

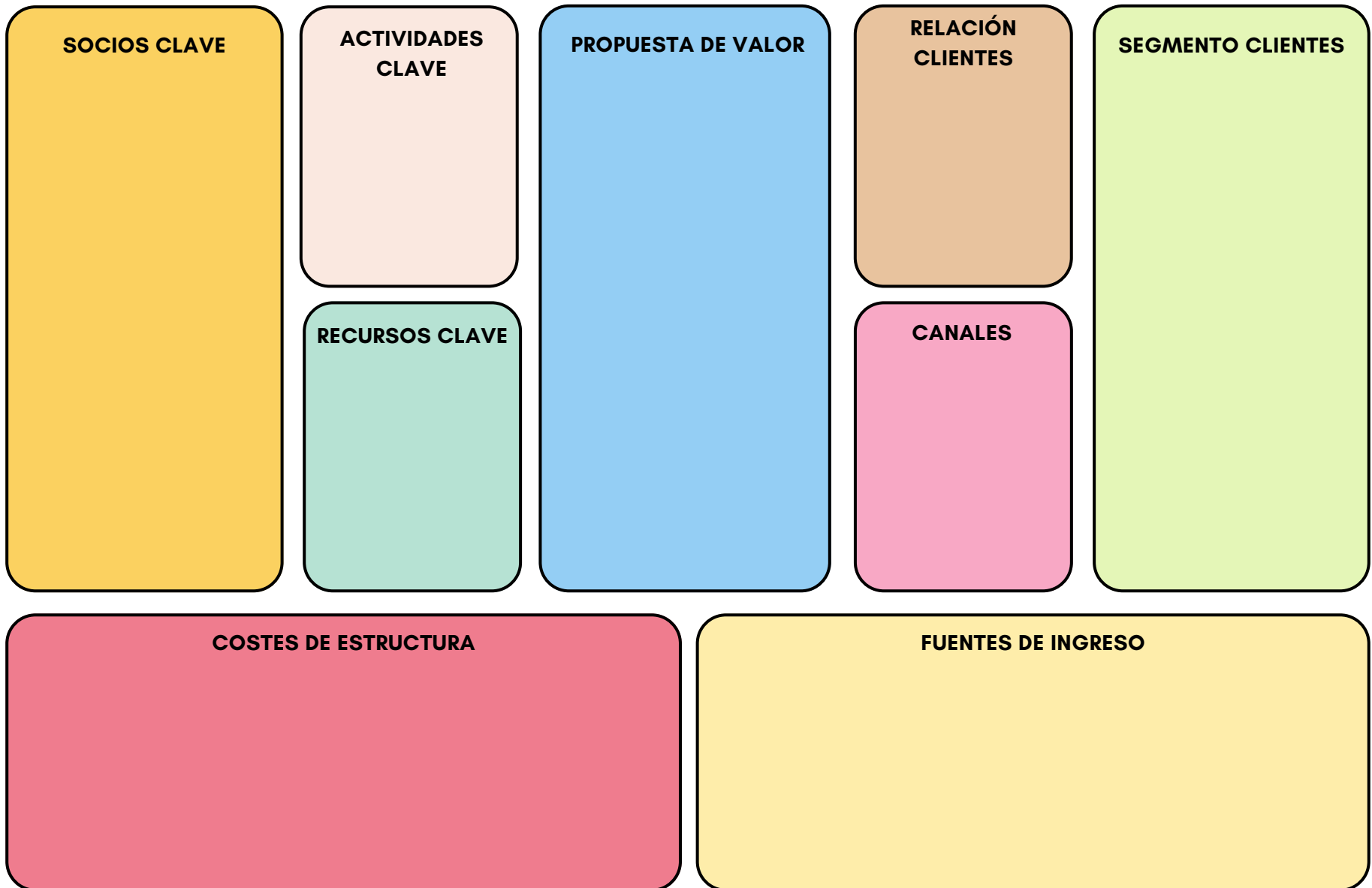


Business Model Canvas

QUÉ ES Y CÓMO HACER UNO +
PLANTILLA

www.fatimahernandez.es/business-model-canvas-plantilla-ejemplo/

BUSINESS MODEL CANVAS



BUSINESS MODEL CANVAS



SOCIOS CLAVE

- Proveedores estratégicos.
- Colaboradores o alianzas.
- Outsourcing.
- Plataformas o distribuidores.

Partners y aliados estratégicos.

ACTIVIDADES CLAVE

*Producción,
Marketing y ventas
Atención al cliente.*

RECURSOS CLAVE

*Recursos físicos,
humanos,
intelectuales y
financieros*

PROPUESTA DE VALOR

*¿Qué problema resuelves o qué necesidad cubres?
¿Qué beneficios entregas?
¿Qué te diferencia (precio, rapidez, calidad, confianza, innovación)?*

👉 *Es lo que hace que tus clientes te elijan a ti y no a la competencia.*

RELACIÓN CLIENTES

- ¿Es atención personalizada o automatizada?
- ¿Generas comunidad?
- ¿Ofreces soporte postventa?

CANALES

- Canales de comunicación.
- Canales de distribución.
- Canales de ventas.

SEGMENTO CLIENTES

*¿Quiénes son tus clientes principales?
¿Tienen características comunes (edad, profesión, ubicación, estilo de vida, necesidades)?
¿Puedes dividirlos en segmentos (ejemplo: particulares, empresas, instituciones)?*

COSTES DE ESTRUCTURA

- Costes fijos: alquiler, salarios, marketing, software.
- Costes variables: materiales, comisiones, logística.
- Costes más importantes para operar.

💡 *Aquí debes poner: los gastos esenciales y los que más impactan en tu rentabilidad.*

FUENTES DE INGRESO

- ¿Cómo genera ingresos tu propuesta de valor? ¿Vendes productos, servicios, suscripciones, licencias?
- ¿Tienes ingresos recurrentes o puntuales?
- ¿Ofreces up-selling o productos complementarios?

💡 *Aquí debes poner: tus formas de monetización y precios.*



BUSINESS MODEL CANVAS

SOCIOS CLAVE

- Médicos y especialistas de referencia.
- Proveedores de equipos y material sanitario.
- Gimnasios, clubs deportivos y asociaciones locales.
- Aseguradoras o mutuas de salud.

ACTIVIDADES CLAVE

Diagnóstico y tratamiento. Sesiones de rehabilitación. Marketing para Captación de clientes. Formación en nuevas técnicas.

RECURSOS CLAVE

Local Físico
Fisioterapeutas titulados. Equipos y material especializado.
Marca reconocible y confianza profesional.

PROPUESTA DE VALOR

- Tratamientos personalizados y profesionales.
- Atención cercana y confianza.
- Servicios de rehabilitación, prevención y mejora física.
- Uso de técnicas modernas y equipos especializados.

RELACIÓN CLIENTES

Atención y seguimiento.
Programas de fidelización y bonos de sesiones.
Comunicación por WhatsApp y email.

CANALES

- Clínica física.
- Página web con reservas online.
- Redes sociales
- Colaboraciones con médicos, gimnasios y clubs deportivos.

SEGMENTO CLIENTES

- Personas con dolores musculares o lesiones.
- Deportistas que buscan prevención y recuperación.
- Adultos mayores con problemas de movilidad.
- Empresas locales que quieren ofrecer bienestar a empleados.

COSTES DE ESTRUCTURA

- Alquiler y mantenimiento del local.
- Sueldos del equipo.
- Compra y reposición de material.
- Marketing y publicidad.
- Seguros y licencias.

FUENTES DE INGRESO

- Pago por sesión de fisioterapia.
- Bonos y packs de tratamientos.
- Programas de prevención para empresas.
- Talleres y charlas de salud y bienestar.



FÁTIMA HERNÁNDEZ
MARKETING DIGITAL