

Sistemas de Información

*El Modelo de Negocio
en el Canvas Business Model*

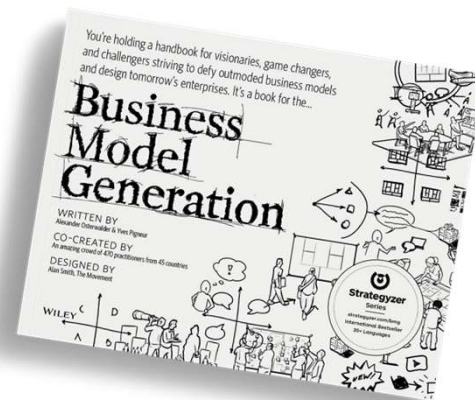
Prof. Rita de la Torre

¿Qué es un Modelo de Negocio? Definición

2005

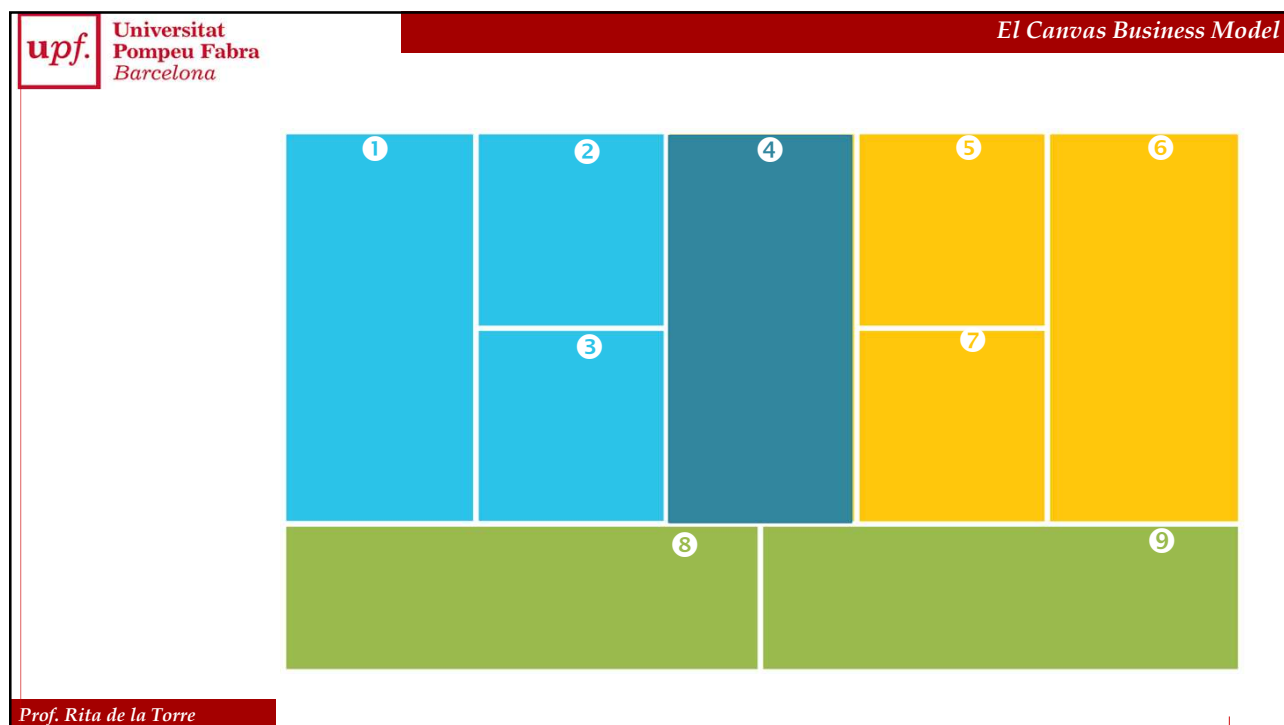
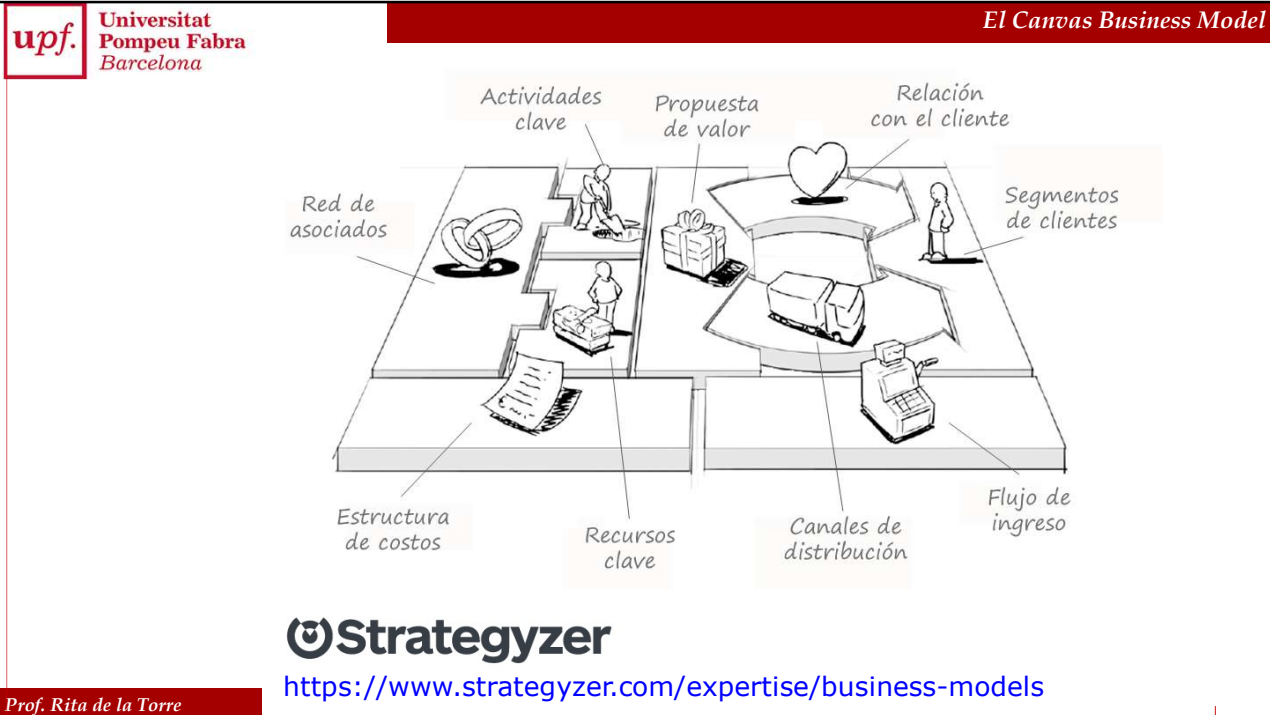


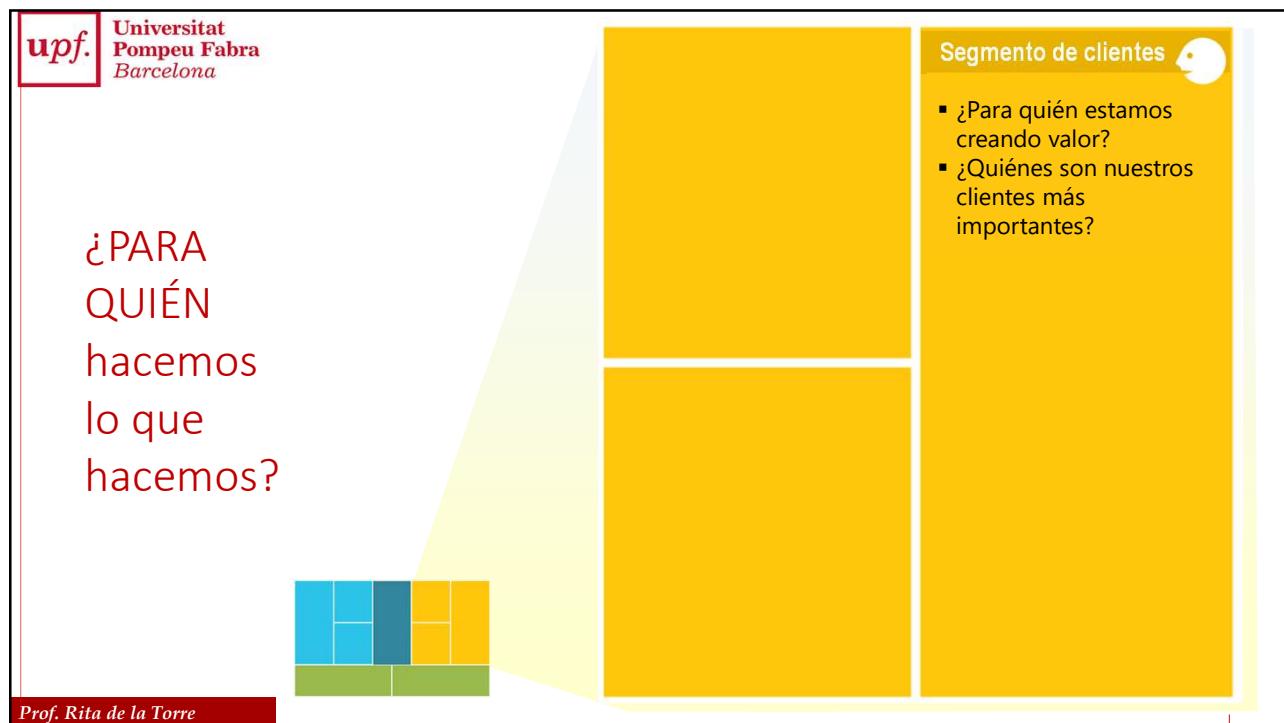
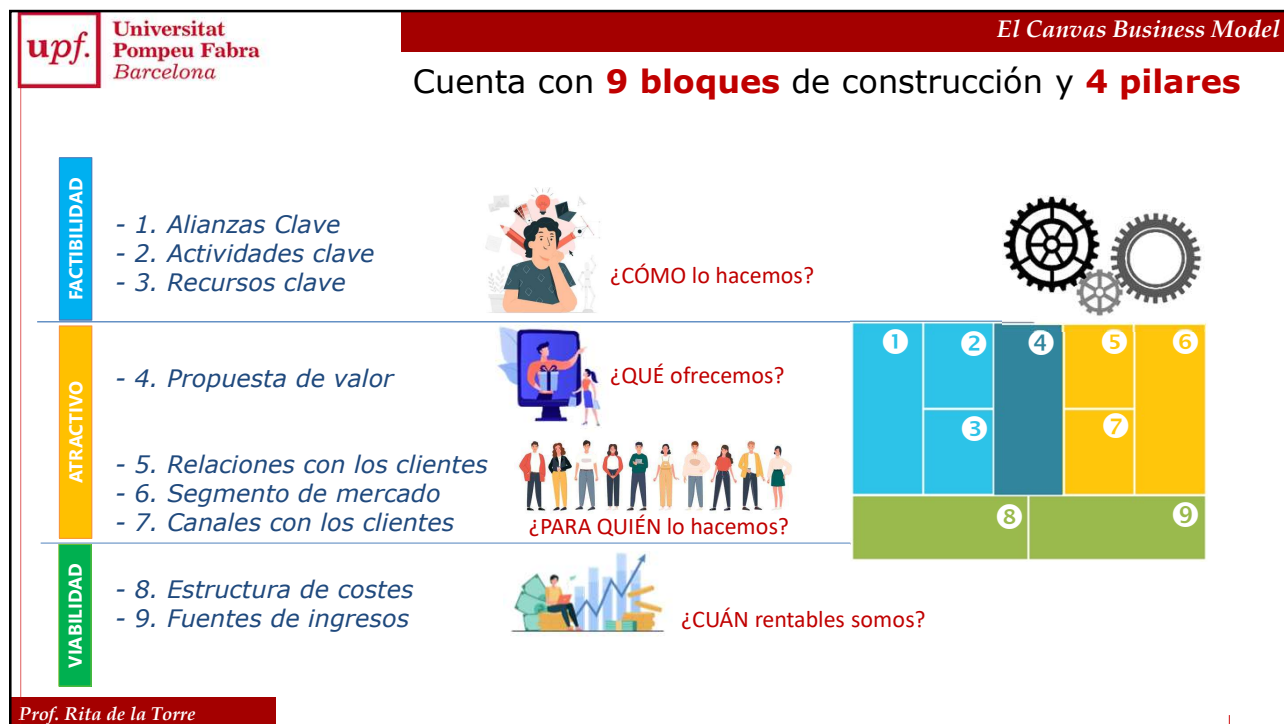
Alex Osterwalder and Yves Pigneur



A business model **describes**
the rationale of **how** an organization
creates, delivers and captures value.

Prof. Rita de la Torre





¿QUÉ ofrecemos?

Oferta única
para cada segmento
de clientes

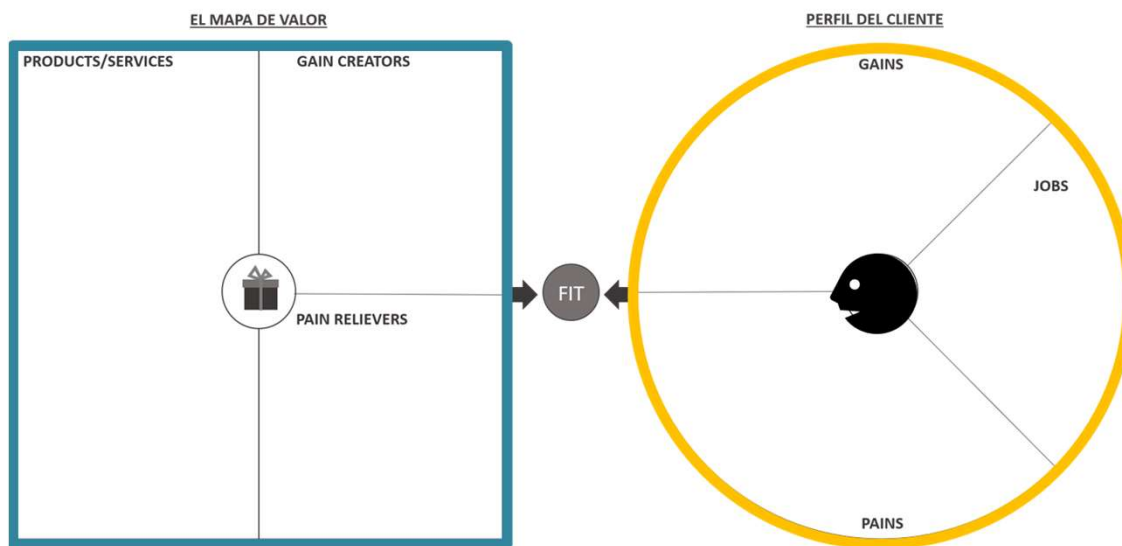


PROPUESTA DE VALOR



- ¿Qué valor estamos entregando a los clientes?
- ¿Qué problema estamos ayudando a resolver?
- ¿Qué necesidad estamos satisfaciendo?
- ¿Qué productos estamos ofreciendo a cada segmentos de clientes?
- ¿Qué promesa estamos haciendo al mercado?

Prof. Rita de la Torre



Prof. Rita de la Torre

El perfil del cliente (el círculo)

Tareas (Jobs-To-Be-Done)

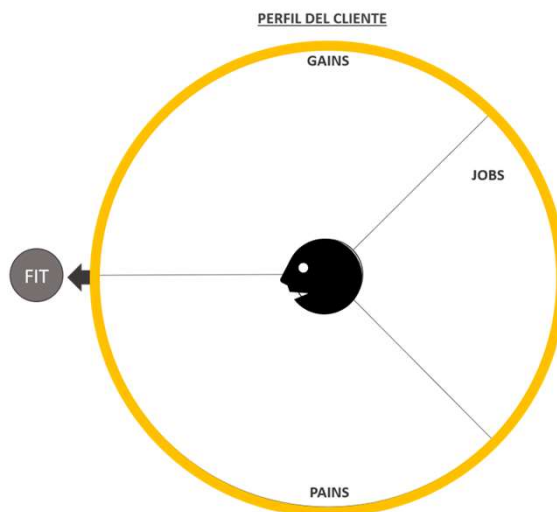
¿Qué está tratando de resolver el cliente?

Frustraciones (Pains)

¿Cuáles son los miedos que lo frenan?

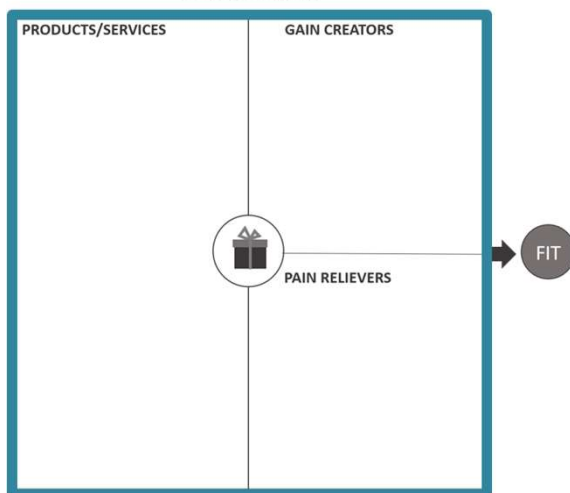
Beneficios (Gains)

¿Cuáles son los resultados positivos que busca?



Prof. Rita de la Torre

EL MAPA DE VALOR



El mapa de valor (el cuadrado)

Productos y servicios

¿Cuáles son nuestros productos y servicios?

Alivio de frustraciones

(pain relievers)

¿Cómo alivian nuestros productos y servicios los dolores de los clientes?

Motivadores

(gain creators)

¿Cómo ayudan nuestros productos a que nuestros clientes obtengan lo que desean?

Prof. Rita de la Torre

upf. Universitat Pompeu Fabra Barcelona

¿PARA QUIÉN hacemos lo que hacemos?



Relación con clientes 

- ¿Qué tipo de relación estableceremos y mantendremos con cada segmento de clientes?
- ¿Qué relaciones hemos establecido?
- ¿Cómo son de costosas son estas relaciones?
- ¿Cómo se integran en nuestro modelo de negocio?

Segmento de clientes 

- ¿Para quién estamos creando valor?
- ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?


Canales 


- ¿A través de que canales nuestros clientes quieren ser alcanzados?
- ¿Cómo lo estamos haciendo?
- ¿Cómo están integrados nuestros canales?
- ¿Cuáles funcionan mejor?
- ¿Cuáles son más rentables?
- ¿Cómo podemos integrarlos a nuestras estrategias?

Prof. Rita de la Torre


upf. Universitat Pompeu Fabra Barcelona

¿CÓMO hacemos lo que hacemos?




Alianzas Clave 

- ¿Quiénes son nuestros partners / aliados clave?
- ¿Quiénes son nuestros proveedores clave?
- ¿Qué actividades realizan nuestros socios clave?
- ¿Qué recursos estamos adquiriendo de nuestros socios clave?

Actividades Clave 

- ¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
- ¿Qué canales utilizamos?
- ¿Cómo son nuestras relaciones con nuestros clientes?
- ¿Cómo son nuestras fuentes de ingresos?

Recursos Clave 

- ¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?
- ¿Y nuestros canales?
- ¿Y nuestras relaciones con los clientes?
- ¿y con nuestras fuentes de ingresos?

Prof. Rita de la Torre

Estructura de costes

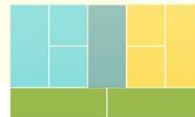
- ¿Cuáles son los costes más importantes en nuestro modelo de negocio.
- ¿Cuáles son los recursos clave más costosos (de mayor valor)?
- ¿Cuáles son las actividades clave más costosas (de mayor gasto)?

Fuentes de ingresos



- ¿Cuánto están dispuestos a pagar nuestros clientes?
- ¿Cuánto pagan nuestros clientes actualmente?
- ¿Cómo están pagando ahora?
- ¿Cómo les gustaría pagar?
- ¿Cuánto aporta cada cliente (o segmento de cliente) a nuestros ingresos?

¿CUÁN
rentables
somos?



Prof. Rita de la Torre



Modelo Negocios Canvas e SWOT

Mob Business Productividad

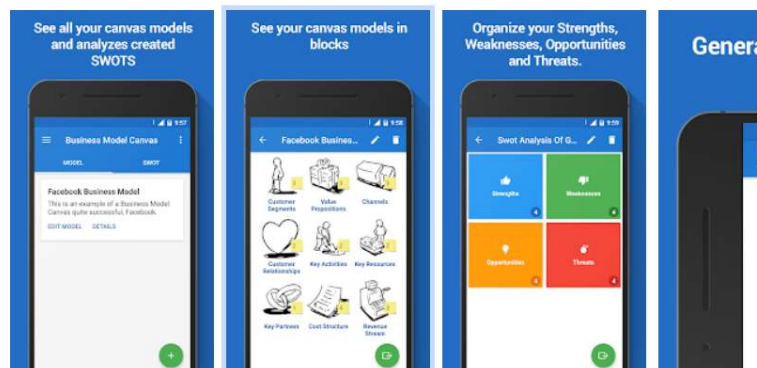
★★★★★ 11.822

1 PEGI 3

Contiene anuncios · Ofrece compras en la aplicación

Añadir a la lista de deseos

Instalar

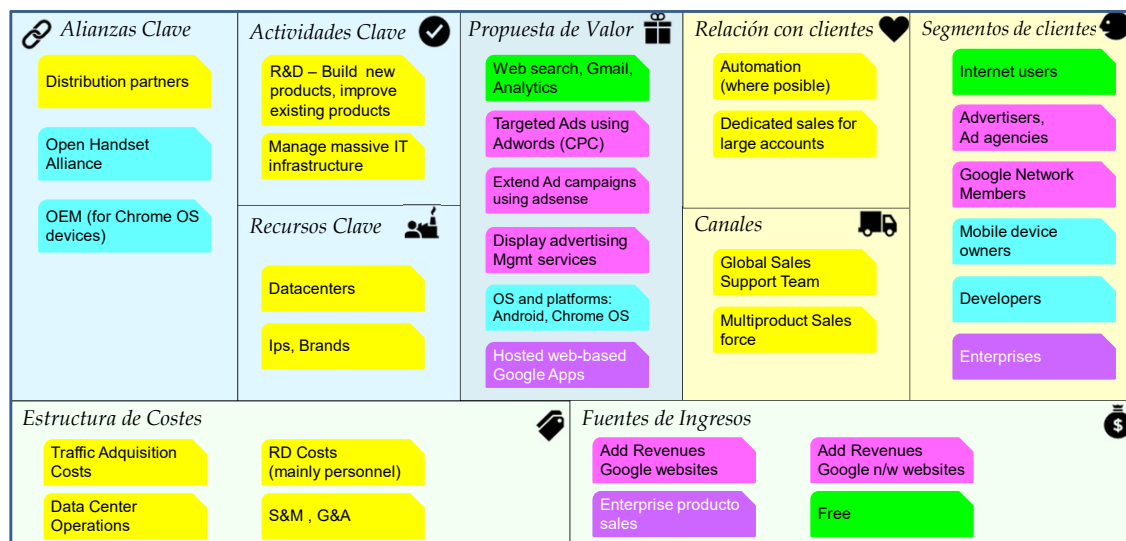


Prof. Rita de la Torre

El Canvas Business Model

Ejemplos de modelo de negocio

Prof. Rita de la Torre



Prof. Rita de la Torre

