*Source:* [*www.businessmodelgeneration.com*](http://www.businessmodelgeneration.com)

Top of Form

**Xx**

*Fecha:*

MM/DD/AA

*Nombre de la compañía*

The Business Model Canvas

Bottom of Form

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *VIII.-Alianzas Estratégicas*  ¿Quiénes son nuestros socios clave?  ¿Quiénes son nuestros proveedores clave?  ¿Qué recursos clave estamos adquiriendo de los socios?  ¿Qué actividades clave realizan los socios? | *VI.-Actividades Clave*  ¿Qué actividades clave requieren nuestras propuestas de valor?  Qué actividades clave requieren nuestros canales de distribución?  ¿Relaciones del cliente?  ¿Flujos de ingresos? | *II.- Propuesta de Valor*  ¿Qué valor le entregamos al cliente?  ¿Cuál de los problemas de nuestros clientes estamos ayudando a resolver?  ¿Qué paquetes de productos y servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?  ¿Qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo? | | *IV.-Relación con el cliente*  ¿Qué tipo de relación tiene cada uno de nuestros clientes?  ¿Segmentos esperan que establezcamos y mantengamos con ellos?  ¿Cuáles hemos establecido?  ¿Cómo se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?  ¿Qué tan costosos son? | *I.- Segmento de Mercado*  ¿Para quiénes estamos creando valor?  ¿Quiénes son nuestros clients más importantes?  ¿Cuántos años tienes?  ¿Cuál es su genero?  ¿A qué se dedican?  ¿Qué grado de estudios tienen?  ¿Dónde viven? |
| *VII.-Recursos Clave*  ¿Qué recursos clave requieren nuestras propuestas de valor?  ¿Qué recursos clave requieren nuestros canales de distribución?  ¿Relaciones del cliente?  ¿Flujos de ingresos? | *III.-Canales de distribución*  ¿A través de qué canales quieren llegar nuestros segmentos de clientes? ¿Cómo los estamos alcanzando ahora? ¿Cómo se integran nuestros canales?  ¿Cuáles funcionan mejor?  ¿Cuáles son más rentables?  ¿Cómo los estamos integrando con las rutinas de los clientes? |
| *IX.-Estructura de Costes*  ¿Cuáles son los costos más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?  ¿Qué recursos clave son los más caros?  ¿Qué actividades clave son más caras? | | | *V.-Fuente de Ingresos*  ¿Por qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes?  ¿Por qué pagan actualmente?  ¿Cómo están pagando actualmente?  ¿Cómo preferirían pagar?  ¿Cuánto contribuye cada flujo de ingresos a los ingresos generales? | | |

*Source:* [*www.businessmodelgeneration.com*](http://www.businessmodelgeneration.com)