

		UNIDAD EDUCATIVA MUNICIPAL” HUMBERTO MATA MARTÍNEZ” MODALIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA VIRTUAL INTENSIVA	
Datos informativos del estudiante:			
Nombres y Apellidos:			
Asignatura: Emprendimiento y Gestión		Unidad:	
Curso: Tercero	Paralelo:	Fecha de entrega:	

Actividad N° 1

Para desarrollar la siguiente actividad tome en cuenta las siguientes indicaciones:

Revisar la Guía de Contenidos.

Dar clic en el siguiente enlace:

Tenga en cuenta que tiene temporizador y un intento para responder.

Al finalizar el juego usted recibirá una puntuación **10/10**, tomar la captura de pantalla o fotografía y adjuntar en el archivo para subir a la plataforma.

Instrucción General

Con ayuda de la guía de contenidos rellenar las 9 secciones claves del **BUSINESS MODEL CANVAS - LIENZO DE MODELO** con las preguntas que corresponde.

BUSINESS MODEL CANVAS - LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO

7 SOCIOS CLAVES ¿Quiénes son nuestros socios claves? ¿Quiénes son nuestros proveedores claves? ¿Qué actividades claves realizan nuestros socios?	5 ACTIVIDADES CLAVES ¿Qué actividades claves requiere nuestra propuesta de valor? ¿Qué actividades claves requieren nuestras relaciones con los clientes y los flujos de efectivo? 6 RECURSOS CLAVES ¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿Qué recursos clave requieren nuestros canales y las relaciones con los clientes?	1 PROPUESTA DE VALOR ¿Cuál es el valor que entregamos al cliente (PROPUESTA DE VALOR)? ¿Cuál (es) de los problemas de nuestros clientes estamos ayudando a resolver? ¿Estamos en diferentes segmentos de mercados? ¿Cuál es el mínimo producto viable (PMV)?	4 RELACIONES CON EL CLIENTE ¿Cómo obtenemos, mantenemos y amentamos clientes? ¿Cuáles relaciones con clientes hemos obtenido? ¿Cómo están ellos integrados con el resto de nuestro modelo de negocio? 3 CANALES ¿A través de cuales canales quieren ser contactados nuestros segmentos de clientes? ¿Cómo los contactan las otras compañías? ¿Cuáles canales de comunicación son más costo-eficientes? ¿Cómo estamos integrados estos canales con las rutinas de los clientes?	2 SEGMENTO DE CIENTES ¿Quiénes son nuestros más importantes clientes? ¿Cuáles son los arquetipos de los clientes? ¿Dónde están nuestros potenciales clientes?
9 ESTRUCTURA DE COSTOS ¿Cuál es el costo más importante inherente a nuestro modelo de negocio? ¿Cuáles actividades claves son más costosos?		8 FUENTES DE INGRESOS ¿Por qué valor está realmente dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿Por qué están pagando ahora? ¿Cuáles son las tácticas de precio?		