

	<p><b>Tabla 1. Considere que tan importantes son las diferentes características del modelo de Negocio de CANVAS.</b></p> <p><b>Seleccione una opción para cada característica según el grado de importancia, de mayor importancia o menor importancia.</b></p>	
<p><b>Mayor importancia</b></p>		<p><b>Menor importancia</b></p>
	<p>Q1: Segmento de mercado: define los diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige una empresa.</p>	
	<p>Q2: Propuesta de valor: Factor que hace que un cliente se decante por una empresa u otra, con un conjunto de productos o servicios que satisfacen los requisitos de un segmento de mercado determinado.</p>	
	<p>Q3: Canales: Modo en que una empresa se comunica con los diferentes segmentos de mercado.</p>	
	<p>Q4: Relaciones con los clientes: Definen el tipo de relación que desean establecer las empresas con cada segmento de mercado.</p>	
	<p>Q5: Fuentes de ingreso: Se refieren al flujo de caja que genera una empresa en los diferentes segmentos de mercado.</p>	
	<p>Q6: Recursos clave: Permiten a una empresa crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con segmentos de mercadeo y percibir ingresos.</p>	
	<p>Q7: Actividades clave: Todas aquellas acciones más importantes que debe emprender una empresa para tener éxito.</p>	
	<p>Q8: Estructura de costes: Describe los principales costes en los que se incurre al trabajar con un modelo de negocio.</p>	

**Tabla 2: Evaluación de las dimensiones del Modelo de Negocios de CANVAS según los dos grupos resultantes de la conglomeración bietápica. Distribución de frecuencias de la mayor/menor importancia**

MODULOS DEL MODELO DE CANVAS	Grupo			
	1		2	
DIMENSIONES	1: Menor importancia	2: Mayor importancia	1: Menor importancia	2: Mayor importancia
Q1: Segmento de mercado: Define los diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige una empresa.	0%	100%	10%	90%
Q2: Propuesta de valor: Factor que hace que un cliente se decante por una empresa u otra, con un conjunto de productos o servicios que satisfacen los requisitos de un segmento de mercado determinado.	0%	100%	12%	88%
Q3: Canales: Modo en que una empresa se comunica con los diferentes segmentos de mercado.	0%	100%	33%	67%
Q4: Relaciones con los clientes: Definen el tipo de relación que desean establecer las empresas con cada segmento de mercado.	0%	100%	18%	82%
Q5: Fuentes de ingreso: Se refieren al flujo de caja que genera una empresa en los diferentes segmentos de mercado.	0%	100%	35%	65%
Q6: Recursos clave: Permiten a una empresa crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con segmentos de mercadeo y percibir ingresos.	0%	100%	37%	63%
Q7: Actividades clave: Todas aquellas acciones más importantes que debe emprender una empresa para tener éxito.	4%	96%	14%	86%
Q8: Asociaciones clave: son todas aquellas asociaciones y alianzas que permiten optimizar recursos, reducir riesgos o adquirir recursos.	0%	100%	37%	63%

Q9: Estructura de costes: Describe los principales costes en los que se incurre al trabajar con un modelo de negocio.	0%	100%	37%	63%
---	----	------	-----	-----