

MODELO CANVAS

El **modelo Canvas** es una valiosa estrategia a emplear en el momento en que se decide crear una nueva empresa o rediseñar una existente. Durante este proceso es muy útil contar con **un mapa que nos guíe** en el camino hacia la consecución de nuestros objetivos.

Esta metodología permite plasmar en un solo formato, de manera sencilla y colaborativa, las ideas que harán factible la operatividad de un negocio.

El entorno económico y social en el que actualmente deben desenvolverse las empresas, los emprendimientos y las personas, demandan de éstas flexibilidad e innovación, para poder adecuarse y competir.

Estos son tiempos marcados por la incertidumbre, los cambios tecnológicos y las transformaciones digitales, que implican nuevas necesidades y requieren nuevos enfoques y estrategias en las respuestas.

Por tanto, en las empresas resulta vital la presencia de una nueva cultura organizacional, con directivos capaces de liderarlas y hacerlas más competitivas.

En consecuencia, al momento de crear nuevos emprendimientos o al evaluar los existentes, es muy útil desarrollar y aplicar esta sencilla y práctica metodología, para el diseño, descripción y análisis de los respectivos modelos de negocio.

Ellos son valiosos no solo para las empresas sino también para las personas, así que si eres un profesional independiente, autónomo o emprendedor, este post te puede interesar.

Veamos a continuación en qué consiste y cómo puede ayudarte la utilización de este instrumento.

¿Qué es el modelo de negocio Canvas?

El modelo de negocio Canvas es un método visual que permite diseñar modelos de negocio innovadores y competitivos. Esta herramienta nos permite describir y analizar, en una misma hoja, los distintos elementos que harán económicamente viables a las empresas.

Este modelo fue inventado por **Alexander Osterwalder**, quien junto a Yves Pigneur y basándose en este instrumento, creó además el libro [Generación de Modelos de Negocio](#) (Business Model Generation), el cual se ha convertido en un bestseller mundial.

Todo esto de una manera visual, práctica y muy simple.

Al ser de fácil comprensión, podemos analizar cada segmento en particular y la manera en que todos se interrelacionan, para hacer las adecuaciones que se requieran, en el momento necesario.

El modelo Canvas es un **esquema que puede ser aplicado y comprendido por cualquier persona**, independientemente de si tiene o no formación en áreas administrativas. Permite no solo describir, analizar y evaluar los elementos esenciales del modelo de negocio de tu empresa, sino también el de tu competencia y el de tu marca personal.

Elementos que componen el modelo Canvas

El **modelo Canvas** está conformado por 9 módulos, a saber:

1.- Segmentos de mercado

Es el grupo de personas y organizaciones que constituye **nuestro público objetivo**, cuyas necesidades vamos a satisfacer mediante los productos o servicios que representan nuestra propuesta de valor.

Dichos segmentos o nichos del mercado los agruparemos de acuerdo a una serie de características comunes: necesidades, comportamientos y atributos.

2.- Propuesta de valor

Está referida al cómo creamos valor para nuestros clientes, mediante los productos o servicios que ellos desean. Qué problemas resolvemos, qué necesidades satisfacemos, qué oportunidades detectamos o creamos. Estos son algunos de los elementos que pueden ser de valor para los clientes:

- Utilidad.
- Mejora de los productos o servicios ofreciendo mayor comodidad, usabilidad, accesibilidad.
- Innovación.
- Personalización de la oferta de productos y servicios.
- Reducción de los costos, precios, tiempos de entrega, de la inversión necesaria, mediante la optimización de los procesos.

3.- Canales

A través de qué medios daremos a conocer nuestra propuesta de valor, cómo distribuiremos y venderemos nuestros productos y servicios; garantizando además la atención posventa. Podemos usar nuestros propios canales y/o también los de los socios comerciales.

Por ejemplo:

- *Canales propios*: Nuestras tiendas, equipos de venta y webs.
- *Canales de socios comerciales*: Para la venta al detalle, distribución al por mayor o a través de sus webs.

Las empresas deben procurar **combinar adecuadamente los distintos tipos de canales** con la finalidad de mejorar la experiencia de los clientes y aumentar sus propios niveles de ingresos.

En relación a las estrategias de marketing digital, especialmente en el inbound marketing, es fundamental identificar en qué etapa del embudo de ventas se encuentran los clientes. **Esto permitirá diseñar las acciones necesarias para captarlos, fidelizarlos y generar las ventas.** El embudo de ventas se refiere a las fases de la venta. Es el proceso por el que las oportunidades potenciales de ventas son cualificadas y seleccionadas para convertirlas en oportunidades reales que terminan en transacciones reales.



De acuerdo a la etapa del embudo de ventas en que se encuentren nuestros clientes, se utilizarán determinados canales. Entre éstos podemos mencionar el marketing de contenidos, el posicionamiento seo, redes sociales, email marketing.

4.- Relación con los clientes

A través de qué estrategias nos relacionaremos con nuestros clientes según nuestro modelo Canvas. Cada modelo de negocio exige un tipo de relación y esto debe ser definido, pues la experiencia global del cliente está en función directa al trato que reciba de la empresa. **Las relaciones pueden ser personales o automatizadas.** Estos son algunos de los tipos que podemos encontrar:

- *Atención personal*

Los servicios de atención al cliente en los procesos de venta o posventa son gestionados por personas que atienden las solicitudes (tiendas físicas, call center, redes sociales, entre otros).

- *Atención personal exclusiva*

Es el caso, por ejemplo, de las agencias bancarias que asignan ejecutivos de cuenta para la atención personalizada de clientes importantes.

- *Autoservicio*
- *Servicio automatizado*
- *Comunidades*

Permiten un contacto más estrecho de la empresa con los clientes y de éstos entre sí. Por ejemplo, las comunidades en línea promueven el intercambio de conocimientos, información y ayuda entre los usuarios.

5.- Fuentes de ingreso

Debemos tener **diversas fuentes de ingresos** para garantizar la viabilidad económica del proyecto. Así como también es importante describir cuáles serán las vías para recibir los recursos económicos objeto de la venta de nuestros productos o servicios.

Entre los tipos de ingresos que pueden existir tenemos:

- *Venta de activos*

Venta de un producto tangible ya sea que el cobro se realice a través del comercio electrónico o en tiendas físicas.

- *Cuota por uso*

Cobro por la prestación de servicios, cuyo monto varía en función del consumo (electricidad, telefonía, etc).

- *Cuotas de suscripción*

Acceso ininterrumpido a un servicio mediante la cancelación de una cuota mensual, trimestral, semestral o anual (gimnasios, Netflix, telefonía móvil, etc).

- *Préstamo, alquiler, leasing*

Mediante el pago de una tarifa se concede el derecho a utilizar un activo durante un tiempo determinado (alquiler de un vehículo por horas, por ejemplo).

- *Concesión de licencias*

Se concede el permiso para usar una determinada propiedad intelectual, mediante el cobro de una licencia.

Los titulares de los derechos de propiedad, perciben ingresos sin tener que gastar en la fabricación de productos, ni en la venta de servicios.

Muy común en las industrias tecnológicas y multimedia.

- *Gastos de corretaje*

Producto de los servicios de intermediación efectuados en nombre de dos o más partes (proveedores de tarjetas de crédito, intermediarios de seguros, agentes inmobiliarios, etc).

- *Publicidad*

Es importante tener en cuenta a través de qué medios pagarán los clientes: efectivo, tarjetas de crédito, tarjetas de débito, transferencias electrónicas.

6.- Recursos clave

Con qué activos contamos para que nuestra propuesta de valor se materialice y el negocio funcione según nuestro modelo Canvas. Son aquéllos elementos necesarios para:

- Crear, desarrollar y vender la propuesta de valor.
- Poner a tono los canales de distribución.
- Establecer y mantener las relaciones con los clientes en los segmentos de mercado donde se encuentra nuestro público objetivo.

Todo lo cual nos permitirá **obtener nuestros ingresos**.

Los recursos clave pueden ser:

- *Físicos*

Activos físicos como edificios, maquinarias, vehículos, equipos, puntos de venta, infraestructura tecnológica, etc.

- *Intelectuales*

Los nombres de las marcas, patentes, derechos de autor, entre otros.

- *Humanos*
- *Económicos*

Dinero en efectivo, préstamos, inversiones e acciones y bonos, etc

7.- Actividades clave

Son las **actividades necesarias para el normal funcionamiento de nuestro modelo de negocio**.

Así como los recursos clave, éstas son las acciones que inciden en la venta exitosa de la propuesta de valor, abarcando los segmentos del mercado seleccionado, mediante los canales de comunicación, distribución y venta; haciendo eficaces las relaciones con los clientes y fluidas las fuentes de ingresos.

Estos son los tipos de actividades más comunes:

- *Producción*

Son las que prevalecen en los modelos de negocio de las fábricas.

- *Resolución de problemas*

Tratan de satisfacer las necesidades de los clientes mediante soluciones novedosas e individualizadas. Son típicas de los prestadores de servicios, como los consultores, por ejemplo y requieren actualización constante de las tendencias del sector, a través de la formación continua.

- *Plataforma/red*

Si el recurso clave del modelo de negocio es una plataforma o red, entonces su funcionamiento dependerá de las actividades clave que lo hagan posible. Por ejemplo para los comercios electrónicos, será el desarrollo y mantenimiento de sus página web. Aquí son básicas actividades como la gestión, la promoción de la plataforma, así como la prestación de servicios.

8.- Asociaciones clave

Las alianzas con personas y organizaciones externas a nuestro negocio son importantes para el desarrollo del mismo (socios, proveedores, inversionistas, etc).

Estas asociaciones nos permitirán garantizar el suministro de recursos, disminuir riesgos, difundir el mensaje, obtener información, generar nuevos clientes, externalizar actividades clave, compartir recursos clave.

9.- Estructura de costos

Se deben cubrir una serie de costos para garantizar la operatividad del negocio.

Todos los elementos que componen el modelo de negocio generan costos y éstos deben ser identificados y presupuestados, a fin de estimar un monto suficiente de ingresos que puedan cubrirlos.

¿Cómo hacer un modelo de negocio Canvas?

La **metodología Canvas** nos permite diseñar y gestionar modelos de negocio describiendo de una manera **visual y comprensible**, los distintos elementos que hacen que las empresas generen ingresos.

Los distintos módulos del modelo de negocio Canvas abarcan áreas fundamentales de una empresa:

- Clientes.
- Oferta.
- Infraestructura.
- Viabilidad económica.

La vida de los proyectos se garantiza si éstos son económicamente viables, es por ello que se analizan todos los elementos. Es importante elaborar un presupuesto que incluya los ingresos que se esperan obtener y los costos y gastos en que es necesario incurrir. Obviamente, los ingresos deben superar a los costos y gastos, sino no tendríamos ganancias sino pérdidas.

La idea esencial de esta herramienta es aterrizar la **idea de un negocio, empleando un lenguaje comprensible por todos**; el cual puede ser modificado en cualquier momento, ajustándose a las circunstancias y resultados obtenidos en las distintas fases de su aplicación.

El lienzo de modelo de negocio se divide en dos segmentos que permiten su llenado, análisis y evaluación. Haciendo una analogía con los hemisferios cerebrales, en el que el **lado derecho** comprende la información relacionada con las emociones; si vemos el modelo, esta área está referida al valor que ofrece a sus clientes. El **lado izquierdo** del cerebro está relacionado con la lógica y en el lienzo de modelo de negocio, la parte izquierda se refiere al área que permite la eficiencia en los procesos y sistemas.

Comenzamos a aplicar esta herramienta desde el lado derecho, siguiendo el siguiente orden:

1. Segmento de mercado.
2. Propuesta de valor.
3. Canales.
4. Relaciones con los clientes.
5. Fuentes de ingreso.

Luego pasamos al lado izquierdo, siguiendo las siguientes etapas:

6. Recursos clave.
7. Actividades clave.
8. Asociaciones clave.
9. Estructura de costos.

En todo caso, trabaja cada lado del lienzo de la manera que se te haga más cómoda y tenga un sentido lógico.

Al momento de la salida de “Generación de modelos de negocio”(Business Model Generation) al mercado, sus creadores sugirieron que se imprimiera la plantilla en una hoja grande o que se dibujara el lienzo de modelo de negocio en una cartulina.

Si aplicamos esta técnica, podemos usar papeles autoadhesivos para plasmar las ideas, las cuales pueden ir reemplazándose, si luego del análisis y el debate, surgen modificaciones.

Pero, en la actualidad, este modelo puede trabajarse en línea con el equipo de colaboradores, mediante aplicaciones web y móviles, con las ventajas de conectividad que estos programas ofrecen y sin importar las distancias geográficas ni las diferencias horarias.

Para concluir

El **modelo Canvas** de negocio es una **metodología que te permite plasmar en un lienzo tu modelo de negocio**.

Ya tengas una idea de negocio o seas una empresa que ya está operando, este instrumento te permitirá ver de forma integral los distintos **elementos clave** para la generación de ingresos y la viabilidad financiera de tu negocio o emprendimiento, abordando la problemática de la empresa desde un punto de vista interno y externo.

Gracias a su **sencillez**, facilita la descripción, visualización, evaluación y ajustes de los modelos de negocio, para hacerlos más innovadores, eficaces y competitivos, de acuerdo a las demandas del mercado actual. Es una herramienta que puedes trabajar junto a otras metodologías como el lienzo de la propuesta de valor y el mapa de empatía, entre otros.