

Business model kit

 **Subetapa:**
Contexto

 **Tiempo:**
60 min

 **Dinámica recomendada:**
5 personas e/o individual

 **Materiales aplicación físico:**

- Pintarrón
- Impresiones o kit de business model kit
- Plumones para pintarrón

 **Materiales aplicación digital:**

- Plantilla en Miro
- Laptops con internet

 **Enlace de descarga:**
tooltec.mx

Business model kit

BuOp · 3

Herramienta que permite mapear las relaciones relevantes de un modelo de negocio existente con la finalidad de identificar oportunidades.

Para entender el Business Model Kit primero es necesario entender que es un **modelo de negocio**.

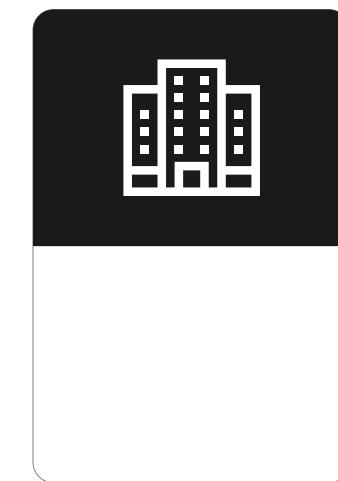
Es una herramienta creada por Board of Innovation que permite mapear las relaciones relevantes de una empresa con sus principales stakeholders en el proceso de generación de valor. Se mapean los principales mecanismos de transferencia de valor entre la empresa (10 tipos) y todos los actores relevantes dentro del modelo de negocio, lo que puede incluir 6 actores de diferente tipo. El business model kit cuenta con dos tipos de fichas que se explican a continuación:

Autor:
Board of innovation

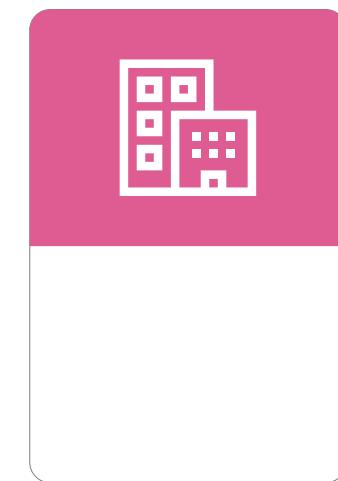
Bibliografía:
Sutton, A. (2020, February 6). Business model kit. Board of Innovation. <https://www.boardofinnovation.com/tools/business-model-kit/>

Referencias adicionales:
Board of Innovation's The Business Model Kit template | Miroverse. (2022). Miro | Miroverse. <https://miro.com/miroverse/the-business-model-kit/>

1. Actores.



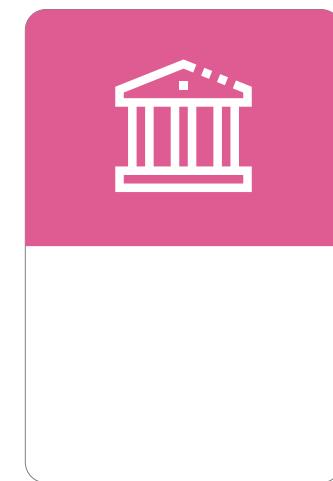
Tu organización:
Es la ficha que representa a la empresa. Es el punto central, ya que a partir de la misma se construye alrededor el modelo de negocio



Otras empresas:
Son empresas que no son ni clientes ni proveedores que junto con la organización generan valor, por ejemplo una empresa con la que se asocia la organización para comercializar los productos y/o servicios.



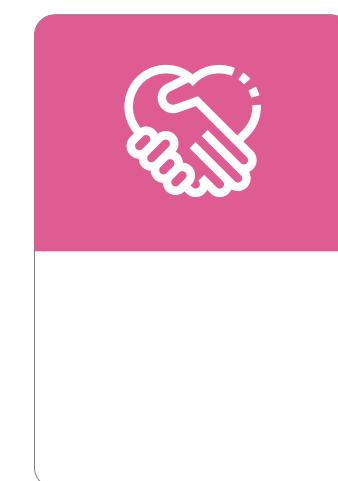
Clientes:
Son las personas u organizaciones quienes son directamente beneficiados por la propuesta de valor y que entregan algo a cambio.



Gobierno:
Son las instituciones públicas que regulan el modelo de negocio y que en ocasiones pueden ser parte fundamental de la generación de valor.



Proveedores:
Son las personas u organizaciones que suministran materias primas u otros recursos fundamentales para la generación de la propuesta de valor de la organización.



Organizaciones de la Sociedad civil:
Son organizaciones no gubernamentales sin ánimo de lucro que buscan generar iniciativas sociales.

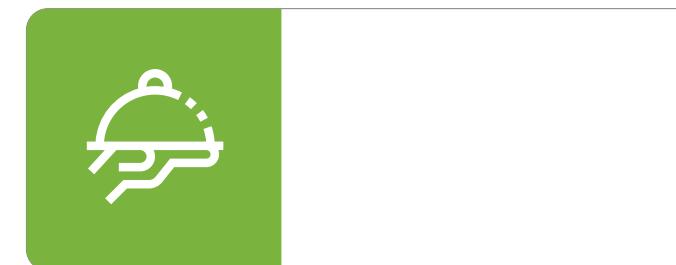
Business model kit

BuOp · 3

2. Mecanismos de transferencia de valor.



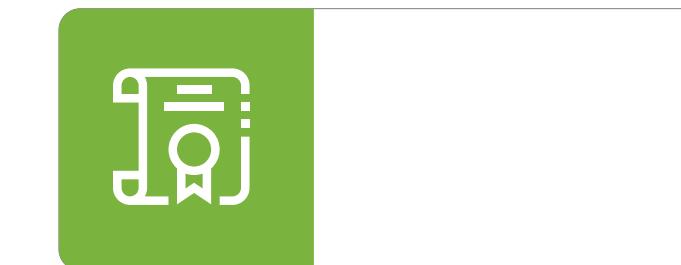
Producto. Es el elemento tangible o intangible que se le ofrece al cliente para satisfacer una necesidad o solucionar un problema



Servicio. Es algo adicional que se ofrece junto con el producto principal que mejora la propuesta de valor de la organización, por ejemplo el llevar la comida al domicilio del cliente.



Dinero. Es el recurso monetario con el que se pagan los productos y/o servicios entre los diferentes stakeholders. Esta ficha representa el valor normal de un producto o servicio.



Derechos. Se refiere a la transferencia de derechos de propiedad intelectual o derechos de uso de un activo intangible.



Reputación. Es un sistema de retroalimentación que se puede dar en muchos sentidos, por ejemplo cliente-empresa o viceversa.



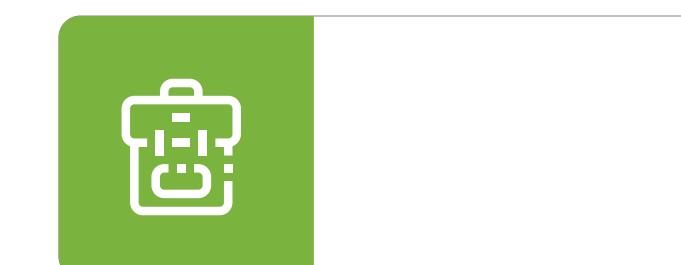
Créditos. Se refiere a los sistemas virtuales que dan recompensas a los clientes por medio de mecanismos como tarjetas de lealtad.



Menos dinero (micropagos). Se refiere a pequeñas cantidades de dinero que son complementarias al dinero que se paga por los productos o servicios principales. Son transferencias monetarias que se dan entre los stakeholders por otros beneficios adicionales, por ejemplo el dinero que se obtiene cuando un cliente recomienda entre sus amigos un producto



Exposición. Es el elemento que se refiere a los procesos de mercadotecnia que hace más atractivo uno o más elementos del modelo de negocio.



Exposición. Se refiere a la generación de momentos memorables para los clientes, lo cual agrega valor que incluso puede ser mayor al generado por el producto o servicio principal.

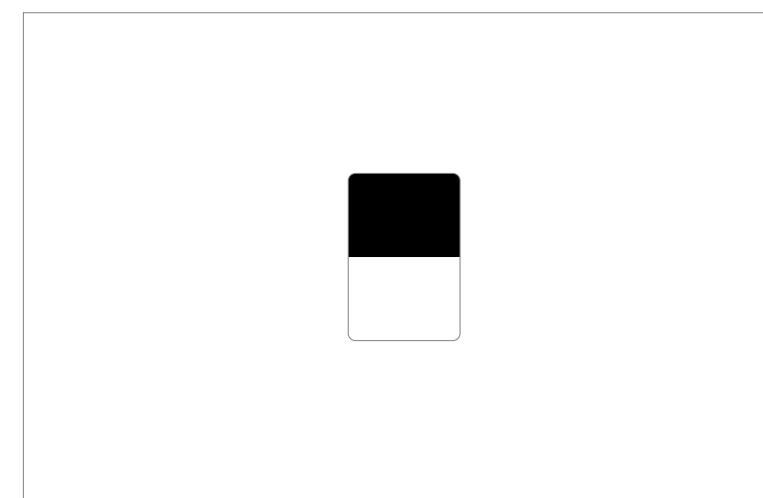


Información o datos. En la actualidad la información es generada y comercializada como parte importante de los modelos de negocio.

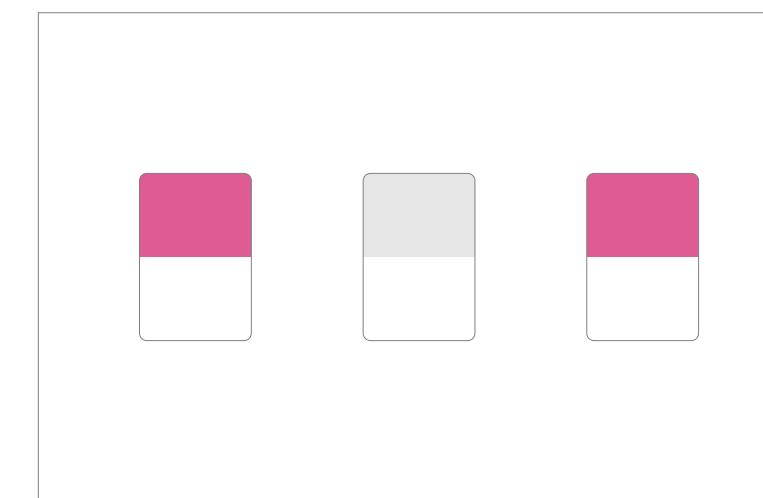


Business model kit

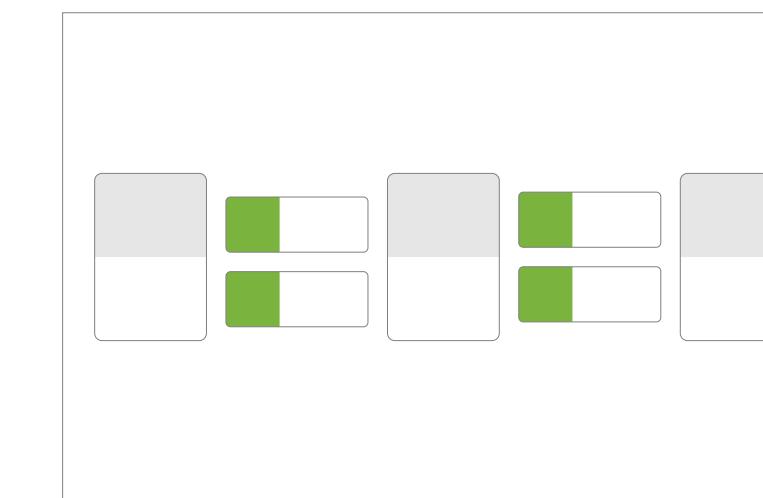
BuOp · 3

**Paso 1.**

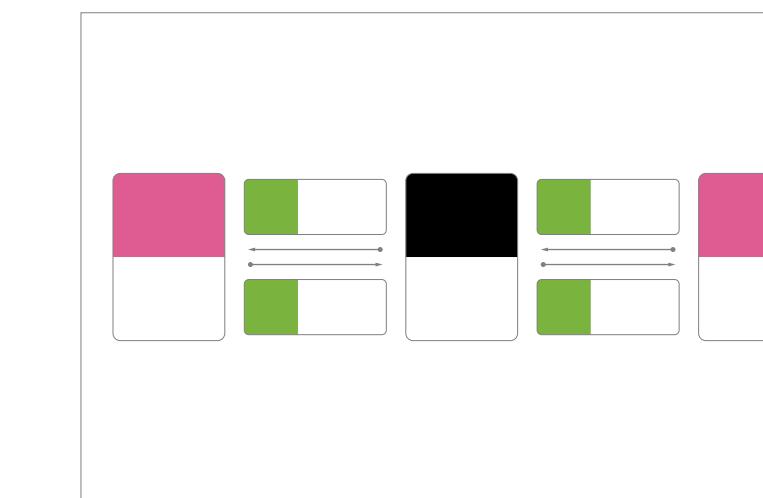
Colocar al centro del pintarrón o tablero virtual la ficha de tu organización, la cual será el punto de partida de todas las relaciones del modelo de negocio.

**Paso 2.**

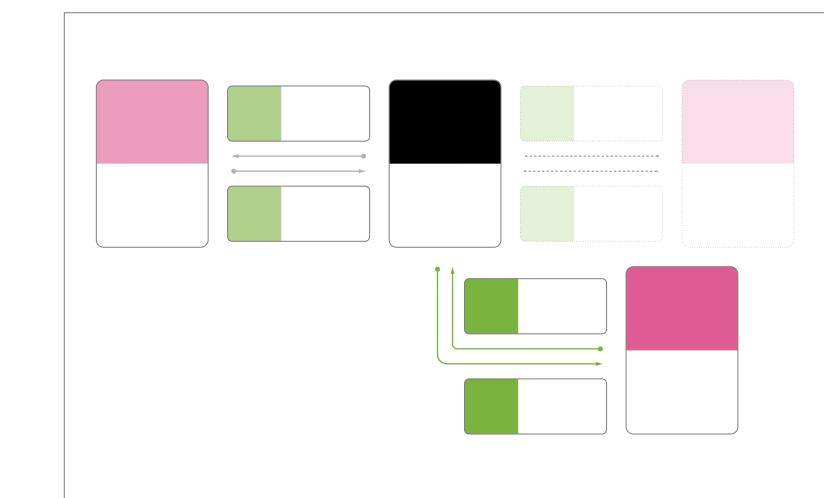
Identificar y colocar alrededor de la organización todos los stakeholders con los que se tengan transferencias de valor en uno o dos sentidos.

**Paso 3.**

Identificar las transferencias de valor de la organización con cada uno de los actores (puede ser en un sentido o en ambos). Además, los actores pueden transferir valor entre sí.

**Paso 4.**

Verificar que todos los actores y transferencia de valor están representados en el tablero final.

**Paso 5.**

Identificar nuevas relaciones que se podrían realizar o imaginar escenarios donde uno de los actores desaparece. Cada reformulación del modelo de negocio debe generar una oportunidad de innovación.

Business model kit

BuOp · 3

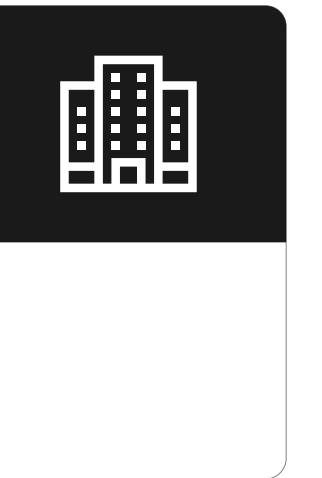


Diseño original:

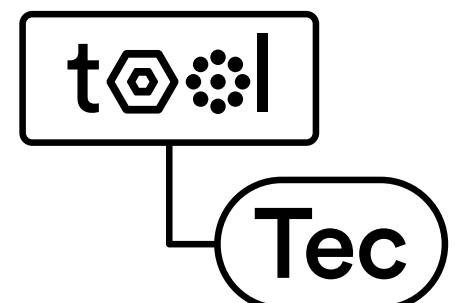
Sutton, A. Business model kit. Board
of Innovation. [https://www.
boardofinnovation.com/tools/business-
model-kit/](https://www.boardofinnovation.com/tools/business-model-kit/)

Adaptación:

ToolTec



© 2022 ToolTec.



Business model kit

BuOp · 3

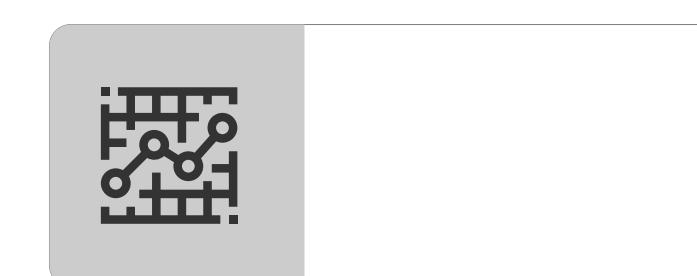
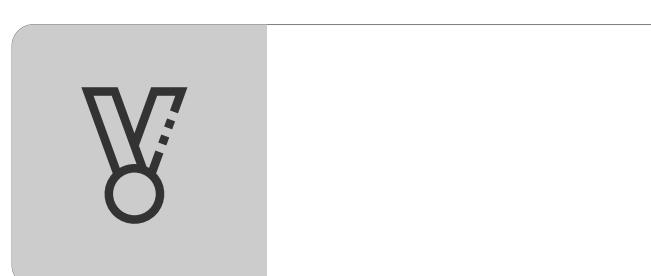
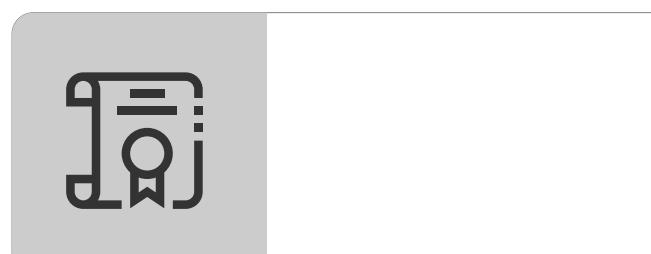
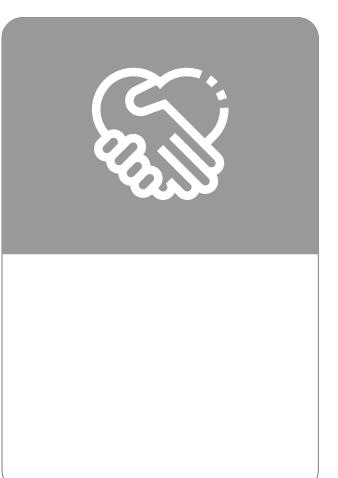
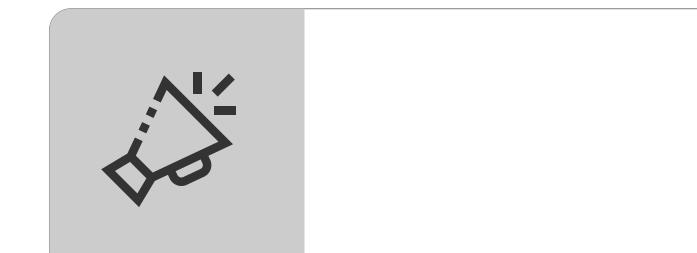
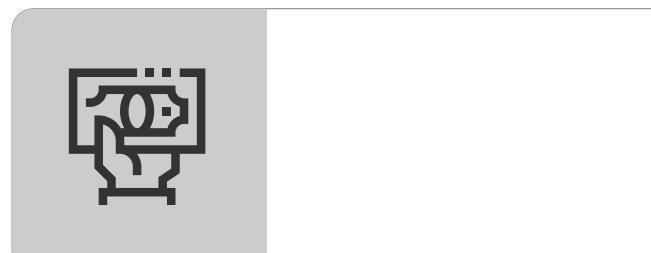
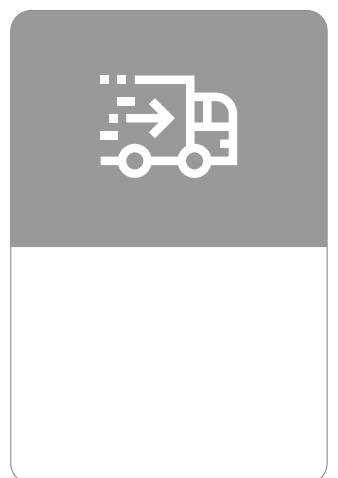
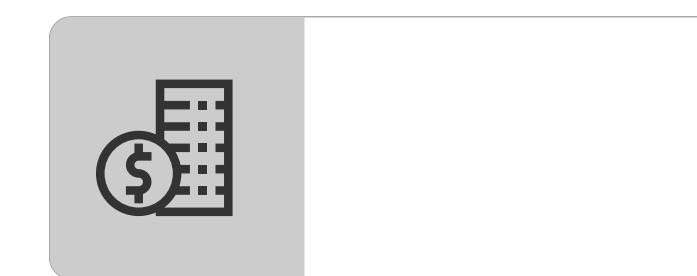
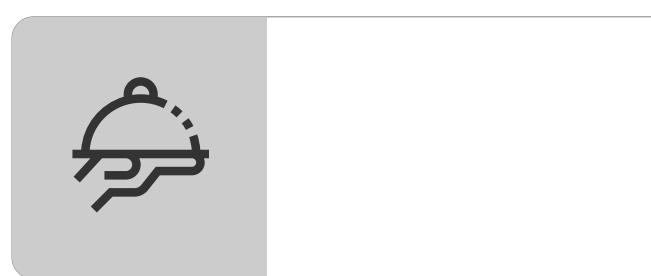
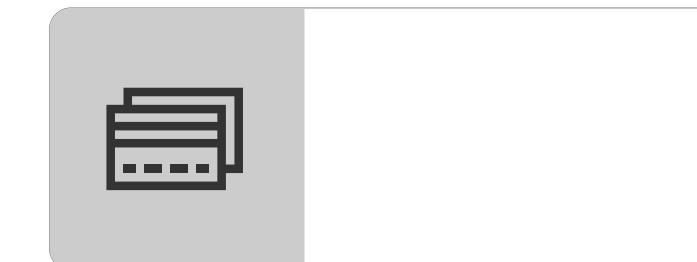
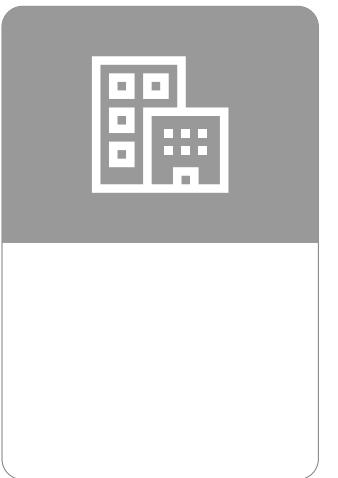


Diseño original:

Sutton, A. Business model kit. Board of Innovation. <https://www.boardofinnovation.com/tools/business-model-kit/>

Adaptación:

ToolTec



© 2022 ToolTec.

