

# LIENZO CANVAS

## PROPUESTA DE VALOR (¿Por qué?)

Determinad la razón o razones de compra de la clientela:

- Identificad bien la clientela: quiénes son y qué quieren.
- Diferenciad entre problema y necesidad.
- Determinad qué beneficios estáis creando: qué espera (desea) esa clientela.

## SEGMENTO DE MERCADO (¿A quiénes?)

Definid quiénes son las personas que comprarán vuestro producto o servicio:

- Definid su personalidad: edad, sexo, qué hacen, cómo se comportan, visten...
- Decidid si tenéis que ajustar o adaptar la idea en función de la información que estáis recogiendo.

Salid a la calle y observad: ¿es el tipo de clientela que habéis definido?

- ¿Qué pretenden? ¿Resolver un problema o satisfacer una necesidad? ¿Verse bien o mejorar su status? ¿Tener mejor aspecto? ¿Sentirse más seguros?
- ¿Qué necesidades básicas satisfacéis? ¿Entretenimiento? ¿Ocio?

## CANALES (¿De qué forma?)

Determinad cómo llegará esa propuesta de valor a las personas:

- Decidid qué canales utilizaréis: físicos, virtuales,...
- Tienda física (distribuidor + minorista + mayorista), web o ventas en línea, comercio electrónico (web o aplicaciones especializadas), comercio social (Facebook, Twitter), distribución, fabricante,...
- ¿Venta directa o indirecta?

## RELACIÓN CON LA CLIENTELA (¿Cómo?)

Determinad cómo captarla y preservarla (fidelizarla):

- No perdáis de vista el arquetipo de cliente o clientela.
- Identificad las actividades que influirán para que compren las personas: publicidad, exposiciones, correo electrónico, blog, redes sociales, aparecer en revistas especializadas...
- Determinad cómo será la captación de la clientela: compartiendo conocimiento en redes para que sepan que existís, valorad si preguntan, si visitan vuestras redes y blog, cuántos ven los anuncios, cuántas visitas tiene la web...
- Decidid cómo preservar la cartera de clientes: puntos o recompensas por utilizar o comprar el producto o servicio, acceso gratuito a boletines, actualizaciones de vuestra app, concursos y premios, eventos, regalos...

## FUENTES DE INGRESOS (¿De dónde?)

Pensad cómo generar ingresos:

- Identificad fuentes de ingresos.
- Determinad precios.
- Estrategias de ingresos: pago por suscripción, licencias de uso, alquiler, venta, ingresos por publicidad...
- Estrategias de precios: un precio fijo (costes + margen de beneficio), precios negociables (descuentos).

## RECURSOS CLAVE

Indicad qué recursos necesitáis para que funcione la actividad:

- Recursos físicos: dónde vais a localizaros físicamente en caso de no ofrecer vuestra propuesta de valor solo online. Explicad también cómo conseguiréis los materiales, productos o servicios que vais a necesitar.
- Recursos económicos: explicitad si contáis con capital (dinero) propio o con dinero prestado por familiares o personas cercanas; si vais a recurrir al crowdfunding (financiación de varias personas que quieren invertir en vuestra propuesta) o a otro tipo de inversores, incubadoras de negocio, líneas de crédito, etc.
- Personas: describid a las personas que tenéis que contratar (asesoría, gestoría...)
- Propiedad intelectual: pensad si tenéis que registrar vuestra idea (patente), si generaréis derechos de autoría o si necesitáis hacer algún contrato de confidencialidad.

### ACTIVIDADES CLAVE

Definid qué acciones son necesarias para que funcione la propuesta:

- ¿Es un negocio de producción? ¿Fabricáis algo?
- ¿Servicios? ¿Ofrecéis vuestros conocimientos para resolver algún problema (asesoría, reparaciones, empresas suministradoras...)?

### SOCIAS Y SOCIOS CLAVE

Determinad con qué proveedores necesitáis contar para funcionar:

- Otras personas, empresas, organismos o instituciones necesarios para la actividad.

### ESTRUCTURA DE COSTES

Identificad y calculad cuánto cuesta lo que necesitáis:

- Costes fijos: instalaciones, salarios, electricidad,...
- Costes variables: materiales, embalajes, impuestos, comisiones sobre ventas...
- Costes del producto, lo que cobra la competencia (si la tenéis), cuánto cuesta vuestro canal de distribución (promoción, publicidad), cuánto se deja de ganar por hacer descuentos...