

<b>Lienzo de modelo de negocios</b>	Diseñado para:	Diseñado por:	Fecha:
			Hoja:

<b>Lienzo de modelo de negocios</b>	Diseñado para:	Diseñado por:	Fecha:
			Hoja:

<b>Lienzo de modelo de negocios</b>	Diseñado para:	Diseñado por:	Fecha:
			Hoja:

<b>Lienzo de modelo de negocios</b>	Diseñado para:	Diseñado por:	Fecha:
			Hoja:

<b>Lienzo de modelo de negocios</b>	Diseñado para:	Diseñado por:	Fecha:
			Hoja:

Socios clave Alianzas estratégicas	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Clientes
	Recursos clave		Canales	
Estructura de costos			Fuentes de ingresos	

# Lienzo de modelo de negocios

Diseñado para:

Diseñado por:

Fecha:

Hoja:

<p><b>Socios clave</b> <b>Alianzas estratégicas</b></p> <p><i>¿Quiénes son nuestros socios clave?</i></p> <p><i>¿Quiénes son nuestros proveedores clave?</i></p> <p><i>¿Qué recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?</i></p> <p><i>¿Qué actividades realizan nuestros socios clave?</i></p> <p>8</p>	<p><b>Actividades clave</b></p> <p><i>¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?</i></p> <p><i>¿Qué actividades clave requieren nuestros canales?</i></p> <p><i>¿Qué actividades clave requieren nuestras relaciones con los clientes?</i></p> <p><i>¿Qué actividades clave requiere nuestras fuentes de ingresos?</i></p> <p><b>Recursos clave</b></p> <p><i>¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?</i></p> <p><i>¿Qué recursos clave requieren nuestros canales?</i></p> <p><i>¿Qué recursos clave requieren nuestras relaciones con los clientes?</i></p> <p><i>¿Qué recursos clave requiere nuestras fuentes de ingresos?</i></p> <p>6</p>	<p><b>Propuesta de valor</b></p> <p><i>¿Qué valor estamos entregando a nuestros clientes?</i></p> <p><i>¿Qué problema estamos ayudando a resolver?</i></p> <p><i>¿Qué necesidad estamos satisfaciendo?</i></p> <p><i>¿Qué paquete de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?</i></p> <p>2</p>	<p><b>Relación con clientes</b></p> <p><i>¿Qué tipo de relación espera que establezcamos con cada uno de nuestros clientes?</i></p> <p><i>¿Qué relaciones hemos establecido?</i></p> <p><i>¿Cuán costosas son?</i></p> <p><i>¿Cómo se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?</i></p> <p><b>Canales</b></p> <p><i>¿A través de qué canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?</i></p> <p><i>¿Cómo los estamos alcanzando ahora?</i></p> <p><i>¿Cómo están integrados nuestros canales?</i></p> <p><i>¿Cuáles funcionan mejor?</i></p> <p><i>¿Cuáles son los más rentables?</i></p> <p><i>¿Cómo podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?</i></p> <p>3</p>	<p><b>Clientes</b></p> <p><i>¿Para quién estamos creando valor?</i></p> <p><i>¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?</i></p> <p>1</p>
<p><b>Estructura de costos</b></p> <p><i>¿Cuáles son los costos más importantes en nuestro modelo de negocio?</i></p> <p><i>¿Qué recursos clave son los más costosos?</i></p> <p><i>¿Qué actividades clave son las más costosas?</i></p> <p>9</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b></p> <p><i>¿Por qué valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?</i></p> <p><i>¿Actualmente por qué se paga?</i></p> <p><i>¿Cómo están pagando?</i></p> <p><i>¿Cómo prefieren pagar?</i></p> <p><i>¿Cuánto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?</i></p> <p>5</p>		

**LIENZO DE  
MODELO DE  
NEGOCIOS**

Diseñado para:

$\frac{dy}{dx}$  **ELECTRÓNICA DERIVADA**

Diseñado por:

COLL PREDIGER, Andrés  
MONJES, Ramiro  
OLDANI, Gabriel  
RUSSO, Santiago

Fecha: 31/8/22

Versión:

1

Socios clave Alianzas estratégicas		Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Cientes
			<ul style="list-style-type: none"><li>Proveer de componentes electrónicos, desde los más comunes hasta los más inusuales, a los electrónicos locales. Manteniendo precios razonables y que sean los mejores dentro del mercado nicoleño.</li><li>Actuar como habituales vendedores de los componentes más comunes y actuar como puente entre electrónicos y fabricantes o grandes distribuidores a la hora de hablar de componentes más difíciles de conseguir.</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>Estudiantes, Profesionales y Aficionados en el diseño y desarrollo electrónico.</li><li>Público entre los 15 y 55 años que necesite comprar insumos relacionados a equipos de audio, video y otros productos electrónicos hogareños.</li></ul>
		Recursos clave		Canales	
Estructura de costos				Fuentes de ingresos	