

CÓMO DEFINIR TU MODELO DE NEGOCIO

Jordi Tormo

CEEI Alcoy-Valencia

jordi.tormo@ceei.net

ACTIVA ÀGORA

Llança el teu
projecte
empresarial

6 2020



Ajuntament d'Alcoi



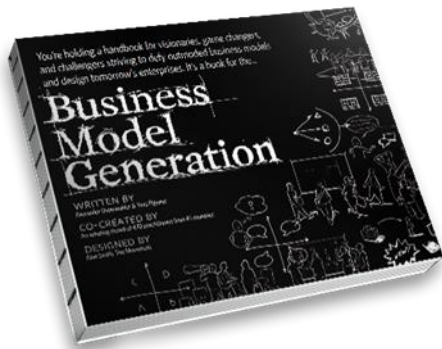
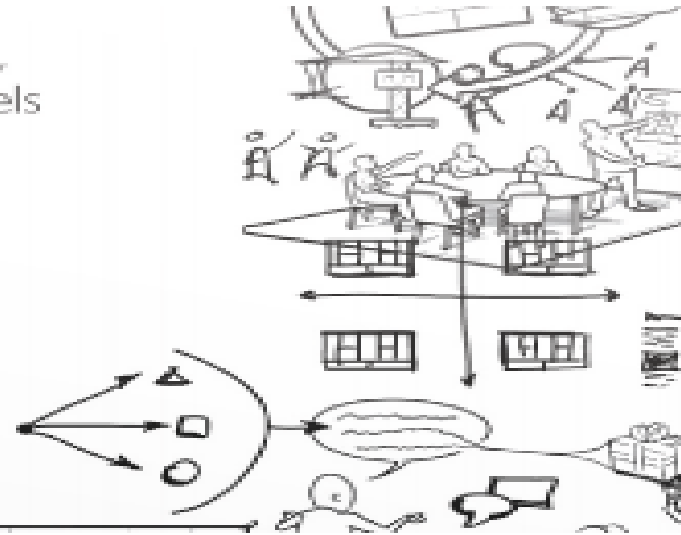
Innovació
Ajuntament d'Alcoi



AGORA
ALCOI

You're holding a handbook for visionaries, game changers, and challengers striving to defy outmoded business models and design tomorrow's enterprises. It's a book for the...

Business Model Generation



Alexander Osterwalder
Yves Pigneur



La **introducción de** un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores



=









!! UTILIZAR EL PAPEL
NECESARIO !!

(De lo contrario se puede estar preso
en los cárceles)







dyson

dyson

**¿Habrá una nueva
transformación de este
producto tras el COVID-19?**

**¿Incluirá un nuevo sistema
de desinfección posterior al
labado?**

**¿Incluirá además un
dispensador de gel
desinfectante?**



JERARQUÍA DE NECESIDADES





The Elements of Value Pyramid

Products and services deliver fundamental elements of value that address four kinds of needs: functional, emotional, life changing, and social impact. In general, the more elements provided, the greater customers' loyalty and the higher the company's sustained revenue growth.

SOCIAL IMPACT



Self-transcendence

LIFE CHANGING



Provides hope



Self-actualization



Motivation



Heirloom



Affiliation/belonging

EMOTIONAL



Reduces anxiety



Rewards me



Nostalgia



Design/aesthetics



Badge value



Wellness



Therapeutic value



Fun/entertainment



Attractiveness



Provides access

FUNCTIONAL



Saves time



Simplifies



Makes money



Reduces risk



Organizes



Integrates



Connects



Reduces effort



Avoids hassles



Reduces cost



Quality



Variety



Sensory appeal



Informs



Buscar

muebles
LUFE



PRODUCTOS

CONJUNTOS

MONTAJE

POR QUÉ LUFE

SHOWROOM

ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

BLOG

OFERTAS DEL MES

LUFE

Cama compacta
completa con nido

399,99€

439,97€

COMPRAR AHORA



¡UNIDADES
LIMITADAS!

Toothpaste, reinvented

A healthier all-natural plastic free replacement for the paste you've used your whole life.

Shop now



AS SEEN ON



COSMOPOLITAN

COOL HUNTING

BuzzFeed

Women's Health

goop



INSIDER

CountryLiving

seventeen

Chat



Pide más a tu seguro de salud

902 15 16 17

[Productos](#) | [Consejos](#) | [Nuestras Apps](#) | [Cuadro médico y dental](#) | [Sala de prensa](#) | [Otros seguros](#)



Vivaz Esencial

Calcula tu precio



Vivaz Completo

Calcula tu precio



Vivaz Dental Completo

Calcula tu precio

El primer seguro
de salud inteligente.

Sé Vivaz >



 ¿Hablamos?



Free Shipping On All Orders (U.S Lower 48)

LIBERTY
UNITED

[SHOP](#)

[HELPING SAVE AT-RISK KIDS](#)

[DONATE](#)

[ABOUT](#)



SHOP ALL PIECES



TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES

- La crisis provocada por el COVID-19 de momento no ha cambiado nada, pero lo ha cambiado todo.
- Se van a consolidar muchas tendencias de estos últimos años.
- Aparecerán nuevas tendencias, dinámicas y hábitos.

1. Autosuficiencia

- Nuevo concepto de autosuficiencia.
- Aprovechar las posibilidades de ser globales.
- Vamos a creer en la red global y en todas las posibilidades, por lo que las empresas van a tener que ser algo más que proveedores.
- El consumidor va a ser más exigente. Fidelización.
- Personalización, compra a través de Internet, servicios añadidos por parte de la empresa, impresión 3D, etc.

2. Durabilidad

- Esta crisis llena de incognitas nos afecta a todos.
- Se pueden ir desarrollando productos con mayor durabilidad en todos los ámbitos. Ahora tenemos la «obsolescencia programada».
- Alimentario: La compra de congelados y conservas han crecido un 150%.
- Se valoraran productos o servicios con mayores garantías.

3. Logística

- Que me llegue lo más rápido y con las mayores garantías.
- Compras online y de comercio local.
- Vamos a valorar cada vez más nuestra red de proveedores seguros.
- Nuevo sentimiento de formar parte de.



4. Sostenibilidad inclusiva

- El mundo no tiene límites. Lo que pasa en China, pasa aquí.
- La tendencia de la sostenibilidad se va a consolidar. Nos estamos cargando el planeta y está reaccionando contra nosotros.
- Ámbitos: salud, bienestar, smart, movilidad, etc.



5. Privacidad-Información

- Nuevo concepto de la privacidad. Las nuevas generaciones creen en entornos abiertos.
- Ligado con la información ¿Cuántos enfermos hay?
- Antes esta incertidumbre: información fiable, productos fiables, ahorro de tiempo, uso privado en el hogar de cultura y ocio, etc.



6. Las nuevas distancias

- No hay fronteras y hay más fronteras que nunca.
- La digitalización va a ofrecer nuevas oportunidades y experiencias.
- Miedos o imposibilidades a: viajar lejos, formarnos, etc.
- Ámbitos: Formación on-line, viajes virtuales, tele-trabajo, e-commerce, relación virtual con amigos/familias, etc.
- Amazon pone en mi pantalla 300 modelos de butacas y me sirve como máximo en 1 semana.



LA EXCLUSIVA
LOGÍSTICA SOCIAL

¿TIENES ALGUNA DUDA?



Buscar

PRESENTACIÓN

COMPRAR

RUTAS

BLOG

SALA PRENSA

CONTACTO

SERVICIOS

TRANSPARENCIA



Comprar en La Exclusiva es muy fácil

1

El cliente encarga el pedido

2

La Exclusiva comprueba tu pedido

3

La Exclusiva realiza la compra a sus proveedores

4

El cliente recibe el pedido sin coste añadido

518
pueblos

La Exclusiva garantizará a más de 518 localidades de la provincia de Soria el acceso a una gama de productos propios de la capital soriana.

5

rutas

La Exclusiva realiza cinco rutas (una por cada día de la semana) de 24 pueblos cada una, que suponen unas 200 familias diarias.

¿A QUÉ RUTA PERTENECE TU PUEBLO?

A continuación te mostramos en detalle las rutas que tenemos establecidas, el día asignado a cada una y los pueblos y horarios que las conforman.

VER RUTAS

¿Interesado en ser uno de nuestros proveedores? Rellena este formulario y te llamaremos.

Haz tus panes y dulces con harinas de Panadería

[Ver más](#)

Cuatro Soles

Refuerza
tu sistema
inmunitario

[Ver más](#)

-20%
de descuento

potitos
Babybio

[SIN GLUTEN](#)[SIN LACTOSA](#)[VEGANO](#)[PROMOS](#)[OFERTAS](#)[¿QUÉ ES FRESCUM?](#)



supervecina

Servicios gratis a Comunidades de Vecinos



Ahorra hasta un 35% en tu comunidad o en tu hogar



Iniciativa #Yaquevas frente al Coronavirus



Reparaciones urgentes 24h



Calculadora exprés de presupuestos



¿Qué está pasando en mi comunidad?



Pregúntame

A la luz de la situación actual, estamos deshaciéndonos de todos los gastos de envío estándar.

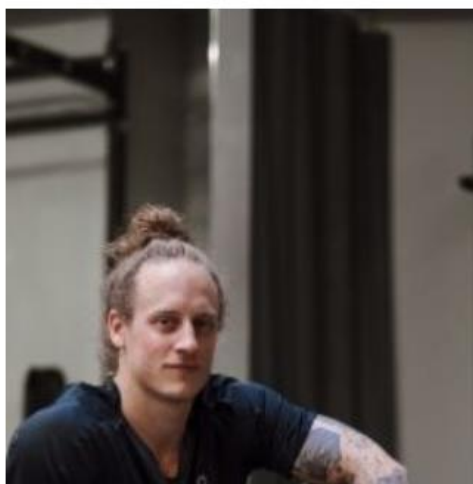


How we adapt_

[Leer más >](#)

New Rules_ New Routines_ Athletes Adapt_

Para apoyarte con tu entrenamiento, te ofrecemos 30 días para que pruebes tus On en casa. Sin compromisos. Todas las compras son automáticamente elegibles.



NUEVO COLOR



Cloud X

HERRAMIENTAS PARA IDENTIFICAR TENDENCIAS












[La Web](#) [Imágenes](#) [Video](#) [Noticias](#) [Maps](#)



Buscar en la web

Más productos de Google









Buscar

-  [Académico](#)
Busca documentos académicos
-  [Alertas](#)
Recibe noticias y resultados de búsquedas por correo electrónico
-  [Barra Google](#)
Añade un cuadro de búsqueda a tu navegador
-  [Búsqueda de blogs](#)
Busca blogs sobre tus temas favoritos
-  [Búsqueda en la web](#)
Busca millones de paginas web
-  [Funcionalidades de búsqueda web](#)
Saca el máximo partido a tus búsquedas
-  [Búsqueda personalizada](#)
Crea una experiencia de búsqueda personalizada para tu comunidad
-  [Google Chrome](#)
Un navegador que ofrece rapidez, estabilidad y seguridad
-  [Desktop](#)
Realiza búsquedas en tu propio equipo
-  [Earth](#)
Una ventana tridimensional al planeta
-  [iGoogle](#)
Añade noticias, juegos y mucho más a tu página de inicio personalizada de Google

Explorar e innovar

-  [Code](#)
Herramientas, APIs y recursos para programadores
-  [Labs](#)
Prueba nuevos productos Google

Comunicar, mostrar y compartir

-  [Blogger](#)
Expresa tus opiniones online
-  [Calendar](#)
Organiza tu agenda y comparte eventos con tus amigos
-  [Docs](#)
Crea tus proyectos online, compártelos y accede a ellos desde donde estés. Crea tus proyectos online, compártelos y accede a ellos desde donde estés
-  [Gmail](#)
Correo rápido, con menos spam y con la tecnología de búsqueda de Google
-  [Grupos](#)
Crea listas de distribución y grupos de debate
-  [Panoramio](#)
Explora y comparte fotos del mundo
-  [Picasa](#)
Encuentra, edita y comparte tus fotografías
-  [Google Reader](#)
Recibe los feeds de tus blogs y sitios de noticias favoritos

Consulta de búsqueda:

Tipo de resultado:

Frecuencia:

Cantidad:

Enviar a:

CREAR ALERTA

[Administrar sus alertas](#)

muestra de los tipos de resultados que obtendrás.

Web 5 resultados nuevos de **el tukan hotel**

GRUPO HOTELES TUKAN PLAYA DEL CARMEN

grupo **hoteles tukan** en playa del carmen ofrece los mejores **hoteles** en playa del carmen y riviera maya, el grupo cuenta con el **hotel tukan**, el **hotel nina**, ...
www.tukanhotels.com/

El Tukan (Playa del Carmen, México) - Hotel Opiniones - TripAdvisor

El Tukan, Playa del Carmen: 243 opiniones y 132 fotos de viajeros sobre el **El Tukan**, clasificado en el puesto nº.117 de 186 **hoteles** en Playa del Carmen.
www.tripadvisor.es/Hotel_Review-g150812-d154731-Reviews...

Hotel El Tukan

Presentación **Hotel El Tukan** en Playa Del Carmen
www.clubdereservaciones.com/fotos/.../hotel_el_tukan.jpg

Tukan - Hotels Playa del Carmen, Small Hotels Playa de Carmen ...

tukan, hotels playa del carmen. In "El Tukan" , we are offering a dedicated and friendly Plus service within its natural ambience of wild vegetation and a ...
www.en-yucatan.com/hotels/photos/playa-del-.../tukan.jpg

foursquare :: El Tukan Hotel & Beach Club, Playa del Carmen ...

070 Check in at El Tukan Hotel & Beach Club, Playa del Carmen "Downtown ..."

Modelo de negocio

Es **la forma** en la que la empresa va a atender a sus clientes, tanto desde el punta de vista estratégico como operativo. La forma con la que obtendrá ingresos y, a ser posible, beneficios.





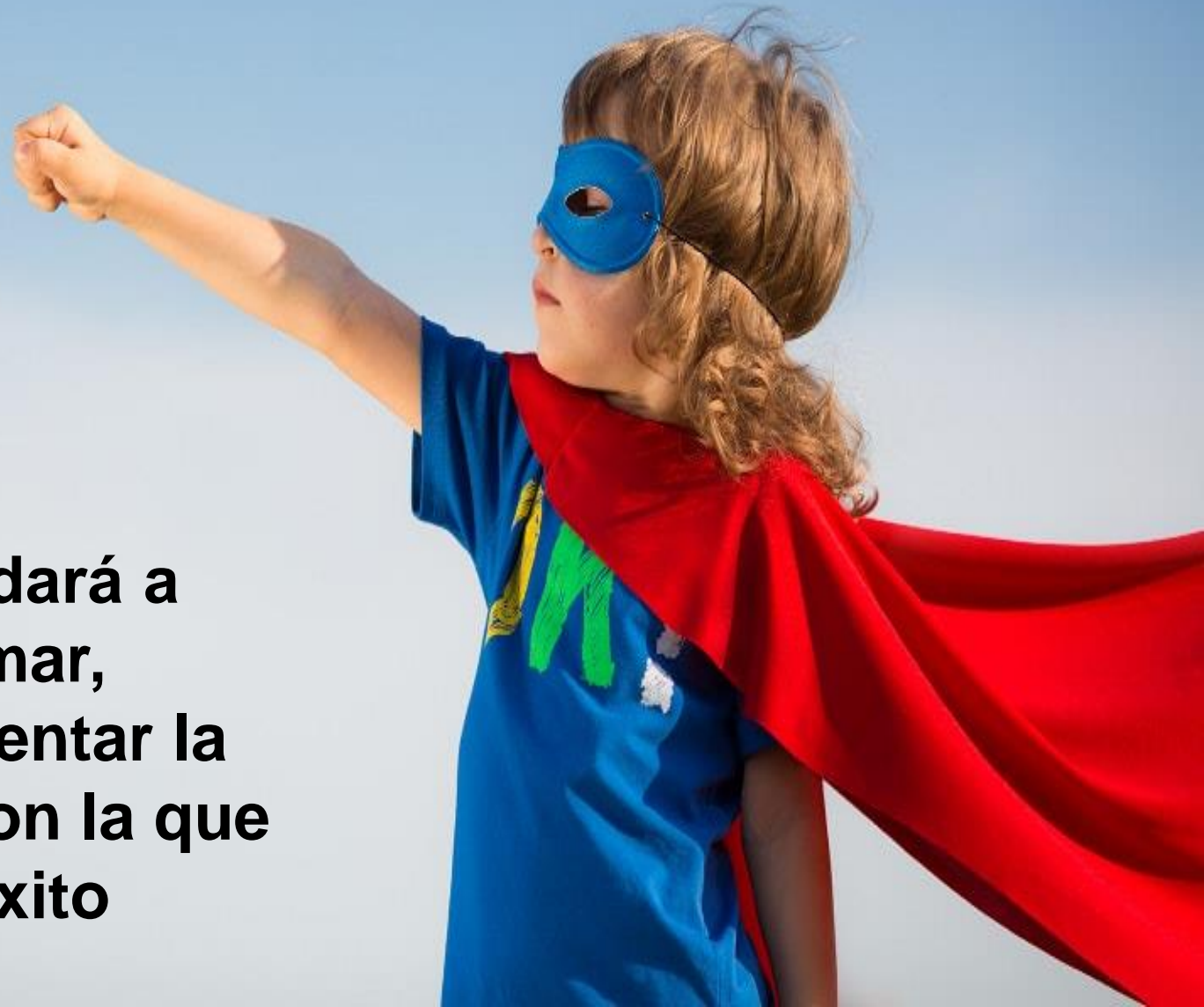
¡ RECUERDA !

Una gran
idea
por si sola
no vale
nada,
lo importante
es su
ejecución



El CANVAS no salvará tu empresa ni tu negocio

... pero te ayudará a conocer, plasmar, evaluar y presentar la información con la que conseguir el éxito



**El CANVAS se va a llenar de hipótesis
pendientes de confirmar**



**... pero el trabajo real
nos servirá para
asegurar y validar las
hipótesis**

El CANVAS es mejor hacerlo con todo el equipo



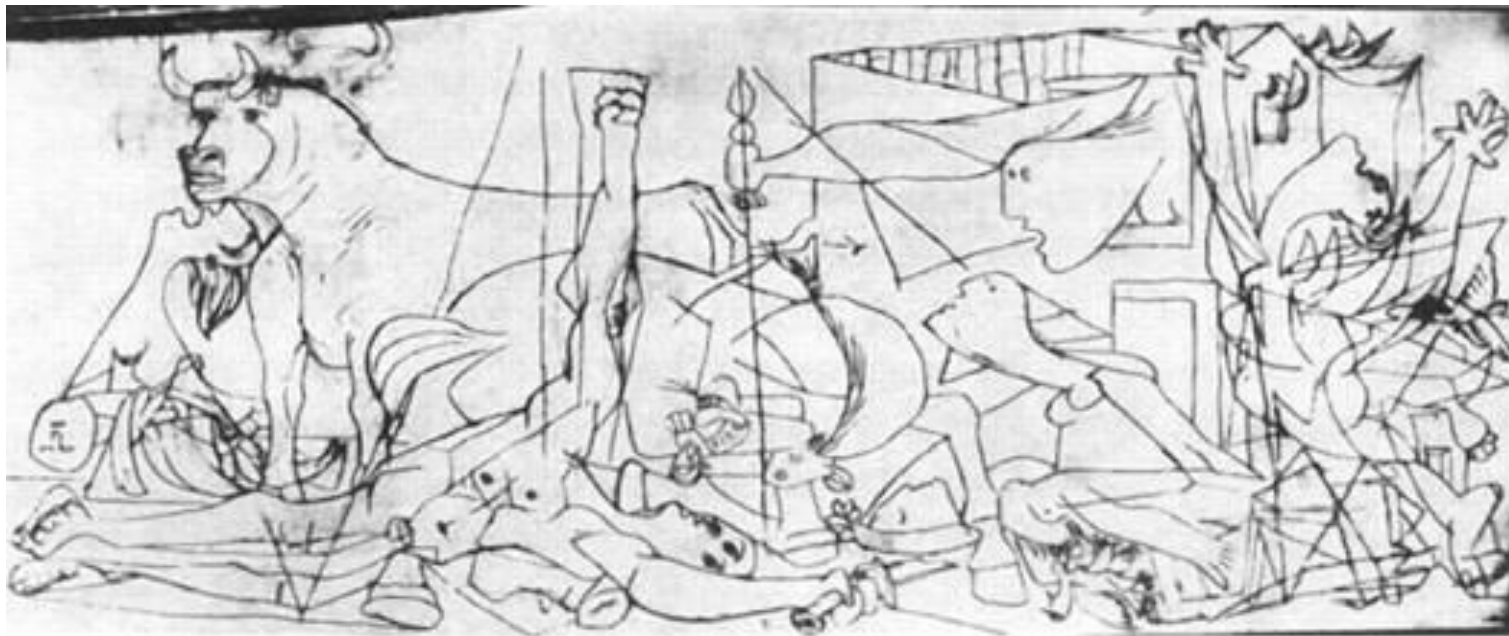
... el líder hará que el equipo conozca y participe en los pasos que vaya dando el proyecto

El CANVAS va cambiando constantemente

... es una
herramienta viva
para una empresa
en constante cambio
y que le permite
pivotar en cualquier
momento



F_O_R_M_A



¿TE GUSTARÍA...

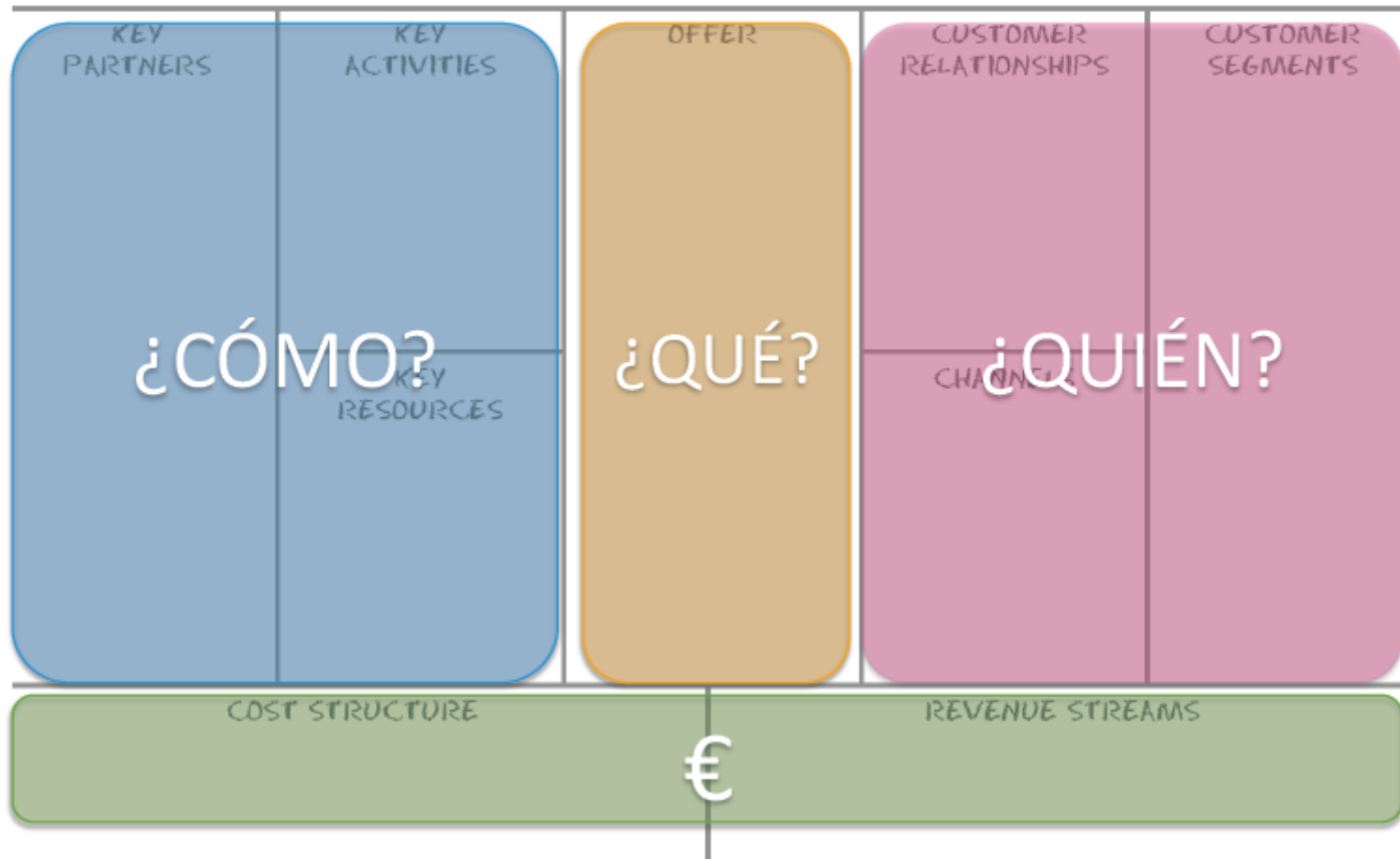
...SER COMO?

Análogos: identificar a aquellos individuos, productos o empresas que creemos ser o nos gustaría ser o a los que creemos parecemos o nos gustaría que así fuera.

...NO SER COMO?

Antílogos: identificar a aquellos individuos, productos o empresas que NO creemos ser ni queremos parecemos o NO nos gustaría ser ni parecemos.

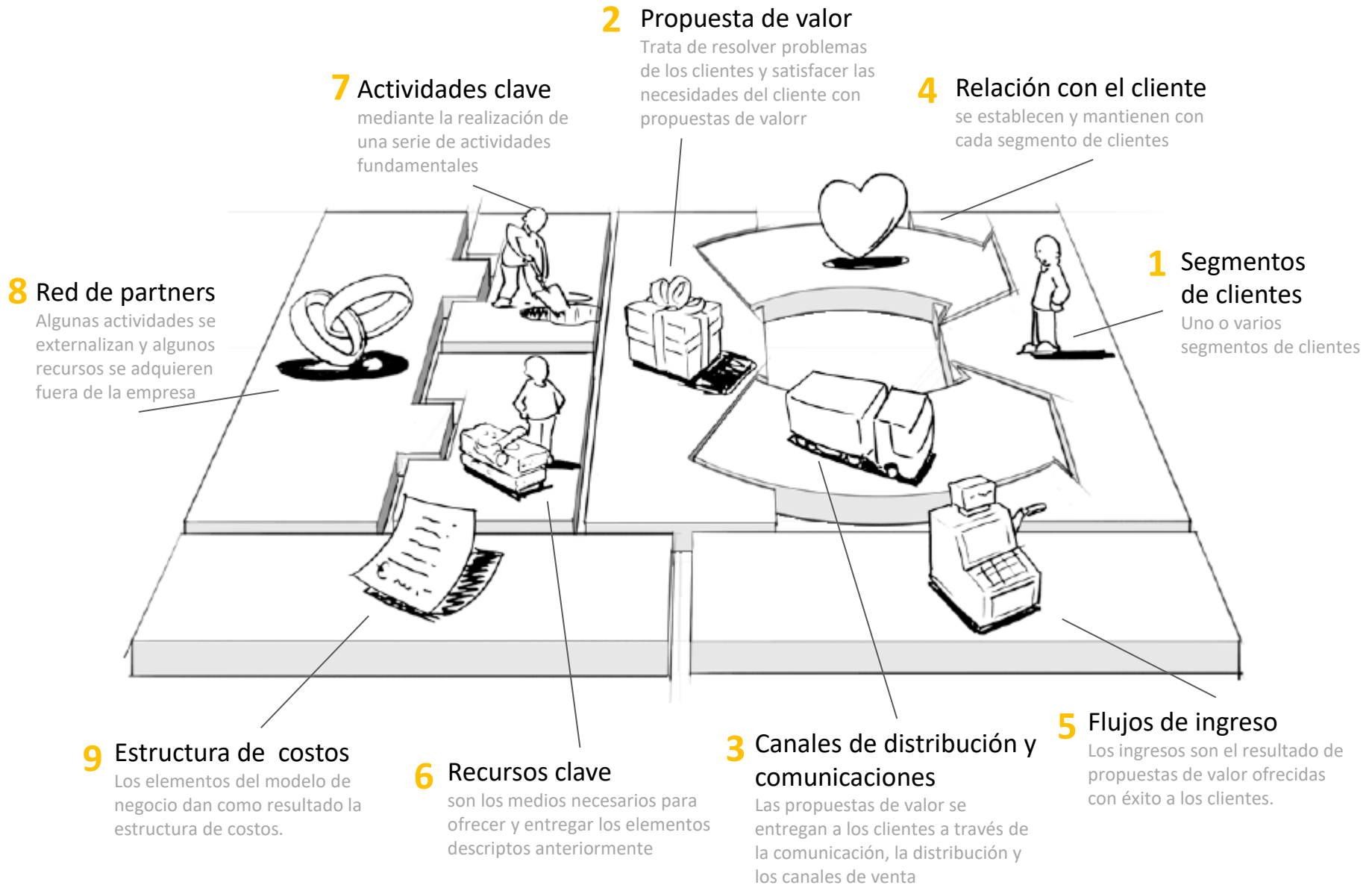
THE BUSINESS MODEL CANVAS



9

Bloques de construcción





Lienzo De Modelo De Negocios

Diseñado para:

Diseñado por:

En:
 Iteración:

Socios Clave



Quiénes son nuestros socios clave?
Quiénes son nuestros proveedores clave?
Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?
Que actividades realizan nuestros socios clave?

Indicadores para realizar alianzas:
Capacidad y recursos
Riesgo legal e intelectual
Adquisición de recursos y actividades particulares

Actividades Clave



Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
Nuestros canales?
Nuestras relaciones con los clientes?
Nuestras fuentes de ingresos?

Indicadores:
Productividad
Ejecución de problemas
Flexibilidad / Res

Propuesta de Valor



Que valor estamos entregando a los clientes?
Cual problema estamos ayudando a resolver?
Cual necesidad estamos satisfaciendo?
Que paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

Indicadores:
Innovación
Diferenciación
Personalización
"Ayuda a hacer el trabajo"
Cálculo
Menor Precio
Flexibilidad
Reducción del Costo
Reducción de Riesgo
Acreditación
Conveniencia / Usabilidad

Relación con Clientes



Que tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes?
Que relaciones hemos establecido?
Cuan costosas son?
Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

Indicadores:
Estabilidad Personal
Autenticidad Personalizada
Auto Servicio
Eficiencia Automatizada
Comunidad

Segmentos De Clientes



Para quién estamos creando valor?
Quiénes son nuestros clientes mas importantes?

Modelo de negocio:
Modelo de negocio
Segmentos
Canales
Plataforma múltiple

Recursos Clave



Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?
nuestros canales?
nuestras relaciones con los clientes?
nuestras fuentes de ingreso?

Tipos de recursos:
Financios
Intelectuales (Marcas, patentes, derechos de autor, datos)
Humanos
Físicos

Canales



A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?
Como los estamos alcanzando ahora?
Como estan integrados nuestros canales?
Cuales Funcionan Mejor?
Cuales son los mas rentables?
Como podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?

Tipos del canal:
1. Canal propietario
2. Canal mediante intermediarios de producción y servicios de canales completos
3. Distribuidor
4. Aliado
5. Puntos de venta
6. Otros

Estructura De Costos

Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?
Cuales recursos clave son los mas costosos?
Cuales actividades clave son las mas costosas?

El negocio es más:
Enfocado al costo/estructura de costos (concentración, propuesta de valor de bajo costo, maquina automatizada, mucho outsourcing)
Enfocado al valor (Enfocado a la creación de valor, Proposiciones de valor premium)

Ejemplos de categorías:
Costos de Materiales
Costos de Operación, Mantenimiento, Utilidades
Costos de Marketing
Costos de Almacenamiento
Costos de Transporte



Fuente De Ingresos

Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?
Actualmente por que se paga?
Como están pagando?
Como prefieren pagar?

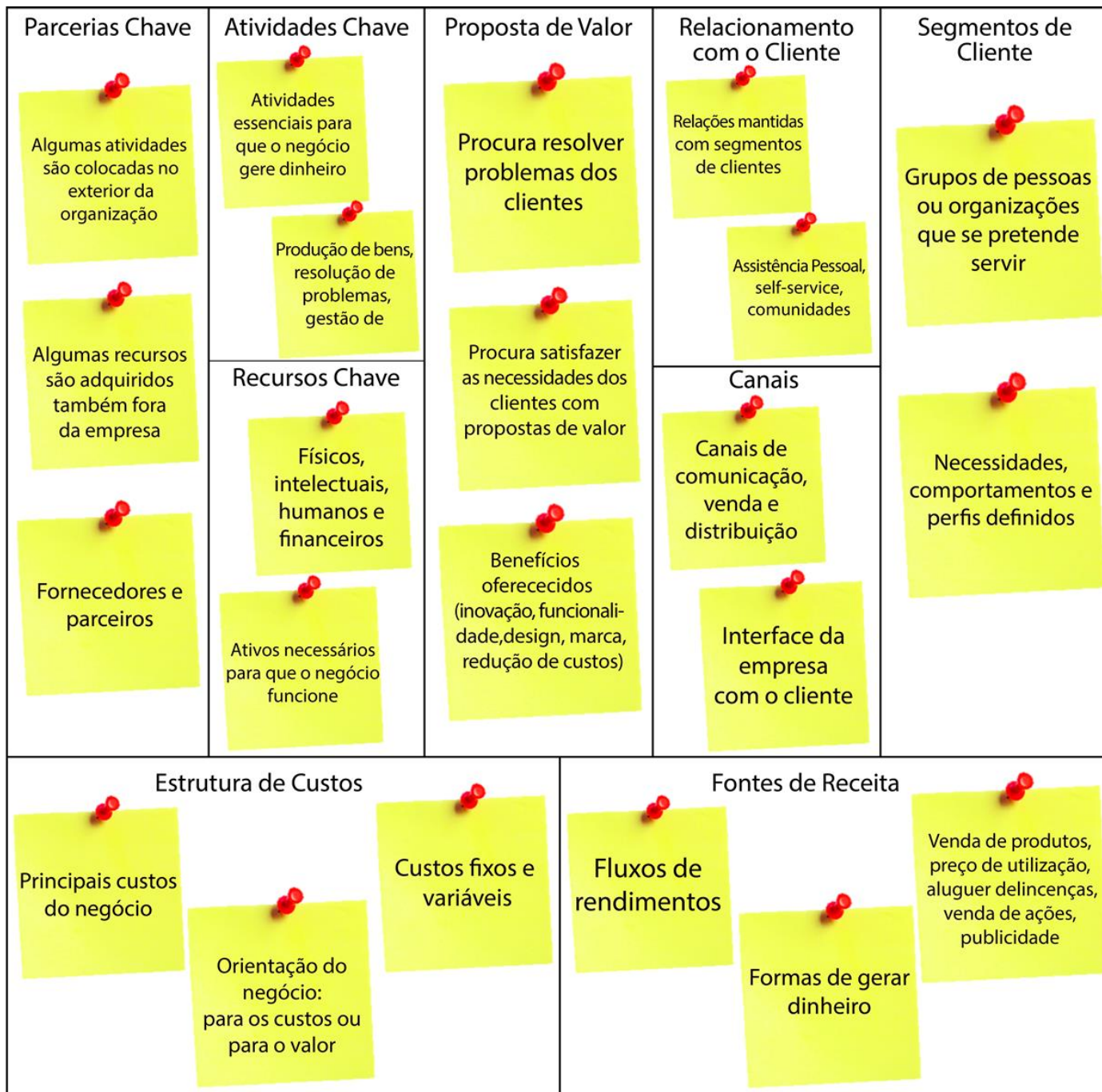
Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

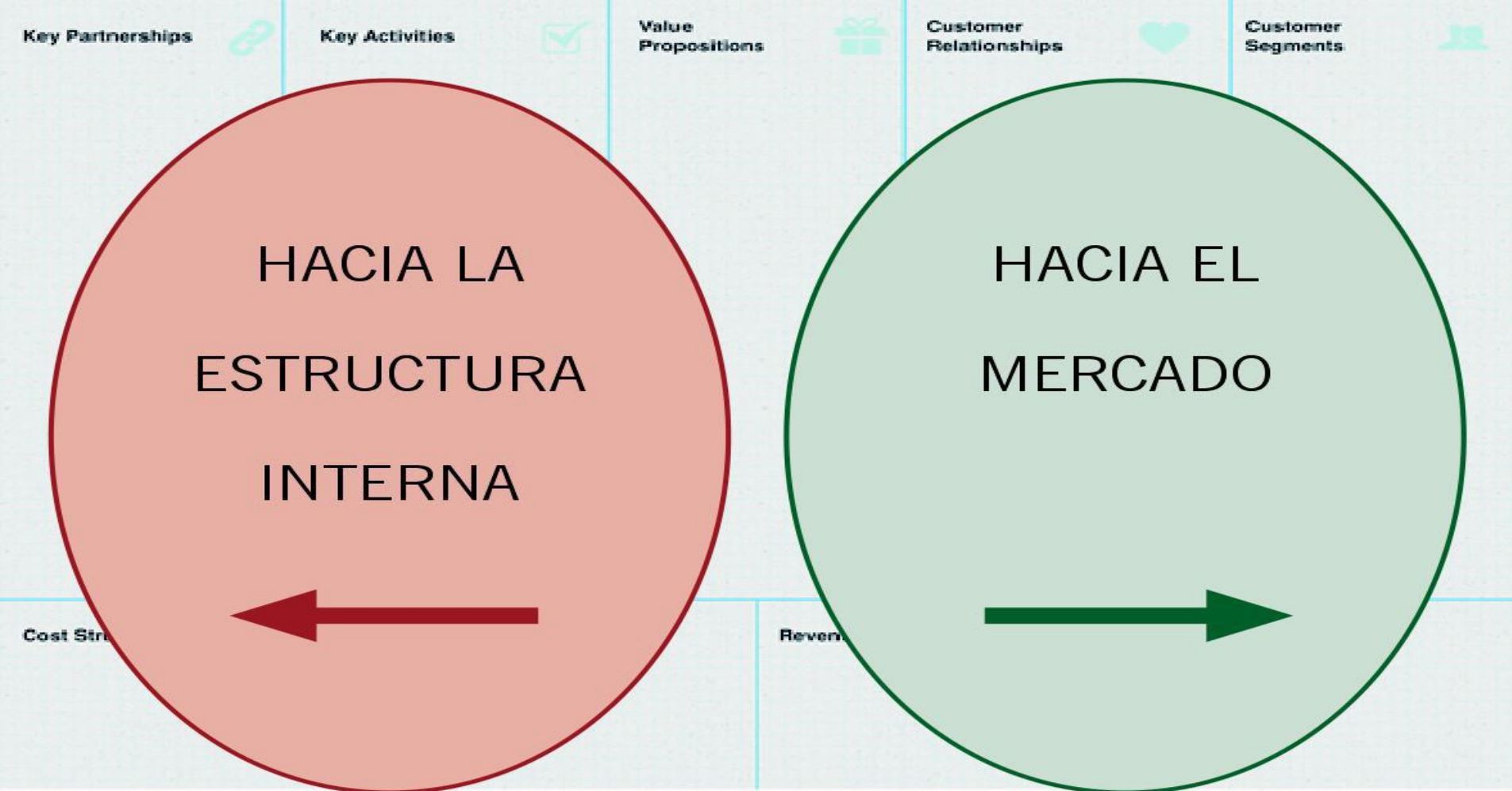
Tipos:
Venta de Activos
Carga por uso
Carga por suscripción
Inventarios/Alquiler/Financiamiento
Licenciamiento
Carga de montaje
Publicidad

Previsión de:
Lista de precios
Región geográfica
Dependencia del segmento
Dependencia del volumen

Indicadores de:
Negociación
Cambio de comportamiento
Mantenimiento en tiempo real
Subscripción



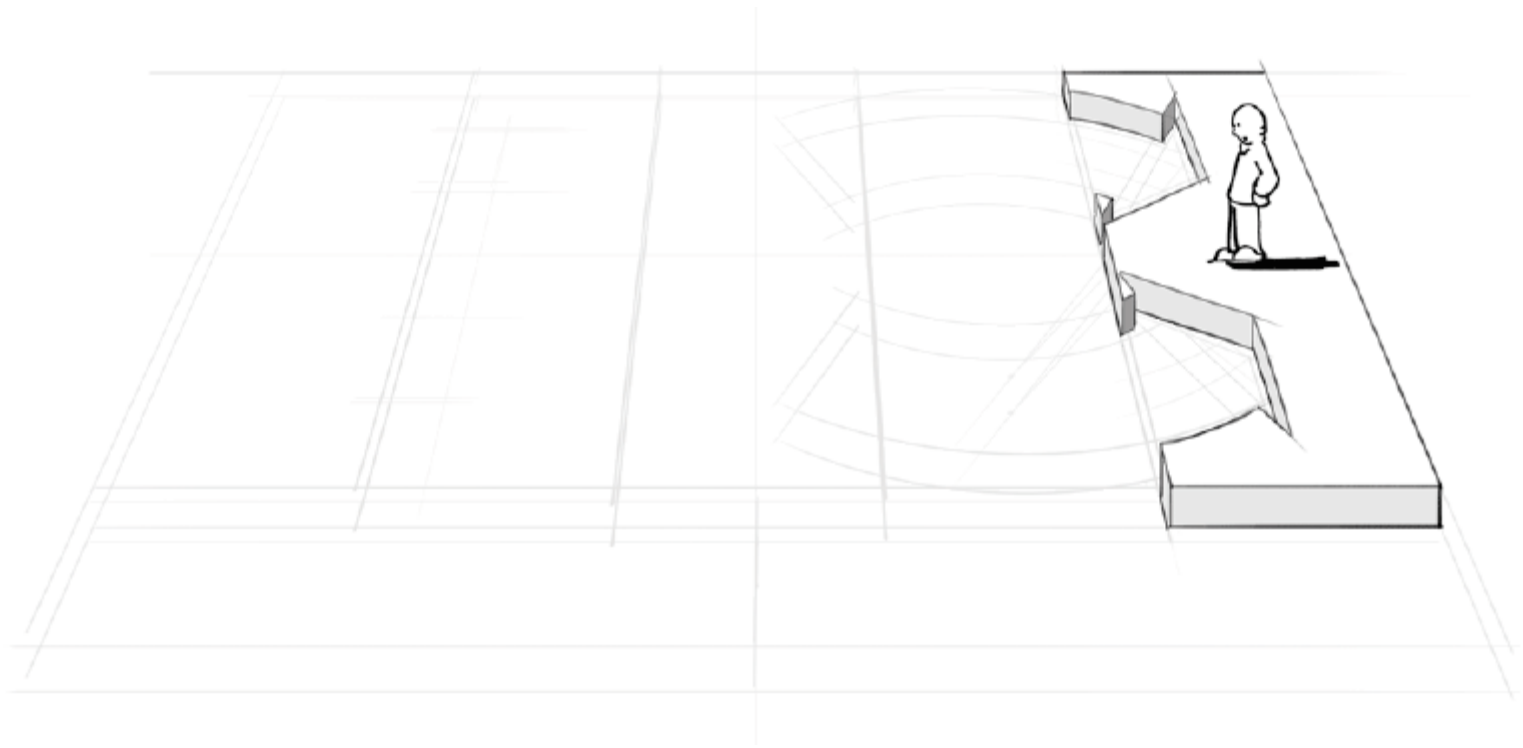




Nuestro motor y nuestros mecanismos.
Lo que hace posible que la propuesta de valor exista.
Lo que hace que nuestros canales de comunicación y ventas funcionen.
Es la responsable de nuestros costes.

Hace referencia a lo que queremos proyectar de nuestra empresa.
Saca nuestro lado emocional, nuestra diferenciación.
Nos hace llegar al público al que nos dirigimos.
Es la responsable de nuestros ingresos.

Segmentos de clientes



... conocer las características y necesidades de nuestros clientes para generar nuestra propuesta de valor

Caso SEGWAY

Emprendedor: Dean Kamen – DEKA

Mantuvo en secreto el proyecto

Idea innovadora

Cuidado al mínimo detalle – **Sonido del motor** agradable

Campaña de **MKT** intensa

FEED BACK Clientes

Vehículo **incomodo para largos desplazamientos** al trabajo.

Para recados, mejor caminar

Previsiones: 40.000 uds./año

Realidad: **6.000 uds./año**





USUARIO

NECESITA

Necesidad a de usuario.

Necesidad b de usuario.

Necesidad c de usuario.

Necesidad d de usuario.

PORQUE

Insight Sorprendente a.

Insight Sorprendente b.

Insight Sorprendente c.

Insight Sorprendente d.

ANTES DE DESARROLLAR UNA OPORTUNIDAD DETECTADA...



Debemos tener en cuenta SI:

- Se proporciona **“Valor Añadido”**
- Tenemos **Cientes interesados**
- El **Segmento del Mercado** tiene un **“Tamaño mínimo”**
- Es el **momento adecuado**
- La **necesidad va a durar un cierto tiempo**

Like 692 people like this. Be the first of your friends.

Tweet 214



What's 2houses?

Pricing

Contact us

Log in



We help separated parents to communicate and get organized about their children. [learn more](#)

Let's get started - it's free



Calendar

Expenses

Journal

Info Bank

Notifications

We're a co-parenting facilitator!

Communicating between separated or divorced parents is not that

They talk about us

Press Room >



¿Qué es Agricologia?

Agricologia, es una forma diferente e innovadora de realizar agricultura como ocio verde de contacto con la naturaleza basado en tres escenarios:

[leer más](#)



Tu huerto On-line



¿La distancia te impide disponer de tu propio huerto ecológico? ¿Te gustaría hacer el seguimiento a través de internet?

Con **Agricologia** te lo ponemos fácil "Tu huerto on-line". Ahora puedes disponer de tu propio huerto ecológico en internet, es tan fácil como:

[leer más](#)



¿Practicas Agricologia?

Los tiempos cambian y aparecen nuevas tendencias sobre el bienestar y disfrute relacionados con la agricultura y nuevos hábitos de vida saludable.

[leer más](#)



¿Te gustaría crear tu propio Agricologia?...

Ahora es posible compartir nuestra filosofía a través de nuestro modelo de proyecto, de manera que podrás crear tu propio **Agricologia** en tu zona, municipio,...sin barreras geográficas por toda la Comunidad Valenciana y a nivel nacional.

[leer más](#)



Principales Servicios

- Huertos ecológicos
- Talleres y charlas sobre agricultura
- Plantas, semillas y compost
- Huertos escolares - actividades extraescolares niños
- Actividades exploratorias al aire libre
- Tu huerto On-line

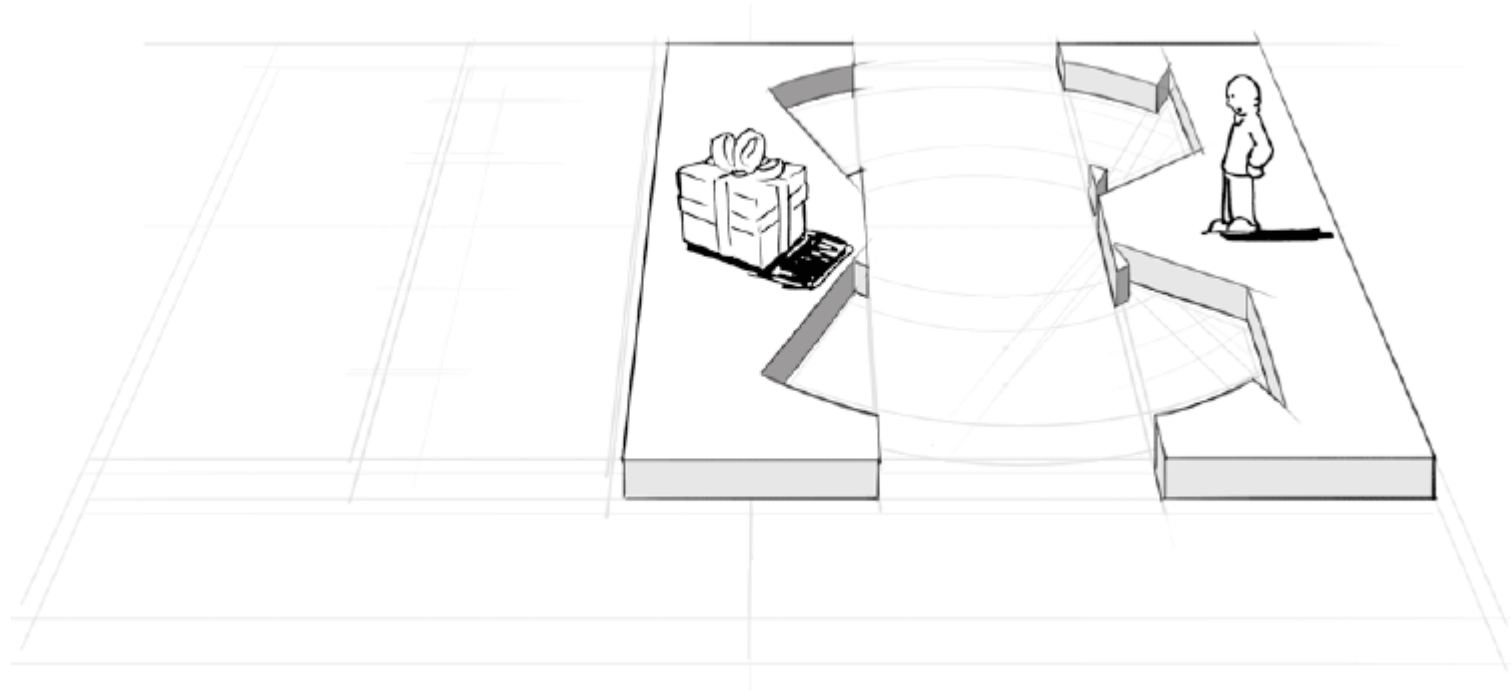
[leer más](#)



Boletín Agricologia

Enviar

Propuestas de valor



... cubrir las necesidades de los clientes con propuestas de valor únicas. Seremos su mejor opción



PARA QUE VIVAS TUS PROPIAS EXPERIENCIAS

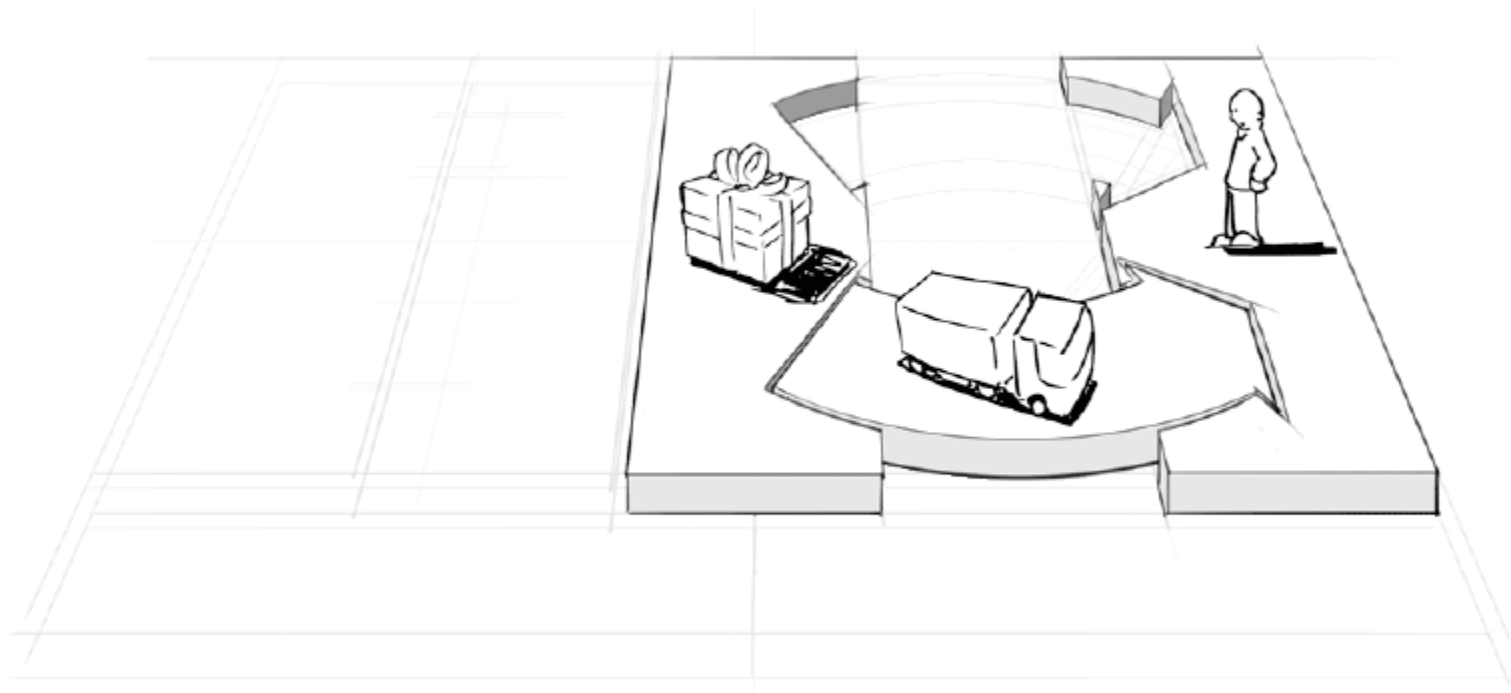




KICK
STARTER



Canales de distribución y comunicación



... definir las formas de darle a conocer al cliente y hacerle llegar nuestra propuesta de valor



EL MUNDO | C. Valenciana
 Líder mundial en español | Lunes 17/09/2012. Actualizado 11:27h.
 Edición ESPAÑA | Madrid | Andalucía | Baleares | Barcelona | Castilla y León | C. Valenciana | País Vasco

E3 MEDIA | Corporación | Economía 3 | Revista | Eventos E:

La Juana produce 5.000 alpargatas anuales en una localidad de menos de mil habitantes

Webmaster / 04/08/2017



Archivado en:

Alex Adell, Asociación de Artesanos de la provincia de Castellón, Feria Momad Shoes, Juanvi Ferreres, La Juana, Natalia Sales

Compartir

Empty input fields for sharing and social media links.

Herramientas

- Enviar a un amigo
- Valorar
- Imprimir
- En tu móvil
- Rectificar

TENDENCIAS | Lajuana

Alpargatas contra el paro



Algunos de los modelos alpargatas de la marca Lajuana.



-30% -40% -50%

REBAJAS



VASITOS LITERARIOS



HAZTE SOCIO



RESERVA Y RECOGE EN TIENDA

Inicio > Recogida y entrega

Recogida y entrega

¿Tienes preguntas acerca de los modos de recogida y entrega? Tanto si tienes prisa como si eres previsor, seguro que la entrega que más se adapta a tus necesidades está aquí.



GRATUITO



Recogida en tienda para toda España

GRATIS SOCIOS



Entrega en 24 horas laborables
fnacexpress+



Entrega en 2 horas, o en franja horaria que prefieras

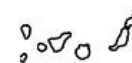


Elige tu hora de entrega

GRATIS SOCIOS



Servicio Estándar (Entrega 2-3 días a domicilio)



Envío a Canarias



Otros envíos



**RECOGE TUS
COMPRAS ONLINE
EN CITYPAQ.**





Chef a domicilio

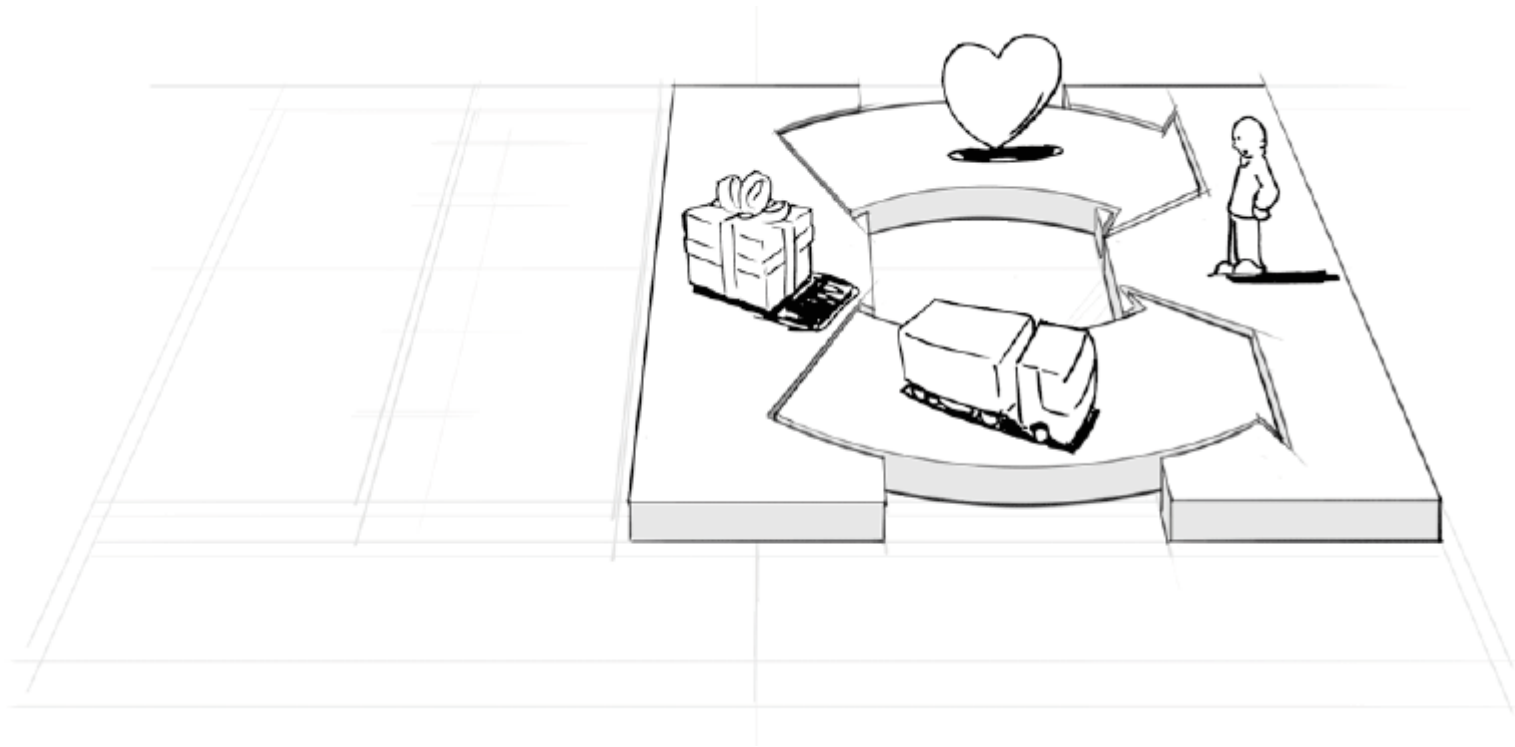
Disfruta de una experiencia gastronómica en la comodidad de tu casa con un chef a domicilio.

Empezar

Convierte tu casa en un restaurante con un chef a domicilio.

Personaliza tu menú y deja que el chef se encargue del resto.

Relación con el cliente



... establecer la forma en la que nos vamos a comunicar con los diferentes segmentos de clientes

drybar™

a blow dry bar



SALE





drybar

No cuts. No color.
Just blowouts. Only \$3

The Blow
Menu
- Blowout
- Shampoo
- Conditioner
- Styling product
- Dryer
- Blowout
- Shampoo
- Conditioner
- Styling product
- Dryer
- Blowout

drybar
BAR.COM



Peeluquería Natural

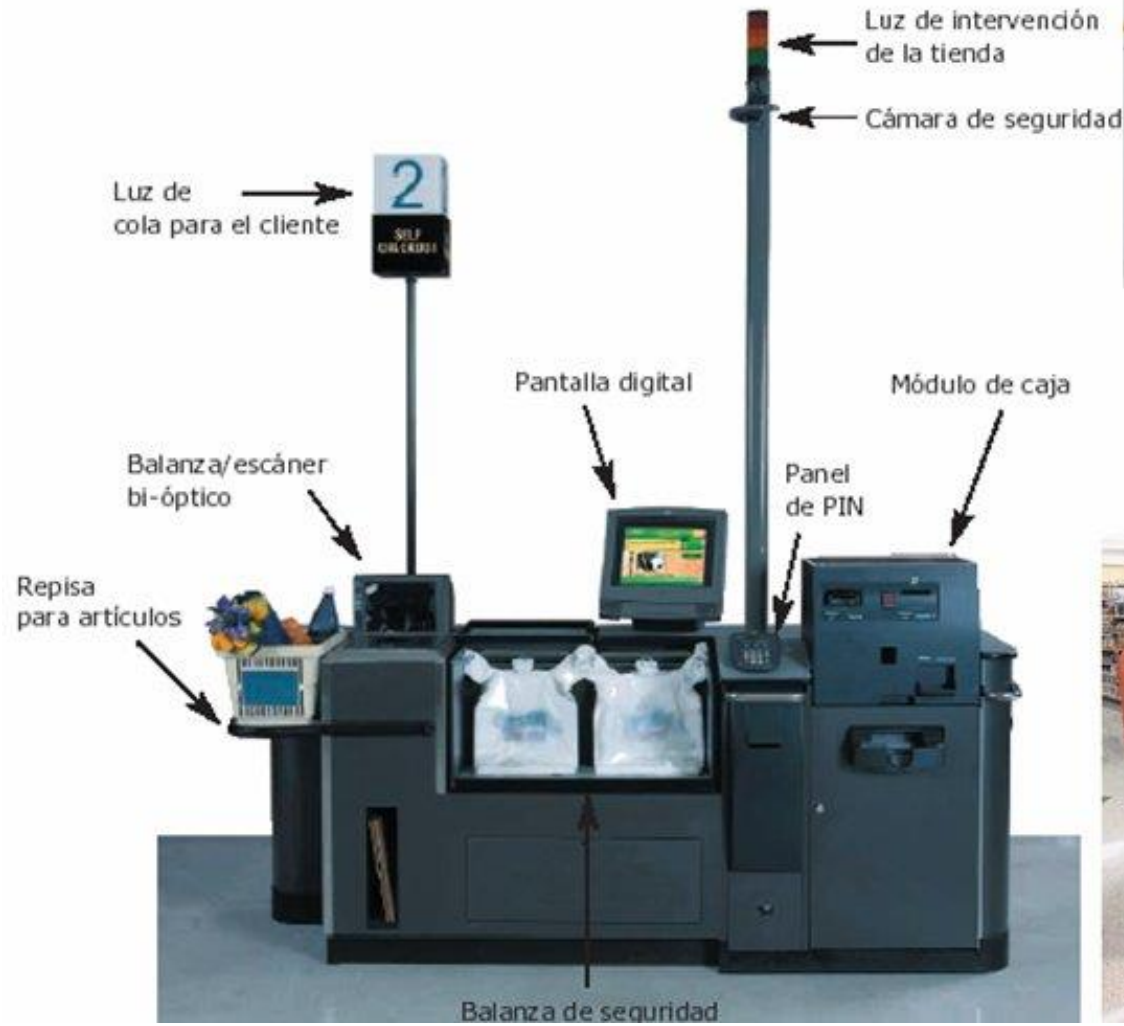
BlowDryBar
Daniele Sigigliano

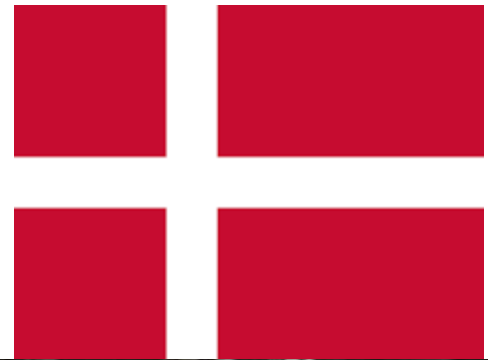
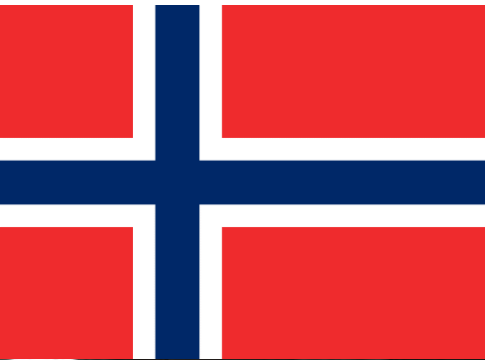


'Nuestra filosofía se basa en una creatividad
personalizada'





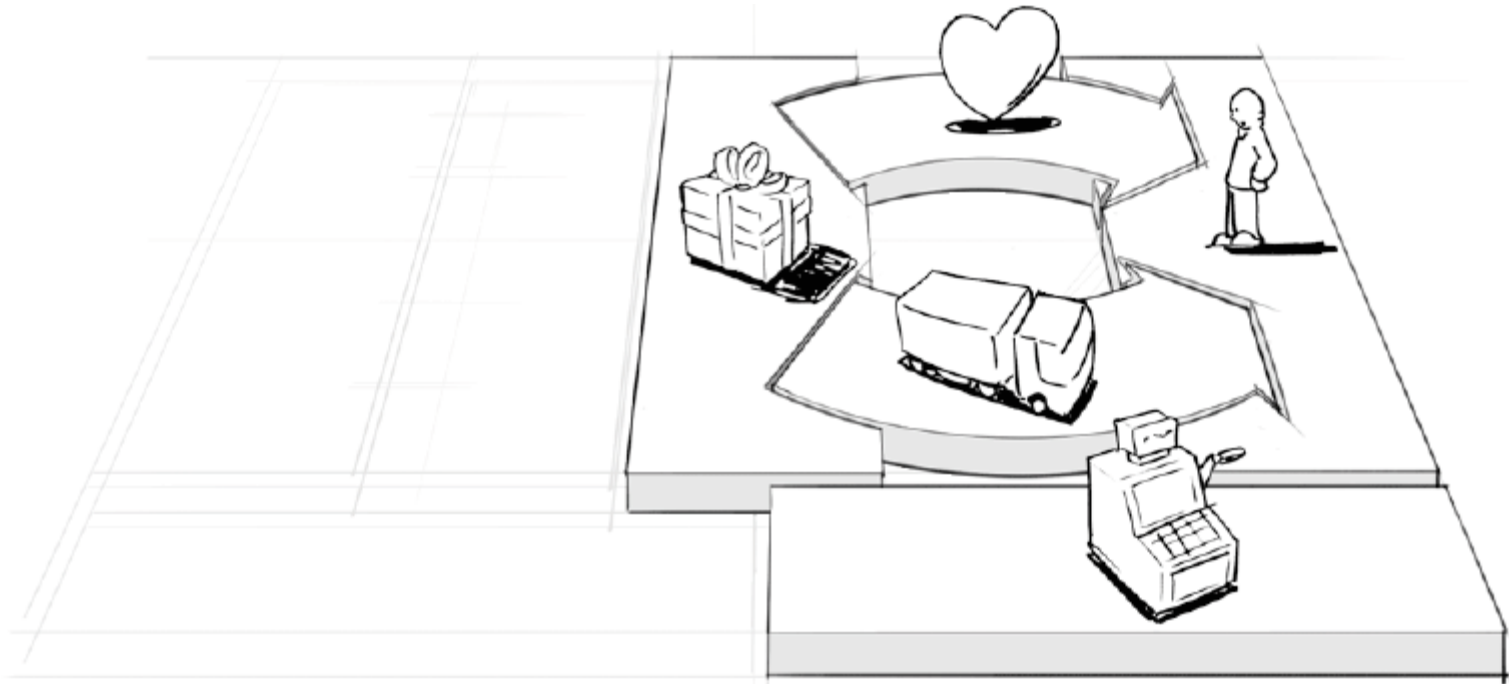








Flujos de ingresos



... definir las fuentes de obtención de ingresos, su frecuencia y forma

SÒC CLIENT
ENCARA NO SÒC CLIENT
SÒC EMPRESA

CLUBS - TOUR 360°
HORARIS ACTIVITATS
GESTIONS ON-LINE

SERVEIS

ENTRENADOR PERSONAL
FITNESS
PÀDEL
REPTE DiR
BOXA
RUN / CYCLING WITH US
DIRZEN / WELLNESS
YOGA
PILATES
NUTRICIÓ / SAIBÒ
GOLF
SINGLES
CURSOS
AKDMIA / SAF-UAB
AGENDA D'ACTIVITATS
WIN

YOGA ONE
PILATES DiR STUDIO
DiR VIRTUAL

REVISTES DiR
FUNDACIÓ DiR
NOTÍCIES
DiR MEDIA
MEDI AMBIENT
CLUB PRESTIGE
AVANTATGES TARGETA DiR

DE VISITA A BARCELONA?
VOLS UN DiR A PROP TEU?



DiR TUSET

"Un club de fitness i wellness pensat per a gent com jo"

**NOU DiR TUSET
JA ÉS OBERT**



facebook

Clubs DiR

DiR Me gusta

A 6,124 personas les gusta **Clubs DiR**.

Javi	Cora	Manuel
Claudia	Alex	Miguel
Marc	Alberto	Alba
Xavi	Maria	Fadila
Massiel	Aaron	Stefania





Consulta Premium - Accede a los Servicios Preferentes de www.QuieroAbogado.info

Por si quieres asegurarte la contestación en menos de 24 horas; precisas que tu caso lo valoren varios letrados; se revisen documentos e inclusive que nos despalcemos a tu domicilio o empresa.

1. Respuesta Urgente



La cuestión jurídica que nos plantees será resuelta de forma fundada en derecho en un plazo máximo de 24 horas por un letrado especialistas con al menos 10 años de ejercicio profesional.

Acceder

30 € +
I.V.A.

2. Asesoramiento por 3 Abogados



Tres Abogados en Ejercicio analizarán por separado la duda legal que no hagas llegar, posteriormente revisarán las dadas por sus otros compañeros y conjuntamente indicarán la que consideren de las tres más acertada.

Acceder

80 € +
I.V.A.

3. Asesoramiento con Examen y Análisis de Documentación



Si lo que precisas es que analicemos un contrato o documento de forma minuciosa, elige esta opción. Un Profesional con al menos 10 años de ejercicio lo revisará y te expondrá su opinión.

Acceder

Desde 60 €
+ I.V.A.

4. En tu Domicilio o Empresa

Consultas Legales Urgentes y Preferentes - Consulta Premium

Respuesta en 24 Horas

Con Revisión y Análisis de Documentación

Respuesta dada por 3 Abogad@s

En su Domicilio o Empresa

Despacho Colaborador de
QuieroAbogado.es

[Formular Consulta Gratis](#)

[¿Buscas un Abogad@?](#)



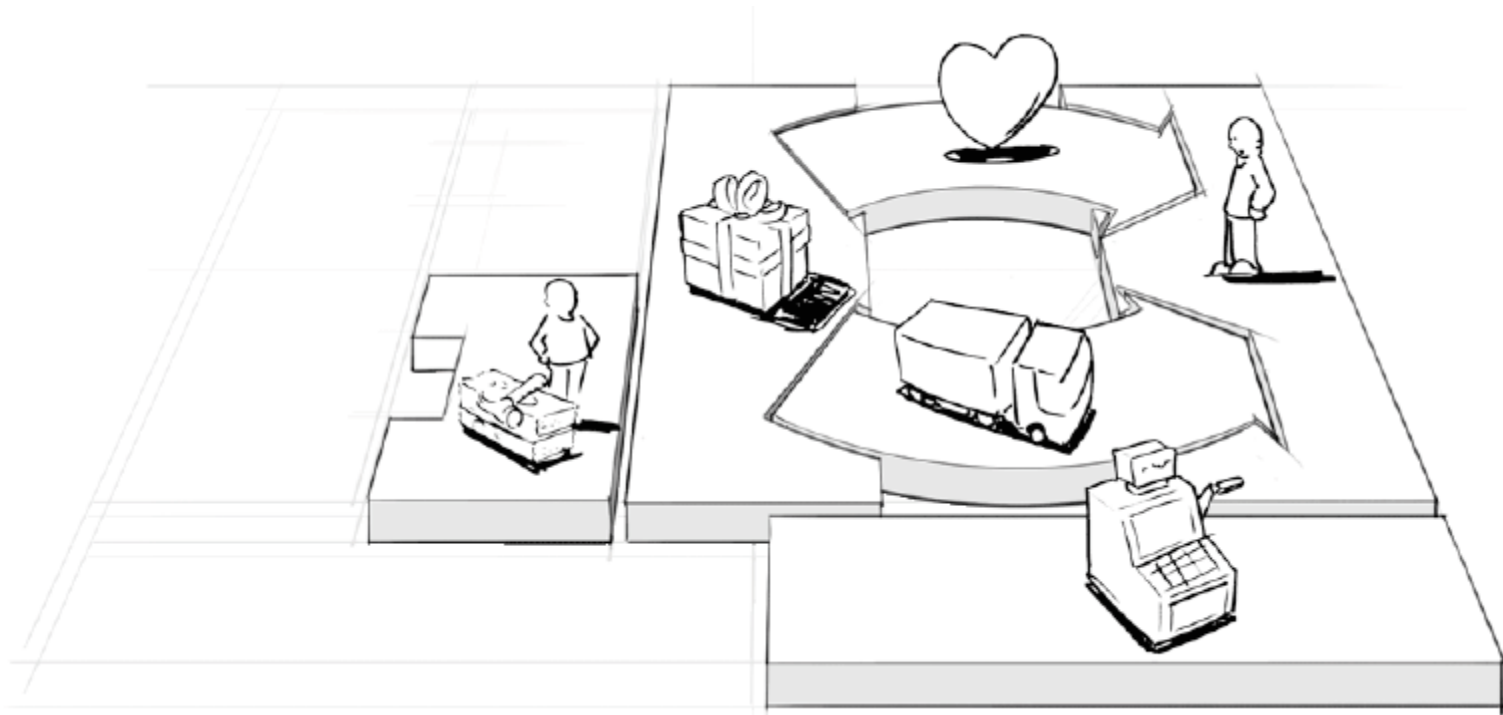
[Información y](#)

[Documentación de Interés](#)

[Abogados](#)



Recursos clave



... definir los recursos internos que nos permiten desarrollar las actividades clave



27
01504 55 76
TELEPIZZA

TELEPIZZA
01504 55 76

22
01 504 55 76
TELEPIZZA

4
01504 55 76
TELEPIZZA

30
01504 55 76
TELEPIZZA

3
TELEPIZZA

11
01504 55 76
TELEPIZZA

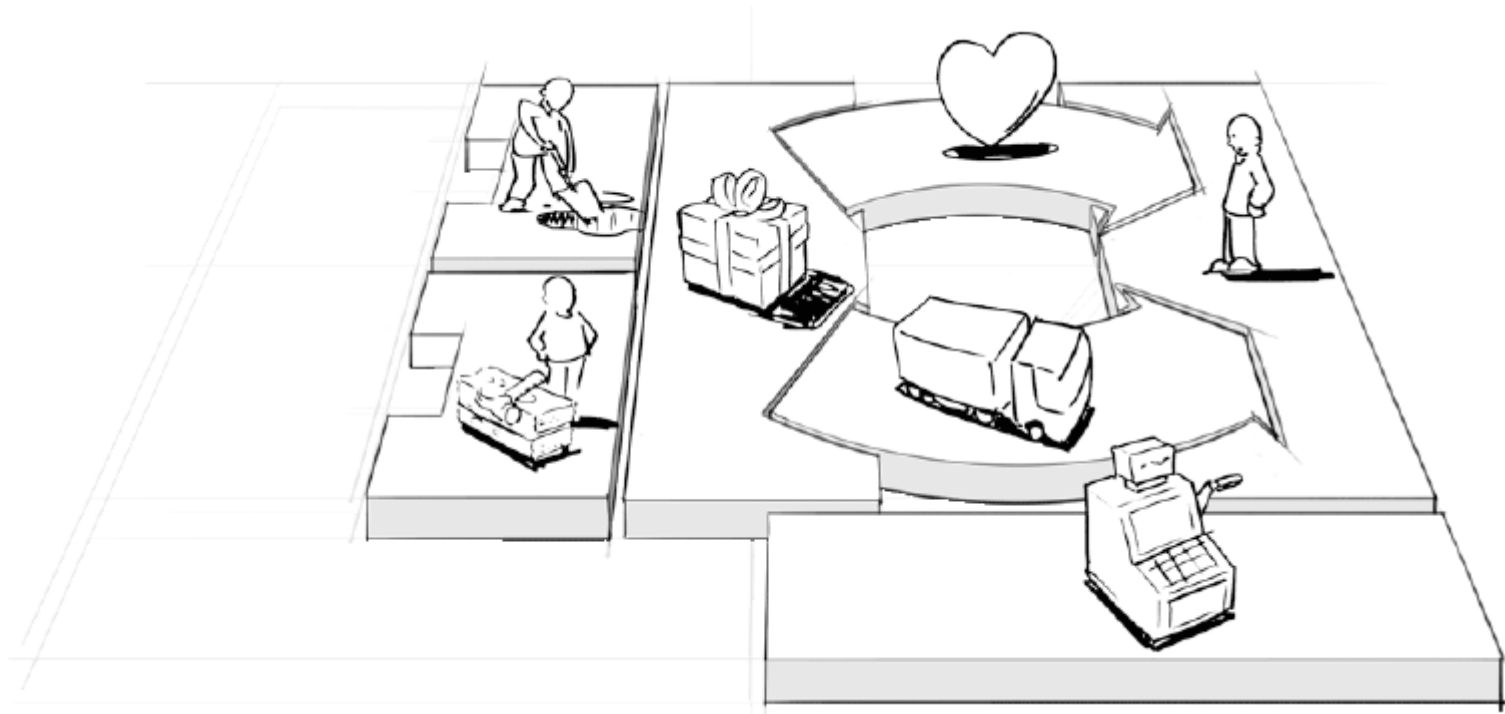
16
01504 55 76
TELEPIZZA



PALLADIUM
HOTELS & RESORTS



Actividades clave



... definir las tareas clave para desarrollar y hacer realidad nuestro modelo de negocio

Inicio > Desinfección



Desinfección contra COVID-19



¡Hola! En Rentokil somos expertos en control de plagas e higiene ambiental. Desde protección contra roedores hasta servicios de desinfección de Coronavirus, estamos aquí para ayudarte

Solicite una inspección gratuita en el [900 838 681](tel:900838681) o por [e-mail](#)

Servicios de Desinfección contra Coronavirus



*mandarina
ecológica
dénia*



NARANJAS

MANDARINAS

LIMONES Y
POMELOS

FOTOS

ENLACES

CONTACTO

PROPIEDADES DE LA
MANDARINA

NUESTROS PRODUCTOS
ESTARÁN DISPONIBLES
DESDE MEDIADOS DE
OCTUBRE A MARZO



FINCA LUXOR

Pda. Torre Carrals 30 C
03700 Dénia (Alicante)
Tel. y Fax: 96 642 04 77
Móvil: 607 914 438

Bienvenidos a la FINCA LUXOR

ESTAMOS EN DÉNIA



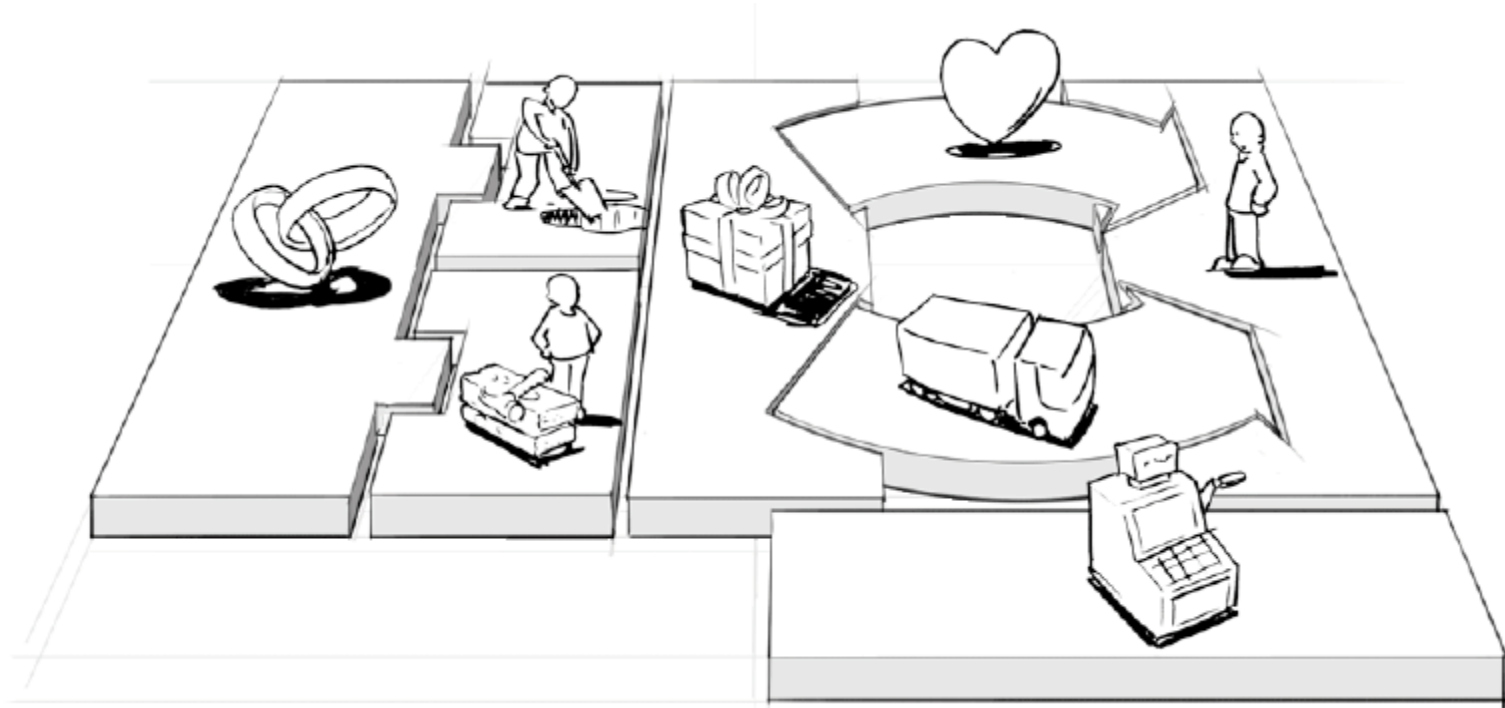
(VER UBICACIÓN PINCHANDO AQUÍ)

La finca LUXOR, es una pequeña finca familiar ubicada en Dénia (Alicante), entre árboles tropicales, palmeras y plantas aromáticas, en la cual se producen unas de las mejores variedades de mandarinas ecológicas de la Comunidad Valenciana.

Las variedades Cremenules, Orograndes, y naranjos de distintas variedades, tienen el certificado ecológico de la Comunidad Valenciana (licencia nº 81686).

Sus regadío por agua de pozo, cuidado y selección manual, hace que sea un producto con total garantía ecológica.

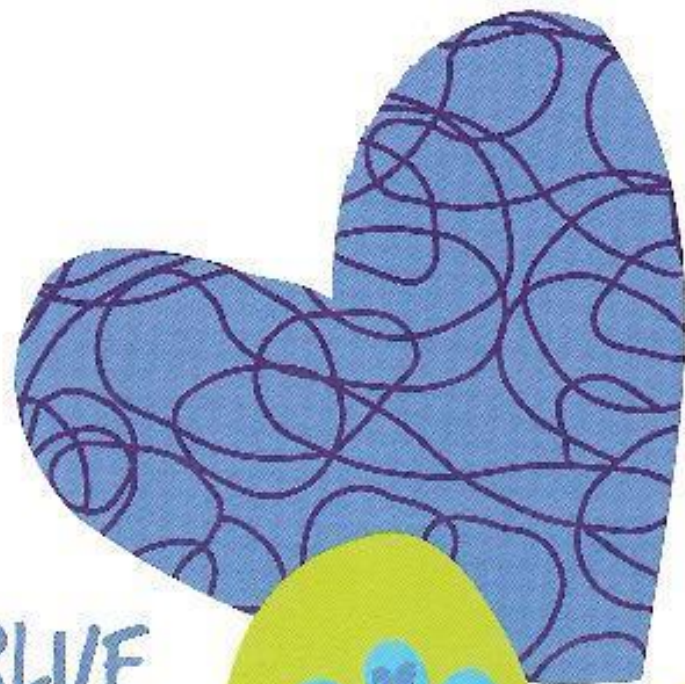
Socios estratégicos



... establecer los socios considerados clave y que aporten valor a nuestra estructura y a los servicios que vamos a generar

AGATHA
RUIZ DE LA PRADA

BLUE



GREEN

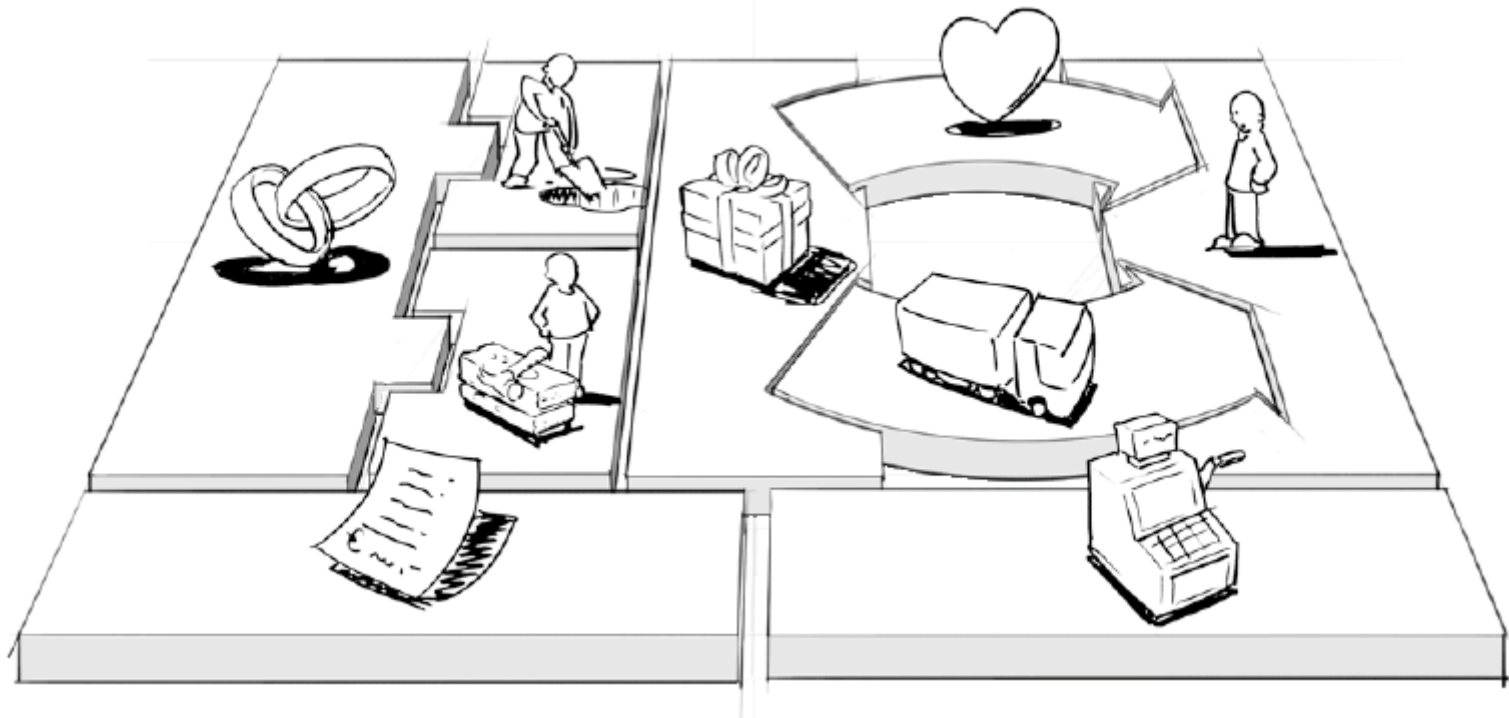


REDHEART





Estructura de costes



... identificar los principales costes de aplicar el modelo de negocio a fin de pivotar y reconstruirlo si no es viable



Disfruta de nuestras promos



Solo para nuevos clientes
y de compra on-line

1 2 3 4 5

LAVAR Y PEINAR
(nuevos clientes)

9€

Comprar

CORTE CHICA
(nuevos clientes)

6€

Comprar

COLOR (nuevos
clientes)

9€

Comprar

REBAJAS 20% DTO MENU CORTE

24,99 €

REBAJAS 20% DTO MENU CHICO

13,99 €

REBAJAS 20% DTO MENU
TOTAL LOOK COLOR

Oferta
31,99 €

PROMOCIÓN KERATINA

49,99 €

Ponte guapa en 3 pasos

PASO 1

PASO 2

PASO 3



Quédate tranquilo cuidando a los tuyos. Con un testamento, el futuro lo decides tú:

Hazlo online y ahorra tiempo.
CÓmodo y seguro.
Sólo abogados expertos.

[Empezar testamento](#)[Más información](#)

TESTAMENTO

Garantiza un buen futuro a tu familia, anticipa problemas y decide cómo repartir tus bienes.

TESTAMENTO VITAL

¿Cuál es tu voluntad? Decide sobre tu salud, donar tu cuerpo o el tipo de entierro.

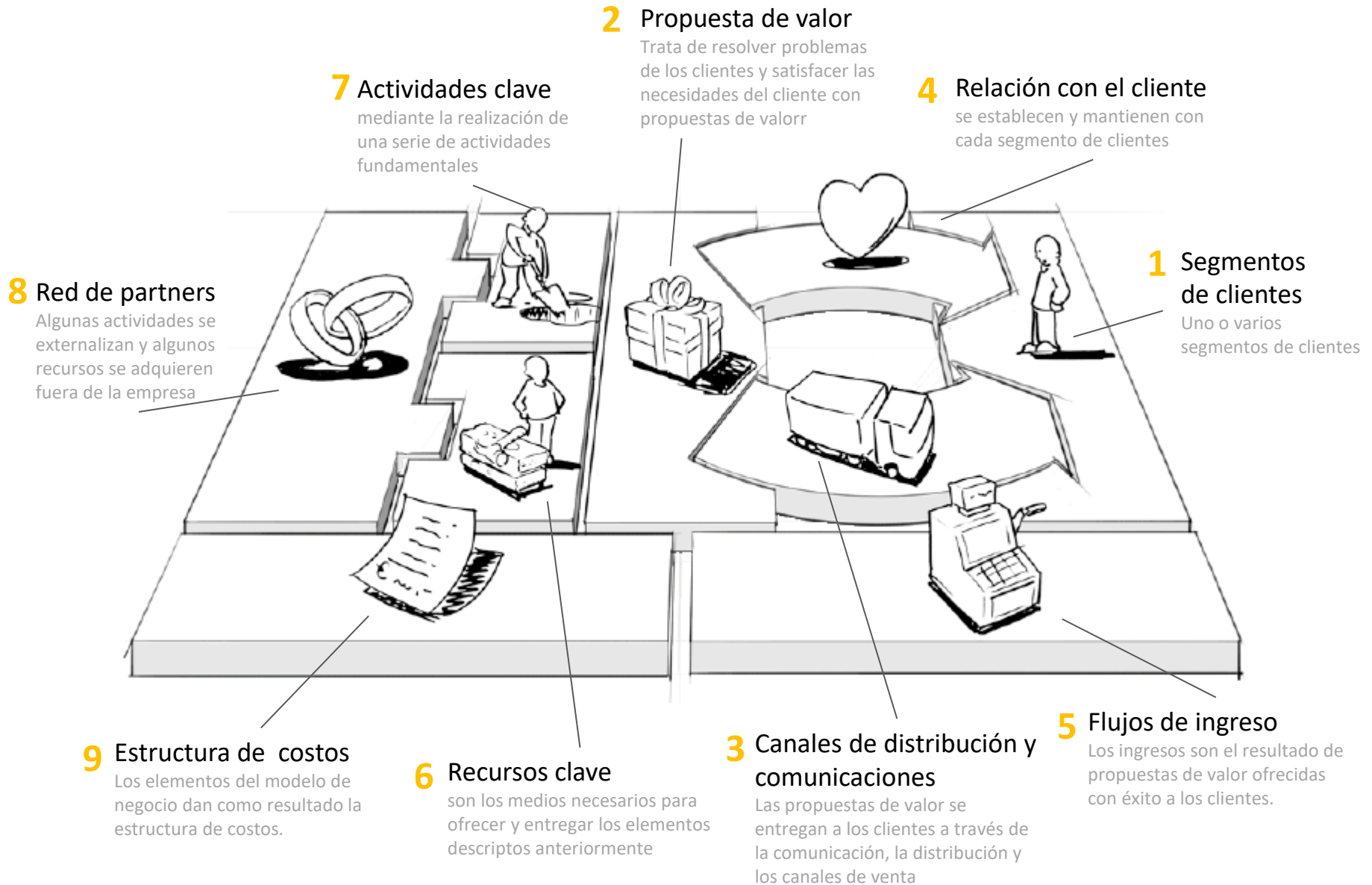
TESTAMENTO SOLIDARIO

Un testamento también es un gesto solidario. Encuentra una buena causa, ¡Y colabora!

TESTAMENTO GRATUITO

¿Sabías que con tu seguro podrías tener el testamento gratuito? ¡Averigua como!

HAZ TU TESTAMENTO ONLINE EN 4 SENCILLOS PASOS



Lienzo De Modelo De Negocios

Diseñado para:

Diseñado por:

En:
Iteración:

Socios Clave



Quiénes son nuestros socios clave?
Quiénes son nuestros proveedores clave?
Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?
Que actividades realizan nuestros socios clave?

Indicadores para realizar alianzas:
Capacidad y recursos
Riesgo legal e intelectual
Adquisición de recursos y actividades particulares

Actividades Clave



Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
Nuestros canales?
Nuestras relaciones con los clientes?
Nuestras fuentes de ingresos?

Indicadores:
Productividad
Ejecución de problemas
Flexibilidad / Res

Propuesta de Valor



Que valor estamos entregando a los clientes?
Cual problema estamos ayudando a resolver?
Cual necesidad estamos satisfaciendo?
Que paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

Indicadores:
Innovación
Diferenciación
Personalización
"Ayuda a hacer el trabajo"
Cálculo
Menor Stress
Precio
Reducción del Costo
Reducción de Riesgo
Atractividad
Conveniencia / Usabilidad

Relación con Clientes



Que tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes?
Que relaciones hemos establecido?
Cuan costosas son?
Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

Indicadores:
Estabilidad Personal
Autenticidad Personalizada
Auto Servicio
Eficiencia Automatizada
Comunidad

Segmentos De Clientes



Para quién estamos creando valor?
Quiénes son nuestros clientes mas importantes?

Modelo de negocio:
Modelo de negocio
Segmentos
Canal de venta
Plataforma multiple

Recursos Clave



Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?
nuestros canales?
nuestras relaciones con los clientes?
nuestras fuentes de ingreso?

Tipos de recursos:
Financiero
Intelectuales (Marcas, patentes, derechos de autor, datos)
Humano
Físicos

Canales



A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?
Como los estamos alcanzando ahora?
Como estan integrados nuestros canales?
Cuales Funcionan Mejor?
Cuales son los mas rentables?
Como podgmos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?

Tipos del canal:
1. Canal propietario
2. Canal mediante intermediarios de producción y servicios de canales completos
3. Distribuidor
4. Compañía
5. Puntos de venta
6. Puntos de venta que también ofrecen canales propietarios y canales propietarios
7. Distribuidor
8. Compañía
9. Puntos de venta que también ofrecen canales propietarios y canales propietarios
10. Puntos de venta que también ofrecen canales propietarios y canales propietarios

Estructura De Costos

Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?
Cuales recursos clave son los mas costosos?
Cuales actividades clave son las mas costosas?

El negocio es más:
Enfocado al costo/estructura de costos (concentración, propuesta de valor de bajo costo, máxima automatización, mucho outsourcing)
Enfocado al valor (Enfocado a la creación de valor, Proposiciones de valor premium)

Ejemplos de características:
Costos de Operación, Mantenimiento, Utilidad
Costos de Operación
Economías de escala
Economías de alcance



Fuente De Ingresos

Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?
Actualmente por que se paga?
Como están pagando?
Como prefieren pagar?

Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

Tipos:
Venta de Activos
Carga por uso
Carga por suscripción
Inventarios/Alquiler/Financiamiento
Licenciamiento
Carga de montaje
Publicidad

Previsión de:
Lista de precios
Región geográfica
Dependencia del segmento
Dependencia del volumen

Indicadores de:
Negociación
Cambio de momento
Mercado en tiempo real
Subsidios



EJERCICIO:

Dibujar los 9 bloques del Modelo de Negocio de Nespresso

Objetivo: Utilizar el Visual Thinking para familiarizarse con los 9 bloques del business model canvas



**Plantilla Business
Model Canvas**

+



Post its

+



Rotuladores

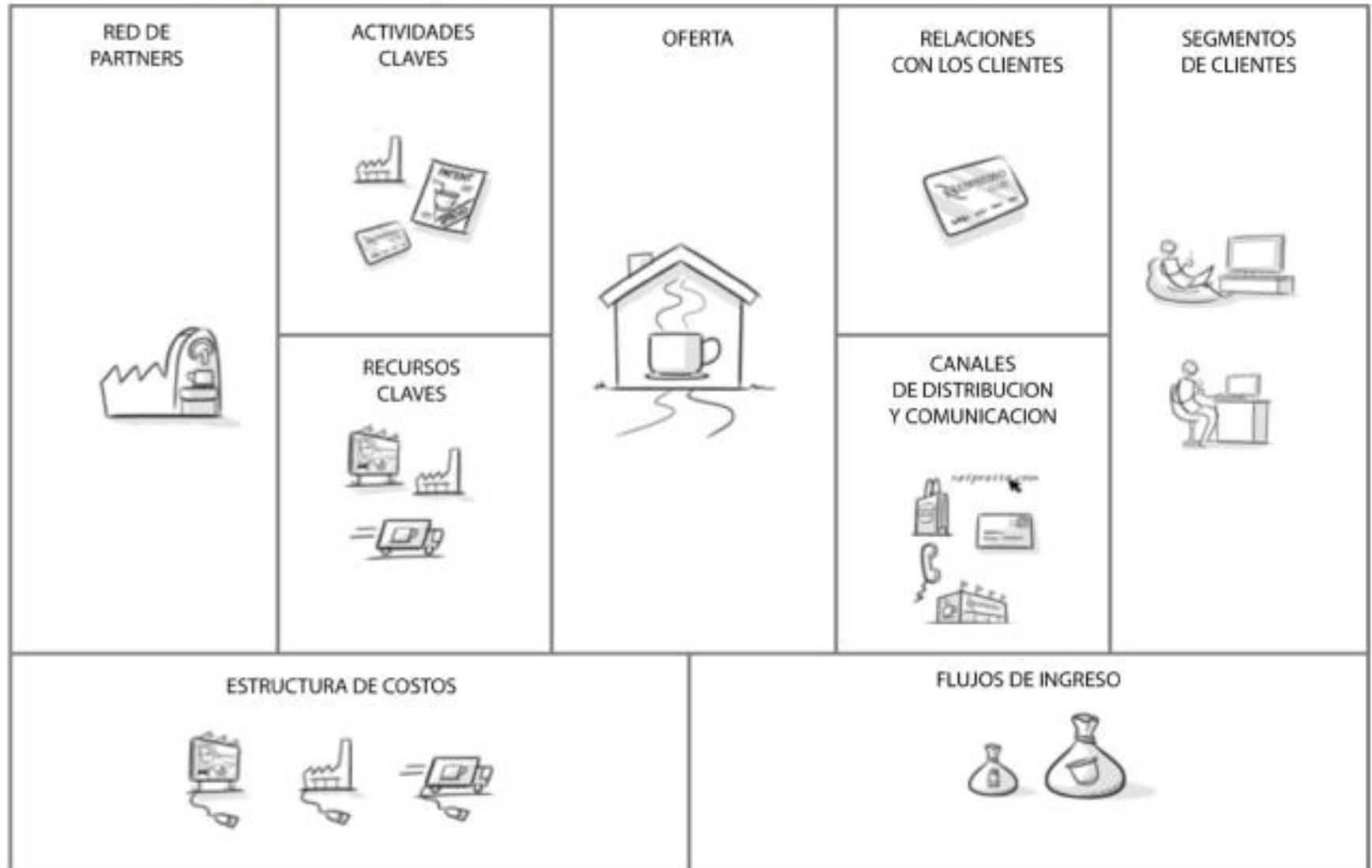


“No hay un único modelo de negocio... Las oportunidades y opciones son innumerables, solo tenemos que descubrirlas.”

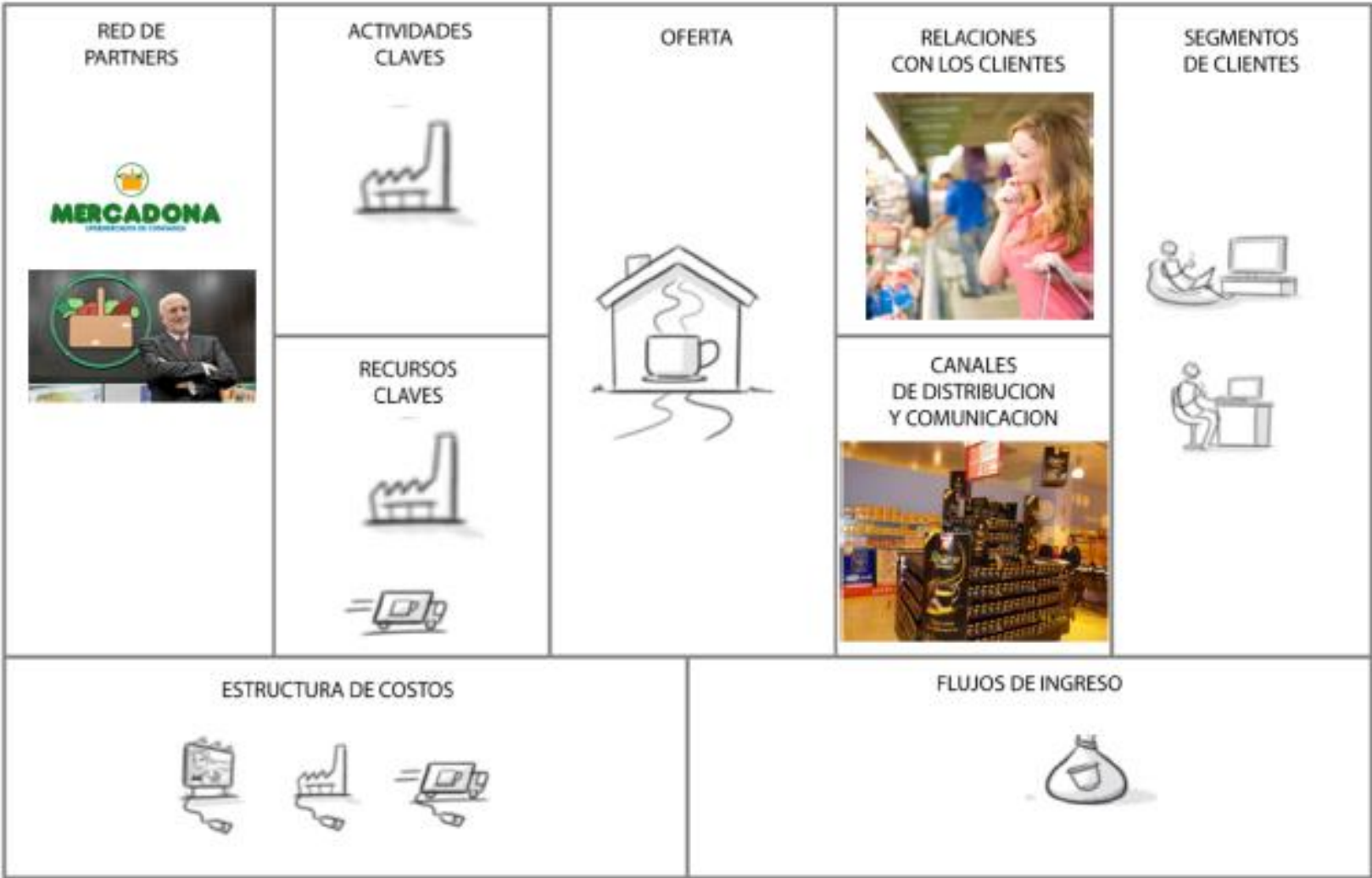
Tim O'Reilly



Business Model Generation Book.



MARCILLA



Dos cosas contribuyen a **avanzar: ir
más deprisa que los otros o ir por el
buen camino**

René Descartes



Muchas Gracias



The time is
NOW