# MODELO DE NEGOCIO

**Una vez cumplimentado, guarde el documento completo en formato “pdf” y adjúntelo como documento anexo a su solicitud**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nombre de la Entidad** |  |
| **Fecha** |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. **PROPUESTAS DE VALOR**   ¿Qué valor estamos entregando a los clientes?  ¿Cuál de los problemas de nuestro cliente vamos a ayudarle a resolver?  ¿Qué paquetes de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de cliente?  ¿Qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo?  **características**  Novedad  Rendimiento  Personalización  \*hacer el trabajo  Diseño  Marca/Status  Precio  Reducción de Coste  Reducción de Riesgos  Accesibilidad  Conveniencia/Usabilidad | | |
|  | | |
| 1. **SEGMENTO(S) DE CLIENTE**   ¿Para quién estamos creando valor?  ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?  Mercado masivo  Nichos de mercado  Mercado Segmentado  Diversificado  Plataforma múltiple | | |
|  | | |
| 1. **CANALES DE DISTRIBUCIÓN**   ¿A través de que canales quieren ser contactados nuestros segmentos de clientes?  ¿Cómo los estamos contactamos ahora?  ¿Cómo están integrados nuestros canales?  ¿Cuáles funcionan mejor?  ¿Cuáles son los más eficientes en costes?  ¿Cómo los integramos con las rutinas de nuestros clientes?  **Fases del canal:**  *1. Crear conciencia*  *¿Cómo conseguimos conciencia de los productos y servicios de nuestra empresa?*  *2. Evaluación*  *¿Cómo ayudamos a nuestros clientes a evaluar la propuesta de valor de nuestra propuesta organización?*  *3. Compra*  *¿Cómo permitimos a nuestros clientes comprar productos y servicios específicos?*  *4. Entrega*  *¿Cómo llevamos la propuesta de valor a los clientes?*  *5. Post Venta*  *¿Cómo proporcionamos servicio Post venta a los clientes?* | | |
|  | | |
| 1. **RELACIONES CON CLIENTES**   **¿Qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes?**  **¿Cuáles hemos establecido?**  **¿Cómo están integrados con el resto de nuestro modelo de negocio?**  **¿Cuánto cuestan?**  **Ejemplos**  *Asistencia Personal*  *Asistencia Personal Dedicada*  *Autoservicio*  *Servicios automatizados*  *Comunidades*  *Co-creación* | | |
|  | | |
| 1. **FUENTES DE INGRESOS**   **¿Para qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes?**  **¿Para qué pagan actualmente?**  **¿Cómo están pagando ahora?**  **¿Cómo preferirían pagar?**  **¿Cuánto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos totales?** | | |
| **Tipos**  *Venta de activos*  *Pago por uso*  *Cuota de suscripción*  *Préstamo/alquiler/leasing*  *Licencias*  *Bases de intermediación*  *publicidad* | **Precio fijo**  *Lista de precios*  *Dependiente de la funcionalidad del producto*  *Dependiente del segmento del cliente*  *Dependiente del volumen* | **Precio dinámico**  *Negociación (regateo)*  *Gestión de rendimientos*  *Mercado en tiempo real* |
|  | | |
| 1. **RECURSOS CLAVE**   **¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?**  **¿Nuestros canales?**  **¿Nuestras relaciones con los clientes?**  **¿Nuestras fuentes de ingreso?**  **Tipos de recursos**  *Físicos*  *Intelectuales (Marcas, patentes, derechos de autor, datos)*  *Humanos*  *Financieros* | | |
|  | | |
| 1. **SOCIOS CLAVE**   **¿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?**  **Motivaciones para realizar alianzas:**  *Optimización y economía*  *Reducción de riesgos e incertidumbres*  *Adquisición de recursos y actividades particulares* | | |
|  | | |
| 1. **ACTIVIDADES CLAVE**   **¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?**  **¿Nuestros canales de distribución?**  **¿Nuestras relaciones con los clientes?**  **¿Nuestras fuentes de ingresos?**  **Categorías**  *Producción*  *Resolución de problemas*  *Plataforma/Red* | | |
|  | | |
| 1. **ESTRUCTURA DE COSTES**   **¿Cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?**  **¿Qué recursos clave son los más caros?**  **¿Qué actividades clave son las más caras?**  **Su negocio es más:**  *Basado en coste (estructura de coste más escueta, propuesta de valor de precio bajo, máxima automatización, outsourcing extensivo)*  *Basado en valor (centrado en creación de valor, Propuesta de valor premium)*  **Características de ejemplo:**  *Costes fijos (Salarios, rentas, utilidades)*  *Costes variables*  *Economías de escala (disminución de costes por los volúmenes producidos)*  *Economías de alcance (ahorro de recursos al producir diferentes productos o servicios)* | | |
|  | | |