción de Riesgos Accesibilidad Conveniencia / Usabilidad</small></p>	<h3>Relación con clientes</h3>  <p>Qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes? Qué relaciones hemos establecido? Cuán costosas son? Cómo se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?</p> <p><small>Ejemplos Asistencia Personal Asistencia Personal Dedicada Auto Servicio Servicios Automatizados Comunidades</small></p>	<h3>Segmentos de clientes</h3>  <p>Para quién estamos creando valor? Quiénes son nuestros clientes mas importantes?</p> <p><small>Mercado masivo Nichos de mercado Segmentado Diversificado Plataforma múltiple</small></p>
	<h3>Recursos clave</h3>  <p>Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? nuestros canales? nuestras relaciones con los clientes? nuestras fuentes de ingreso?</p> <p><small>Tipos de recursos Físicos Intelectuales (Marcas, patentes, derechos de autor, datos) Humanos Financieros</small></p>		<h3>Canales</h3>  <p>A través de qué canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados? Cómo los estamos alcanzando ahora? Cómo están integrados nuestros canales? Cuáles funcionan mejor? Cuáles son los mas rentables? Cómo podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?</p> <p><small>fases del canal: 1. Crear conciencia Cómo creamos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía? 2. Evaluación Cómo ayudamos a que nuestros clientes evalúen nuestra propuesta de valor? 3. Compra Cómo podemos permitir que nuestros clientes compren productos o servicios específicos? 4. Entrega - Cómo proveemos servicio Post-venta? Cómo estamos entregando la propuesta de valor a los clientes? 5. Post-Venta</small></p>	

Estructura de costes

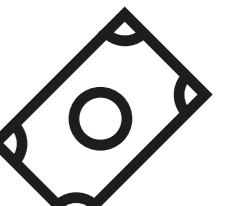


Cuáles son los costes más importantes en nuestro modelo de negocio?
Qué recursos clave son los más costosos?
Qué actividades clave son las más costosas?

Su negocio es más:
Enfocado al costo (estructura de costos conservadora, propuesta de valor de bajo costo, máxima automatización, mucho outsourcing)
Enfocado al valor (enfocado a la creación de valor, proposiciones de valor premium)

Ejemplo de características:
Costos fijos (salarios, rentas, utilidades)
Costos Variables
Economías de escala
Economías de alcance

Fuente de ingresos



Cuánto están dispuestos a pagar nuestros clientes?
Por qué se paga actualmente?
Cómo están pagando?
Cómo prefieren pagar?
Cuánto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

<small>Tipos: Venta de activo Cargo por uso Cargo por suscripción Prestamo/Alquiler/Arrendamiento Licenciamiento Cargo de corretaje Publicidad</small>	<small>Precios fijos Lista de precios Según características Dependiendo del segmento Dependiendo del volumen</small>	<small>Precios dinámicos Negociación Gestión del rendimiento Mercado en tiempo real Subastas</small>
--	--	--