

# Modelo de Negocio Canvas



GRUPO 4

<p>Socios clave Miriam marrao Sofia Perez Iker reizabal Diego herrero Ivan Jimenez</p>	<p><b>Recursos claves</b> Los recursos que necesitamos es publicidad. La producción de los ordenadores. La estrategia, comparar nuestra maeca en otros ordenadores que se ofrezcan al mismo cliente y ver que podemos hacer para destacar.</p>	<p>Propuesta de valor Queremos que nuestros ordenadores satisfiechen a nuestros clientes de una manera que les resulte barato y eficiente para su coste.</p>	<p><b>Canales</b> <b>Utilizamos diferentes canales para hacer llegar que nuestros ordenadores son los mas eficaces y de buen consumo.</b> <b>Utilizamos el telefono, redes sociales,, una tienda fisica en el lugar en el que nos situamos.</b></p>	<p>Relación de clientes La relación que querwmos conseguir con nuestros clientes está en mantener informado a nuestro cliente de algun virus que pueda entrar en loe ordenadores, de alguna oferta que puedan disponer, y de algun cambio que se haga en los ordenadores ya sea actualizaciones o otras cosas.</p>
<p><b>Estructura de coste</b> Tenemos costes de publicidad, para que nuestro producto sea visto y oido a toda la población Costes de marketing a la hora de intentar captar la atención a nuestro cliente. Costes de producción: para fabricar nuestros ordenadores</p>		<p><b>Fuentes de Ingreso</b> Las fuentes de ingresos que tenemos , son el coste de manera exterior que tendríamos seria mantener nuestra tienda fisica , con unos costes fijos y variables. Y un ingreso interior seria el que se hace a los fabrica que realiza nuestra marca.</p>		

**Segmento de clientes: los clientes al que nos dirigimos son principalmente para nuestra zona o para gente en el que no pueden disponer de unos grandes gastos para la tecnología, nuestros ordenadores van para centros educativos públicos que no pueden dispones de unos gastos mayores a otros centros.**

**Las edades son indiferentes , todo el mundo puede disponer de nuestro producto aunque si que es verdad que la edad que mas se vende es la adolescencia.**

**Los clientes pueden tener un comportamiento diferente a la hora de comprar un ordenador, unos lo hacen por hobby y para hacer cosas dentro de el**

**Otros lo hacen por trabajo porque necesitan de ese recurso para poder trabajar.**

## GRUPO 1

**Guillermo Amo, Marta López, Sergio Bardeci, Marcos Cantera y Lucía Bartolomé.**

<b>Socios clave</b> Guillermo Amo Lucía Bartolomé Marcos Cantera Marta López Sergio Bardeci	<b>Recursos claves</b> Necesitamos una idea principal que beneficie y contente a todas las comunidades y en el que haya un representante de cada una de ellas que razone	<b>Propuesta de valor</b> Lo que queremos conseguir, es que la EBAU sea igualitaria para todas las comunidades autónomas. Para eso, el contenido que se da durante todo el curso, deberá ser también igual para todos.	<b>Canales</b> Para hacer llegar a todos lo que queremos conseguir, haremos publicidad en televisión, anuncios en Instagram y en Youtube	<b>Relación de clientes</b> Queremos que nuestros clientes, en este caso los estudiantes, tengan plena confianza en nosotros, y que también nos ayuden a conseguir juntos lo que queremos.
<b>Estructura de costes</b> Nosotros tendremos unos costes, debido a la publicidad de la que hemos hablado anteriormente.		<b>Fuentes de ingreso</b> Al solo hacer publicidad, no necesitamos tantos ingresos, pero mucha gente nos ayuda para que podamos seguir poniendo esa publicidad. Gracias a estos donativos de la gente, tenemos esta fuente de ingresos.		

**Segmento de clientes:** nuestros clientes son todos los estudiantes de España que quieren una selectividad igualitaria. No tienen porque ser solo gente de segundo de bachiller, sino estudiantes más pequeños que ya se preocupan por su futuro en cuanto a

la EBAU. Aunque en realidad, cualquiera puede apoyar nuestro proyecto, siendo mayor o menor, cuanta más gente nos apoye, a más llegaremos.

## Grupo 2

**Pablo Sanjurjo, Irene Rodríguez, Violeta Bing Goday, Alejandra Najarro, Erika Santamaría, Diego Macho, Marcos Martínez**

<p><b>Socios clave</b> Erika Santamaria Irene Rodriguez Violeta Goday Pablo Sanjurjo Alejandra Najarro Diego macho Marcos martinez</p>	<p><b>Recursos claves</b> Los recursos que necesitamos es tener una idea principal que beneficie a todas las comunidades .</p>	<p><b>Propuesta de valor</b> Tenemos que tener una EBAU igualitaria que beneficie a todas las comunidades.</p>	<p><b>Canales</b> Los representantes de cada comunidad que serán los encargados de transmitir su idea al resto de comunidades.</p>	<p><b>Relación de clientes</b> Queremos que todos los estudiantes tengamos el mismo nivel para no hacer diferenciaciones entre comunidades ya que a la hora de elegir la universidad no se tiene en cuenta la dificultad de cada EBAU.</p>
<p><b>Estructura de costes</b> El cambio de temario (libros apuntes..), el transporte que se necesita para que cada representante se una con los demás.</p>		<p><b>Fuentes de ingreso</b> Al estar en un instituto público, la fuente de ingresos principal son los impuestos aportados por cada comunidad y lo que paga cada alumno por cada asignatura optativa y las troncales.</p>		

**Segmento de clientes:** Todos los alumnos de España que quieran hacer la EBAU.



GRUPO 3 :

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CLIENTES	SEGMENTO DE CLIENTES
<p>Zuriñe Berrio Itziar Molinilla Alejandro Guinea Gabriel Castrillo Juan Víctor de Souza Gonzalo cruz</p>	<p>Reparación de tuberías Reparación del interior del edificio (baldosas, paredes, etc.)</p> <p>RECURSOS CLAVE</p> <p>Mano de obra: albañiles, fontaneros, etc. Recursos monetarios para afrontar los costes Materiales necesarios para realizar la obra.</p>	<p>Queremos que las obras en el instituto supongan las mínimas molestias posibles para quienes hacen uso del mismo, de modo que se realicen en verano.</p>	<p>Proporcionamos comodidad a nuestros clientes al realizar las obras en los momentos más oportunos, sin interrumpir clases o exámenes.</p> <p>CANALES</p> <p>Servicio de albañiles que se desplazan hasta el instituto para trabajar en el mismo.</p>	<p>Nos dirigimos a la comunidad educativa, en concreto a profesores y a alumnos.</p>

**ESTRUCTURA DEL COSTE**

Costes fijos: el coste de contratar a la compañía que realice las obras.

Costes variables: el coste de los materiales que se necesitan para hacer las obras.

**FUENTES DE INGRESO**

Financiación a base de impuestos puesto que es un instituto público.