



### ACTIVIDADES ⑨

HABILIDADES Y AFICIONES NECESARIAS PARA PONER EN ACCIÓN CADA PLAN

### PROPUESTA DE VALOR ⑩

OBJETIVOS DE MISIÓN POR INOCENTE Y QUÉ PLAN TENÉIS PARA SUPERARLOS

### RELACIÓN CON CLIENTES ⑪

CÓMO OS COMUNICÁIS CON CADA INOCENTE EN PELIGRO

### SEGMENTO DE MERCADO ⑫

QUIÉN O QUIÉNES SON VUESTROS INOCENTES EN PELIGRO

### RECURSOS ⑧

PERSONAS Y COSAS NECESARIAS PARA PONER EN ACCIÓN CADA PLAN

### CANALES ⑬

DÓNDE SE DESARROLLA EL PLAN PARA SALVAR A CADA INOCENTE EN PELIGRO

### ESTRUCTURA DE COSTES ⑭

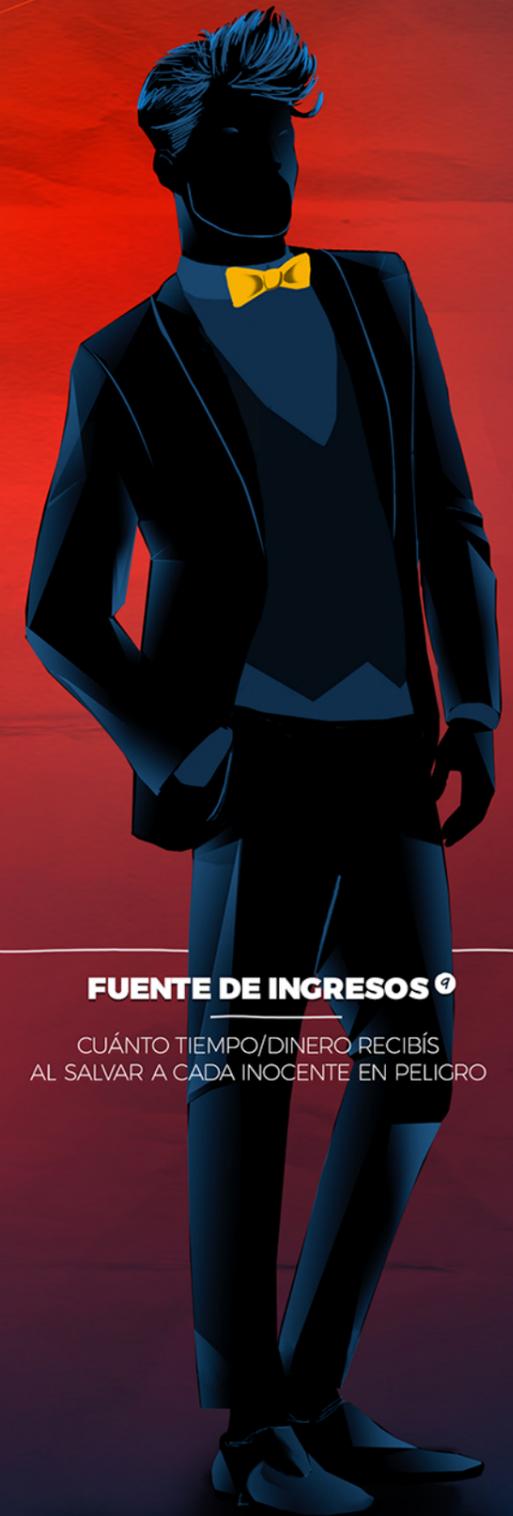
CUÁNTO CUESTAN LAS PERSONAS Y COSAS NECESARIAS PARA PONER EN ACCIÓN CADA PLAN

### PUNTO DE EQUILIBRIO ⑩

INOCENTES QUE DEBÉIS SALVAR O MISIONES QUE DEBÉIS SUPERAR PARA EMPEZAR A GANAR

### FUENTE DE INGRESOS ⑬

CUÁNTO TIEMPO/DINERO RECIBÍS AL SALVAR A CADA INOCENTE EN PELIGRO



NOTAS

BUSINESS MODEL CANVAS<sup>TM</sup>

WAKIGAMI

Autor: Daniel Vecino  
Ilustración: Baramambu  
Diseño original: Strategyzer AG

