|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| CANVA |  | *Diseñado para:* | *Diseñado por:* | *Fecha:* | *Versión:* |
| **Lienzo de modelo de negocio** |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **Colaboradores clave** | **Actividades clave** | **Propuestas de valor** | **Relaciones con la clientela** | **Segmentación de clientela** |
| ¿Quiénes son nuestros colaboradores clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? ¿Qué recursos clave nos aseguran nuestros colaboradores? ¿Qué actividades clave realizan nuestros colaboradores?MOTIVACIONES PARA LAS COLABORACIONES: Optimización y economía de recursos; reducción de riesgos e incertidumbres; obtención de recursos y actividades específicas.  | ¿Qué actividades clave requieren nuestras propuestas de valor?, ¿nuestros canales de distribución?, ¿nuestras relaciones con la clientela?, ¿nuestros flujos de ingresos?CATEGORÍAS:Producción, resolución de problemas, plataformas/trabajo en red.  | ¿Qué valor ofrecemos a la clientela? ¿Qué problemas de nuestra clientela estamos ayudando a resolver? ¿Qué conjuntos de productos y servicios estamos ofreciendo a cada segmento de la clientela? ¿Qué necesidades de la clientela estamos satisfaciendo?CARACTERÍSTICAS: Novedad, rendimiento, personalización, "el trabajo bien hecho", diseño, marca/estatus, precio, reducción de costes, reducción de riesgos, accesibilidad, conveniencia/buen uso.  | ¿Qué tipo de relaciones espera cada segmento de la clientela que establezcamos y mantengamos con él? ¿Cuáles hemos establecido? ¿Cómo se integran en el resto de nuestro modelo de negocio? ¿Cuánto cuestan?  | ¿A quiénes estamos ofreciendo valor? ¿Cuál es nuestra clientela más importante? ¿Cuál es nuestra clientela básica: mercado masivo, nicho de mercado, mercado segmentado, diversificado o multidimensional?  |
| **Recursos clave** | **Canales** |
| ¿Qué recursos clave requieren nuestras propuestas de valor?, ¿nuestros canales de distribución?, ¿nuestras relaciones con la clientela? ¿nuestros flujos de ingresos?TIPOS DE RECURSOS: Físicos, intelectuales (patentes de marcas, *copyrights*, datos), humanos, financieros.  | ¿Qué canales prefieren nuestros segmentos de clientela? ¿Cómo estamos llegando ahora a la clientela? ¿Cómo hemos integrado nuestros canales? ¿Cuáles funcionan mejor? ¿Cuáles resultan más rentables? ¿Cómo estamos integrándolos en la cotidianidad de la clientela?  |
| **Estructura de costes** | **Flujos de ingresos** |
| ¿Cuáles son los principales costes inherentes a nuestro modelo de negocio? ¿Qué recursos clave resultan más costosos? ¿Qué actividades clave resultan más costosas? EL NEGOCIO ESTÁ MÁS: orientado a reducir costes (minimización de la estructura de costes, propuestas de valor poco costosas, maximización de la automatización, amplia subcontratación) u orientado a ofrecer valor (centrado en la creación de valor, propuesta de valor superior). ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DE EJEMPLO: Costes fijos (salarios, alquileres, suministros), costes variables, economías de escala, economías de alcance. | ¿Qué propuestas de valor está nuestra clientela verdaderamente dispuesta a pagar? ¿Qué propuestas de valor está pagando actualmente? ¿Cómo está pagando actualmente? ¿Cómo preferiría pagar? ¿En cuánto contribuye cada flujo de ingresos en los ingresos totales? TIPOS: Venta de bienes, tarifas por uso, cuotas de suscripción, préstamo/alquiler/*leasing*, concesión de licencias, comisiones de intermediación, publicidad.FIJACIÓN ESTABLE DE PRECIOS: Por catálogo, por características del producto, por segmentos de clientela, por volumen.FIJACIÓN DINÁMICA DE PRECIOS: Por negociación (regateo), por gestión del rendimiento, por mercado en tiempo real. |
| Diseñado por: The Business Model Foundry ([www.businessmodelgeneration.com/canvas](http://www.businessmodelgeneration.com/canvas)). Adaptación a Word por: Neos Chronos Limited ([https://neoschronos.com](https://neoschronos.com/)). Licencia: [CC BY-SA 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/) |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | *Diseñado para:* | *Diseñado por:* | *Fecha:* | *Versión:* |
| **Lienzo de modelo de negocio** |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **Colaboradores clave** | **Actividades clave** | **Propuestas de valor** | **Relaciones con la clientela** | **Segmentación de clientela** |
|   |  |  |  |  |
| **Recursos clave** | **Canales** |
|  |  |
| **Estructura de costes** | **Flujos de ingresos** |
|  |  |
| Diseñado por: The Business Model Foundry ([www.businessmodelgeneration.com/canvas](http://www.businessmodelgeneration.com/canvas)). Adaptación a Word por: Neos Chronos Limited ([https://neoschronos.com](https://neoschronos.com/)). Licencia: [CC BY-SA 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/) |