Preguntas del Business Model Canvas

A close up of text on a black background

Description automatically generated

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Aliados Clave**  Hace referencia a las organizaciones más importantes con quienes trabajamos para que la empresa funcione. (Alianzas, proveedores, colaboradores, entidades o redes de conocimiento) | Actividades ClaveSon las actividades necesarias para disponer y entregar nuestra oferta de productos o servicios. (Pueden estar relacionadas con los principales procesos directivos, operativos y de apoyo) | Propuesta de Valor Hace referencia al producto o servicio por el que los clientes están dispuestos a pagar  (Valor = Percepción de beneficio de prestaciones y sensación / precio, esfuerzo y riesgo). Es lo que hace a la empresa diferente de la competencia. | Relación con el ClienteSe identifican los modos para mantenernos en contacto con nuestros clientes y establecer relaciones a largo plazo. | Segmentación de ClientesPerfil de los clientes y su comportamiento de compra para poder ofrecerles productos o servicios que sintonicen con ellos. Los segmentos son los clientes agrupados por características comunes que, por ello, tienen necesidades específicas. |
| Recursos ClaveSon las personas, medios intelectuales, tecnológicos y físicos sin los cuales no hay negocio. | Canales de DistribuciónLos canales hacen referencia a los puntos de contacto con los clientes y se relacionan con las actividades de: difusión, recogida de opinión, venta, entrega y postventa. |
| Egresos Identificamos los costes más relevantes en la operativa del negocio con el fin de calcular el precio de venta en el mercado y valorar su viabilidad. Es importante tener en cuenta todas las variables que suponen un desembolso económico estable (ej. instalaciones, equipos, materiales, producción, difusión, distribución, administración, planilla). | | Ingresos Es importante identificar los ingresos que provienen de cada segmento de clientes y el sistema de pago (Ej.: venta, comisión, servicio único, o periódicos como suscripción, licencia, alquiler, etc.), con el fin de tener una visión global de cuales segmentos son los de mayor rentabilidad. | | |

EJEMPLO DE BUSINESS MODEL CANVAS DE EQUILIBRIUM SUPLEMENTOS DEPORTIVOS

