

Tema 3. El modelo de negocio: la experiencia emprendedora (y II)

Proceso general de transformación de idea en negocio





Generación de ideas de negocio

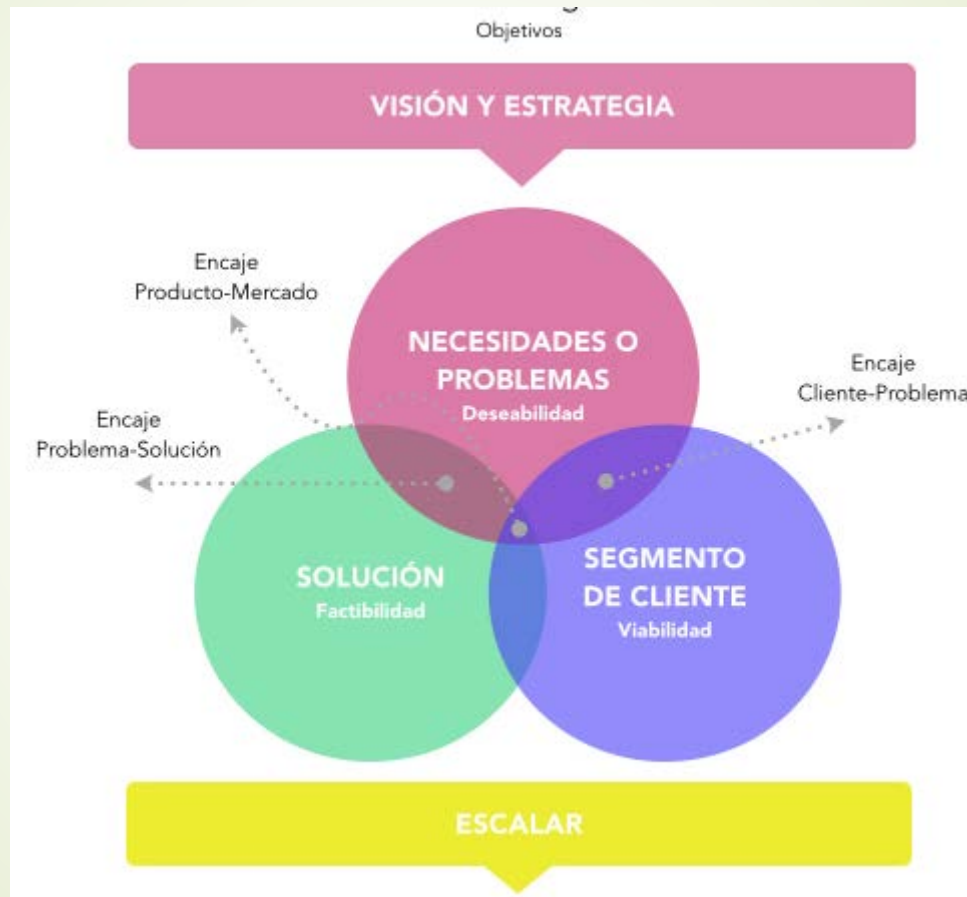
- Elemento básico necesario: creatividad.
- Fuentes generadoras de ideas: necesidades y deseos insatisfechos, soluciones actuales deficientes, preferencias y aficiones personales, cambios tecnológicos y sociales percibidos, ...
- Filtro previo a la consideración de ideas para su validación: apariencia de superación del **riesgo técnico** (la propuesta de valor en principio se puede diseñar e implementar de forma eficiente, y sus funcionalidades están razonablemente definidas) y del **riesgo comercial** (parece existir un mercado objetivo para esa propuesta de valor suficientemente amplio y con capacidad adquisitiva bastante)


Para empezar, formar equipo (heterogéneo, a ser posible)



Ideal: mezclar destrezas tecnológicas, habilidad de diseño, visión a largo plazo, conocimientos financieros, habilidades relacionales, capacidad de iniciativa, ...

Design Thinking





Herramientas para diseñar el modelo de negocio en la web

<http://canvanizer.com>

<https://www.leanlaunchlab.com/>

<http://www.canvasbm.com/>

<http://leanstartup.pbworks.com/w/page/47250326/BusinessModelCanvas>

<http://leanstartup.pbworks.com>

<http://blog.edoceo.com/2012/07/10-business-model-canvas-tools-review.html>

<http://bmfiddle.com/>

<http://bmdesigner.com>

Canvanizer

Brainstorm better concepts. Together with your team

Create Canvas

How to use

FAQ

About Us

Links

Contact

Choose your canvas:

Business Model Canvas



SWOT analysis



Feedback Canvas



Lean Canvas




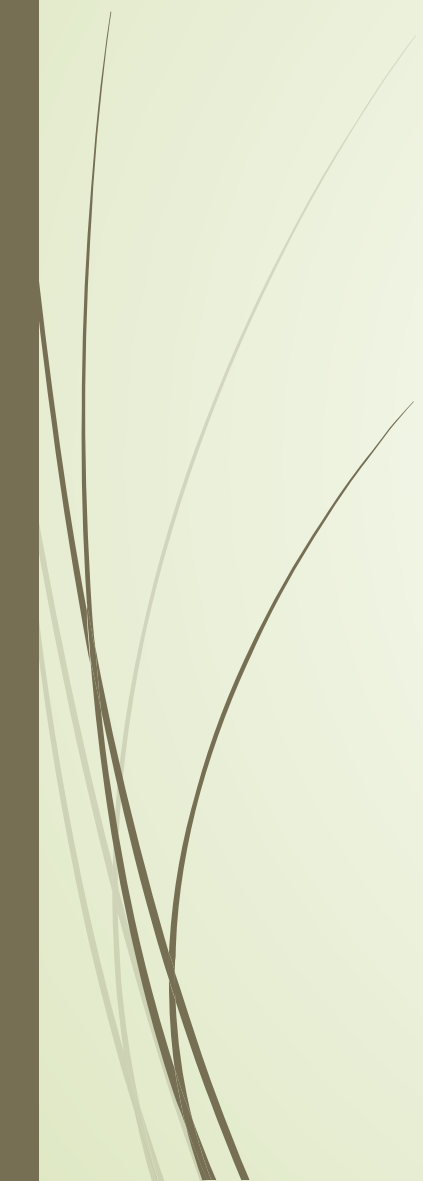
Lean Change Canvas



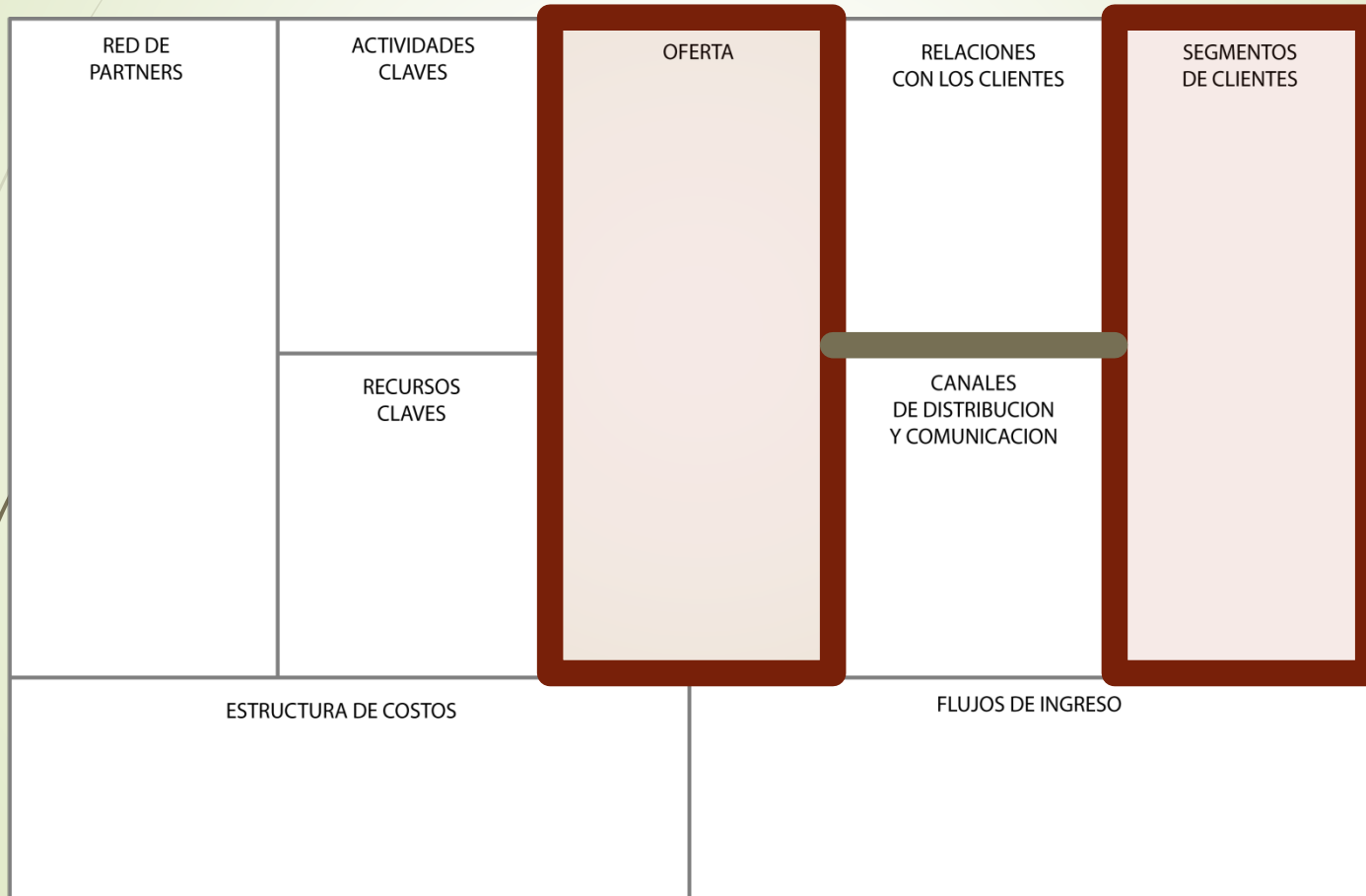
Open Innovation

The screenshot shows the BM|DESIGNER website interface. At the top, there are navigation links: EXPLORE BUSINESS MODELS, DESIGN YOUR OWN BUSINESS, MANAGE generate new ideas, and MANAGE INNOVATIONS. The main heading is "Business Model Innovation". Below this, there are three large buttons: "EXPLORE" (Explore Business Models shared by other users and get inspired), "DESIGN" (Design your own Business Model as easy as you would with sticky notes), and "INNOVATE" (Evaluate your Business Model and generate new ideas). Below the buttons, there are links for Introduction, Embed Example, Business Model Canvas, Explore Guide, and Design Guide. A welcome message states: "Welcome on BM|DESIGNER. A tool to help create and share Business Models using the Business Model Ontology Canvas." It also mentions a "Simply Exploring" feature to find models of interest and share them.

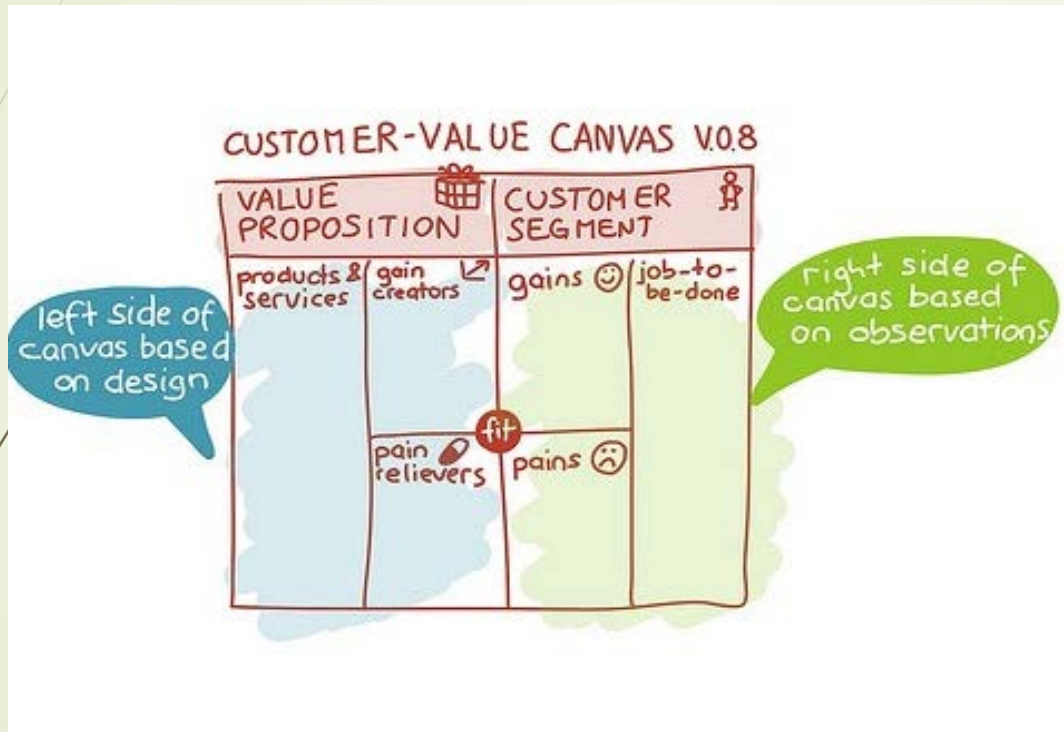
The screenshot shows the Strategyzer software interface. The main canvas is titled "taller de carpinteria (holguin 2012)". It features several sections: "Key Partnerships" (proveedor de la madera, proveedor de la pintura, proveedor de la electricidad), "Key Activities" (diseño de la carpintería, elaboración de la carpintería, montaje de la carpintería), "Value Propositions" (muebles a medida, todo en un solo lugar), "Customer Relationships" (asesoramiento personalizado, atención al cliente), "Customer Segments" (personas que quieren muebles a medida, personas que quieren muebles a medida), "Channels" (comercio electrónico, redes sociales, tiendas físicas), and "Cost Channels" (materiales, mano de obra, energía). The interface also includes a sidebar with "Workspaces" (modelos para curso 2012/13: AE, modelos para curso 2012/13: AHE, modelos para taller en holguin) and a "Learning Center" section.

- 
- 
- Importante: siempre trabajaremos con un enfoque de “orientación al cliente”
 - Ello significa tratar de desarrollar un conocimiento profundo del cliente y sus necesidades, no a encuestarlos para que digan qué es lo quieren.
 - *“Si hubiese preguntado a mis clientes qué querían, me habrían respondido: “un caballo más rápido” ”. Henry Ford.*
 - Orientación al cliente, sin perder de vista el requisito de la máxima eficiencia posible.

Empezaremos tratando de comprender a qué usuarios sirve nuestra iniciativa, y cómo son servidos




Expansión de los bloques PV y SC en base al concepto “job-to-be-done”



Propuesta de Valor

Segmentos Clientes





Ejercicio: Plantilla de Propuesta de Valor.

NUESTRO/A (*especificar el producto o servicio que se oferta*) **PROPORCIONA AYUDA A** (*especificar segmento/s de clientes destinatarios*) , **LOS CUALES QUIEREN** (*especificar el trabajo del cliente que quedará resuelto*) , **MEDIANTE LA ELIMINACIÓN O REDUCCIÓN DE** (*especificar alguno de los inconvenientes que resolvemos*) **Y LA CREACIÓN O AUMENTO DE** (*especificar alguna de las ganancias que facilitamos*) . **POR LO TANTO, NUESTRA OFERTA ES PREFERIBLE A** (*especificar alguna propuesta de valor competidora*).

Ejemplo: El Burrito Vacilón

EL BURRITO VACILÓN 2017



NUESTRO/A MARCA "EL BURRITO VACILÓN"

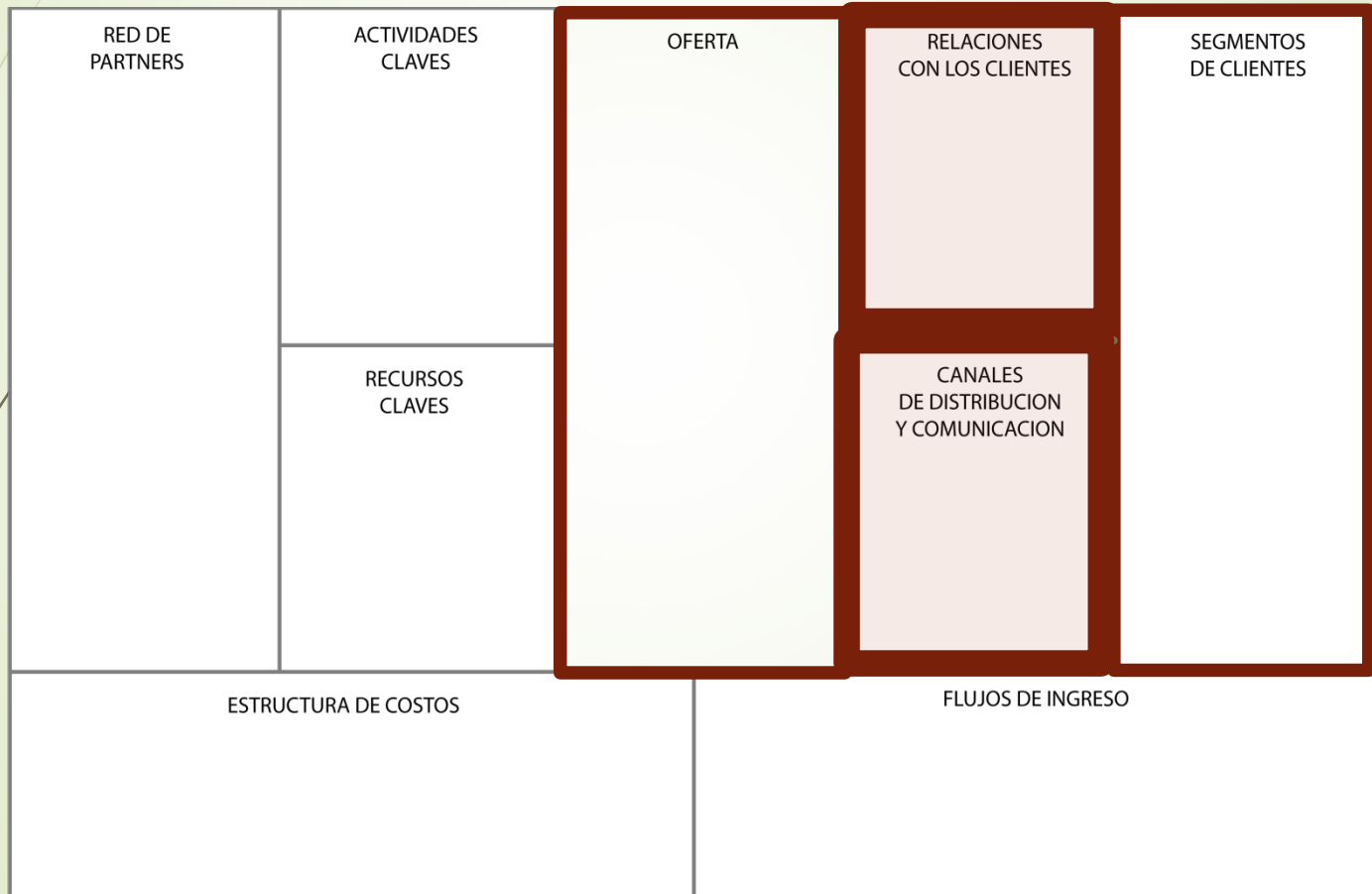
PROPORCIONA AYUDA A CONSUMIDORES DE CERVEZAS ESPECIALES Y OTROS PRODUCTOS SELECTOS

, LOS CUALES QUIEREN PRODUCTOS DIFERENCIADOS DEL CONSUMO MASIVO QUE LES PROPORCIONAN SENTIDO DE EXCLUSIVIDAD, ASÍ COMO COMPLEMENTOS DE IDENTIFICACIÓN DE GUSTOS SELECTOS

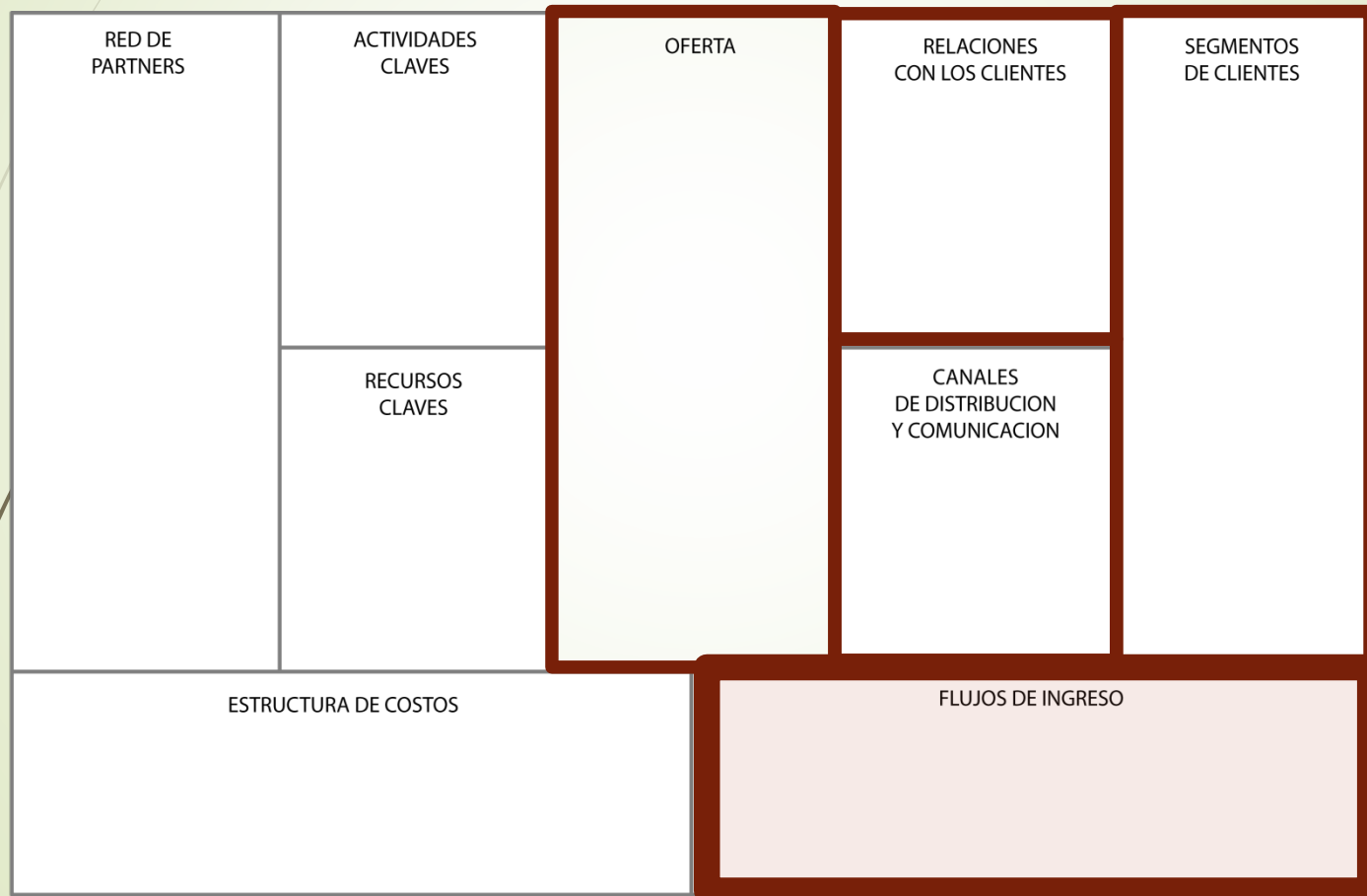
MEDIANTE LA ELIMINACIÓN O REDUCCIÓN DE PRECIOS ELEVADOS DE LAS ALTERNATIVAS
Y LA CREACIÓN O AUMENTO DE CONSUMOS COMPLEMENTARIOS E INFORMACIÓN GOURMET.

POR LO TANTO, NUESTRA OFERTA ES PREFERIBLE A LOS PRODUCTOS COMPETIDORES MÁS DIFUNDIDOS, YA SEAN CERVEZAS INDUSTRIALES U OTRAS ARTESANAS..

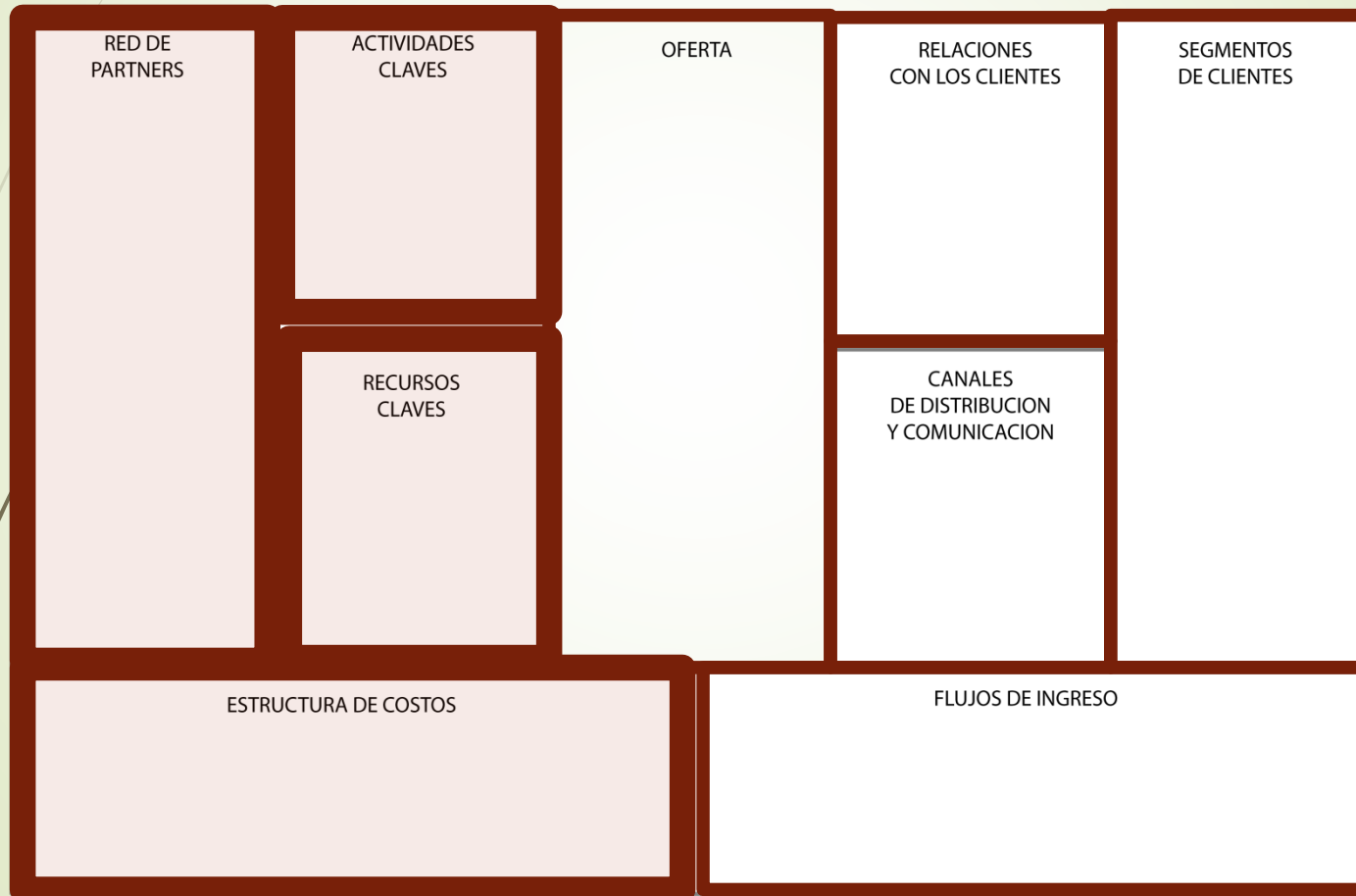
Reflexionamos sobre las formas en que llegamos a los consumidores, y de qué maneras queremos relacionarnos con ellos



Tipos de recompensas que esperamos recibir (mecanismos de captura de valor)



Consideremos ahora cómo, y con qué, se construirá la propuesta de valor (y cuáles son sus costes)

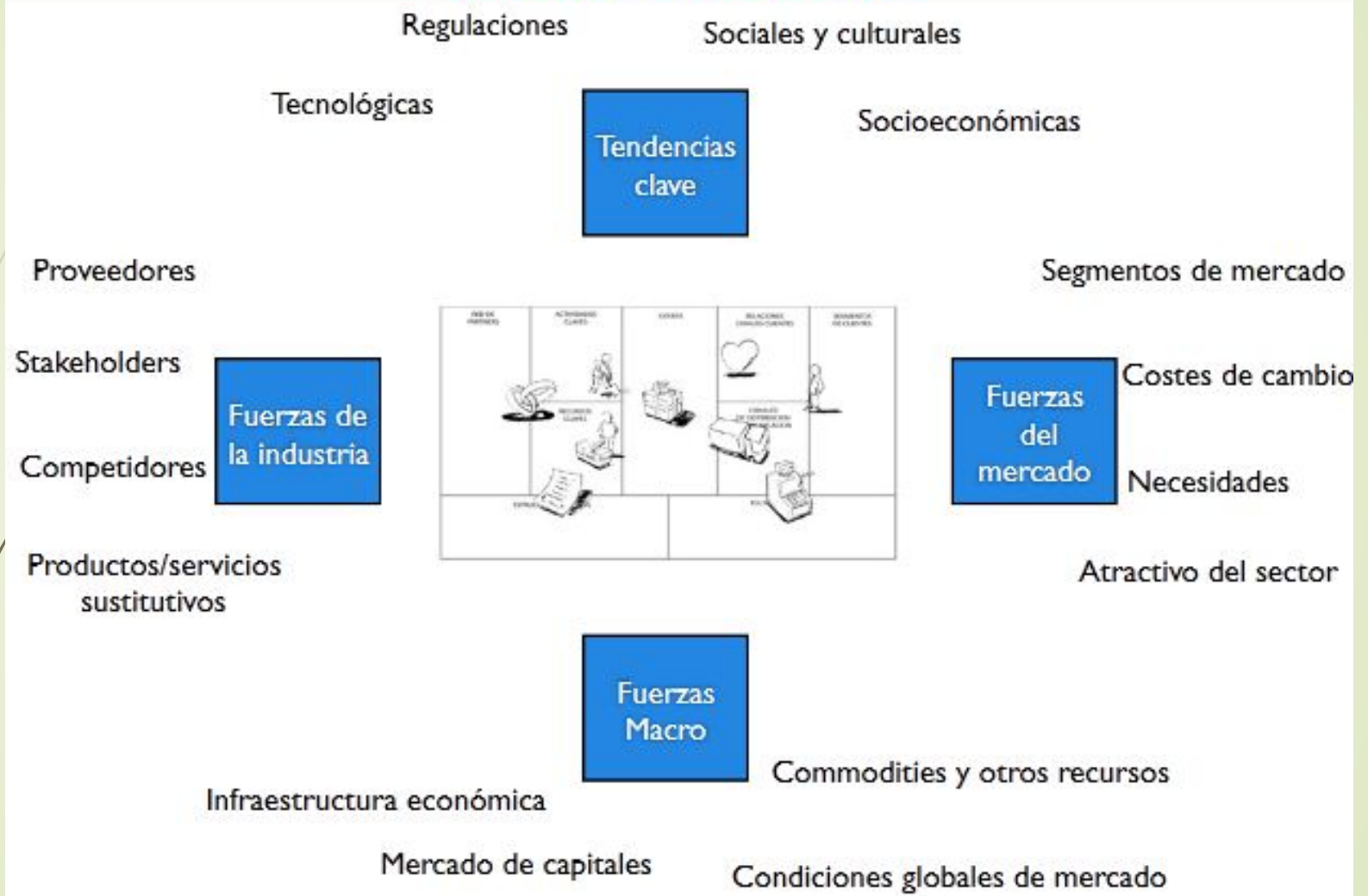


Aspectos a considerar para afinar el modelo narrativo

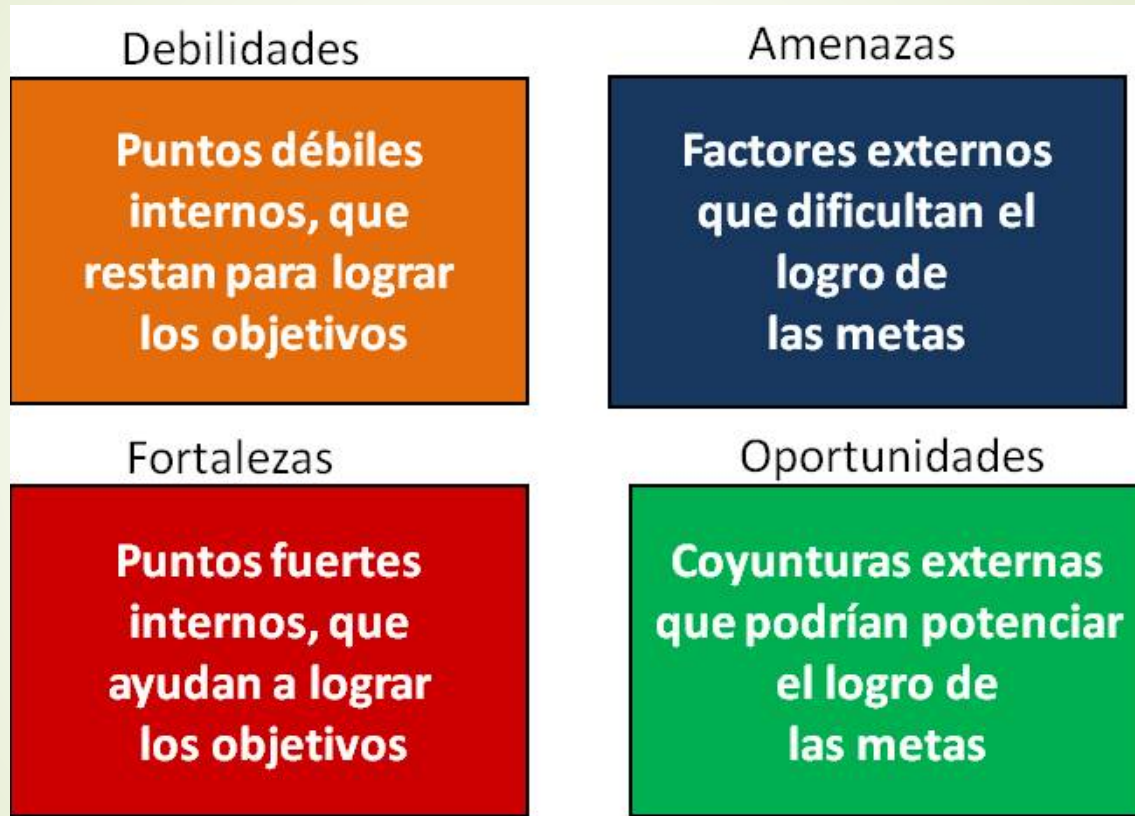
- Entorno del negocio: contexto, factores de diseño y restricciones.
- Análisis DAFO global y de cada módulo del modelo.



Análisis del entorno



Análisis DAFO



ANÁLISIS DAFO

EL BURRITO VACILÓN 2017

INSERTAR DATOS

INFORME



FORTALEZAS

Factor	Valor
Imagen de producto ecológico	6
Presencia online	6
Calidad de productos o servicios	4
Originalidad de productos/servicios	4
Estado financiero	3

Nº 5 Promedio 4,6 Total 23

DEBILIDADES

Factor	Valor
Cuota de mercado	5
Base de clientes	4
Ventaja en costes	3

Nº 3 Promedio 4 Total 12

OPORTUNIDADES

Factor	Valor
Crecimiento de mercado	5
Importancia de las redes sociales	4
Intensidad competitiva	3
Fidelidad de los clientes	3

Nº 4 Promedio 3,8 Total 15

AMENAZAS

Factor	Valor
Normativas sobre bebidas alcohólicas	3
Ausencia de barreras de entrada	2

Nº 2 Promedio 2,5 Total 5

Fortalezas (F): 4,6

Debilidades (D): 4,0

Eje Y (F-D) 0,6

Oportunidades (O): 3,8

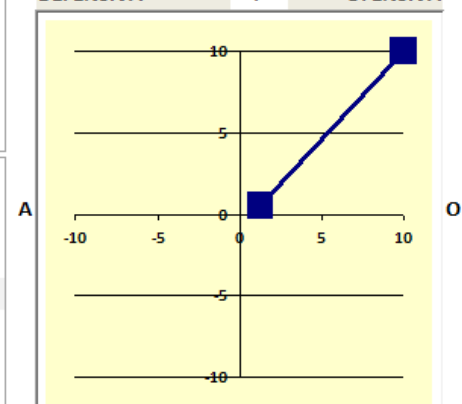
Amenazas (A): 2,5

Eje X (O-A) 1,3

DEFENSIVA

F

OFENSIVA

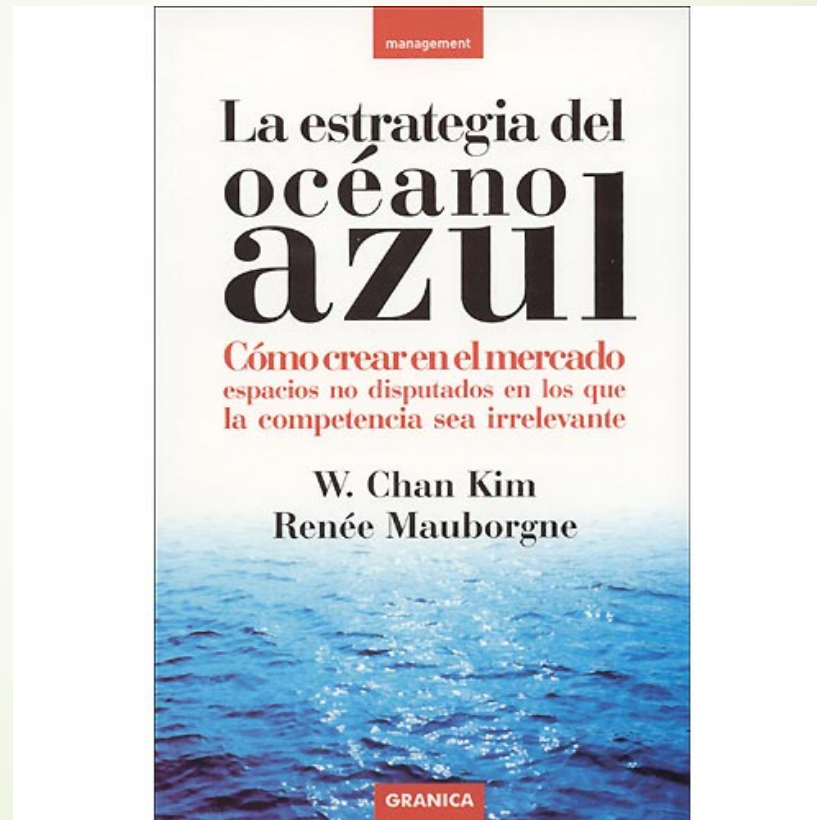


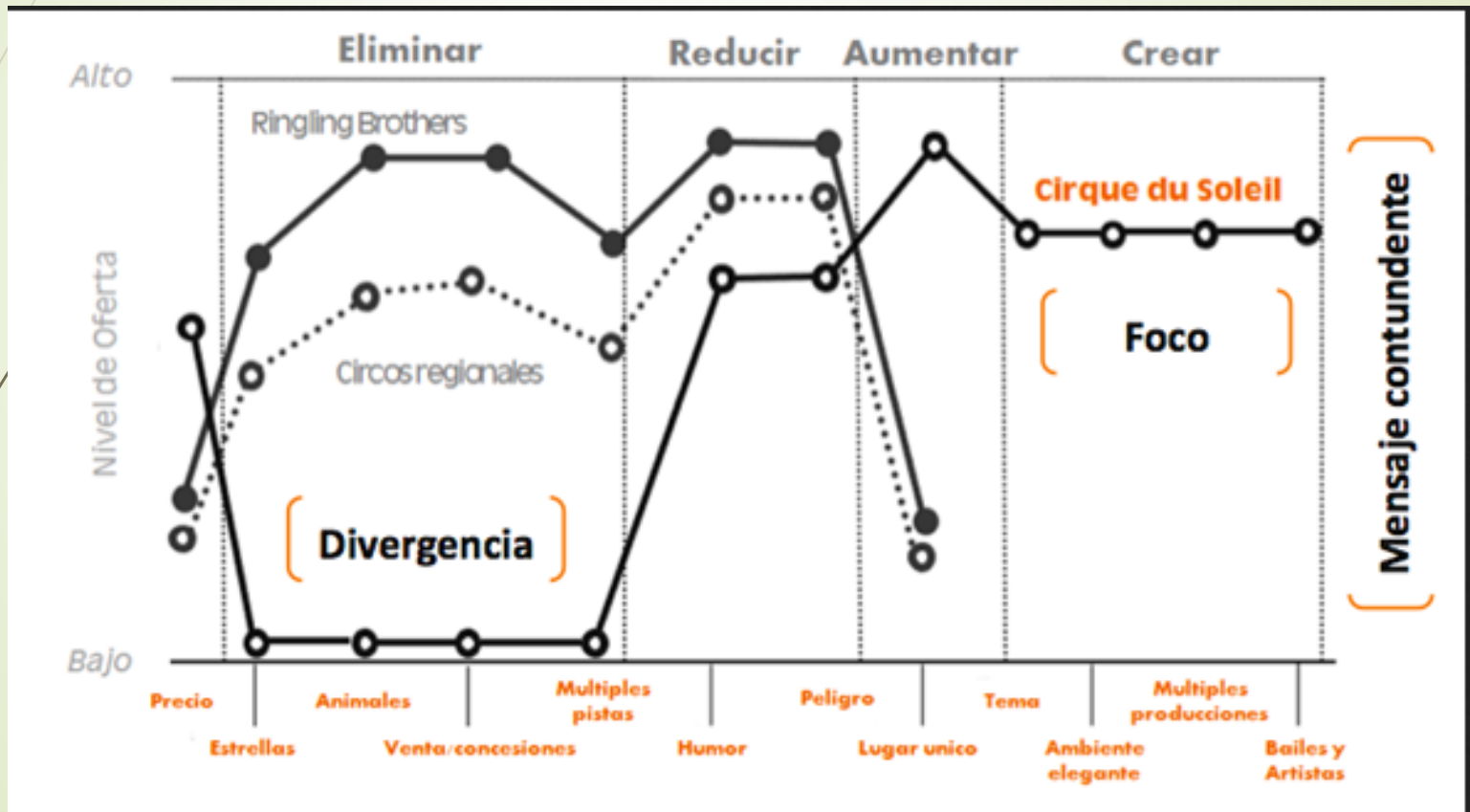
SUPERVIVENCIA

D

ADAPTATIVA

Buscar un “Océano Azul” ... si es posible





<u>Eliminar</u> X	<u>Aumentar</u> ▲
<u>Reducir</u> ▼	<u>Crear</u> !





ELIMINAR

- Las estrellas
- Los espectáculos con animales
- Las concesiones en los pasillos
- Las pistas múltiples

INCREMENTAR

- Un solo escenario

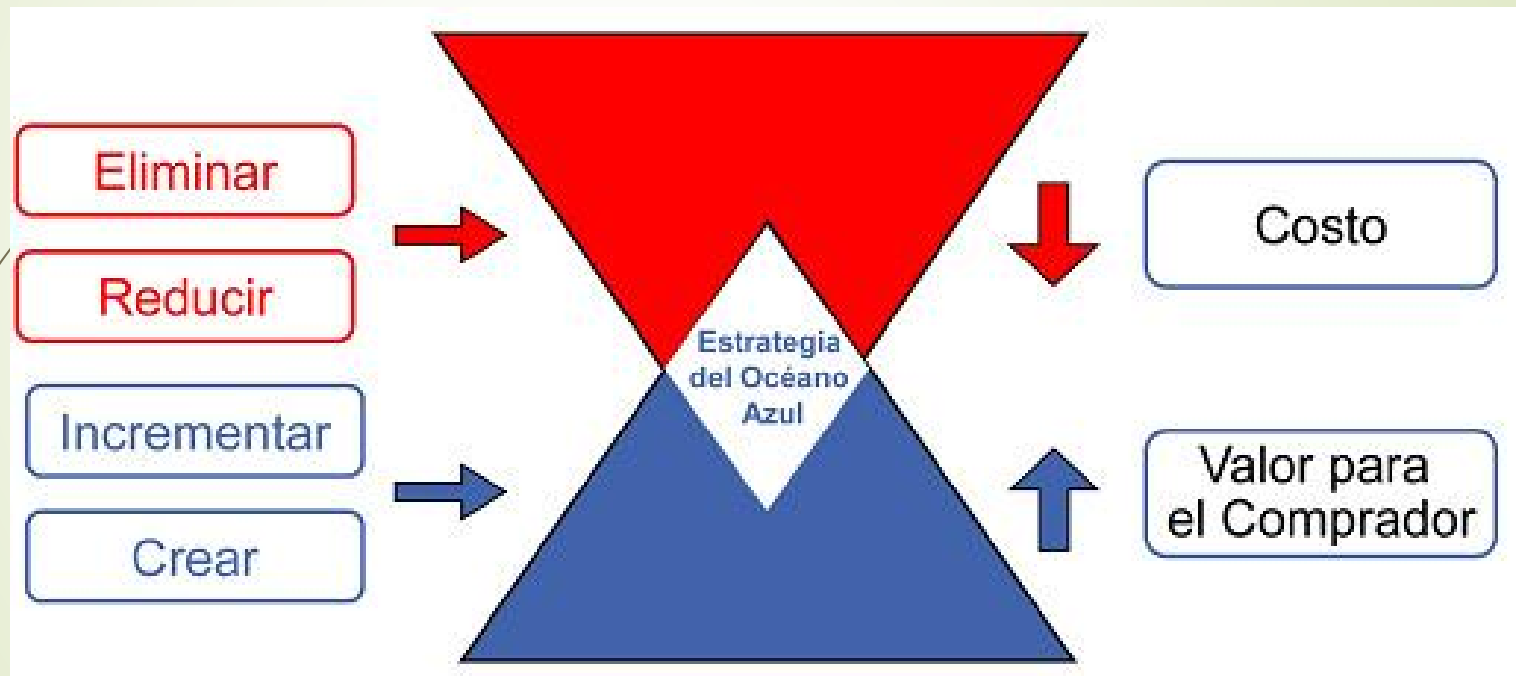
REDUCIR

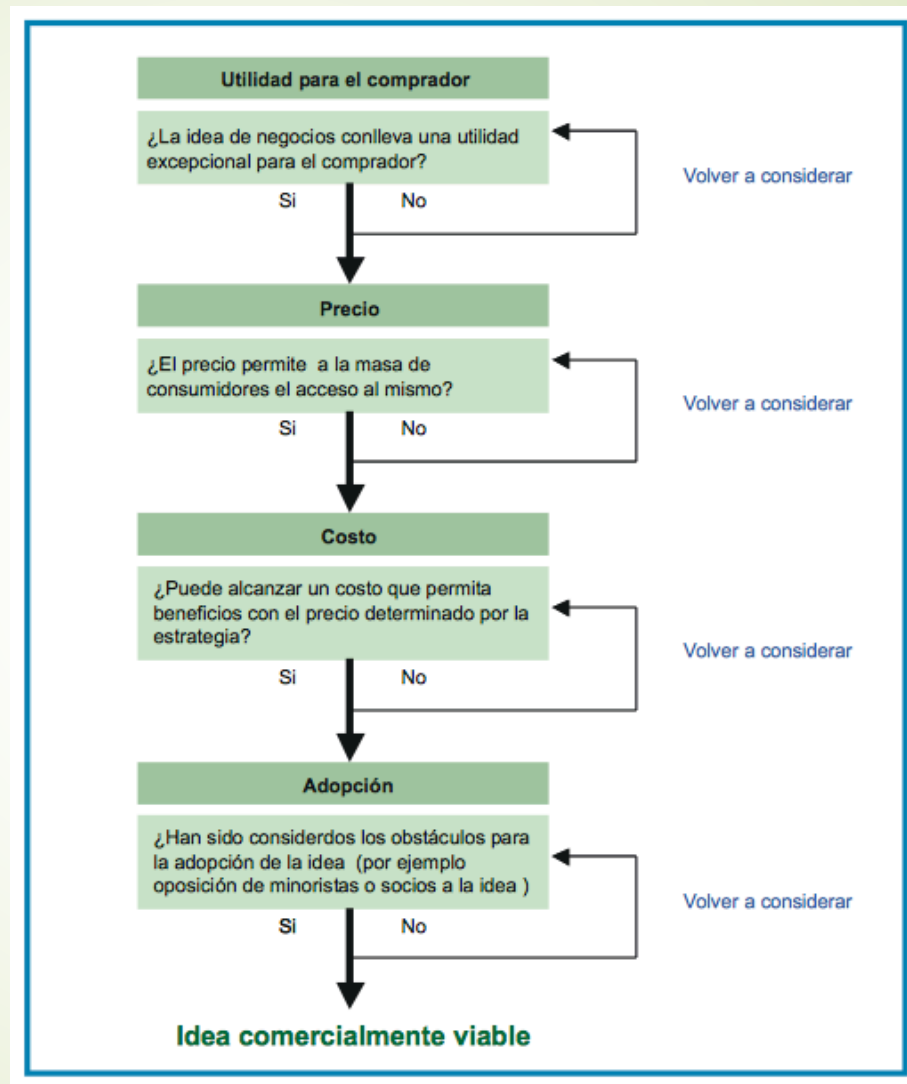
- La diversión y el Humor
- El suspenso y el peligro

CREAR

- Un tema
- Un ambiente refinado
- Múltiples producciones
- Música y danza artística

INNOVACIÓN EN VALOR

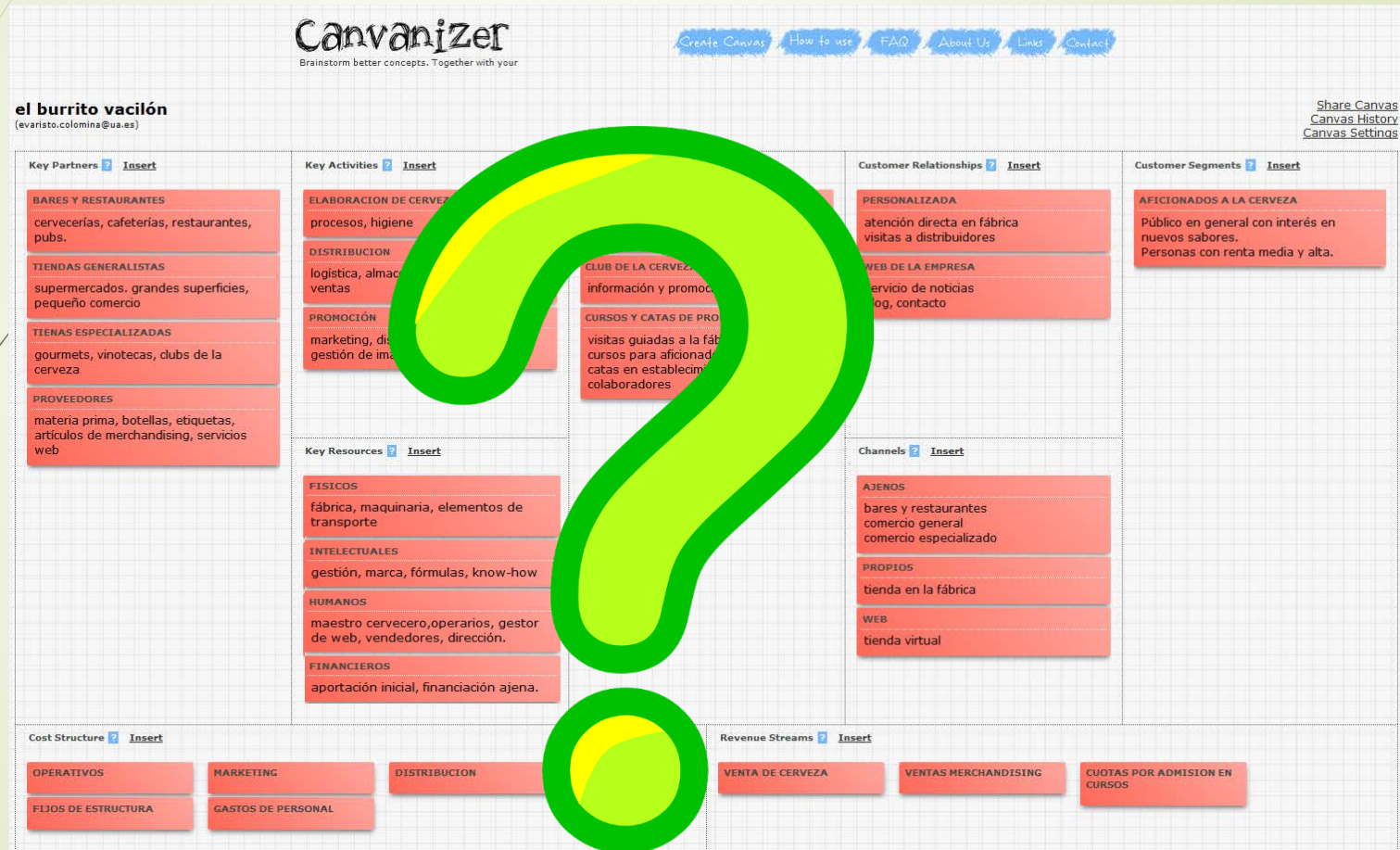




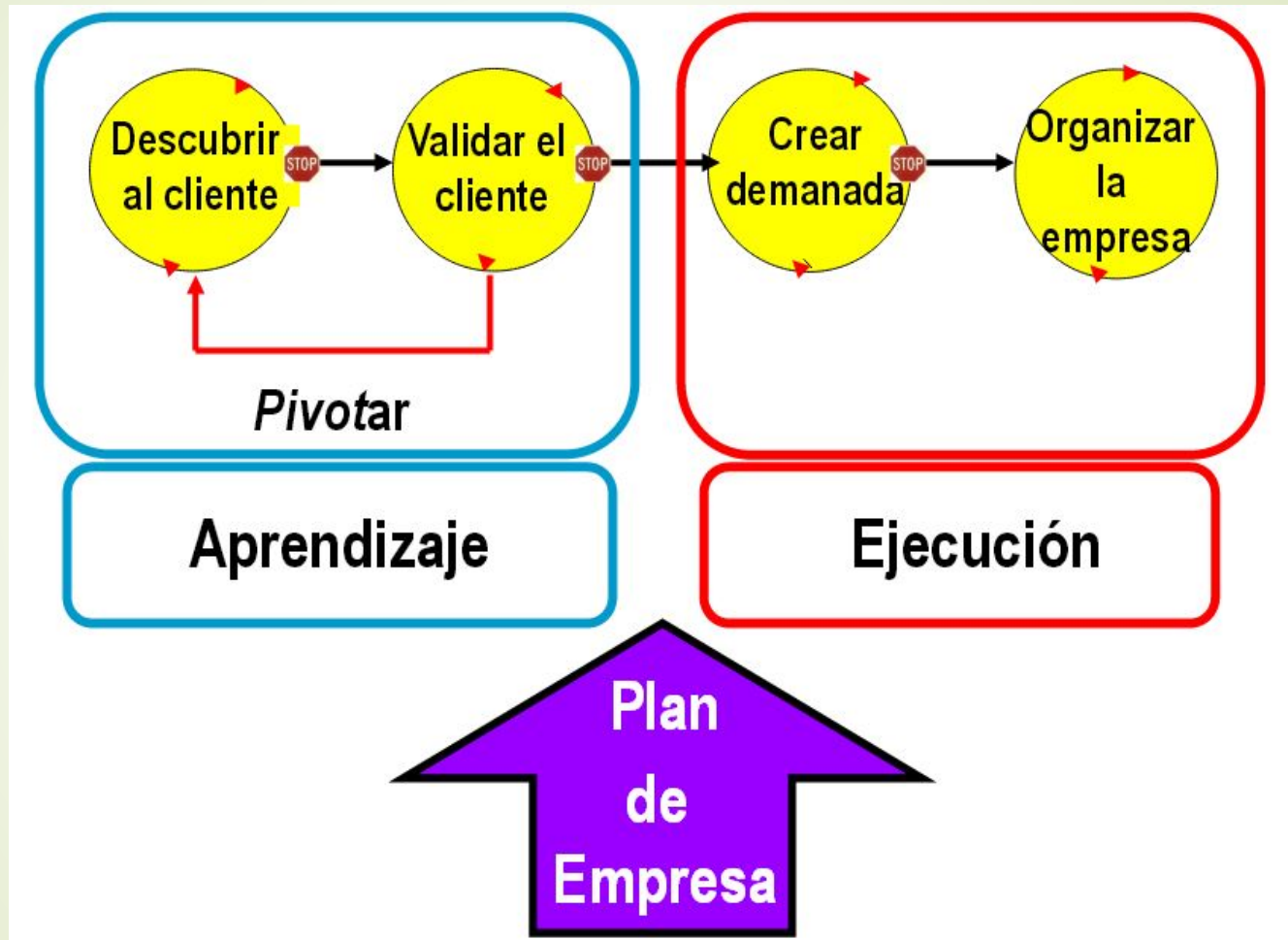
Proceso general de transformación de idea en negocio



Nuestro modelo de negocio es un conjunto de conjeturas

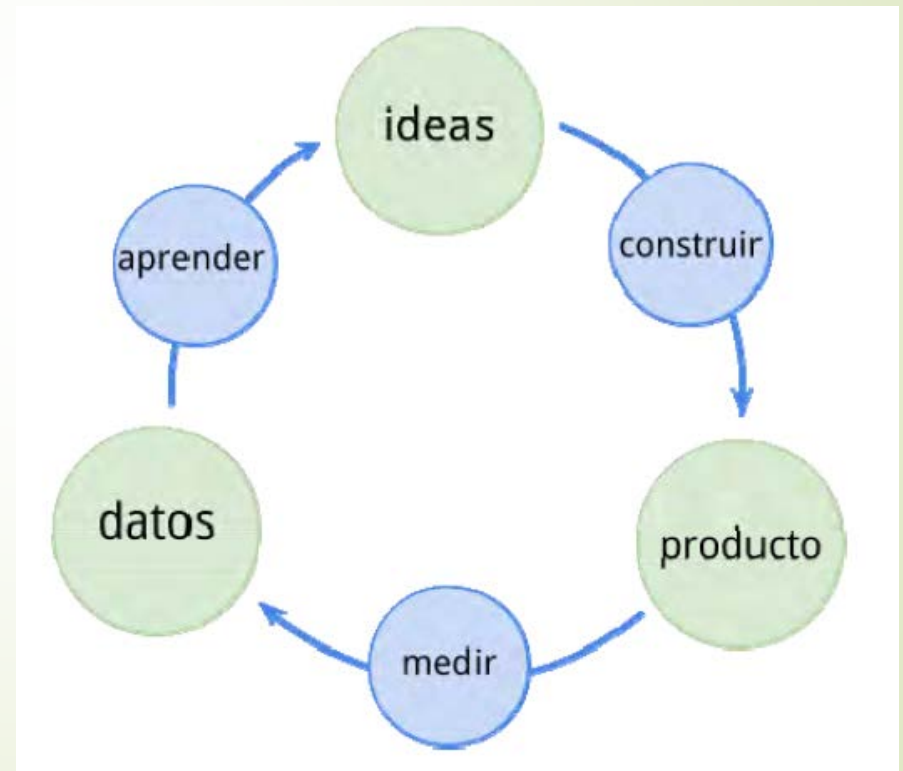
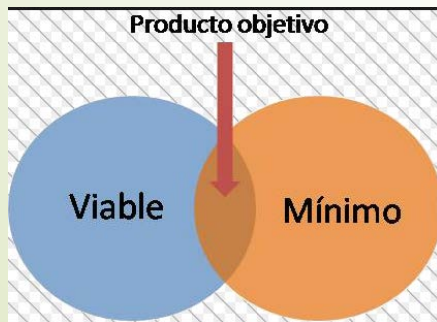


Metodología del Desarrollo del Consumidor



Concepto clave: producto mínimo viable

El Producto Mínimo Viable (PMV) es lo que permite desarrollar un ciclo de aprendizaje con el enfoque de emprendimiento "lean start-up"



Desarrollar el Plan de Negocio (TEMA 8)

