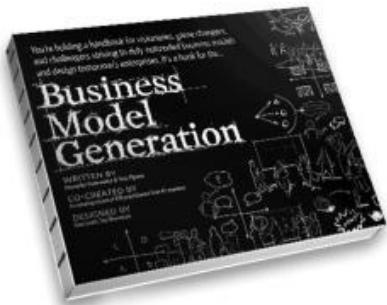


PROGRAMA **GARAITUZ** PROGRAMA

Guía para el diseño de modelos de negocios basado en el Modelo Canvas

(Business Model Design)



Metodología de Alex Osterwalder

Presentación y recopilación de materiales:
Iñaki Heras, Equipo Garaituz, UPV-EHU



Índice

- 1. ¿Qué es un modelo de negocio?**
- 2. ¿En qué consiste el modelo Canvas?**
- 3. ¿Cómo se construye un modelo Canvas?**
- 4. Críticas al modelo**
- 5. Ejemplos de modelo Canvas**
- 6. Algunos recursos de interés**

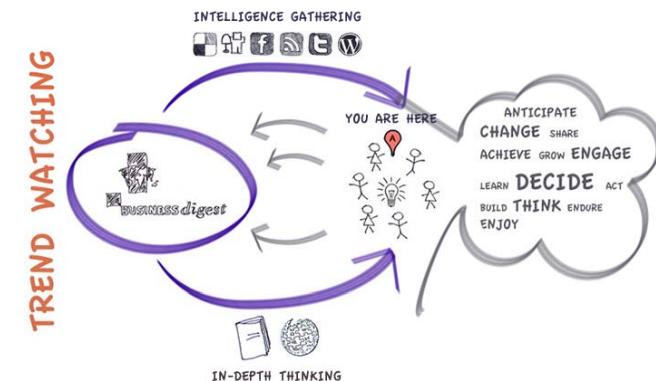
Índice

- 1. ¿Qué es un modelo de negocio?**
- 2. ¿En qué consiste el modelo Canvas?**
- 3. ¿Cómo se construye un modelo Canvas?**
- 4. Críticas al modelo**
- 5. Ejemplos de modelo Canvas**
- 6. Algunos recursos de interés**

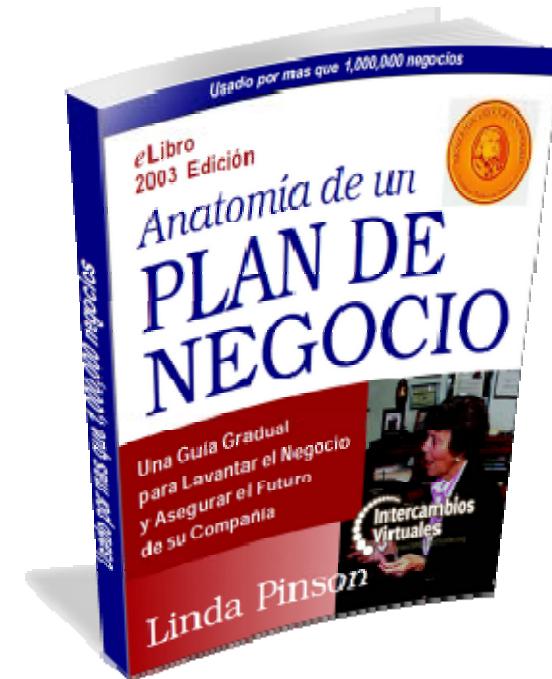
1. ¿Qué es un modelo de negocio?

Un **modelo de negocios** recoge las **bases de creación de valor** de un negocio o proyecto.

Es una simplificación, un **plano**, un **croquis**, que recoge las **bases de un negocio o proyecto** (concepto al que también suele denominarse “modelo de negocio”, pero en un sentido bien diferente)



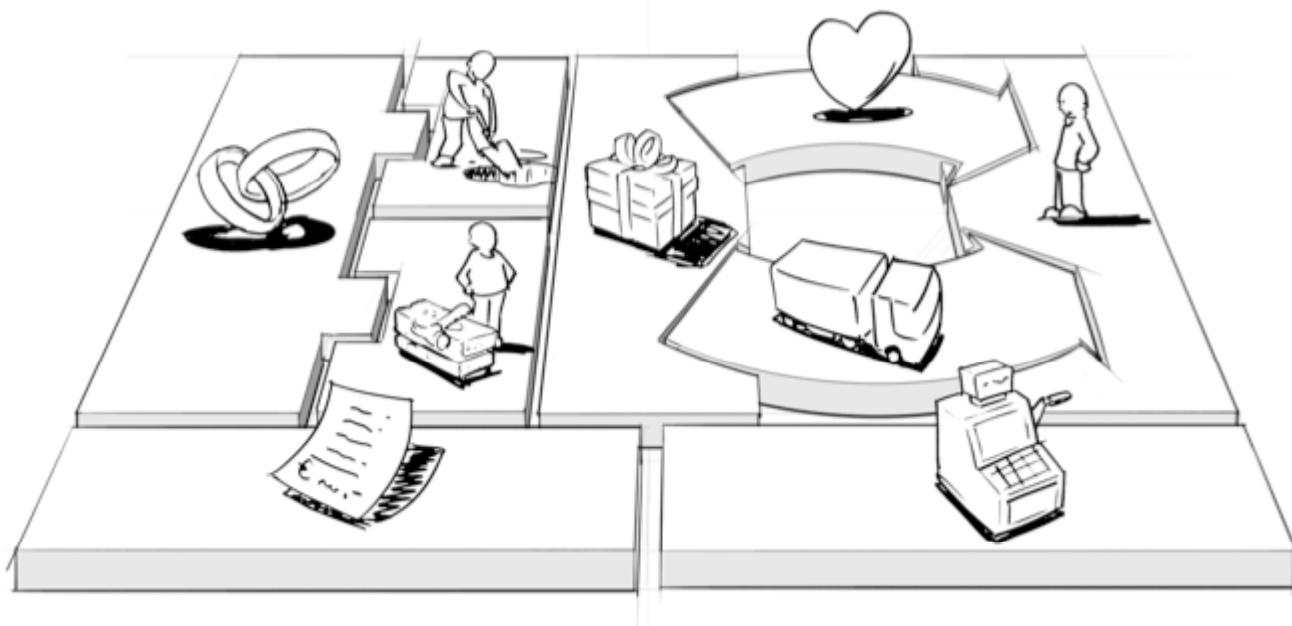
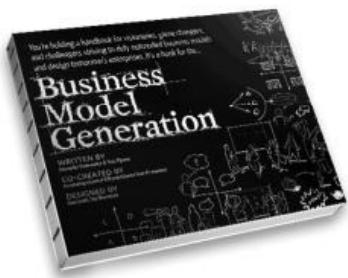
Un **modelo de negocios** **no** es un **plan de negocio** o un **plan de empresa** donde se recoge la explicación ordenada y sistemática de un proyecto o empresa...

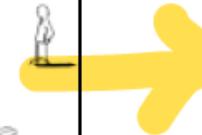
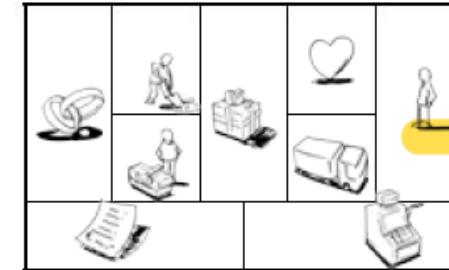
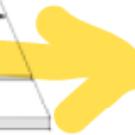
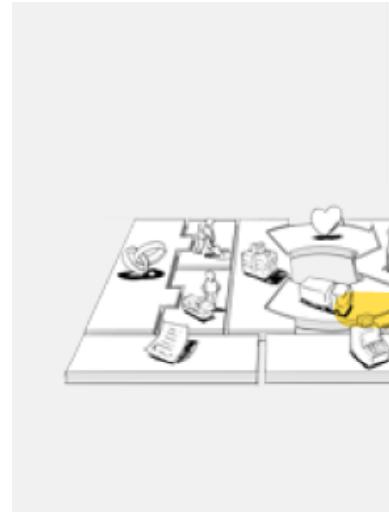


Índice

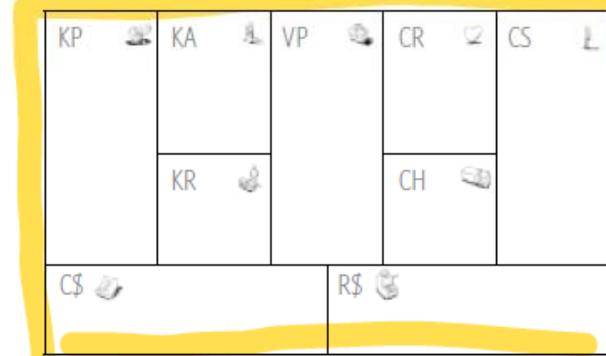
- 1. ¿Qué es un modelo de negocio?**
- 2. ¿En qué consiste el modelo Canvas?**
- 3. ¿Cómo se construye un modelo Canvas?**
- 4. Críticas al modelo**
- 5. Ejemplos de modelo Canvas**
- 6. Algunos recursos de interés**

2. ¿En qué consiste el modelo Canvas?

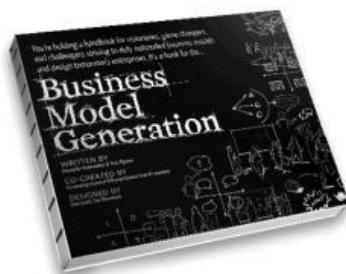




The Business Model Canvas



9

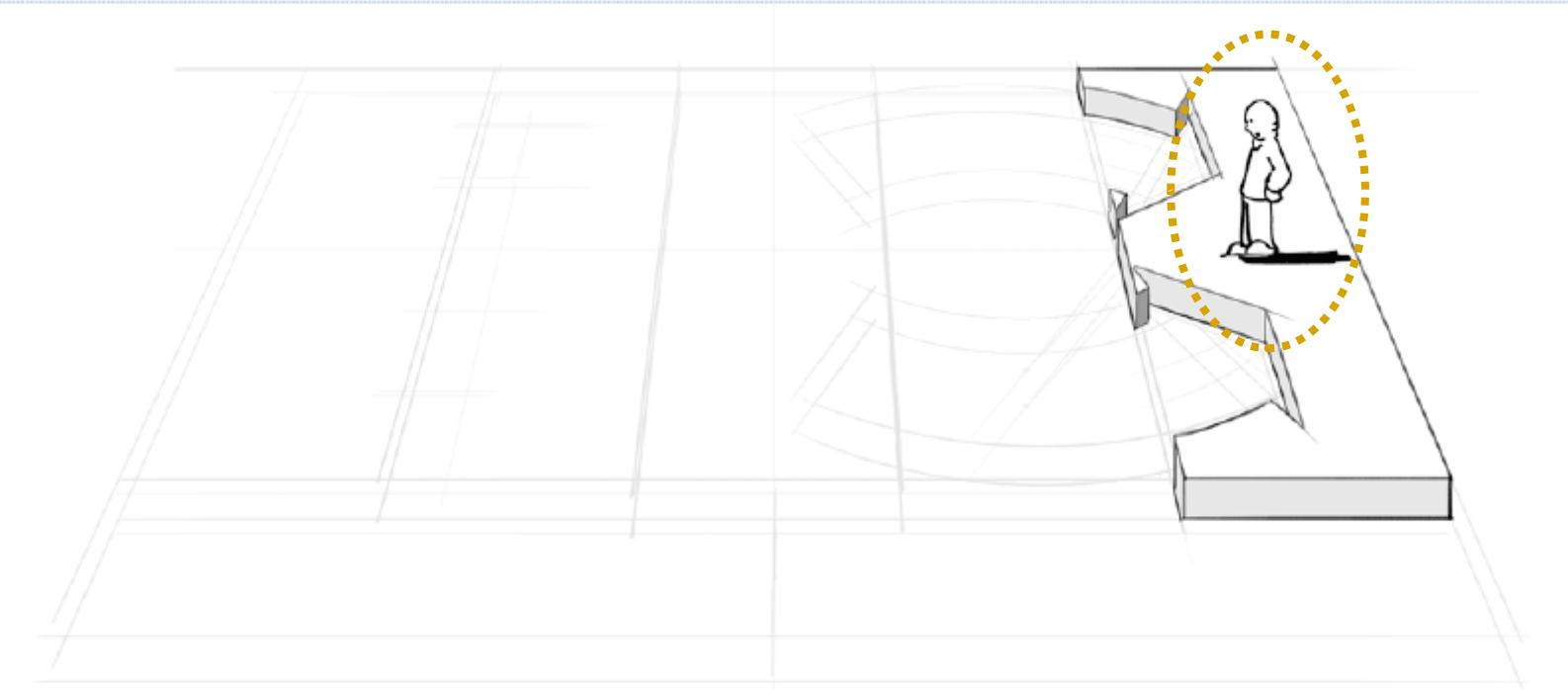


Cómo	Qué	Quién
€		

4



Segmentos de clientes



¿Para quién creamos valor?

Los clientes son el **objetivo** hacia donde se dirigirá el **negocio**. Pueden ser uno o **más grupos** de clientes, pero correctamente distinguidos unos de otros.

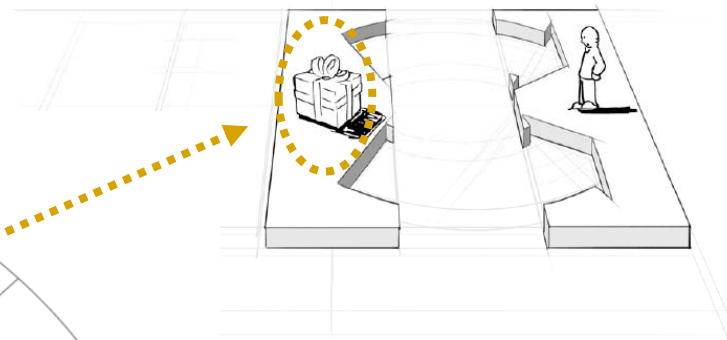
Propuestas de valor



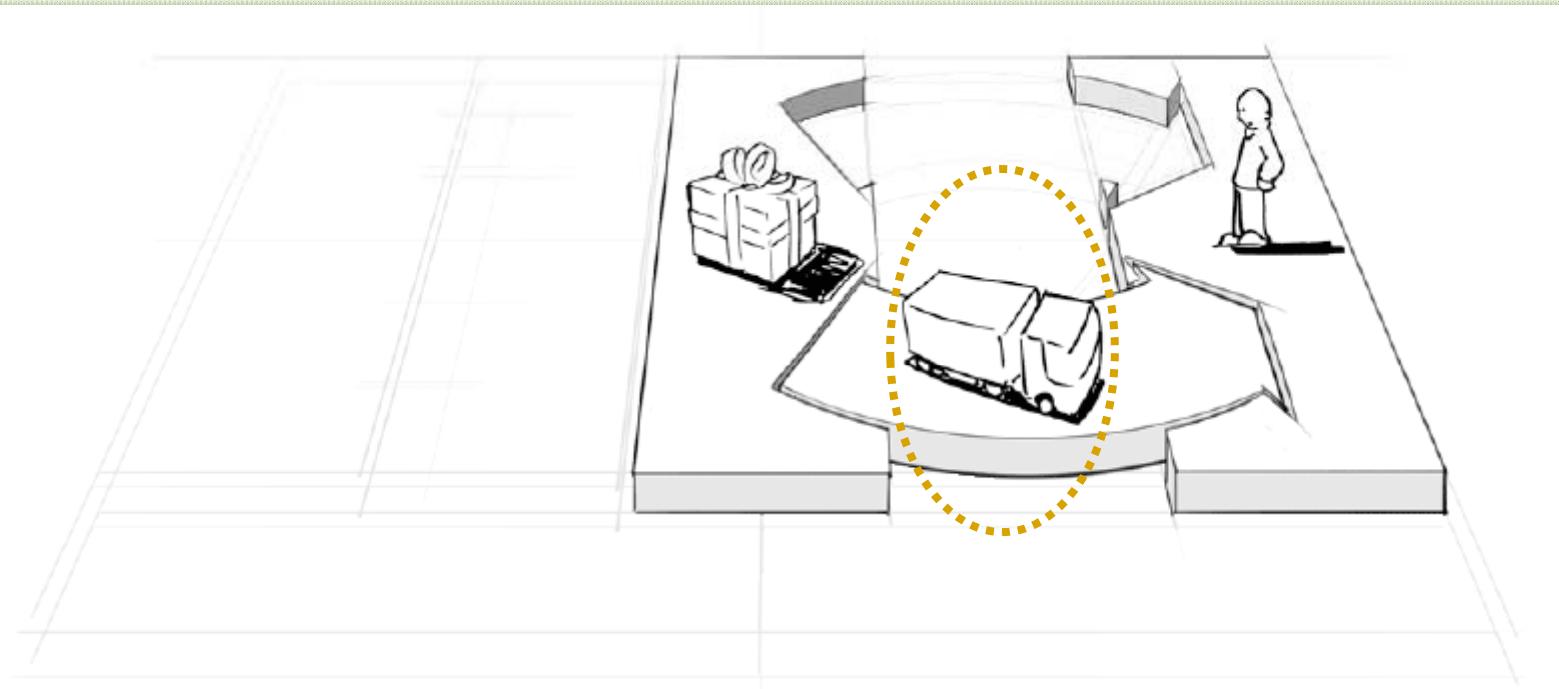
**¿Qué ayuda ofrecemos?
¿Qué problema ayudamos a resolver?
¿Qué valor ofrecemos a nuestro(s) cliente(s)?**

Junto con nuestro objetivo, el cliente, tenemos que definir **qué le vamos a ofrecer**. Se pueden definir **distintas ofertas** según los distintos grupos de clientes.

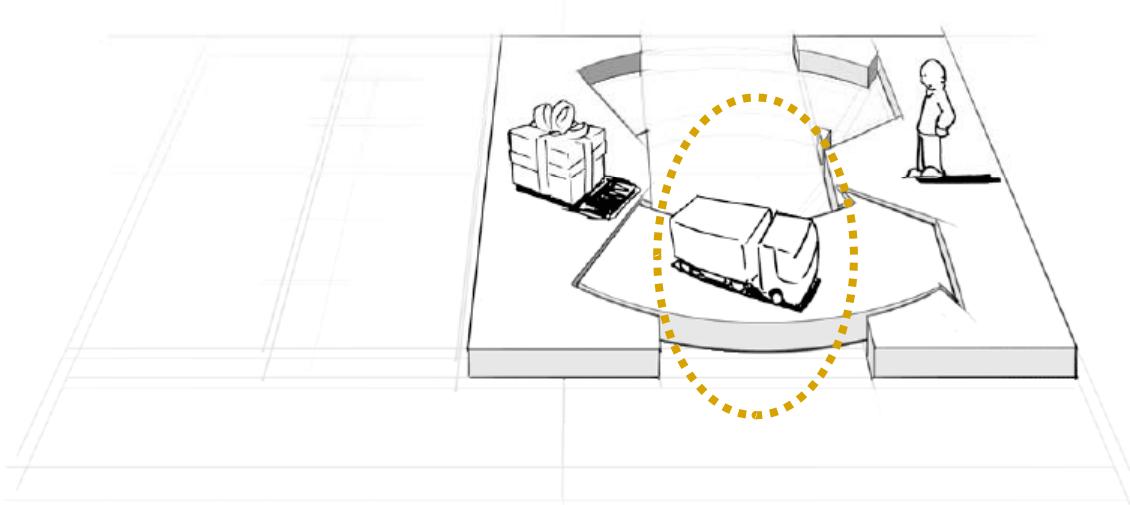
Propuestas de valor



Canales de distribución y comunicación

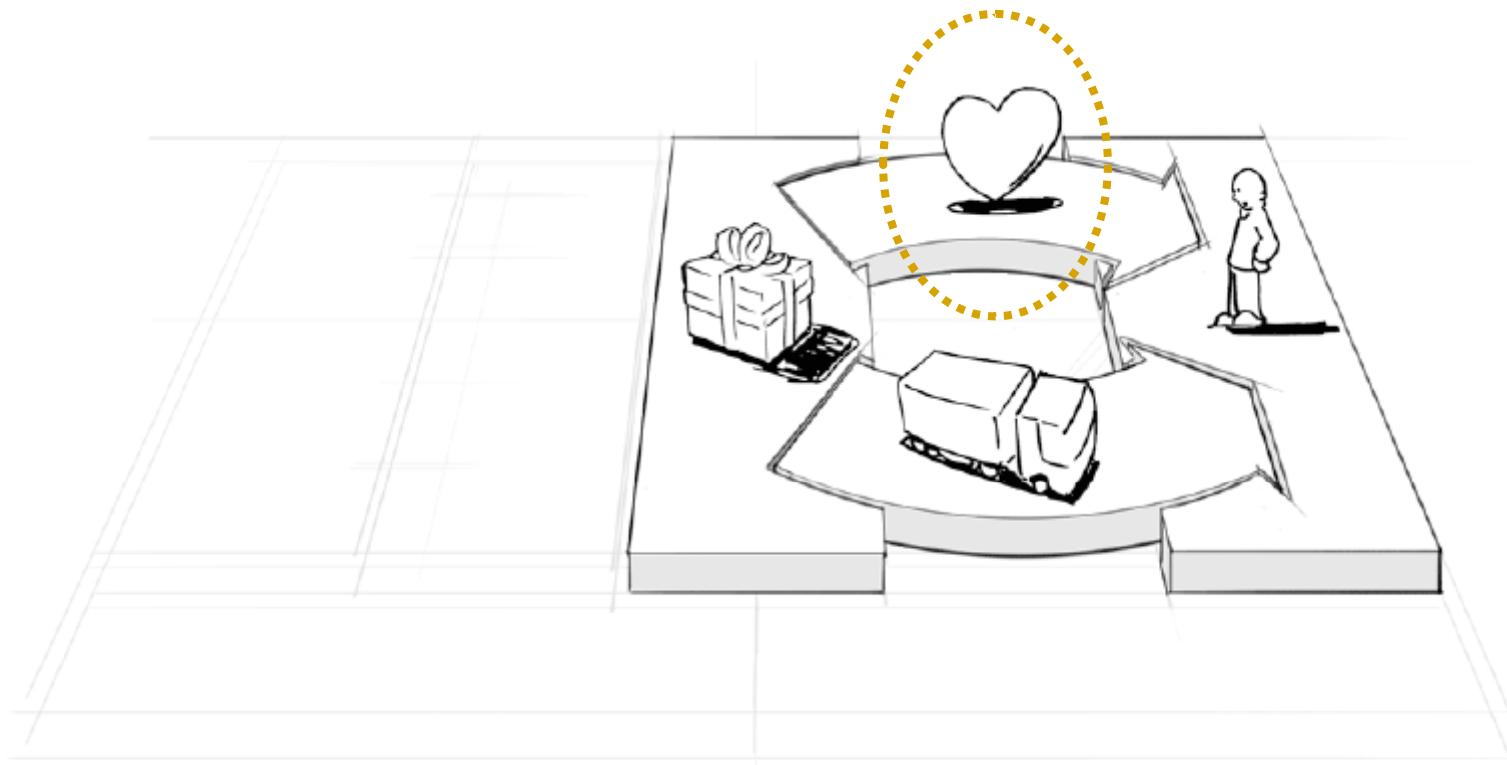


¿Cómo se **entera el cliente** de nuestra existencia?
¿Cómo haremos para que el cliente **reciba** nuestra propuesta de valor?



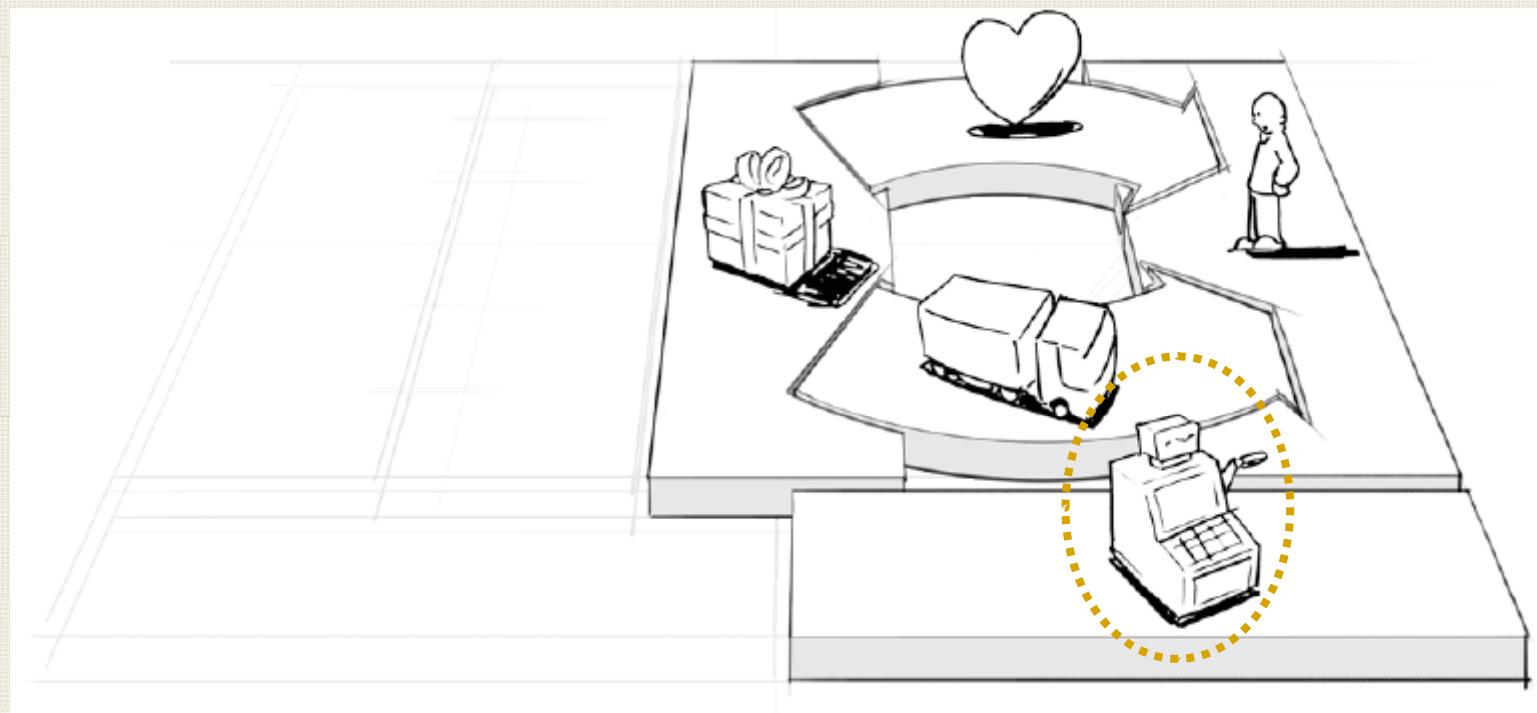
Tipos de Canal			Fases del Canal				
Propio	Directo	Fuerza de ventas	1. Percepción.	2. Evaluación.	3. Compra.	4. Entrega.	5. Post-Venta.
		Ventas por Internet	¿Cómo elevamos la percepción acerca de los productos y servicios y servicios?	¿Cómo ayudamos a nuestros clientes a evaluar la proposición de valor de nuestra organización?	¿Cómo permitimos que nuestros clientes compren de manera específica nuestros productos y servicios?	¿Cómo entregamos la proposición de valor a los clientes?	¿Cómo proveemos soporte post-venta a nuestros clientes?
Asociado	Indirecto	Tiendas propias					
		Tiendas asociadas					
		Mayorista					

Relación con el cliente



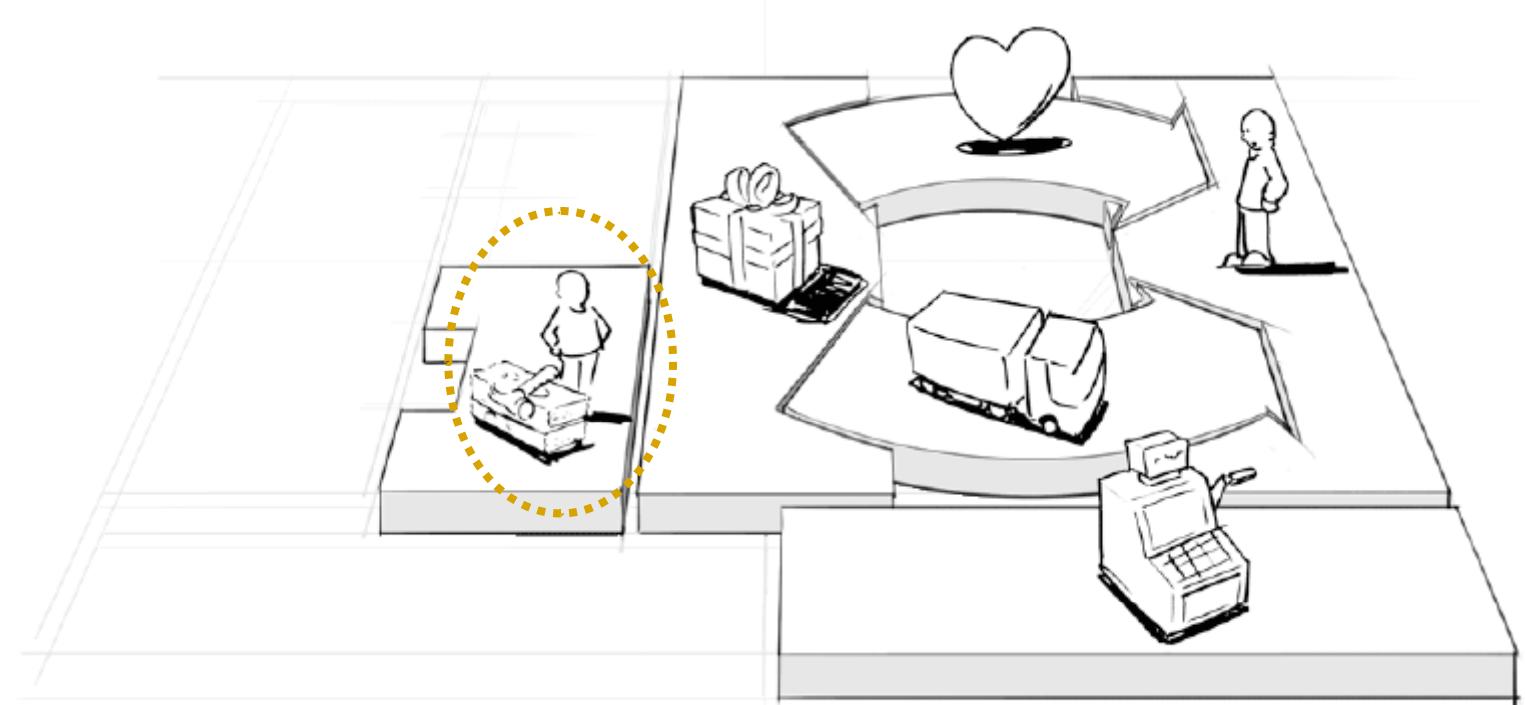
¿Cómo integrar al **cliente** en nuestro modelo de negocio?
¿Cómo hacemos para que el **cliente** se mantenga **ligado** a nuestra propuesta?

Flujos o fuentes de ingresos



¿Qué **ingresos**, en qué concepto y con quiénes?

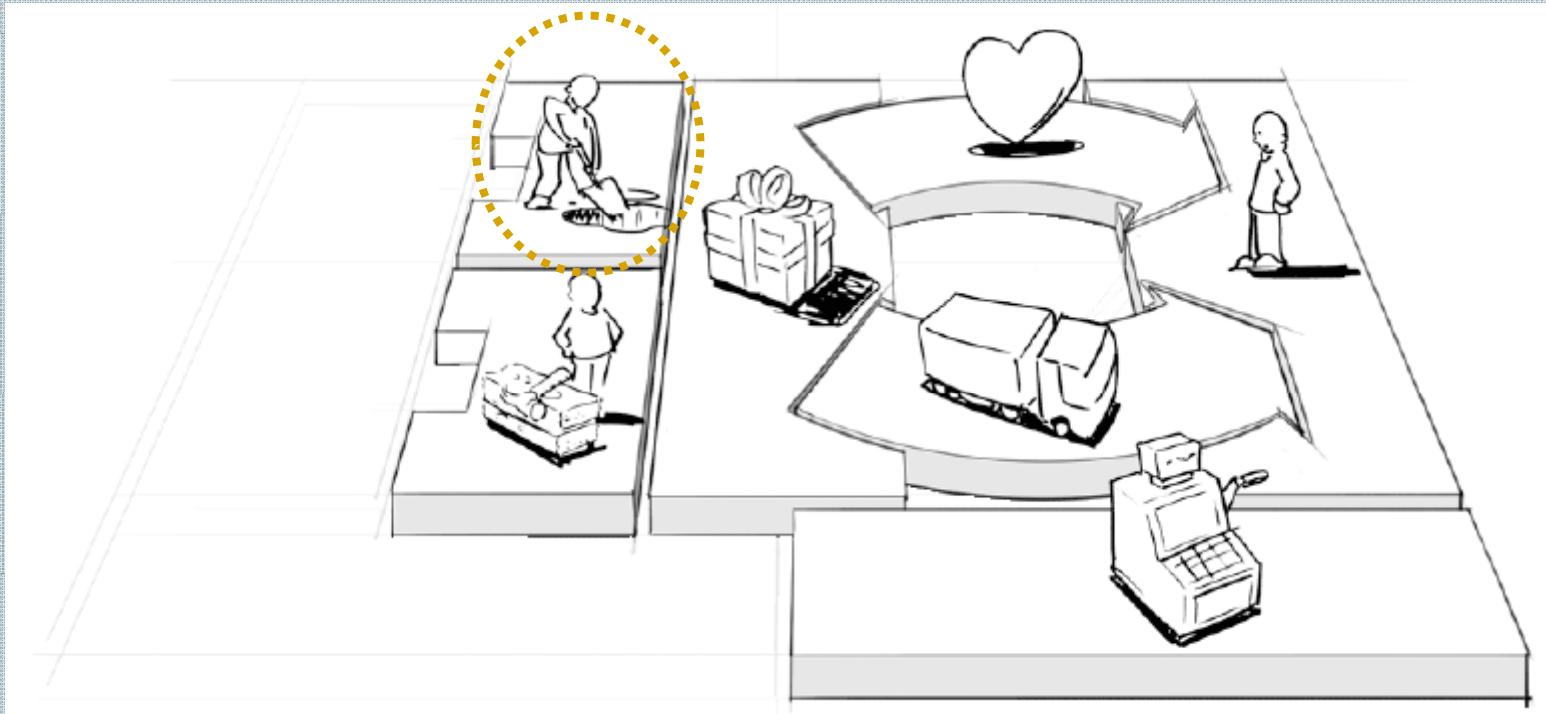
Recursos clave



**¿Qué somos? Nuestros recursos tangibles e intangibles
(experiencia, contactos, habilidades...)**

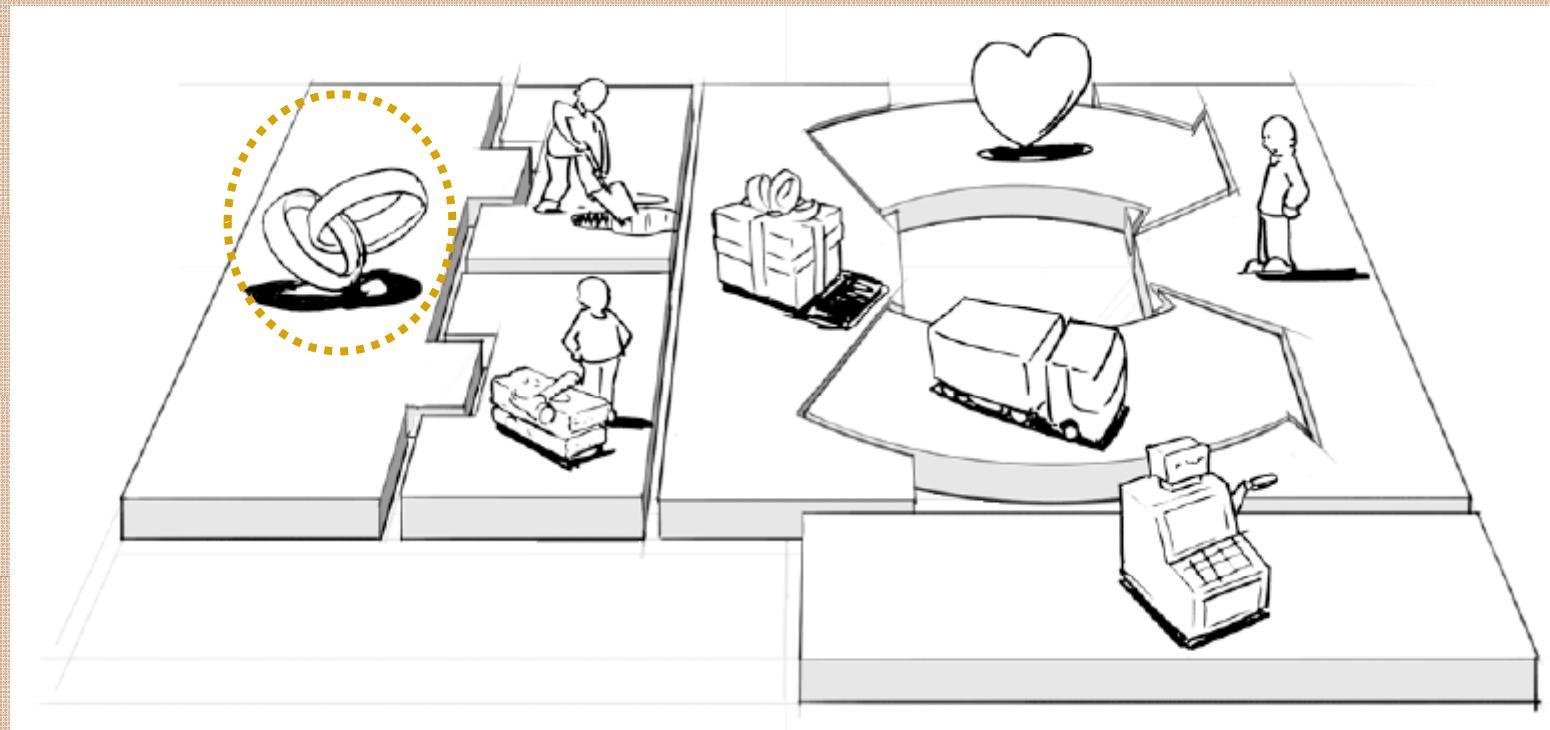
¿Qué elementos tenemos para construir la propuesta de valor?

Actividades claves



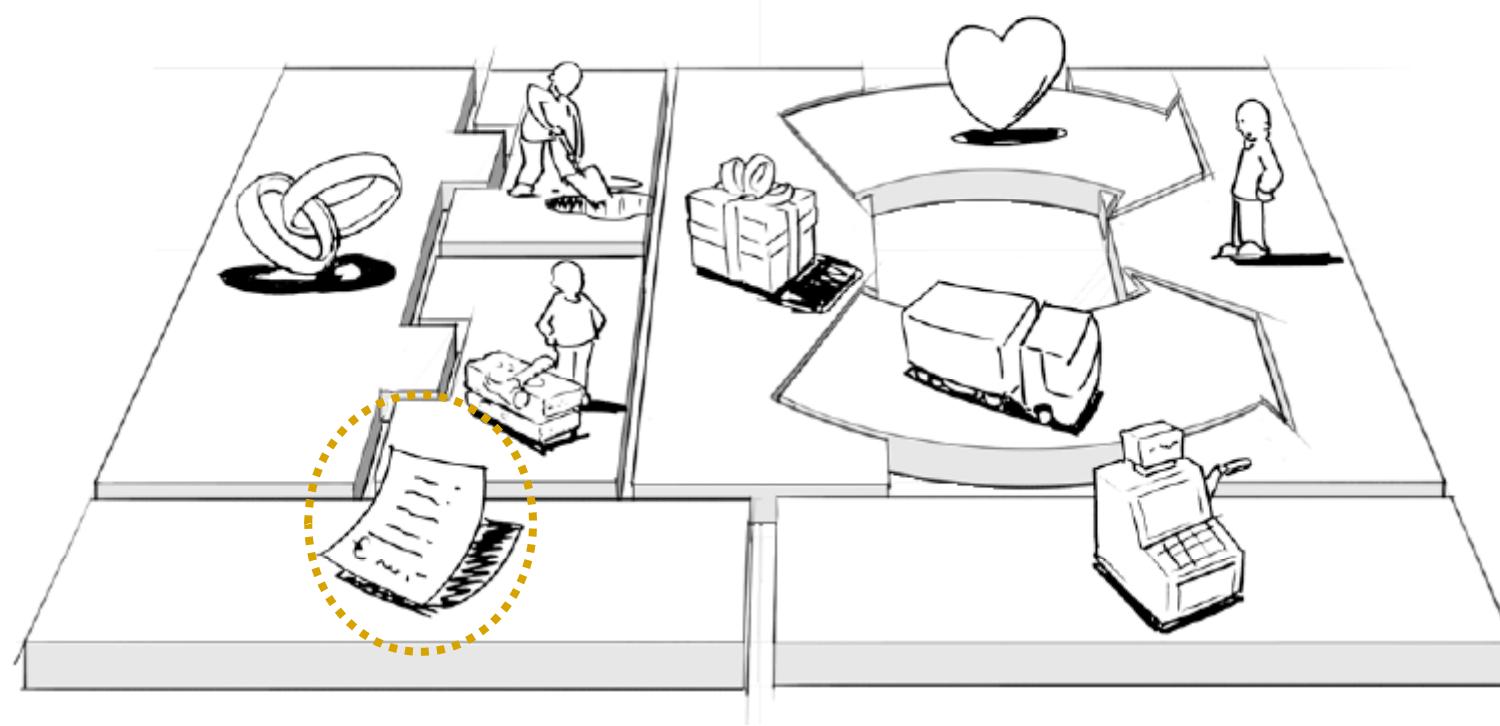
**¿Qué hacemos para ofrecer nuestra propuesta?
¿Qué actividades y procesos que deben llevarse a cabo para producir la oferta de valor?**

Alianzas clave

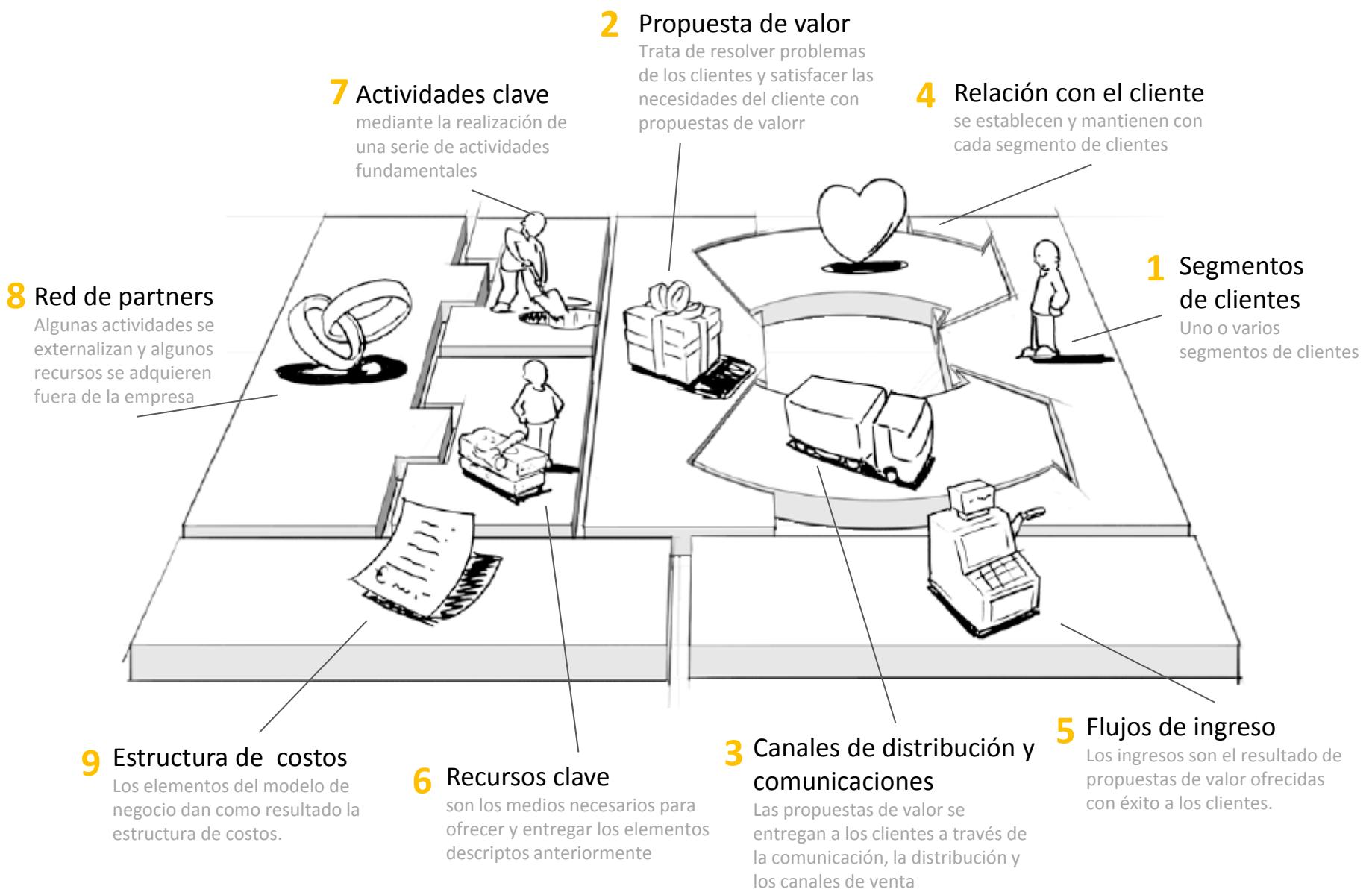


Para lograr realizar las actividades y para conseguir los recursos,
necesito **aliados o socios** que me ayuden.

Estructura de costes



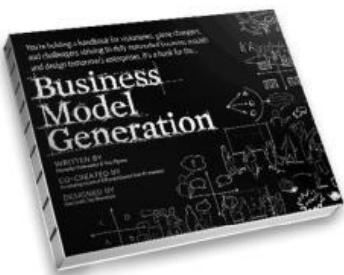
Todo lo que significa producir la propuesta de valor; llevar a cabo las actividades claves y tener recursos, implica **costes**. Estos pueden ser económicos o de otra índole.



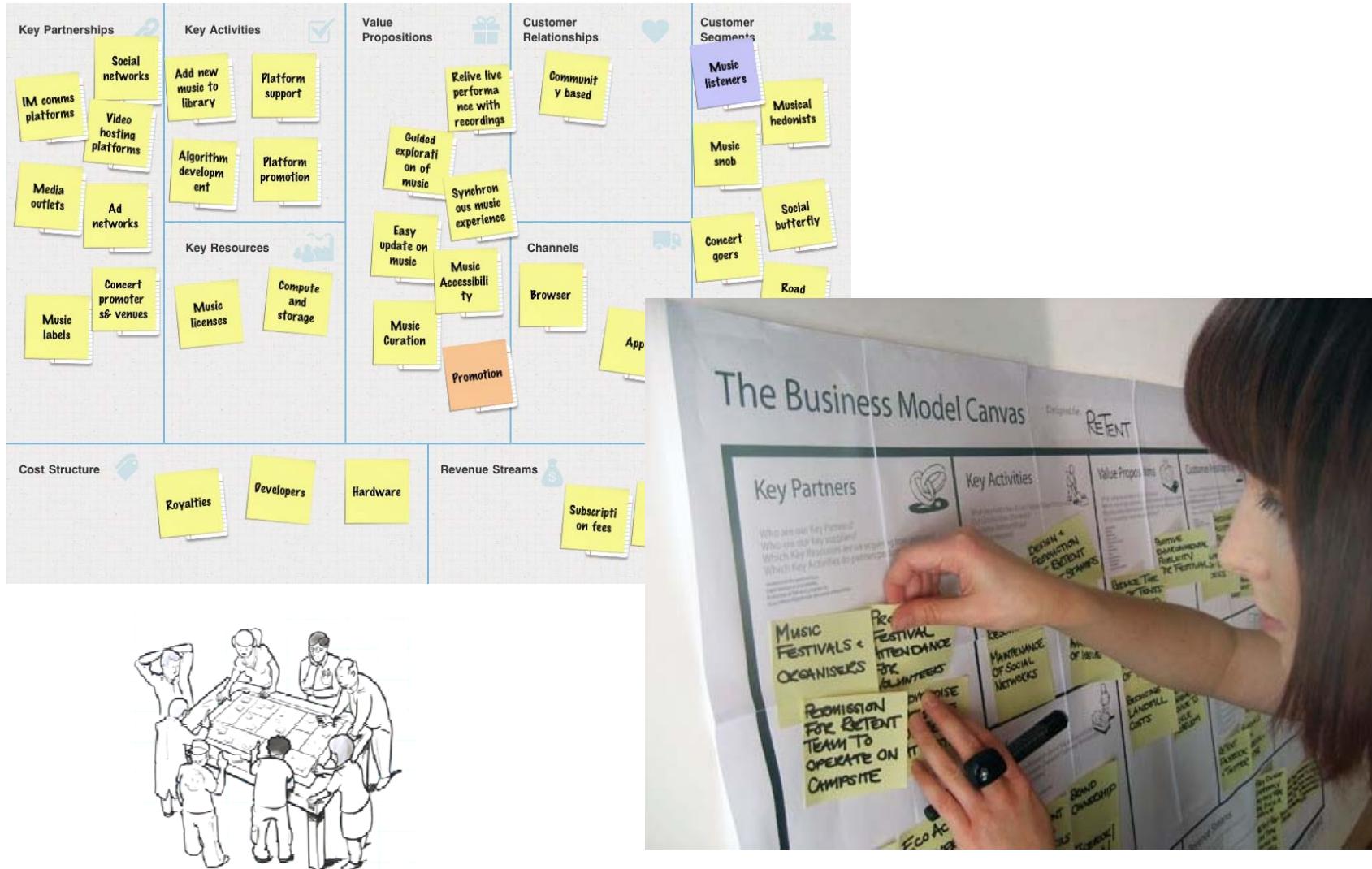
Índice

- 1. ¿Qué es un modelo de negocio?**
- 2. ¿En qué consiste el modelo Canvas?**
- 3. ¿Cómo se construye un modelo Canvas?**
- 4. Críticas al modelo**
- 5. Ejemplos de modelo Canvas**
- 6. Algunos recursos de interés**

3. ¿Cómo se construye un modelo Canvas?



3. ¿Cómo se construye un modelo Canvas?



Algunas **reglas** a tener en cuenta en la construcción

1. No rechazar, no juzgar, no criticar sin argumentos de peso...
2. Aceptar ideas “rompedoras”, “extrañas”,
3. Adoptar “roles” diferentes e intercambiarlos.
4. Combinar ideas para generar nuevas ideas.
5. Utilizar la comunicación visual.
6. Evitar que unas pocas personas peguen muchos post-it.
7. No hay reglas... ;-)



Índice

- 1. ¿Qué es un modelo de negocio?**
- 2. ¿En qué consiste el modelo Canvas?**
- 3. ¿Cómo se construye un modelo Canvas?**
- 4. Críticas al modelo**
- 5. Ejemplos de modelo Canvas**
- 6. Algunos recursos de interés**

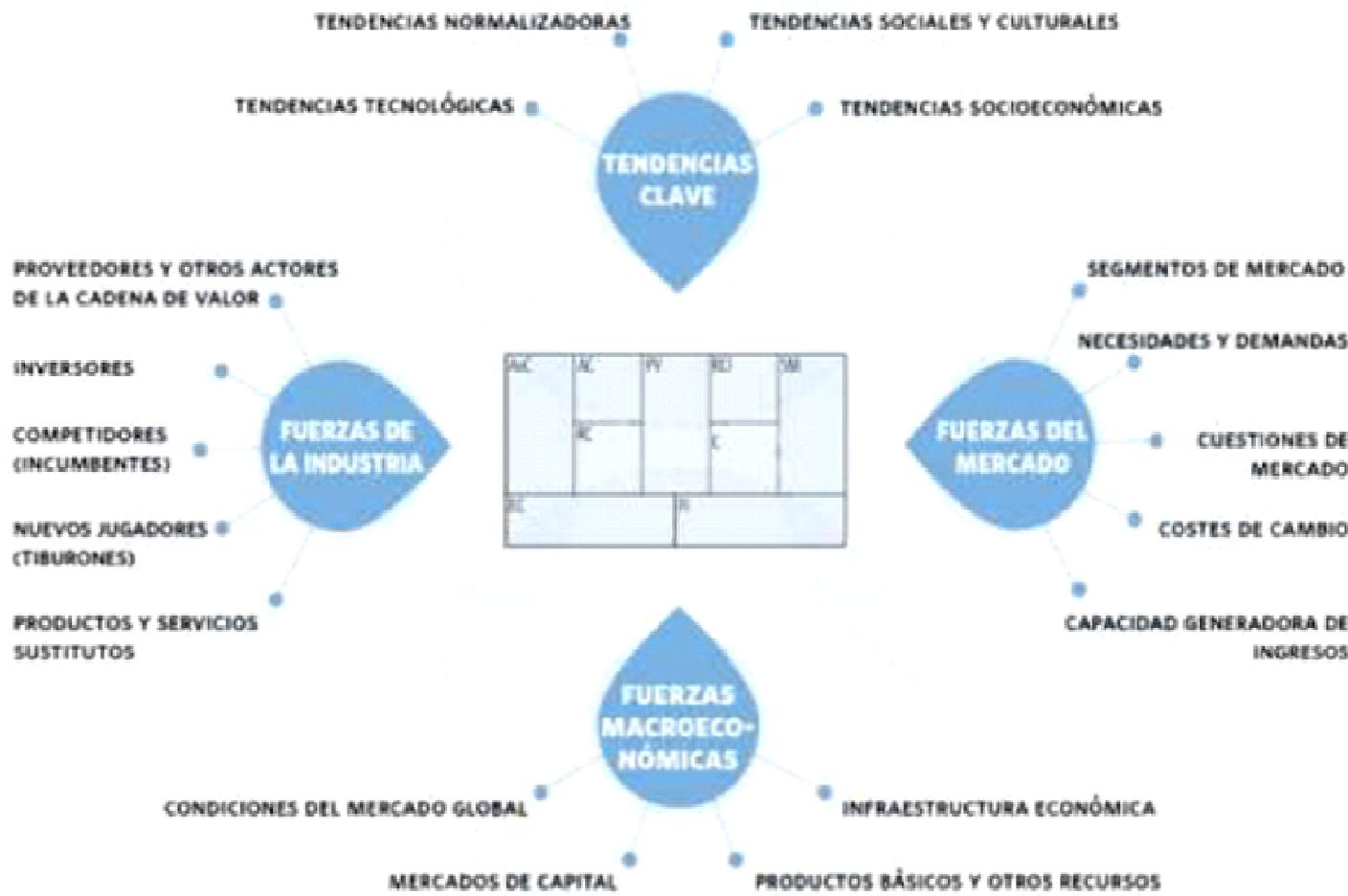
4. Críticas al modelo

Es un modelo que mejora muchos otros modelos previos, pero cabe reflexionar y recoger ciertas **críticas** ...

1. Es un modelo orientado a proponer, aunque no tanto a evaluar propuestas...
2. No tiene en cuenta factores clave como el de la competencia...
3. Es muy intuitivo y visual pero.... ¿Quizá demasiado?



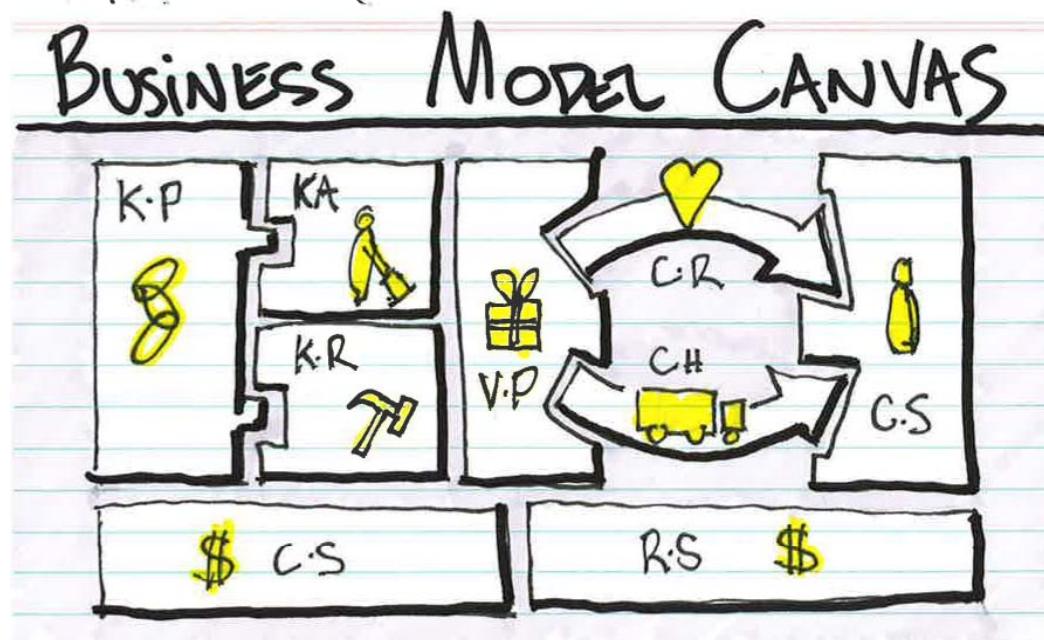
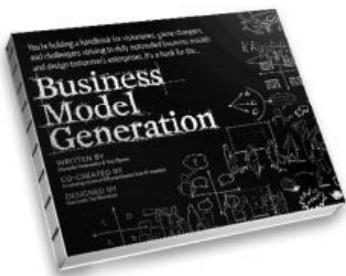
Propuestas de mejora analizadas.... Diversos ejemplos:

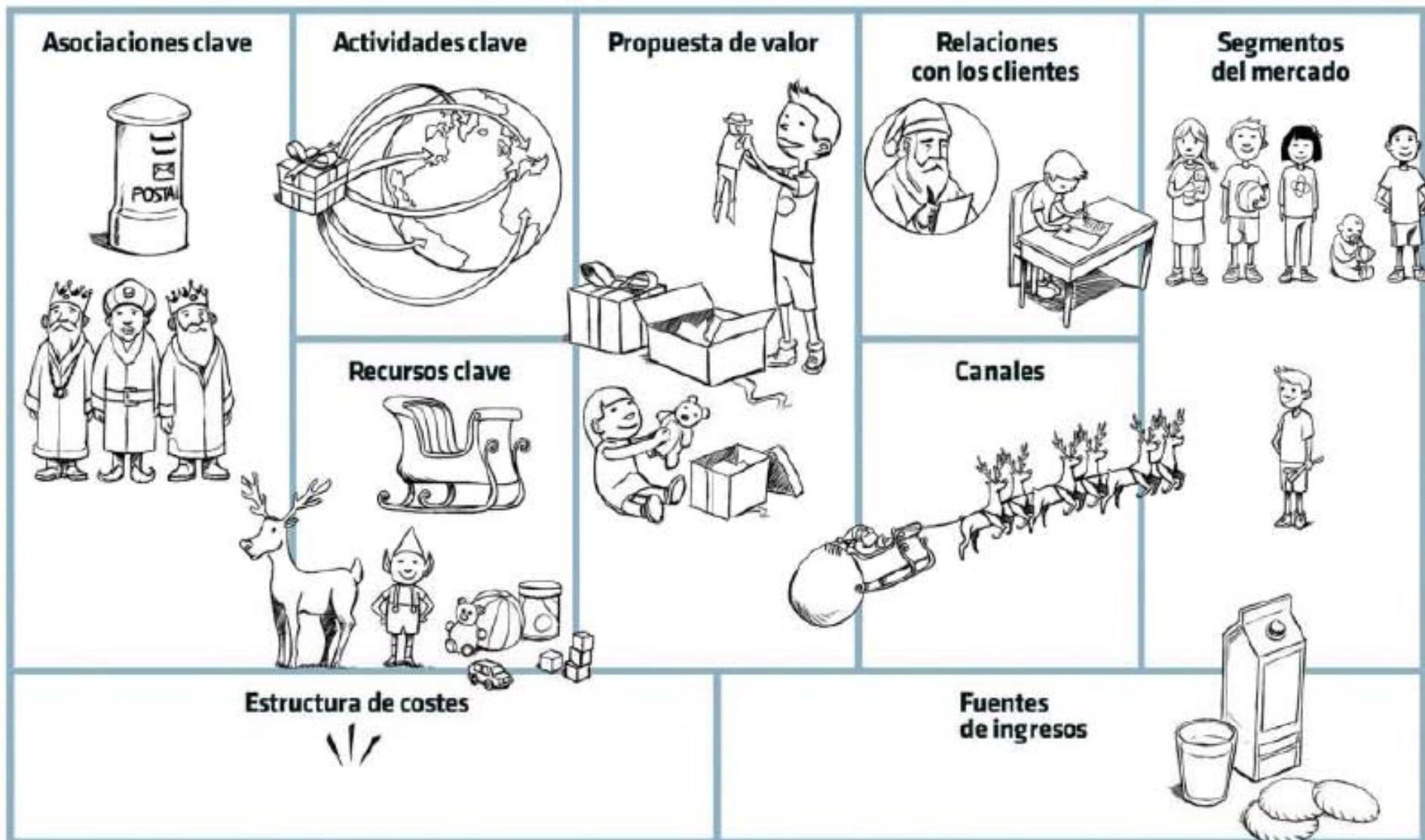


Índice

- 1. ¿Qué es un modelo de negocio?**
- 2. ¿En qué consiste el modelo Canvas?**
- 3. ¿Cómo se construye un modelo Canvas?**
- 4. Críticas al modelo**
- 5. Ejemplos de modelo Canvas**
- 6. Algunos recursos de interés**

5. Ejemplos de modelo Canvas





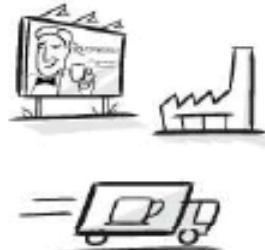
STRATEGIC PARTNERS



KEY ACTIVITIES



KEY RESOURCES



VALUE PROPOSITION



CUSTOMER RELATIONSHIP



DISTRIBUTION CHANNELS



CUSTOMER SEGMENT



COST



REVENUES

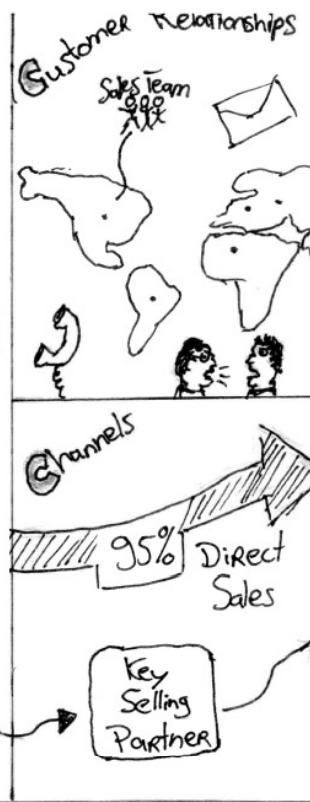
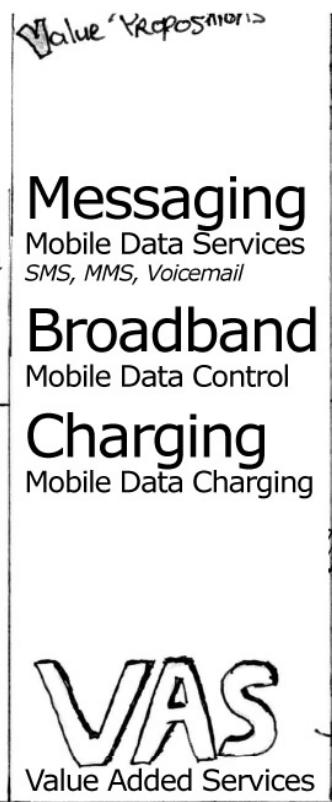
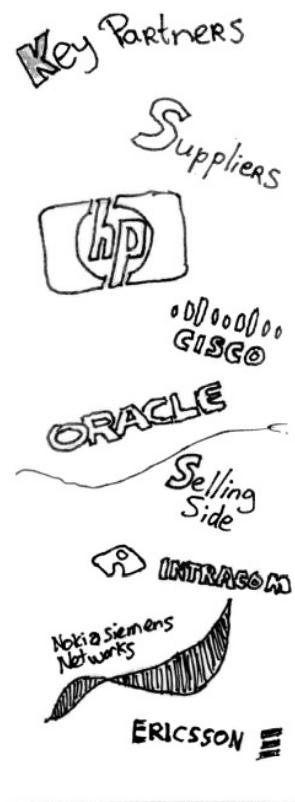


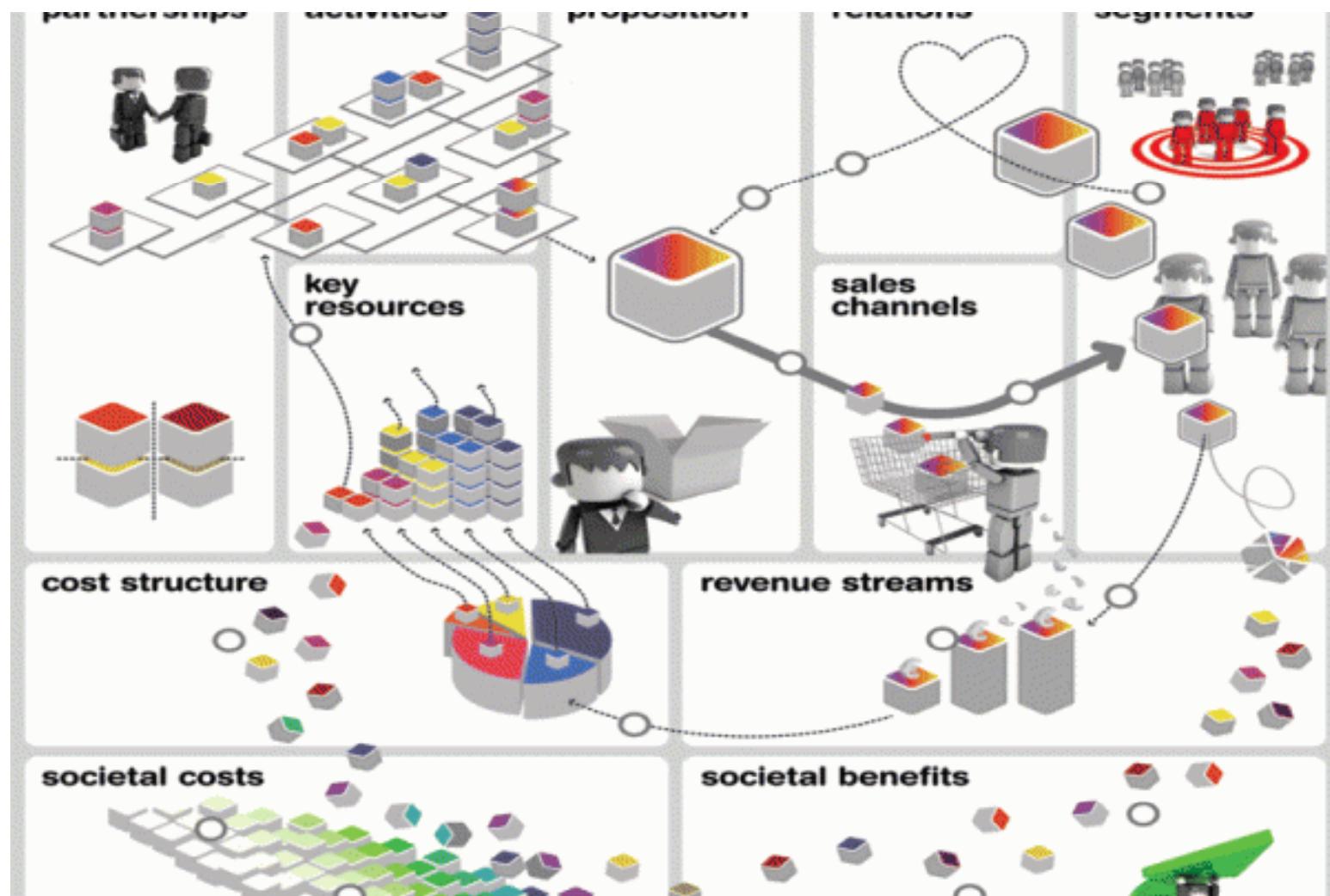


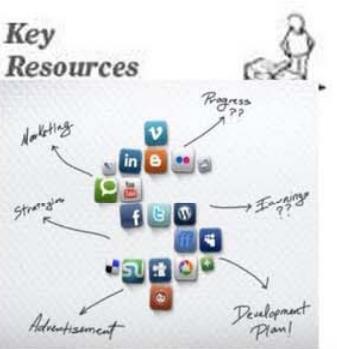
KP	KA	VP	CR	CS
PAYMENT PROVIDERS	SOFTWARE DEVELOPMENT	FREE INTERNET & VIDEO CALLING	MASS CUSTOMIZED	WEB USERS GLOBALLY
DISTRIBUTION PARTNERS	KR SOFTWARE DEVELOPERS	CHEAP CALLS TO PHONES (SKYPEOUT)	CH SKYPE.COM HEADSET PARTNERSHIPS	PEOPLE WHO WANT TO CALL PHONES
TELCO PARTNERS	SOFTWARE			
C\$ SOFTWARE DEVELOPMENT COMPLAINT MANAGEMENT			R\$ FREE SKYPEOUT PRE-PAID OR SUBSCRIPTION	HARDWARE SALES

youtube

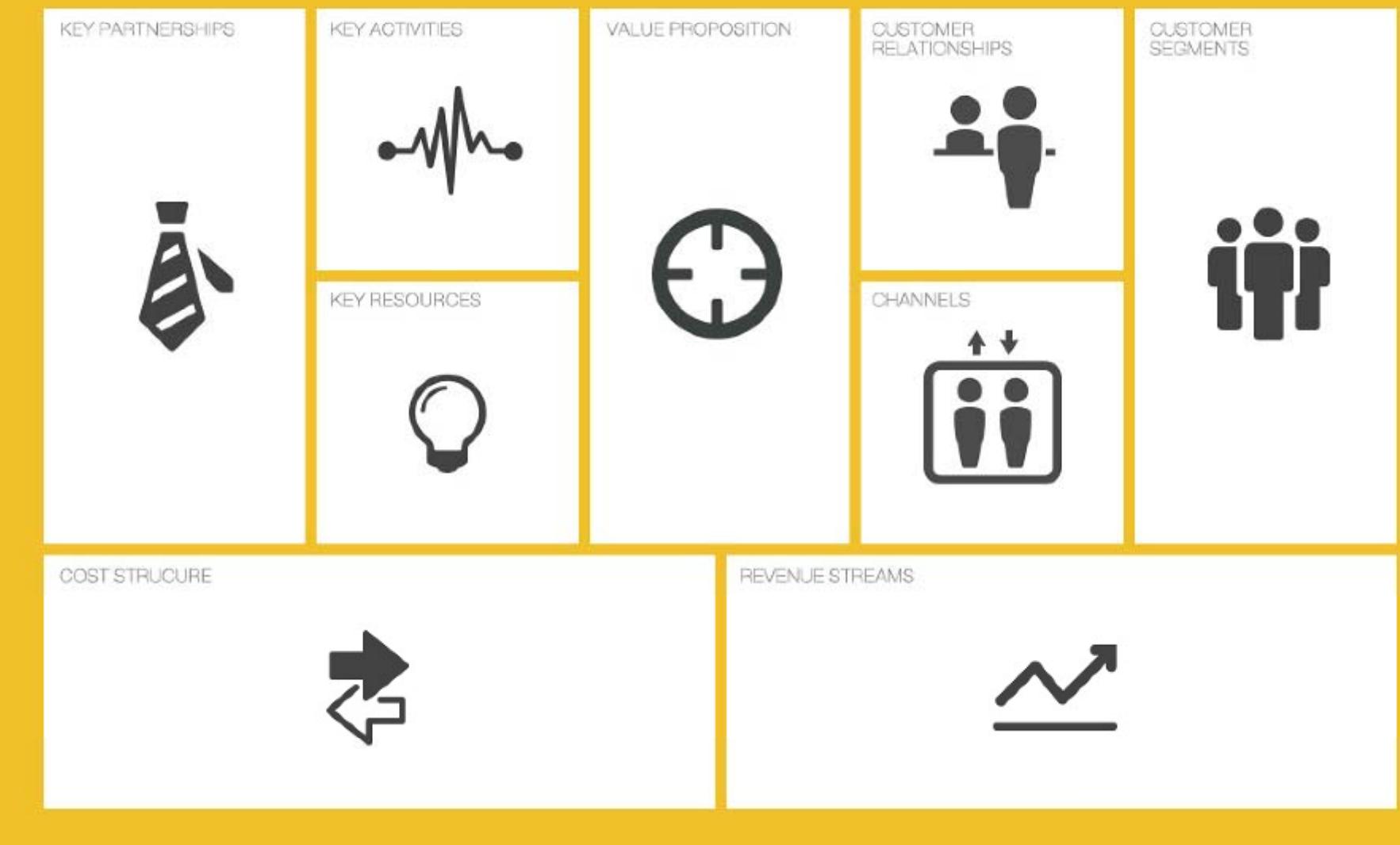






<h3>Key Partners</h3>  <p>PayPal VERIFIED</p>   <p>agriya enabling your dreams</p>	<h3>Key Activities</h3>   	<h3>Value Proposition</h3>  <p>Secure Payments by PayPal securetrading</p>  <p>SPANISH MOVIE</p>	<h3>Customer Relationships</h3>  	<h3>Customer Segments</h3>  <p>18+</p>  
<h3>Key Resources</h3> 		  <p>SPANISH MOVIE</p>	<h3>Channels</h3> 	  
<h3>Cost Structure</h3>  	<h3>Revenue Streams</h3>   			

BUSINESS MODEL CANVAS



The Business Model Canvas

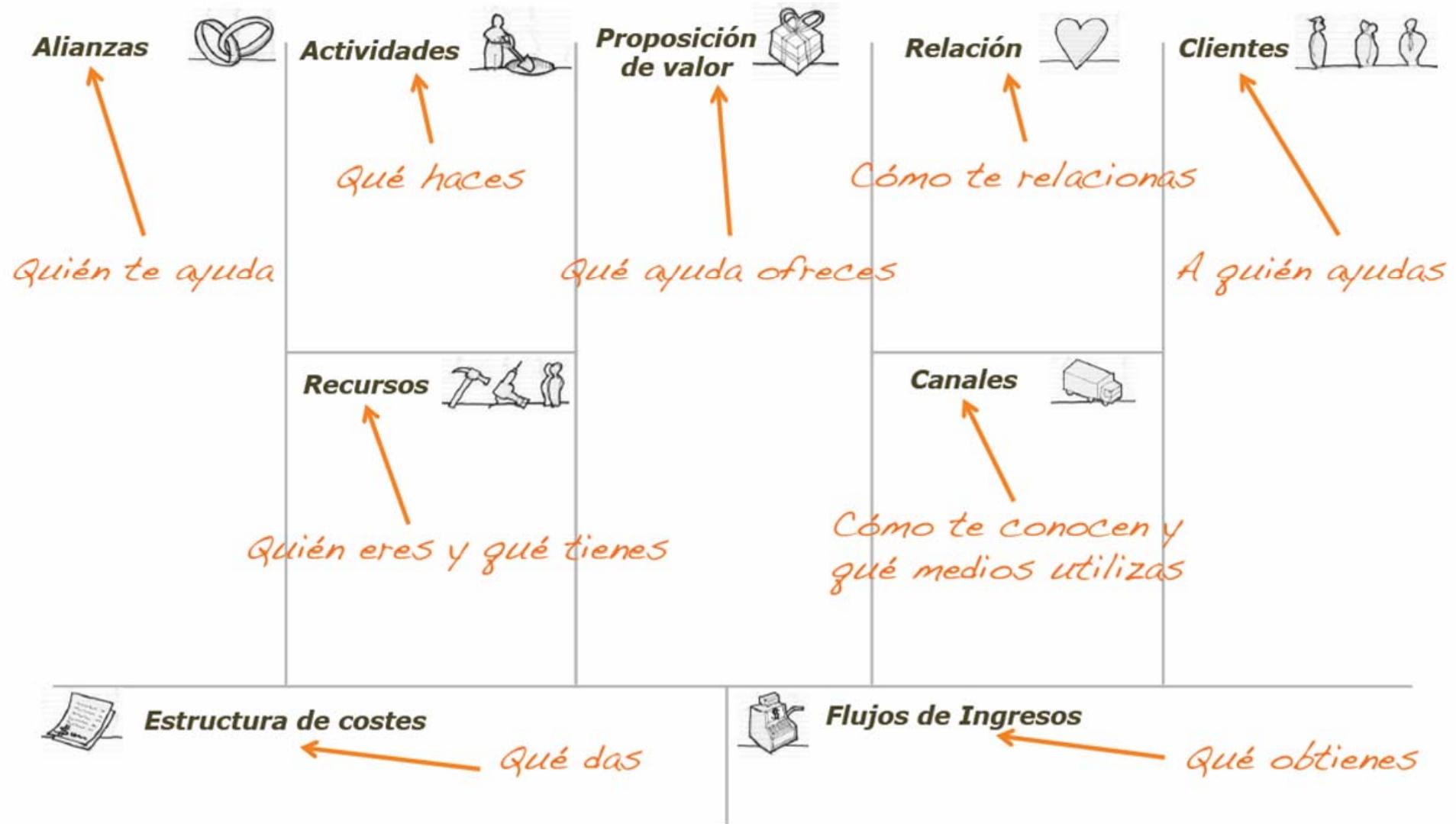
MathSolver

By: Jorge Muñoz

Date: 01/02/2012

Version: 1.0

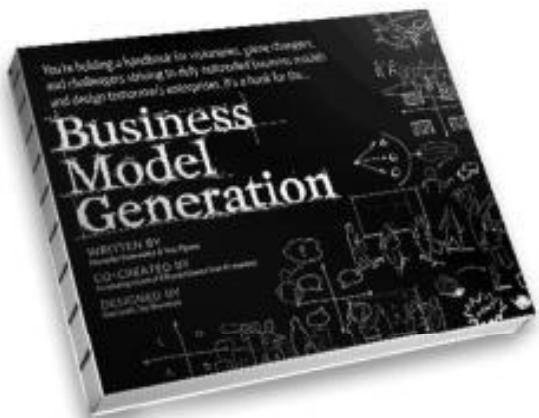




Índice

- 1. ¿Qué es un modelo de negocio?**
- 2. ¿En qué consiste el modelo Canvas?**
- 3. ¿Cómo se construye un modelo Canvas?**
- 4. Críticas al modelo**
- 5. Ejemplos de modelo Canvas**
- 6. Algunos recursos de interés**

6. Algunos recursos de interés



How to Create a Business Model Canvas in Google Docs

The screenshot shows a Google Doc with the title "Business Model Canvas". The document is a template for the Business Model Canvas, which is a visual tool for mapping and creating business models. The canvas is divided into nine main sections, each with a placeholder for text:

- Key Partners:** Who are our Key Partners? Who are our key resources? Who are the channels we are supporting from partners? Which key activities do partners perform?
- Key Activities:** What key Activities do our Value Propositions require? Customer Activities? Customer Resources? Revenue streams?
- Value Propositions:** What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we solving? What bundles of products and services are we offering? Which ones?
- Customer Relationships:** What type of relationship does each of our customer segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How do they interact with the rest of our business model? How costly is it?
- Customer Segments:** For whom are we creating value? Who are our most important customers?
- Key Resources:** What key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?
- Channels:** Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? Which or Which are the most effective?
- Cost Structure:** What are the most important costs involved? Which key resources are most expensive? Which key activities are most expensive?
- Revenue Streams:** For what value are our customers really willing to pay? How much do they currently pay? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenue?

The template includes a header with "Designed for: Everyone" and "Designed by: @davidjblan" and a footer with "www.businessmodelgeneration.com". The interface shows various browser tabs and a toolbar at the top.

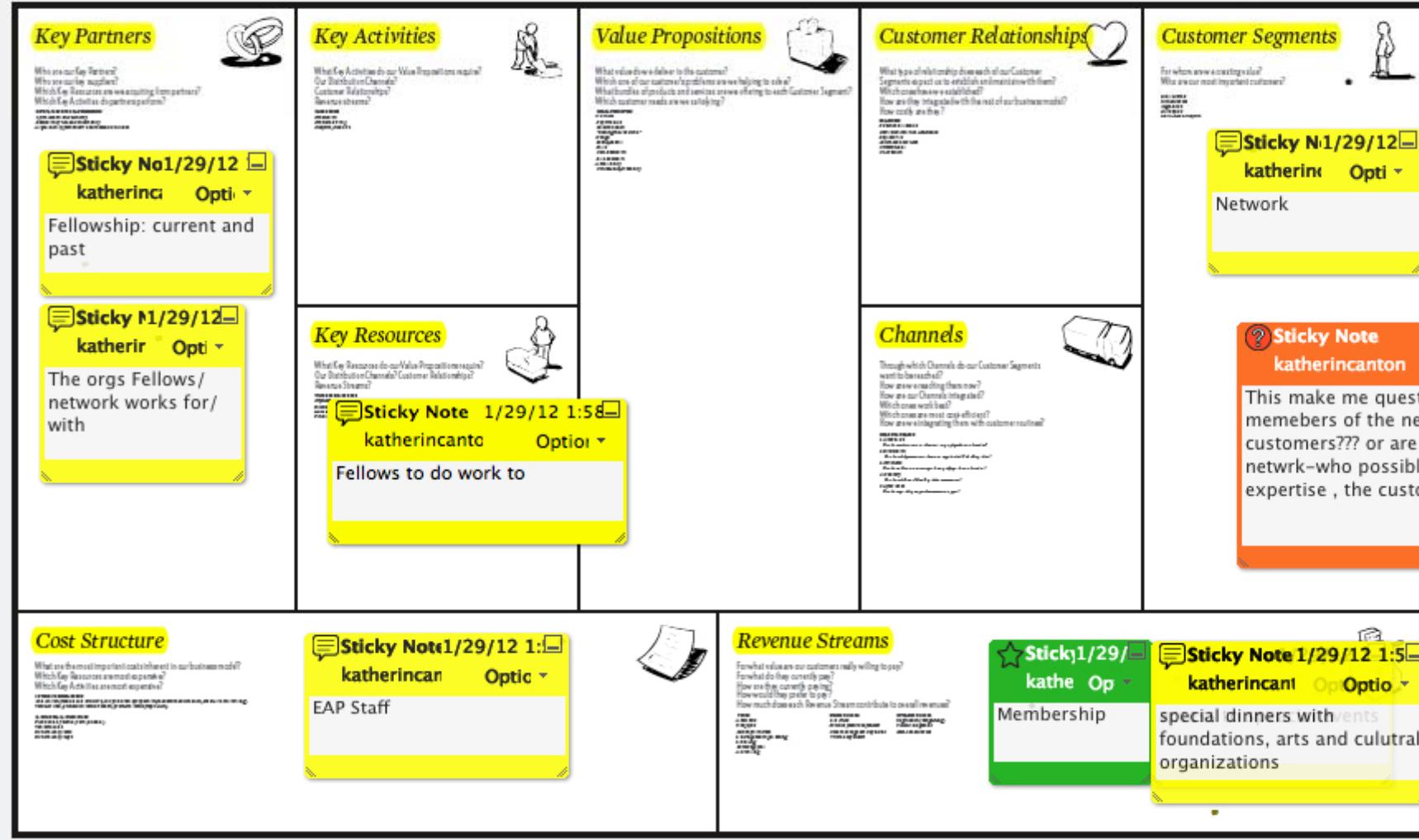
<http://agile.dzone.com/news/how-create-business-model>

The Business Model Canvas

Designed for: Emerging Arts Professionals Network-SF/BA

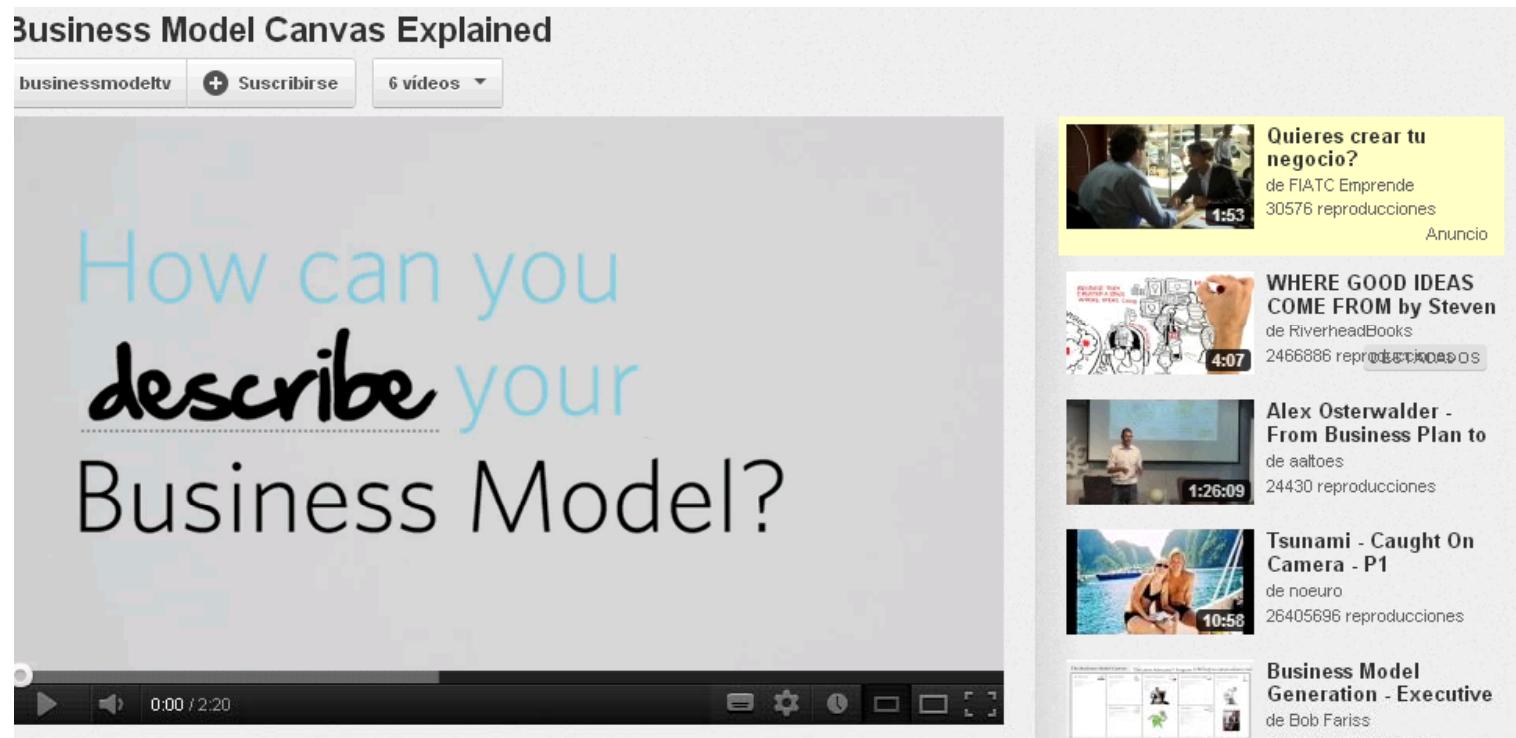
Designed by: Kathy

On: 1/27/2012
patron program....any level of giving
Iterations: 1



Video de presentación del modelo (2 minutos y 20 segundos)

<http://www.youtube.com/watch?v=QoAOzMTLP5s&feature=youtu.be>



Alexander Osterwalder: Tools for Business Model Generation [Entire Talk]

<http://www.youtube.com/watch?v=8GIbCg8NpBw&feature=related>

Alexander Osterwalder: Tools for Business Model Generation [Entire Talk]

ecorner Suscribirse 504 vídeos ▾



02:32 / 63:21

Business Model Canvas Business de Mauricio Duque 19478 reproducciones

2:01:24

Alexander Osterwalder: Mapping de ecorner 2318 reproducciones

4:29

Alexander Osterwalder: Using de ecorner 612 reproducciones

4:31

Geoffrey Moore: Reach Your Escape Velocity de ecorner 2051 reproducciones

55:44

Alexander Osterwalder: de ecorner 878 reproducciones

5:56