

## 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?

motivaciones para realizar alianzas:  
Optimización y economía Reducir riesgos e incertidumbre  
Adquisición de recursos y actividades particulares

## Actividades Clave



**Mapping para saber como afecta la pandemia al turismo en la región.  
Realizaremos productos audiovisuales accesibles.**

## Propuesta de Valor



**Realizar contenidos audiovisuales accesibles, con información, publicidad y reseñas de los principales espacios gastronómicos de la región turística.**

## 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?

ejemplos:  
Asistencia Personal Asistencia Personal Dedicada Auto Servicio Servicios Asesoramiento Comunidades

## Segmentos De Clientes



**\* Lo vendemos y proponemos al segmento turístico gastronómico.  
\* Solucionamos un problema de accesibilidad a personas con discapacidad sensorial.**

## Recursos Clave

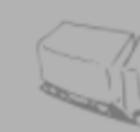


Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?

nuestros canales?  
nuestras relaciones con los clientes?  
nuestras fuentes de ingreso?

tipos de recursos:  
Físicos  
Intelectuales (Marcas, patentes, derechos de autor, datos)  
Humanos  
Financieros

## 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?

fases del canal:  
1. Crear conciencia  
Como creemos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía?  
2. Evaluación  
Como ayudamos a que nuestros clientes evalúen nuestra propuesta de valor?  
3. Compra  
Como podemos permitir que nuestros clientes compren productos o servicios específicos?  
4. Entrega Como proveemos servicio Post venta?  
5. Post Venta  
Como estamos entregando la propuesta de valor a los clientes?

## 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?

Su negocio es mas:  
Enfocado al costo/estructura de costo conservadora, propuesta de valor de bajo costo, máxima automatización, mucho outsourcing/ Enfocado al valor/  
Enfocado a la creación de valor, Proposiciones de valor premium

Ejemplo de características:  
Costos fijos (Salarios, renta, Utilidades) Costos Variables  
Economías de escala Economías de alcance

## Fuente De Ingresos



**Cobro del servicio de consultoría sobre accesibilidad y por la realización de contenidos audiovisuales accesibles. Publicidad y asesoramiento.**