**Modelo de negocio canvas para el cliente (Empresa de baldosas cerámicas)**

1. Segmento de mercado

Áreas y servicios:

* Uso industrial: puede ser usado en locales de tránsito medio como oficinas informáticas e instalaciones médicas como consultorios e incluso en quirófanos. Gres porcelánico y Gres porcelánico tecnificado.
* Uso doméstico: puede ser usado por su valor estético en una gran variedad de pisos y por su resistencia puede emplearse en cocinas y en baños, tanto en pisos como en paredes. Gres porcelánico y Gres porcelánico pulido.
* Uso en exteriores: por su resistencia puede usarse para adornar pisos cerca a las fachadas y para cubrir suelos expuestos a la intemperie. Posible uso en parques, plazas y exteriores de centros comerciales y culturales. Gres porcelánico tecnificado.

1. Propuesta de valor

Al contar con procesos más óptimos en la fabricación, la empresa puede garantizar la producción de grandes volúmenes. Además la empresa está centrada en el gres porcelánico, lo que permite atacar directamente a un segmento de mercado específico. Lo que le permite especializarse en la fabricación y el control de su producto, esto junto con la implementación de procesos automáticos permite un mayor control de calidad. La planta también puede adaptarse a la demanda del mercado, lo que permite a la empresa responder a las necesidades de sus clientes sin afectar directamente sus ganancias.

1. Canales

La empresa se encarga de producir lotes de diferentes tipos de gres porcelánico. Estos lotes son distribuidos a diferentes tiendas especializadas en cerámica o en remodelaciones. Se eligió este canal de ventas para despachar pedidos por lotes de varias cajas. Esto acompañado de vendedores capacitados y una buena estrategia de marketing evitan el sobreabastecimiento en las bodegas y ayuda a que los pedidos se ajusten a la capacidad de producción con la planta automatizada.

1. Relaciones con los clientes

La relación con los clientes finales se realiza por medio de intermediarios quienes exponen y se encargan de que nuestro producto sea visible en sus tiendas. El cliente final conocerá nuestros productos a través de campañas de marketing y anuncios que incluyan las bondades del producto (estéticas, versatilidad y resistencia).

La relación con los clientes inmediatos será de forma directa mediante los diferentes vendedores de la empresa cerámica. El cliente inmediato conocerá los productos mediante los vendedores que describirán la capacidad productiva de la empresa y su capacidad de adaptarse a la demanda y cambiar la proporción de los productos en base a la demanda del mercado.

1. Fuentes de ingresos

Los ingresos provienen de los acuerdos realizados con los clientes inmediatos, quienes piden diferentes volúmenes de nuestros productos para surtir sus negocios. Los precios podrán ser negociados de acuerdo al volumen solicitado y el cliente contará con un plazo específico para pagar una vez se despache el pedido.

1. Recursos clave

Intelectuales: conocimiento en ingeniería Mecatrónica, en programación de medios, Adquisición de datos y control de sistemas, conocimiento íntimo del proceso de fabricación de baldosas y habilidades de búsqueda de recursos que puedan suplir las necesidades de la empresa.

Humanos: equipo de ingeniería capaz de adaptar nuevas tecnologías y con conocimiento de la industria, empleados correctamente capacitados y vendedores con capacidad de negociación.

Físicos: maquinaria especializada en la industria cerámica, controladores industriales, servidores, interfaces humano-máquina (HMI) y servidores industriales.

1. Actividades clave

Enfocadas en la producción y su mejoramiento como: evaluación del estado actual del sistema de fabricación, análisis de tiempos de manufactura, abstracción virtual del proceso, visión holística de la planta, conceptualización del proceso en pasos técnicos que permitan su optimización, adición de medios de comunicación y supervisión con el sistema de la planta.

También se deben llevar a cabo actividades para mantener la empresa vigente como: capacitación de los empleados nuevos y contar con un equipo de ingeniería que se capacite para la solución de problemas, investigación y adopción de nuevas tecnologías, capacitación de vendedores, análisis de mercado e implementación de estrategias de marketing.

1. Asociaciones clave

Primero el equipo de ingeniería encargado del proyecto que provee un análisis del proceso de producción, las aplicaciones del producto, las tecnologías necesarias, la infraestructura y el capital necesario para automatizar la planta.

Los dueños de las tiendas de productos cerámicos y de remodelación serán los clientes directos de los productos y también quienes serán los encargados de distribuir y hacer visible el producto al consumidor final.

Los proveedores de las máquinas para las diferentes etapas del proceso como lo son SACMI o WELKO. Estas máquinas serán vitales para optimizar el proceso de producción y es necesario mantener buenas relaciones con los proveedores para facilitar labores de mantenimiento y reparación, así como estar al día con las novedades y avances tecnológicos.

1. Estructura de costes

Costo de asesoría:

1. Salario por ingeniero de optimización.
2. Costos asociados al desarrollo y diseño de la solución.
3. Valor agregado de implementación de sistemas.
4. Capacitación y formación en el manejo de equipos.

Costo del equipo:

1. Equipo de planta
   1. Máquinas automatizables
   2. Conectores, bandas transportadoras
   3. Cercas y equipos de protección
2. Equipo de control
   1. PLC
   2. Servidores OPC
   3. Software de automatización y de simulación
   4. Interfaces humano-máquina
3. Equipo de Celda Robotizada
   1. Brazo robotico
   2. Controlador
4. Utilidades de implementación
   1. Cables
   2. Estructuras
   3. Electricidad
   4. Agua

**Referencias**

Presentación Módulo Empresa: Generación de modelos de negocio

<https://modelocanvas.net/>