

Unidad III: Modelo de negocio – Business Canvas



Modelo de Negocio CANVAS



Herramienta de gestión estratégica para el desarrollo de nuevos modelos de negocios



Facilita la comprensión del negocio brindando una visión integrada del emprendimiento como un todo

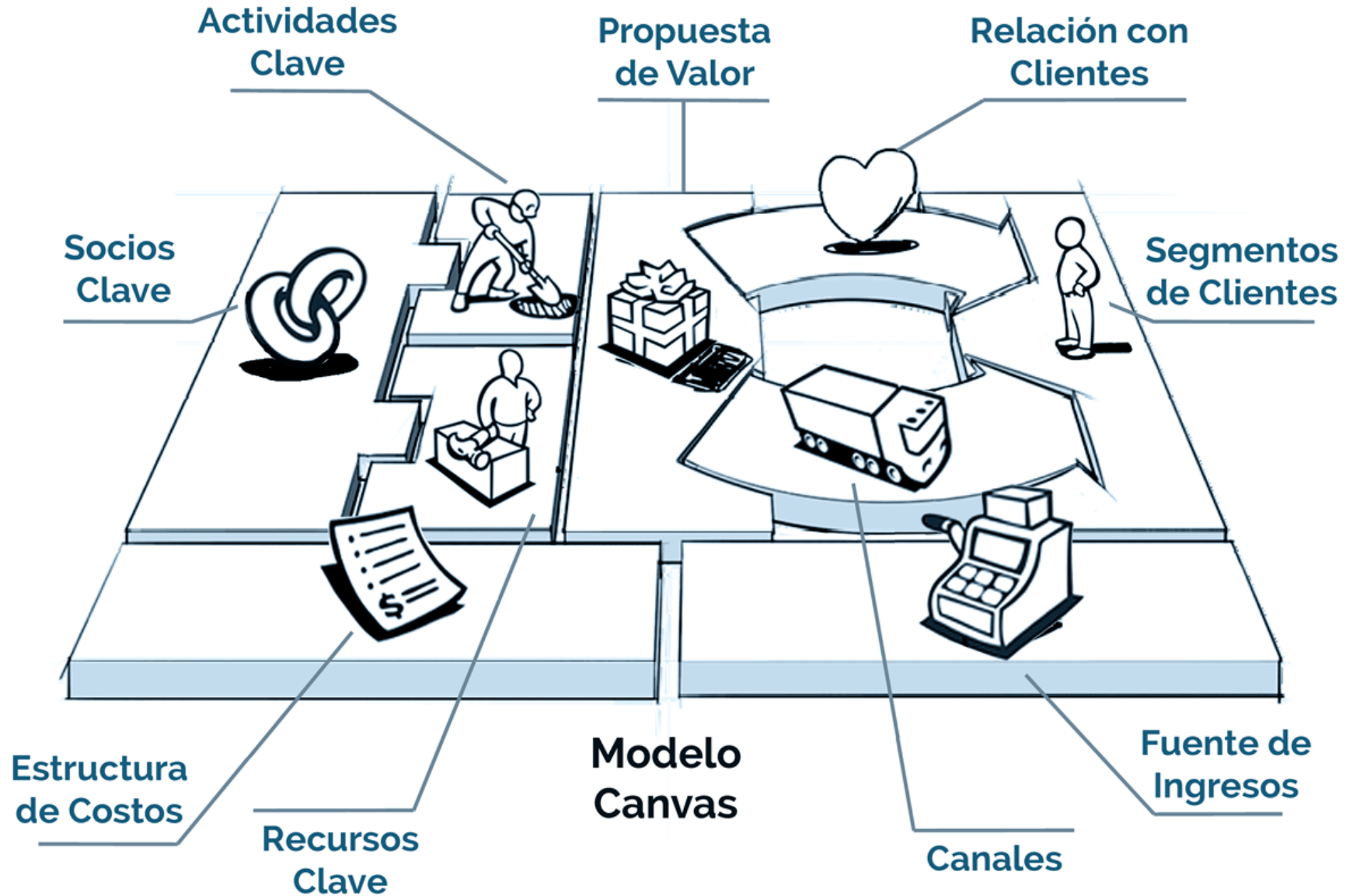


Compuesto por 9 módulos representando los sectores clave del emprendimiento



Describe las bases sobre las que el emprendimiento crea, proporciona y capta VALOR

Modelo de Negocio CANVAS



Modelo de Negocio CANVAS: Beneficios



Agiliza la redacción del plan de negocio



Visualiza las áreas clave y los roles de quienes actúan en ellas



Simplifica el análisis del negocio permitiendo detectar nuevas oportunidades



Ayuda a resolver problemas de marketing o estrategia



Brinda disparadores para aumentar la creatividad



Conduce hacia la innovación

Modelo de Negocio CANVAS

Actividades que son críticas para crear el valor ofrecido

Orientada a resolver preocupaciones de los clientes y satisfacer sus necesidades por medio de propuestas de valor

Se establecen y mantienen con cada segmento de clientes

Actividades Clave

Propuesta de Valor

Relación con Clientes

Socios Clave

Segmentos de Clientes

Atiende uno o varios segmentos de mercado

Los ingresos son el resultado de las propuestas de valor ofrecidas a los clientes.

Las propuestas de valor llegan a los clientes a través de la comunicación, la distribución y los canales de venta

Son los medios necesarios para ofrecer y entregar los elementos

Los elementos dan como resultado una estructura de costos

7

2

4

1

8

6

3

5

9

Estructura de Costos

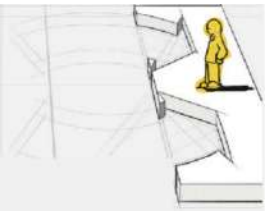
Recursos Clave

Modelo Canvas

Canales

Fuente de Ingresos

CANVAS: 1) Segmentos de clientes



CANVAS: 1) Segmentos de clientes

Mercado de masas

- Propuesta de valor, canales de distribución y relaciones con clientes se centran en público general con necesidades y problemas similares

Nicho de mercado

- Atiende a segmentos específicos y especializados
- Relaciones proveedores-clientes

Mercado segmentado

- Varios segmentos de mercado con necesidades y problemas ligeramente diferentes

CANVAS: 1) Segmentos de clientes

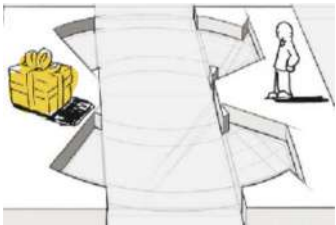
Mercado diversificado

- Dos segmentos de mercado que no están relacionados, con necesidades y problemas muy diferentes

Mercados multilaterales

- Dos o más segmentos de mercado independientes entre sí pero que se necesitan para que funcione el negocio

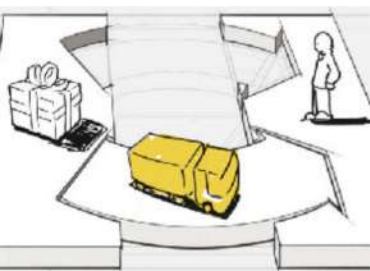
CANVAS: 2) Propuesta de valor



CANVAS: Creación de valor



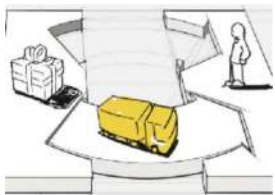
CANVAS: 3) Canales



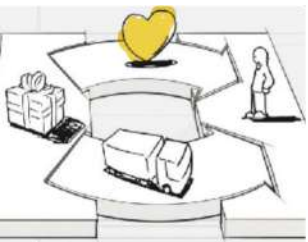
CANVAS: Canales - fases

Tipos de canal			Fases de canal				
Propio	Directo	Equipo comercial Ventas en internet	1. Información ¿Cómo damos a conocer los productos y servicios de nuestra empresa?	2. Evaluación ¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluar nuestra propuesta de valor?	3. Compra ¿Cómo pueden comprar los clientes nuestros productos y servicios?	4. Entrega ¿Cómo entregamos a los clientes nuestra propuesta de valor?	5. Posventa ¿Qué servicio de atención posventa ofrecemos?
	Indirecto	Tiendas propias Tiendas de socios Mayorista					

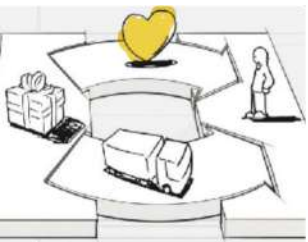
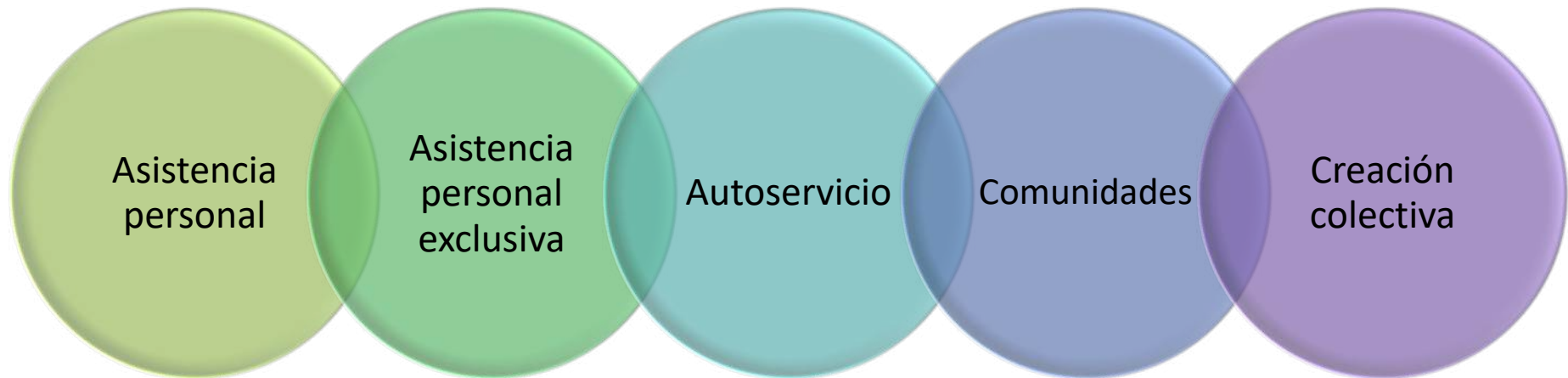
Encontrar el equilibrio para brindar una experiencia extraordinaria al cliente y aumento de los ingresos



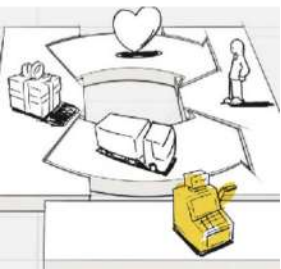
CANVAS: 4) Relaciones con los clientes



CANVAS: 4) Relaciones con los clientes



CANVAS: 5) Fuentes de ingreso



CANVAS: 5) Fuentes de ingreso



Venta de
activos



Cuotas
por uso



Cuotas
por
suscripción



Préstamo
/ alquiler/
leasing



Concesión
de
licencias



Gastos de
corretaje



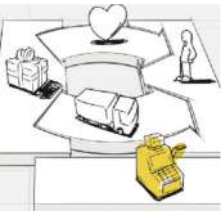
Publicidad



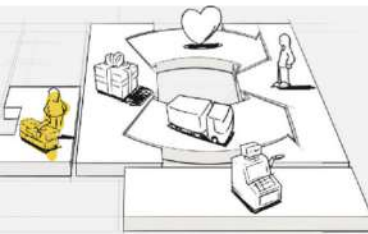
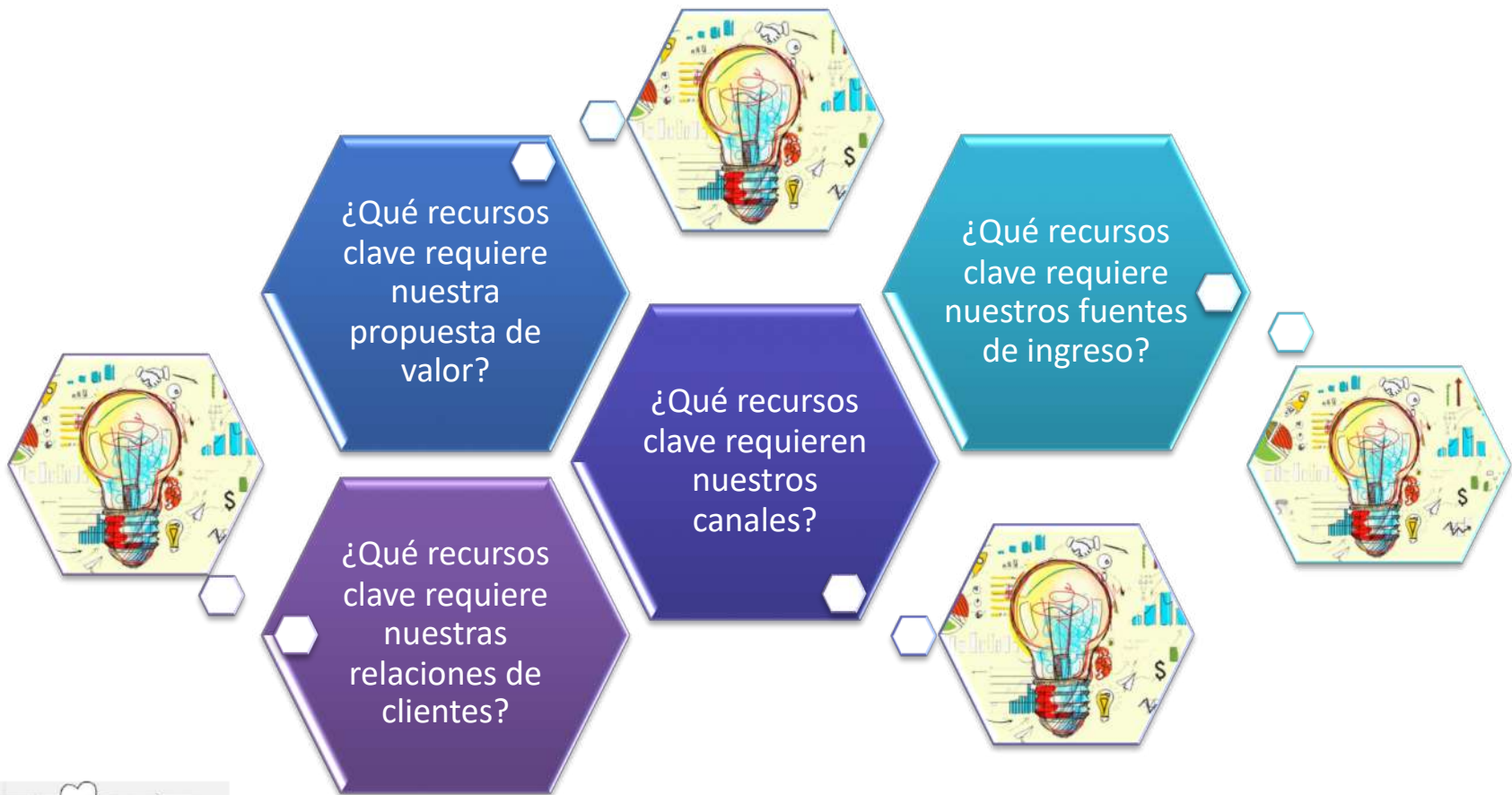
CANVAS: 5) Fuentes de ingreso

Mecanismos de fijación de precios

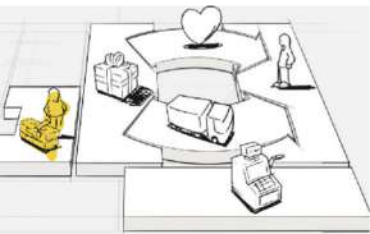
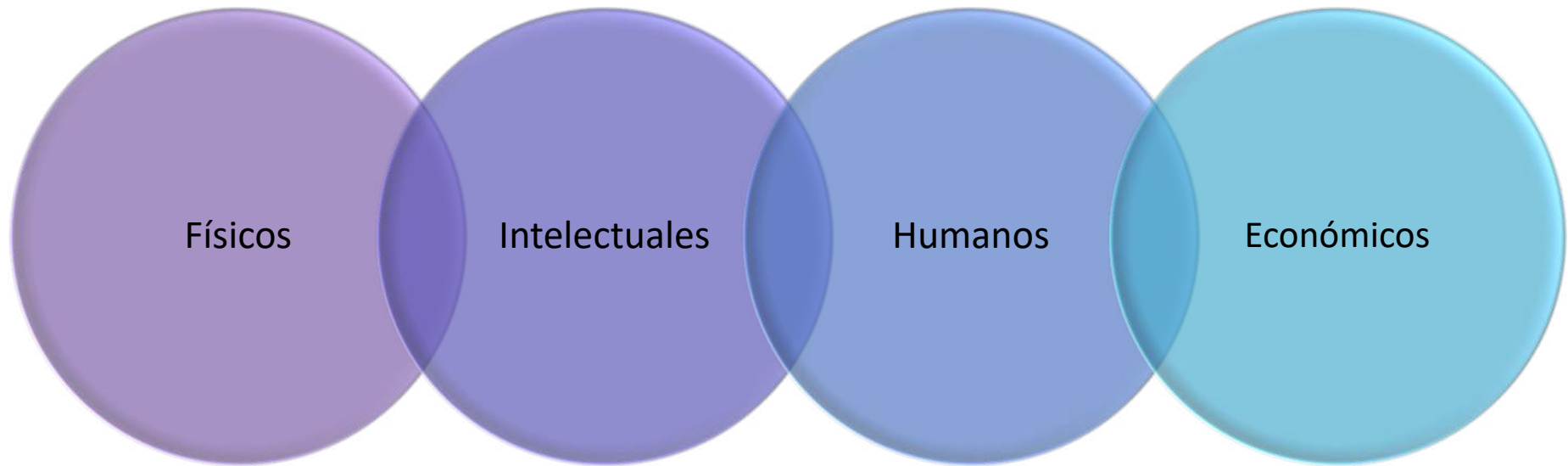
Fijo Los precios predefinidos se basan en variables estáticas		Dinámico Los precios cambian en función del mercado	
<i>Lista de precios fija</i>	Precios fijos para productos, servicios y otras propuestas de valor individuales	<i>Negociación</i>	El precio se negocia entre dos o más socios y depende de las habilidades o el poder de negociación
<i>Según características del producto</i>	El precio depende de la cantidad o la calidad de la propuesta de valor	<i>Gestión de la rentabilidad</i>	El precio depende del inventario y del momento de la compra (suele utilizarse en recursos perecederos, como habitaciones de hotel o plazas de avión)
<i>Según segmento de mercado</i>	El precio depende del tipo y las características de un segmento de mercado	<i>Mercado en tiempo real</i>	El precio se establece dinámicamente en función de la oferta y la demanda
<i>Según volumen</i>	El precio depende de la cantidad adquirida	<i>Subastas</i>	El precio se determina en una licitación



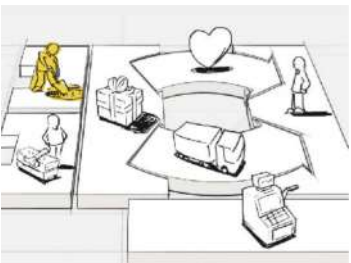
CANVAS: 6) Recursos clave



CANVAS: 6) Recursos clave



CANVAS: 7) Actividades clave

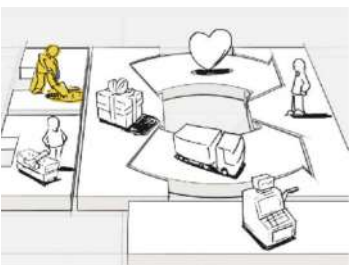


CANVAS: 7) Actividades clave

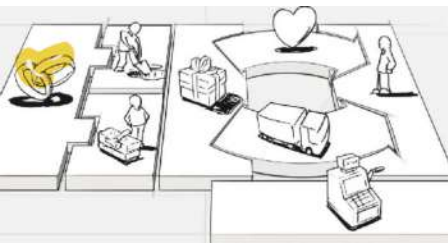
Producción

Resolución de
problemas

Plataforma / Red



CANVAS: 8) Asociaciones clave

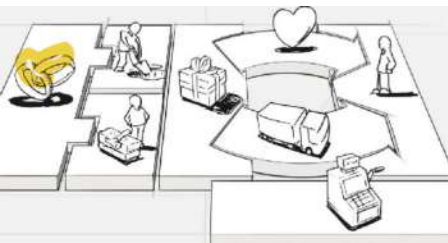


CANVAS: 8) Asociaciones clave

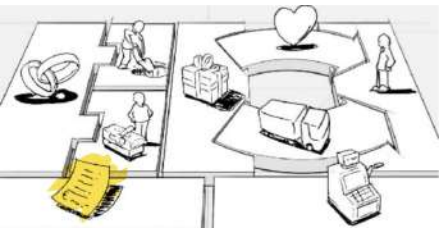
Optimización y
economías de escala

Reducción de riesgo
e incertidumbre

Compra de recursos y
actividades



CANVAS: 9) Estructura de costos



CANVAS: Actividad de aplicación



mercado
libre

