

Instrucciones de Llenado:

- Favor de llenar cada apartado de este ANEXO basado en el **MODELO CANVAS**.
- Las frases en azul son una guía para el llenado. Deberás sustituir las frases en azul con la información de tu proyecto. No tienes que contestar todas las preguntas, solo son una guía para el llenado de cada sección que no deberá tener una extensión mayor a 800 palabras por sección.
- Al terminar, te solicitamos guardar el anexo en formato PDF y adjuntarlo en la liga de registro publicada en la convocatoria.

DIRECCION DE INNOVACION UAO

Modelo de Negocios		Empresa o Proyecto	Nombres de los Integrantes:	DD/MM/AAAA	Lugar:	
Socios clave	Actividades clave	Propuestas de valor	Relación con clientes	Segmentos de clientes		
¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? ¿Qué recursos clave estamos adquiriendo de los socios? ¿Qué actividades clave realizan los socios? MOTIVACIONES PARA ASOCIACIONES: Optimización y economía, Reducción de riesgos e incertidumbres, Adquisición de recursos y actividades particulares.	¿Qué actividades clave requieren nuestras propuestas de valor? ¿Nuestros canales de distribución? ¿Nuestras relaciones con los clientes? ¿Nuestros flujos de ingresos? CATEGORIAS Producción, resolución de problemas, plataforma / red Recursos clave ¿Qué recursos clave requieren nuestras propuestas de valor? ¿Nuestros canales de distribución? ¿Relaciones del cliente? ¿Flujos de ingresos? TIPOS DE RECURSOS: físicos, intelectuales (patentes de marca, derechos de autor, datos), humanos, financieros	¿Qué valor le ofrecemos al cliente? ¿Qué problemas de los clientes estamos ayudando a resolver? ¿Qué conjuntos de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de clientes? ¿Cuáles son las necesidades del cliente que satisfacemos? CARACTERÍSTICAS: Novedad, rendimiento, personalización, "Hacer el trabajo", diseño, marca / estado, precio, reducción de costos, reducción de riesgos, accesibilidad, conveniencia / usabilidad	¿Qué tipo de relación espera cada uno de nuestros segmentos de clientes que establezcamos y mantengamos con ellos? ¿Cuáles hemos establecido? ¿Cómo se integran con el resto de nuestro modelo de negocio? ¿Qué tan costosos son? Canales ¿A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados? ¿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?	¿Para quién estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes? ¿Es nuestra clientela un mercado masivo, un nicho de mercado, una plataforma segmentada, diversificada y multifacética?		
Estructura de costos		Fuente de ingresos				
¿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? ES SU NEGOCIO MÁS: Cost Driven (estructura de costos más ágil, propuesta de valor de bajo precio, automatización máxima, outsourcing extenso), Value Driven (enfocado en la creación de valor, propuesta de valor premium). CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA: Costos fijos (salarios, alquileres, servicios públicos), Costos variables, Economías de escala, Economías de alcance		¿Por qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿Para qué pagan actualmente? ¿Cómo están pagando actualmente? ¿Cómo preferirían pagar? ¿Cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos generales? TIPOS: Venta de activos, tarifa de uso, tarifas de suscripción, préstamos / alquileres / leasing, licencias, tarifas de corretaje, publicidad PRECIOS FIJOS: Precio de lista, Depende de las características del producto, Depende del segmento de clientes, Depende del volumen PRECIOS DINÁMICOS: negociación (negociación), gestión del rendimiento, mercado en tiempo real				