

Canvas sostenible

Modelo de negocio:












Propósito/misión:

Autor/es:

Fecha:

Versión:

Costes socioambientales			Beneficios socioambientales			
Materias primas y energía	Asociaciones clave	Actividades clave	Propuestas de valor	Relaciones con clientes	Segmentos de mercado	Final de uso
		Recursos clave		Canales		
Estructura de costes			Fuentes de ingresos			

11. Costes socioambientales  <p>Los impactos negativos en la sociedad y el medio ambiente.</p> <p>¿Causamos algún daño a la sociedad? (e.g. salud, educación, empleo, igualdad, patrimonio cultural) ¿Deterioramos el medio ambiente de alguna manera? (e.g. residuos, vertidos, emisiones, ruido, deforestación, pérdida de biodiversidad)</p>			12. Beneficios socioambientales  <p>Los impactos positivos en la sociedad y el medio ambiente.</p> <p>¿Contribuimos al desarrollo de la sociedad? (e.g. salud, educación, empleo, igualdad, patrimonio cultural) ¿Regeneramos el medio ambiente de alguna forma? (e.g. suelo, agua, aire, reforestación, recuperación de biodiversidad)</p>			
9. Materias primas y energía  <p>Las materias primas y la energía necesarias para llevar a cabo el modelo de negocio.</p> <p>¿Qué materias primas utilizamos? ¿Son materias vírgenes? ¿Son renovables? ¿Qué fuentes de energía usamos? ¿Para qué?</p>	8. Asociaciones clave  <p>Red de proveedores y socios necesarios para el éxito del modelo de negocio.</p> <p>¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? ¿Qué recursos y actividades aportan?</p>	7. Actividades clave  <p>Las acciones más importantes para que el modelo de negocio funcione.</p> <p>¿Qué actividades clave requieren nuestras propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingresos?</p>	1. Propuestas de valor  <p>Productos y servicios que solucionan problemas o satisfacen necesidades de los segmentos de mercado.</p> <p>¿Qué problema de nuestros clientes ayudamos a solucionar? ¿Qué necesidades satisfacemos?</p>	3. Relaciones con clientes  <p>El tipo de relación que se establece con cada segmento del mercado.</p> <p>¿Qué tipo de relación esperan los diferentes segmentos de mercado? ¿Qué tipo de relaciones hemos establecido?</p>	0. Segmentos de mercado  <p>Diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige la propuesta.</p> <p>¿Para quién creamos valor? ¿Cuáles son nuestros clientes más importantes?</p>	4. Final de uso  <p>Escenarios de final de uso de los productos y servicios (o de vida útil).</p> <p>¿Cuál es el destino de los residuos? ¿Los desechos terminan contaminando el medio? ¿Qué parte del valor o utilidad del producto se recupera para la economía? ¿Cómo?</p>
10. Estructura de costes  <p>Todos los costes en que se incurre con la puesta en marcha del modelo de negocio.</p> <p>¿Cuáles son los costes más importantes de nuestro modelo de negocio? ¿Cuáles son los recursos y actividades clave más caras?</p>			5. Fuentes de ingresos  <p>Los ingresos que se generan en los diferentes segmentos del mercado.</p> <p>¿Por qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿Por qué pagan actualmente? ¿Cómo pagan actualmente?</p>			