

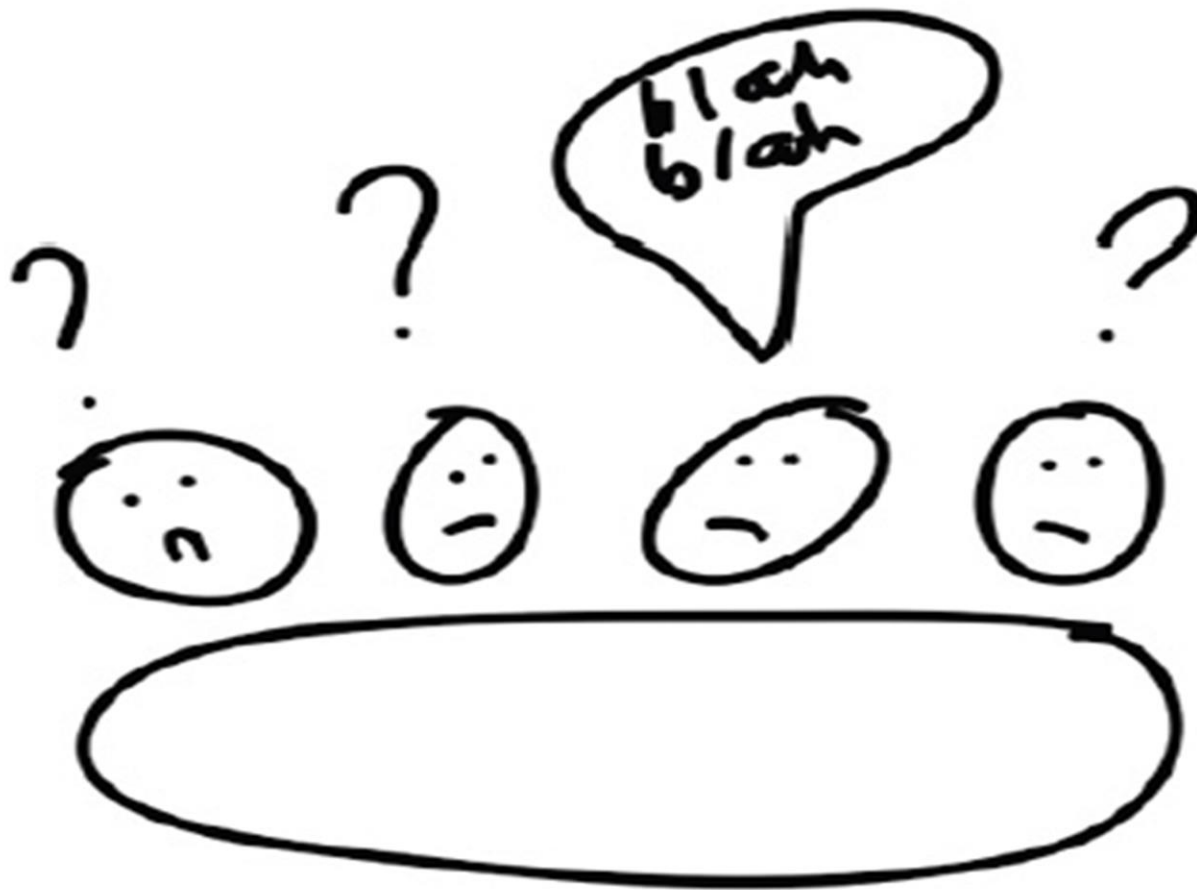
Tu modelo de negocio



canvas

Por: Juan Daniel Cifuentes Diez

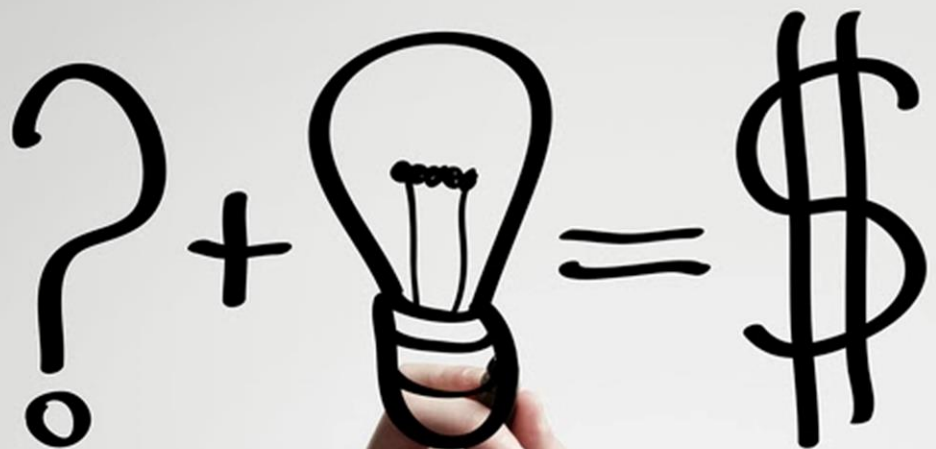
Modelo de Negocio:



Modelo de Negocio:

Un Modelo de Negocio describe la manera y da forma lógica, **cómo** una organización gana dinero, a través de **crear, distribuir y generar valor**

Un **modelo de negocios** es un mapa de cómo se lleva a cabo **el negocio** y cómo se busca generar ingresos y beneficios



Un modelo de negocio es la **forma** en que una persona, organización “intenta” ganar dinero, a través de **crear, distribuir, aportar (generar)** valor a sus clientes

¿Por qué y para qué un modelo de negocios?



- ✓ Definir el negocio, el como y con quien aliarnos.
- ✓ Identificar los riesgos y oportunidades para garantizar el éxito financiero del negocio
- ✓ Infraestructura
- ✓ Oferta o cadena de valor
- ✓ Mercado
- ✓ Recursos
- ✓ Reducir costos y evitar perdidas
- ✓ Establecer estrategias para llevar el negocio al éxito.

La esencia del modelo de negocio

crear – distribuir –
generar
valor

clientes estén
dispuestos a pagar
por ese **valor**

**obtener
ingresos**

Si tenemos muy claro estos 3 pilares del modelo de negocio, **realmente tenemos un negocio.**

The diagram consists of three vertically stacked circular nodes connected by thin yellow lines. Each node is a white circle with a colored border and a corresponding colored rectangular text box to its right. The top node is labeled 'Creación de valor' and has a pink border and pink text box. The middle node is labeled 'Clientes' and has a blue border and blue text box. The bottom node is labeled 'Rentabilidad' and has a yellow border and yellow text box. The background of the slide shows a faint architectural drawing of a building structure.

Creación de valor

qué beneficios estamos aportando a nuestros clientes al solucionarles un problema.

Clientes

concentrar nuestra oferta en un grupo o segmento de clientes para poder ofrecerles la propuesta de valor más adecuada para ellos.

Rentabilidad

por la creación de valor obtenemos unos ingresos que deben ser mayores a nuestros gastos para que nuestro negocio sea viable.

EL MODELO DE
NEGOCIOS

NO EXISTE
“PERFECTO”



Errores más comunes



Pensar que el modelo de negocios es “Perfecto”.

No innovar.

Pensar que tu propuesta de valor es única.

Creer conocer el mercado o sus necesidades.

No adaptarse a las tendencias.

No ver que estaba haciendo la competencia en otros mercados.

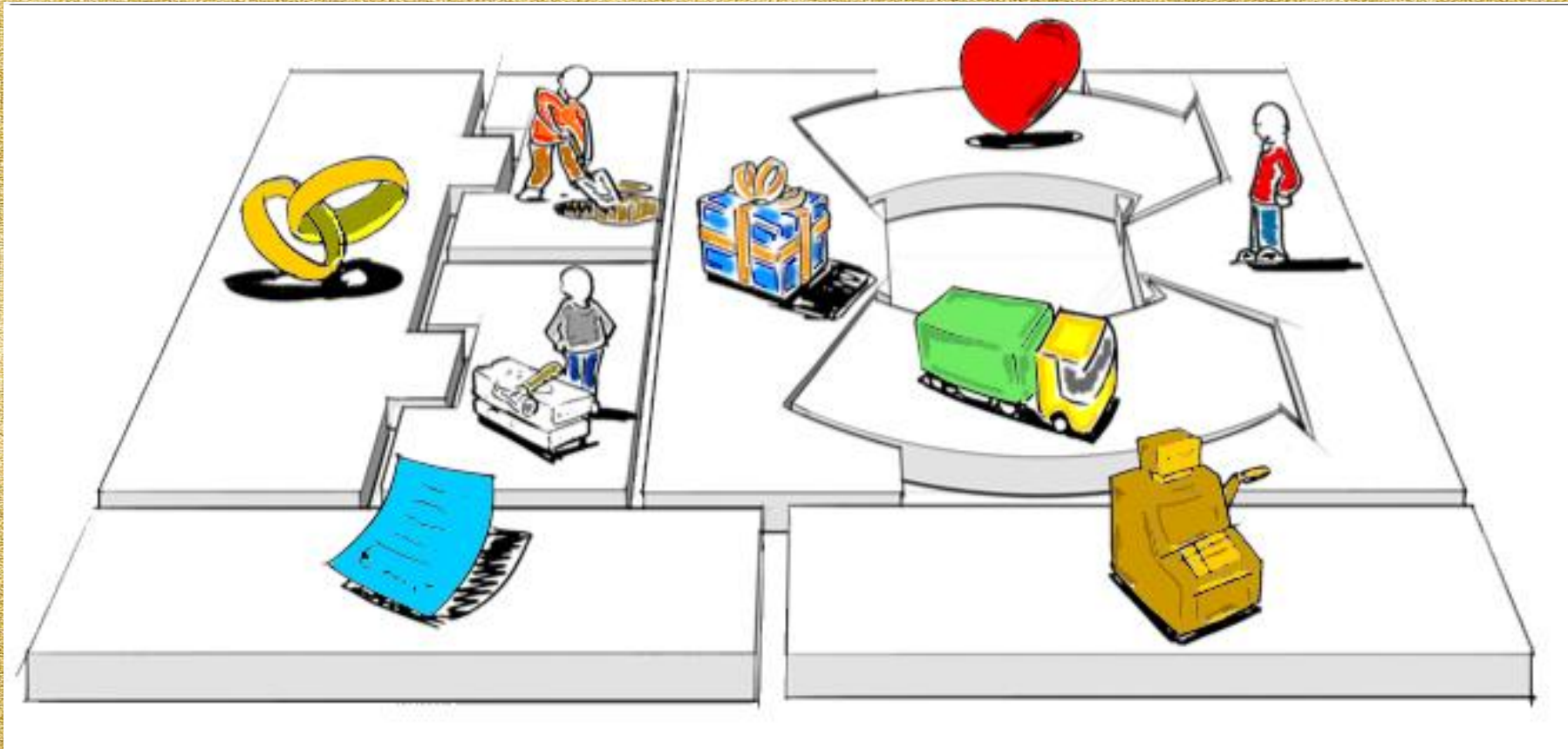
La innovación en modelos de negocio

- Consiste en **crear valor** para la empresa, los clientes y la sociedad.
- Sustituir modelos obsoletos.
- Responder a nuevas necesidades de los usuarios y a las condiciones del ambiente.



Modelo CANVAS

es una herramienta diseñada por *Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, 2010* que nos ayudará a definir nuestro Modelo de Negocio.



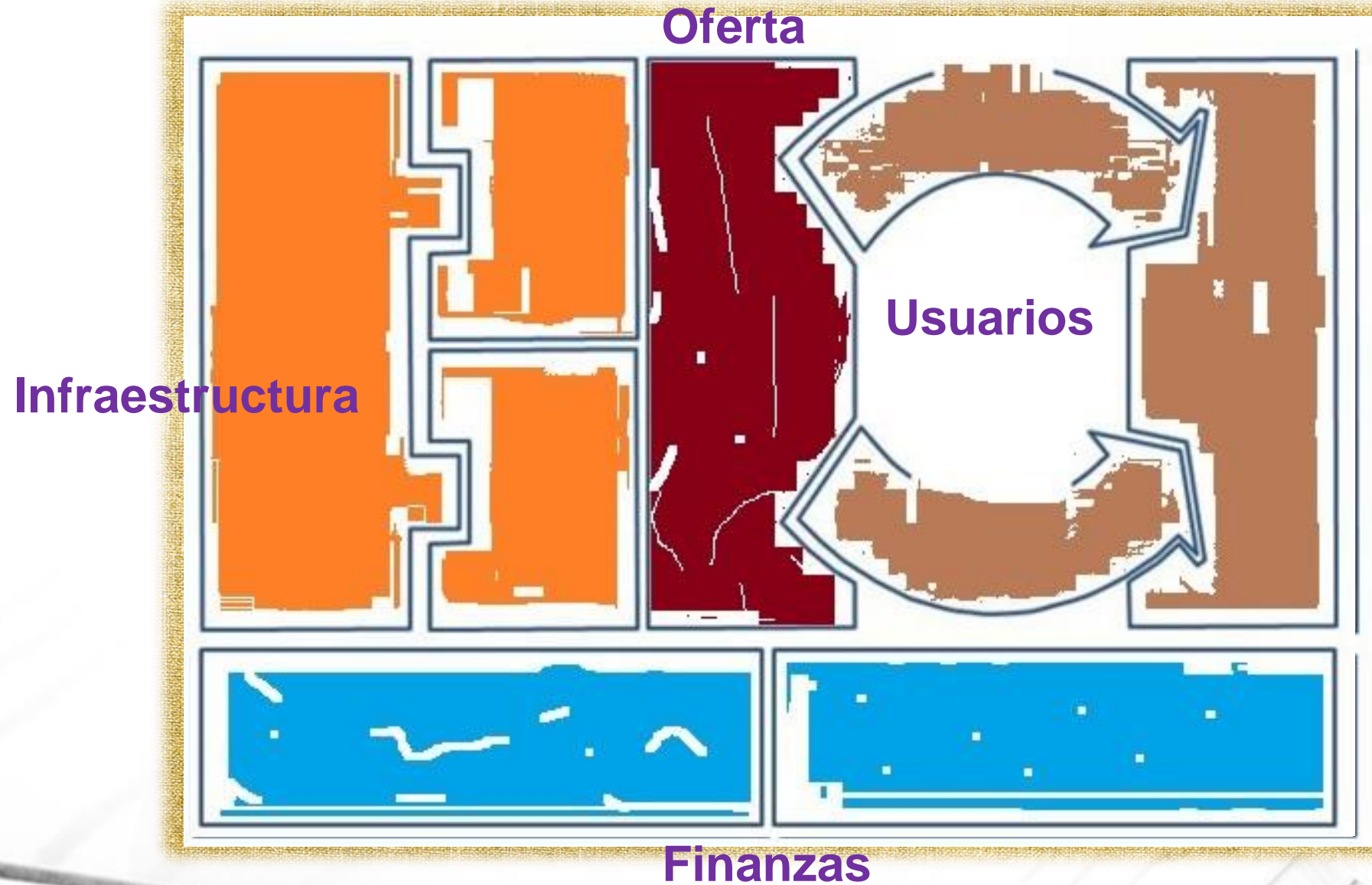
- ❑ La herramienta va dirigida a una nueva generación de visionarios que buscan sustituir los modelos tradicionales de negocio.
- ❑ Es una herramienta enormemente sencilla de entender y de aplicar, por lo que resulta especialmente adecuada para emprendedores de cualquier perfil y para profesionales en la empresa sin una conexión directa con el mundo del diseño de modelos de negocio.
- ❑ Es así mismo muy útil para profesionales con un background más profundo en los campos del diseño estratégico o del marketing estratégico.



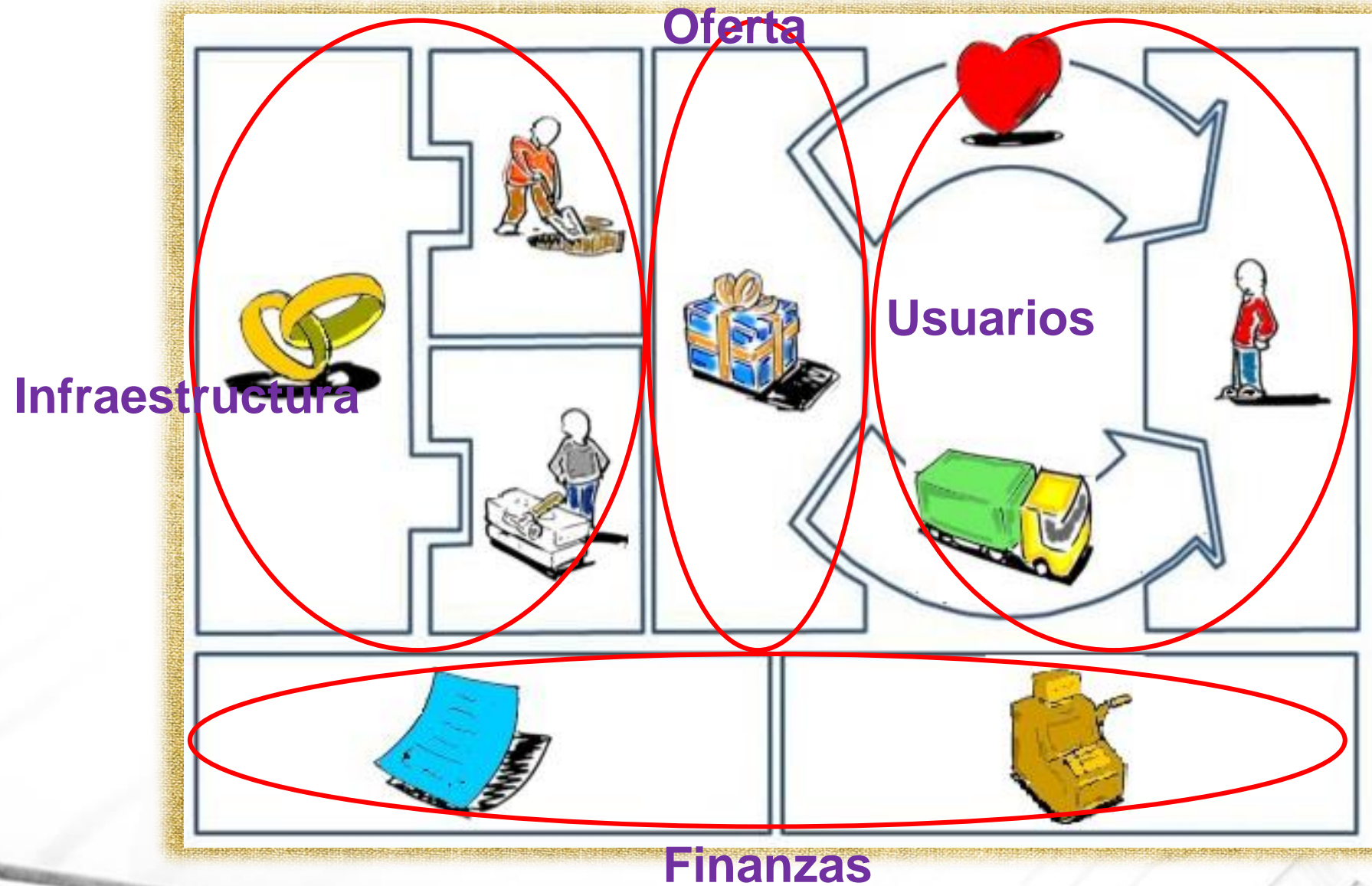
Metodología de Alex Osterwalder

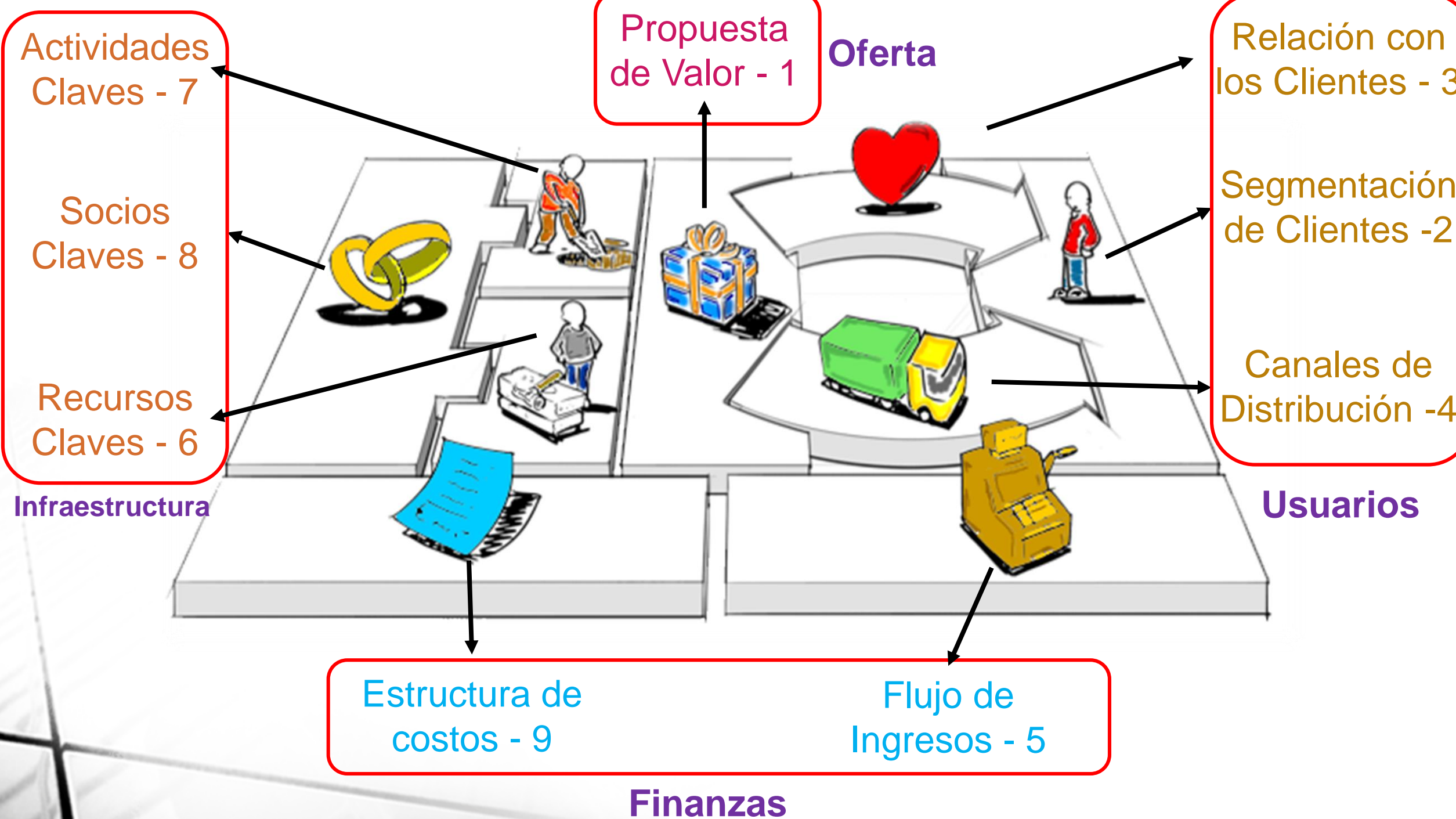


LOS BLOQUES DEL MODELO CANVAS



LOS BLOQUES DEL MODELO CANVAS





Propuesta de Valor



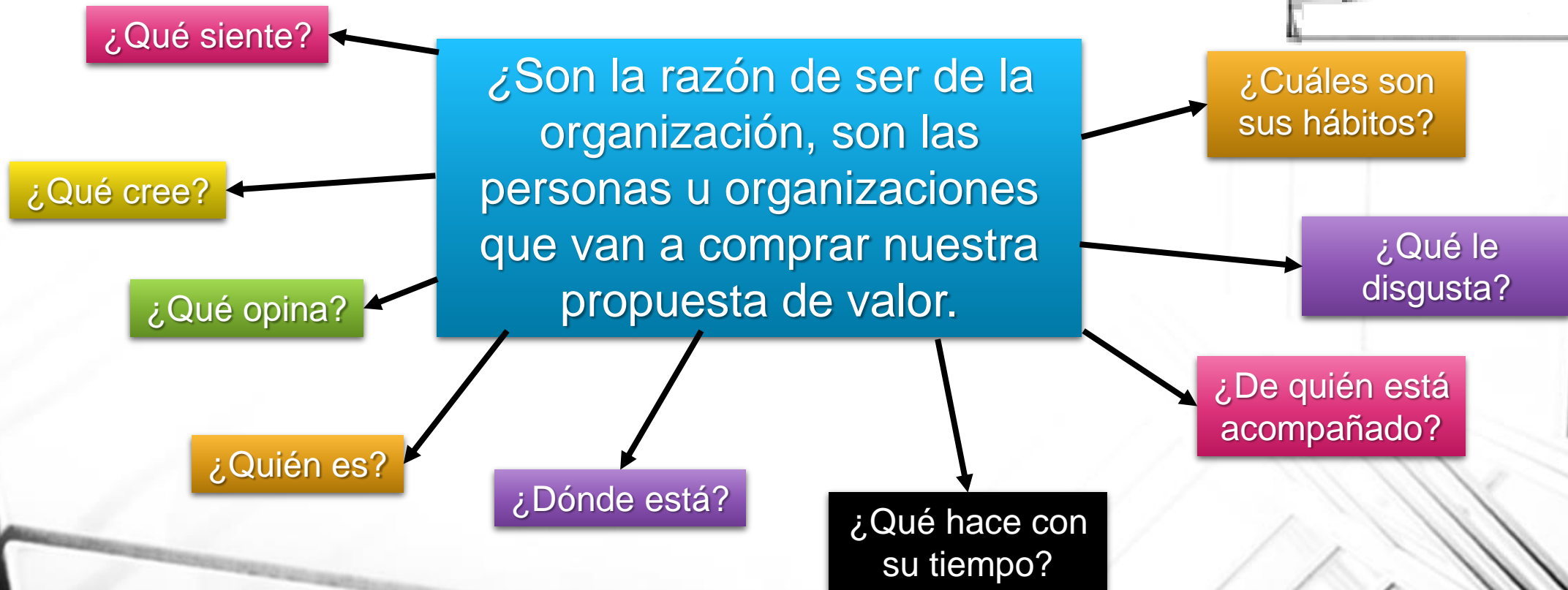
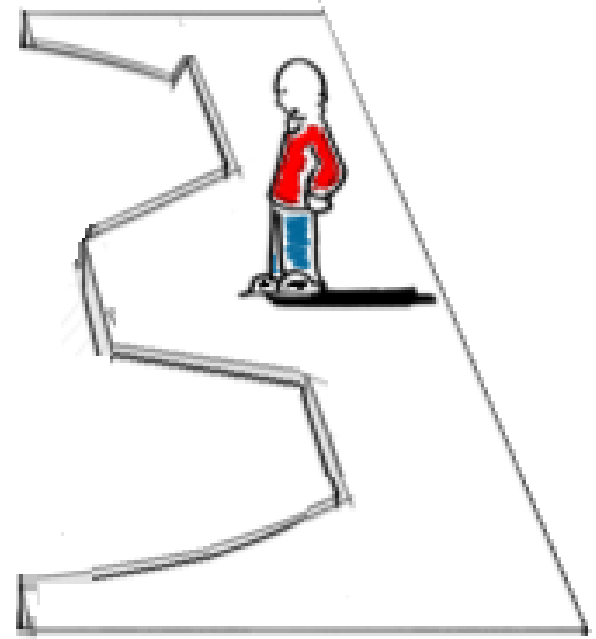
Es el conjunto de beneficios que recibirán **nuestros clientes**, ya sean **productos y servicios** ofrecidos por nosotros y donde la empresa obtiene una remuneración.

- ☐ ¿Qué se ofrece al cliente?
- ☐ ¿Qué problema solucionamos?
- ☐ ¿En qué se diferencia nuestra propuesta de valor de la de otras empresas?



Segmentación de Clientes

Agrupar a nuestros clientes con características homogéneas (segmentos definidos). Saber sus necesidades, conseguir la mayor cantidad de información.



Relación con los Clientes

Aquí identificamos cuáles **recursos** de tiempo y monetarios que utilizamos para mantenernos en contacto con nuestros clientes.



Relación debe de ser selectiva y personalizada, ya que todos los clientes son distintos .

¿Por qué me debo quedar contigo y no irme con la competencia?

Regla: Por lo general, si un producto o servicio tiene un costo alto entonces los clientes esperan tener una relación más cercana con nuestra empresa.

Canales de Distribución

Es la forma de hacer llegar los productos o servicios a nuestros clientes. Para cada producto o servicio que hemos identificado en el paso anterior hay que definir el canal de su distribución adecuado



...es algo más que la distribución o logística del producto...



...es una nueva manera de crear conexiones con los clientes a fin de aprovechar y explotar más los conocimientos del cliente, para nuevas oportunidades comerciales

Canales de Distribución



CANAL DIRECTO. El productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios.

Fabricante → **Consumidor**

CANAL INDIRECTO. Un canal de distribución suele ser indirecto, porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final

Fabricante → **Intermediario X** → **Consumidor**

➤ Un canal corto sólo tiene dos escalones
Fabricante → Detallista → Consumidor

➤ En un canal largo intervienen muchos intermediarios
Fabricante → Mayorista → Detallista → Consumidor

Canales de Distribución



Elegir el canal más adecuado para comercializar sus productos, debemos tener en cuenta una serie de preguntas que serán las que indiquen el sistema más adecuado, en razón a **su operatividad y rentabilidad**.

- ☐ ¿Qué control quiero efectuar sobre mis productos?
- ☐ ¿Deseo llegar a todos los rincones del país?
- ☐ ¿Quiero intervenir sobre la fijación final del precio?
- ☐ ¿Voy a intervenir en todas las actividades promocionales?
- ☐ ¿Tengo gran capacidad financiera?
- ☐ ¿Dispongo de un gran equipo comercial?
- ☐ ¿Me interesa introducirme en otros países directamente?
- ☐ ¿Cómo es mi infraestructura logística?
- ☐ ¿Qué nivel de información deseo?

Flujo de Ingresos

Saber qué valor están dispuestos a pagar los clientes por nuestros servicios o productos y conocer los métodos de pago que prefieren.



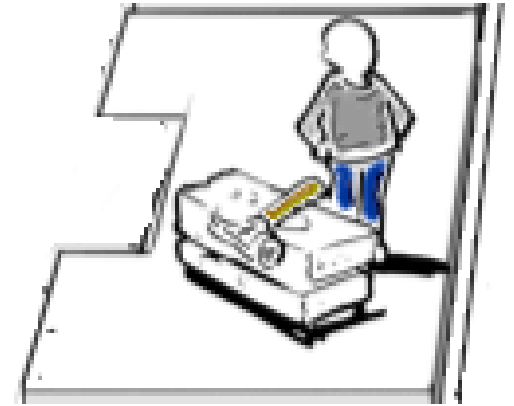
¿Cómo gana dinero la empresa?

Definir tu precio

Debemos tener en mente que **“los precios hablan”** y comunican información relativa a la posición del producto o servicio respecto a la de la competencia. **Por ejemplo, un precio alto típicamente está asociado a calidad o a exclusividad; mientras que un precio demasiado bajo podría inspirar dudas sobre el desempeño de lo que ofreces.**

Recursos Claves

Es la infraestructura que se necesitamos para realizar la actividad empresarial, todos los recursos humanos, físicos, **intelectuales** y económicos que necesitamos.



Actividades Claves



Son las actividades a corto y mediano plazo que se deben ejecutar en el negocio.

- ☐ Describen las cosas más importantes que una compañía tiene que hacer para que su trabajo se convierta en un modelo de negocio.
- ☐ Necesarias para crear y ofrecer una propuesta de valor. Llegar a mercados, relacionarse con los clientes, y percibir ingresos.
- ☐ Varían en función del modelo de negocio.



Socios Claves

Estos, corresponden a los proveedores de insumos para desarrollar los productos o servicios del negocio. También las alianzas con otras empresas.

Si tengo aliados, puedo hacer cosas; si no los tengo, debo buscar la forma de obtener lo que deseo por mi cuenta.
(MUY DIFÍCIL)

¿ Quiénes son los aliados estratégicos?

¿Qué tan importantes son?

¿Podemos remplazarlos?

¿Se pueden convertir en competidores?



Estructura de costos

Todo lo que significa producir la propuesta de valor; llevar a cabo las actividades claves y tener recursos, implica costos. **Tiempo - Energía - Dinero**

La compra o adquisición de recursos, realización de actividades y el trabajo

La elaboración de productos o la prestación de servicios implica costos asociados que deberán considerarse y financiarse

¿Cuáles son los costos más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?

¿Cuáles son los recursos clave más caros?

¿Cuáles son las actividades clave más caras?

Los bloques del modelo CANVAS siempre deben responder:



1. Reflexión

Repasar la trayectoria que ha seguido tu vida y re-pensar sobre cómo quieres alinear tus aspiraciones personales y profesionales.

Quién eres

que valor puedes
aportar?

➤ Mapea tu modelo actual.

➤ Identificar tu propósito.

2. Revisión

Utilizar el Lienzo y los conocimientos de las fases anteriores para ajustar o incluso re-inventar, tu vida.

personal

laboral

profesional

Prepárate para re-diseñar tu futuro modelo de negocio:

personal

laboral

profesional

3. Reacción

- ❖ **Aprende a hacer que las cosas sucedan.**
- ❖ **¡ Sal de la oficina ! y habla con los clientes potenciales.**
- ❖ **Aprende y pivota , en “crea-acción”.**
- ❖ **Prueba un prototipo de tu nuevo modelo en el mercado.**

¿Inquietudes?





¡Gracias!