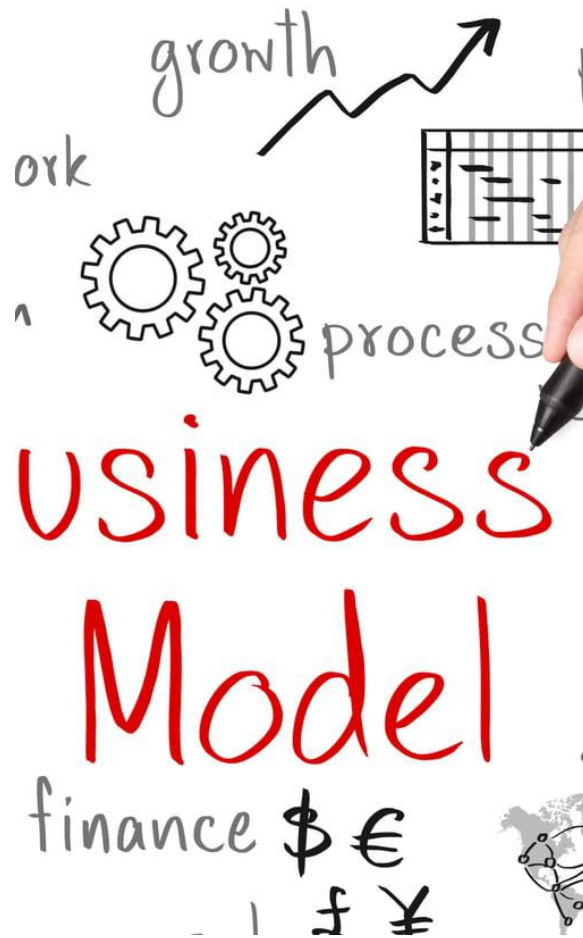




MODEL BUSINESS CANVAS

- ▶ “Es una herramienta que nos permitirá graficar y entender como una organización, nos permitirá crear, entrega valor y capta valor”

Modelo de Negocios con Canvas

MODELO CANVAS		DE:	PARA:	FECHA:
SOCIOS ¿Qué pueden hacer distintos colaboradores mejor que tú o con un coste menor y por lo tanto enriquecer tu modelo de negocio?	ACTIVIDAD Actividades CLAVE necesarias. Por ejemplo producción, distribución, publicidad...	PROPUESTA DE VALOR Propuesta de valor única para cada segmento: - ¿Qué problema solucionas? - ¿Qué necesidad satisfaces? - ¿Qué beneficios aportas? (Desde el punto de vista del cliente)	RELACIÓN ¿Qué tipo de relación esperan tus clientes que mantengas con ellos?	CLIENTES ¿Quiénes son? ¿Para quién estás creando valor? - Agruparlos por segmentos. - Establecer prioridades
COSTES Define la estructura de costes de tu modelo de negocio. ¿Cómo puedes minimizarlos para construir un modelo de negocio rentable?	RECURSOS Recursos CLAVE que requiere tu modelo de negocio.		CANALES ¿A través de qué medios contactarás y atenderás a tus clientes?	
		INGRESOS ¿Cuánto están dispuestos a pagar tus clientes por tu propuesta de valor? ¿Qué formas de facturación consideran? ¿Qué márgenes obtienes?		

www.reinventatunegocio.com

Introducción

- ▶ Crear un modelo de negocio con Canvas es sencillo y visual.
- ▶ Popular por la digitalización y transformación de las empresas.





Origen del Modelo Canvas

- ▶ Autor: Alexander Osterwalder (tesis de grado).
- ▶ Libro: Business Model Generation (2011, con Yves Pigneur).
- ▶ En español: Generación de Modelos de Negocio.



Describe cómo una organización crea, entrega y captura valor.



Permite representar las partes clave del negocio en una sola hoja.

Definición

Áreas principales del Modelo



Clientes



Oferta



Infraestructura



Viabilidad financiera



Los 9 Bloques del Canvas

- ▶ 1. Segmentos de Mercado
- ▶ 2. Propuesta de Valor
- ▶ 3. Canales
- ▶ 4. Relaciones con Clientes
- ▶ 5. Fuentes de Ingreso
- ▶ 6. Recursos Clave
- ▶ 7. Actividades Clave
- ▶ 8. Asociaciones Clave
- ▶ 9. Estructura de Costos

#1 Propuesta de Valor

Es el producto o servicio que ofrece la empresa junto con todos los beneficios relacionados con el mismo

Incluye diferenciación, diseño, reducción de costos, etc.

Lienzo De Modelo De Negocios

Diseñado para:

Diseñado por:

En:

Iteración

Socios Clave



Quiénes son nuestros socios clave?
Quiénes son nuestros proveedores clave?
Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?
Que actividades realizan nuestros socios clave?

motivaciones para reunir aliados:
Distribución y logística
Recursos críticos e importantes
Apoyos de recursos y actividades secundarias

Actividades Clave



Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
Nuestros canales?
Nuestras relaciones con los clientes?
Nuestros fuentes de ingresos?

categorías:
Producción
Distribución de productos
Relaciones con el cliente

Propuesta de Valor



Que valor estamos entregando a los clientes?
Cual problema estamos ayudando a resolver?
#1 Necesidad estamos satisfaciendo?
Que paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

PRODUCTO O SERVICIO.

Beneficios:
Reducción de costos
Reducción de tiempos
Reducción de riesgos
Reducción de incertidumbre
Reducción de complejidad

BENEFICIOS CUANTITATIVOS:
*Reducción de precios
+Tiempos, Costos.

BENEFICIOS CUALITATIVOS:
*Estatus
*Diseño
*Novedad
*Personalización
*Conveniencias

Relación con Clientes



Que tipo de relación espera que establezcamos y mantenijamos cada uno de nuestros segmentos de clientes?
Que relaciones hemos establecido?
Cuan costosas son?
Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

ejemplos:
Asistencia Personal
Asistencia Personal Dedicada
Ata. Servicio
Servicio Automatizado
Comercio electrónico

Segmentos De Clientes



Para quien estamos creando valor?
Quiénes son nuestros clientes mas importantes?
Masculino o femenino
Edad de mercado
Segmentos
Una persona
Múltiples personas

Recursos Clave



Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?
nuestros canales?
nuestras relaciones con los clientes?
nuestras fuentes de ingreso?

Tipos de recursos:
Físicos
Intelectuales (ideas, patentes, derechos de autor, datos)
Financieros
Personales

Canales



A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?
Como los estamos alcanzando ahora?
Como estan integrados nuestros canales?
Cuales Funcionan Mejor?
Cuales son los mas rentables?
Como podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?

Tipos de canal:
1. Vender directamente
2. Asociarse con otros para que nos ayuden a vender o producir
3. Explotación
4. Franquicia
5. Compañía conjunta
6. Distribución
7. Compañía conjunta
8. Compañía conjunta
9. Compañía conjunta
10. Compañía conjunta

Estructura De Costos

Cuáles son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?
Cuales recursos clave son los mas costosos?
Cuales actividades clave son las mas costosas?

Si negocio es mas:
Eficiencia al reducir costos de costos secundarios, propuesta de valor de bajo costo, misma automatización, mucho subconjunto.
Eficiencia al reducir costos de costos secundarios, propuesta de valor de bajo costo, misma automatización, mucho subconjunto.

Estructura de costos:
Costos fijos (Costos, gastos, intereses)
Costos variables
Costos de inicio
Costos de operación



Fuente De Ingresos

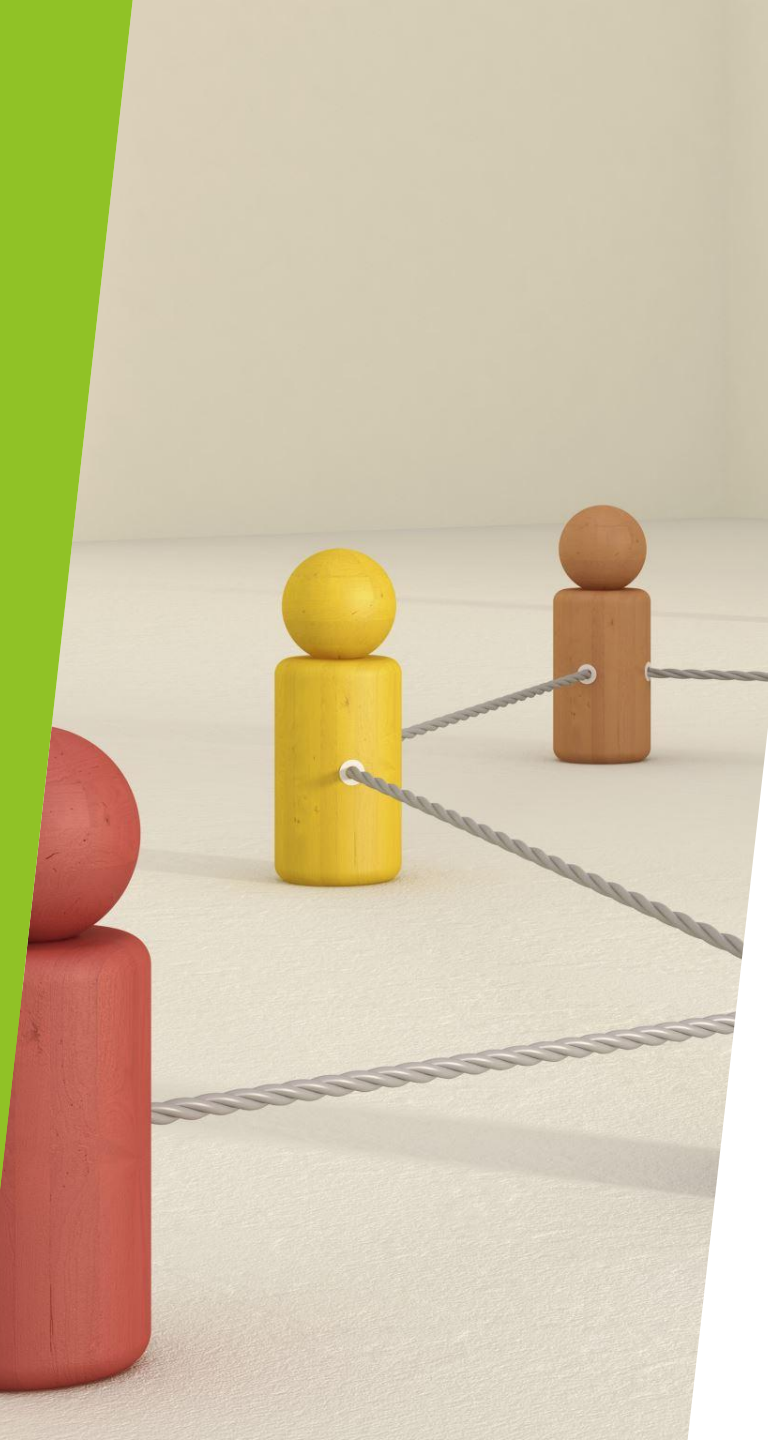
Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?
Actualmente por que se paga?
Como están pagando?
Como prefieren pagar?
Cuantos aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

Tipos de ingreso:
Venta de activos
Venta de servicios
Venta de productos
Venta de servicios
Venta de productos
Venta de servicios
Venta de productos
Venta de servicios
Venta de productos
Venta de servicios



#2 Segmentos de Mercado

- ▶ Se trata de un grupo de personas, organizaciones, empresas que comparten un problema en común o necesidad que esperan satisfacer.



Lienzo De Modelo De Negocios

Diseñado para:

Diseñado por:

En:

Iteración

Socios Clave  Quiénes son nuestros socios clave? Quiénes son nuestros proveedores clave? Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave? Que actividades realizan nuestros socios clave? motivaciones para realizar alianzas: Complementar y economizar Reducir riesgos e incertidumbre Propagación de recursos y actividades particulares	Actividades Clave  Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? Nuestros canales? Nuestras relaciones con los clientes? Nuestros fuentes de ingresos? categorías: - Actividad - Situación de problemas - Problemas: Ideal	Propuesta de Valor  Que valor estamos entregando a los clientes? Qual problema estamos ayudando a resolver? Qual necesidad estamos satisfaciendo? Qual tipo de productos o servicios estamos entregando a cada segmento de clientes? #1 ¿Ayuda a hacer el trabajo? ¿Cada día? PRODUCTO O SERVICIO.	Relación con Clientes  Que tipo de relación espera que establezcamos y mantenijamos cada uno de nuestros segmentos de clientes? Que relaciones hemos establecido? Cuan costosas son? Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio? apoyados: Asistencia Personal Asistencia Personal Dedicada Auto-Servicio Servicios Automatizados Comunicación	Segmentos De Clientes  Para quién estamos creando valor? Quiénes son nuestros clientes mas importantes? Modelo de negocio Modelo de mercado Segmentación Segmentos Modelos de negocio
Recursos Clave  Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? nuestros canales? nuestras relaciones con los clientes? nuestras fuentes de ingresos? Tipos de recursos: - Físicos - Intelectuales (Ideas, patentes, derechos de autor, datos) - Humanos - Financieros	Beneficiios Cuantitativos: *Reducción de precios +Tiempos, Costos.	Beneficios Cualitativos: *Estatus *Diseño *Novedad *Personalización *Conveniencias	Canales  A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados? Como los estamos alcanzando ahora? Como estan integrados nuestros canales? Cuales Funcionan Mejor? Cuales son los mas rentables? Como podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes? Tipos del canal: 1. Canales convencionales 2. Canales digitales 3. Canales híbridos 4. Canales de venta directa 5. Canales de venta indirecta 6. Canales de venta por correo electrónico 7. Canales de venta por teléfono 8. Canales de venta por video 9. Canales de venta por chat 10. Canales de venta por voz 11. Canales de venta por texto 12. Canales de venta por imagen 13. Canales de venta por audio 14. Canales de venta por video 15. Canales de venta por chat 16. Canales de venta por voz 17. Canales de venta por texto 18. Canales de venta por imagen 19. Canales de venta por audio 20. Canales de venta por video 21. Canales de venta por chat 22. Canales de venta por voz 23. Canales de venta por texto 24. Canales de venta por imagen 25. Canales de venta por audio 26. Canales de venta por video 27. Canales de venta por chat 28. Canales de venta por voz 29. Canales de venta por texto 30. Canales de venta por imagen 31. Canales de venta por audio 32. Canales de venta por video 33. Canales de venta por chat 34. Canales de venta por voz 35. Canales de venta por texto 36. Canales de venta por imagen 37. Canales de venta por audio 38. Canales de venta por video 39. Canales de venta por chat 40. Canales de venta por voz 41. Canales de venta por texto 42. Canales de venta por imagen 43. Canales de venta por audio 44. Canales de venta por video 45. Canales de venta por chat 46. Canales de venta por voz 47. Canales de venta por texto 48. Canales de venta por imagen 49. Canales de venta por audio 50. Canales de venta por video 51. Canales de venta por chat 52. Canales de venta por voz 53. Canales de venta por texto 54. Canales de venta por imagen 55. Canales de venta por audio 56. Canales de venta por video 57. Canales de venta por chat 58. Canales de venta por voz 59. Canales de venta por texto 60. Canales de venta por imagen 61. Canales de venta por audio 62. Canales de venta por video 63. Canales de venta por chat 64. Canales de venta por voz 65. Canales de venta por texto 66. Canales de venta por imagen 67. Canales de venta por audio 68. Canales de venta por video 69. Canales de venta por chat 70. Canales de venta por voz 71. Canales de venta por texto 72. Canales de venta por imagen 73. Canales de venta por audio 74. Canales de venta por video 75. Canales de venta por chat 76. Canales de venta por voz 77. Canales de venta por texto 78. Canales de venta por imagen 79. Canales de venta por audio 80. Canales de venta por video 81. Canales de venta por chat 82. Canales de venta por voz 83. Canales de venta por texto 84. Canales de venta por imagen 85. Canales de venta por audio 86. Canales de venta por video 87. Canales de venta por chat 88. Canales de venta por voz 89. Canales de venta por texto 90. Canales de venta por imagen 91. Canales de venta por audio 92. Canales de venta por video 93. Canales de venta por chat 94. Canales de venta por voz 95. Canales de venta por texto 96. Canales de venta por imagen 97. Canales de venta por audio 98. Canales de venta por video 99. Canales de venta por chat 100. Canales de venta por voz 101. Canales de venta por texto 102. Canales de venta por imagen 103. Canales de venta por audio 104. Canales de venta por video 105. Canales de venta por chat 106. Canales de venta por voz 107. Canales de venta por texto 108. Canales de venta por imagen 109. Canales de venta por audio 110. Canales de venta por video 111. Canales de venta por chat 112. Canales de venta por voz 113. Canales de venta por texto 114. Canales de venta por imagen 115. Canales de venta por audio 116. Canales de venta por video 117. Canales de venta por chat 118. Canales de venta por voz 119. Canales de venta por texto 120. Canales de venta por imagen 121. Canales de venta por audio 122. Canales de venta por video 123. Canales de venta por chat 124. Canales de venta por voz 125. Canales de venta por texto 126. Canales de venta por imagen 127. Canales de venta por audio 128. Canales de venta por video 129. Canales de venta por chat 130. Canales de venta por voz 131. Canales de venta por texto 132. Canales de venta por imagen 133. Canales de venta por audio 134. Canales de venta por video 135. Canales de venta por chat 136. Canales de venta por voz 137. Canales de venta por texto 138. Canales de venta por imagen 139. Canales de venta por audio 140. Canales de venta por video 141. Canales de venta por chat 142. Canales de venta por voz 143. Canales de venta por texto 144. Canales de venta por imagen 145. Canales de venta por audio 146. Canales de venta por video 147. Canales de venta por chat 148. Canales de venta por voz 149. Canales de venta por texto 150. Canales de venta por imagen 151. Canales de venta por audio 152. Canales de venta por video 153. Canales de venta por chat 154. Canales de venta por voz 155. Canales de venta por texto 156. Canales de venta por imagen 157. Canales de venta por audio 158. Canales de venta por video 159. Canales de venta por chat 160. Canales de venta por voz 161. Canales de venta por texto 162. Canales de venta por imagen 163. Canales de venta por audio 164. Canales de venta por video 165. Canales de venta por chat 166. Canales de venta por voz 167. Canales de venta por texto 168. Canales de venta por imagen 169. Canales de venta por audio 170. Canales de venta por video 171. Canales de venta por chat 172. Canales de venta por voz 173. Canales de venta por texto 174. Canales de venta por imagen 175. Canales de venta por audio 176. Canales de venta por video 177. Canales de venta por chat 178. Canales de venta por voz 179. Canales de venta por texto 180. Canales de venta por imagen 181. Canales de venta por audio 182. Canales de venta por video 183. Canales de venta por chat 184. Canales de venta por voz 185. Canales de venta por texto 186. Canales de venta por imagen 187. Canales de venta por audio 188. Canales de venta por video 189. Canales de venta por chat 190. Canales de venta por voz 191. Canales de venta por texto 192. Canales de venta por imagen 193. Canales de venta por audio 194. Canales de venta por video 195. Canales de venta por chat 196. Canales de venta por voz 197. Canales de venta por texto 198. Canales de venta por imagen 199. Canales de venta por audio 200. Canales de venta por video 201. Canales de venta por chat 202. Canales de venta por voz 203. Canales de venta por texto 204. Canales de venta por imagen 205. Canales de venta por audio 206. Canales de venta por video 207. Canales de venta por chat 208. Canales de venta por voz 209. Canales de venta por texto 210. Canales de venta por imagen 211. Canales de venta por audio 212. Canales de venta por video 213. Canales de venta por chat 214. Canales de venta por voz 215. Canales de venta por texto 216. Canales de venta por imagen 217. Canales de venta por audio 218. Canales de venta por video 219. Canales de venta por chat 220. Canales de venta por voz 221. Canales de venta por texto 222. Canales de venta por imagen 223. Canales de venta por audio 224. Canales de venta por video 225. Canales de venta por chat 226. Canales de venta por voz 227. Canales de venta por texto 228. Canales de venta por imagen 229. Canales de venta por audio 230. Canales de venta por video 231. Canales de venta por chat 232. Canales de venta por voz 233. Canales de venta por texto 234. Canales de venta por imagen 235. Canales de venta por audio 236. Canales de venta por video 237. Canales de venta por chat 238. Canales de venta por voz 239. Canales de venta por texto 240. Canales de venta por imagen 241. Canales de venta por audio 242. Canales de venta por video 243. Canales de venta por chat 244. Canales de venta por voz 245. Canales de venta	

#3 Canales



ES LA FORMA EN QUE
LA EMPRESA ENTREGA
LA PROPUESTA DE
VALOR AL QUIENTE.

- ▶ Cómo la empresa llega al cliente.
- ▶ Directos/Indirectos, fases: info, evaluación, compra, entrega, postventa.

Lienzo De Modelo De Negocios

Diseñado para:

Diseñado por:

En:

Iteración

Socios Clave  Quiénes son nuestros socios clave? Quiénes son nuestros proveedores clave? Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave? Que actividades realizan nuestros socios clave? mejores para realizar clientes: Cotización y sistema Reservar mesa y acompañante Propaganda de recursos y actividades particulares	Actividades Clave  Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? Nuestros canales? Nuestras relaciones con los clientes? Nuestros fuentes de ingresos? categorías: Producto Servicio de productos Productos - Red	Propuesta de Valor  Que valor estamos entregando a los clientes? Cual problema estamos ayudando a resolver? Cual necesidad estamos satisfaciendo? Que tipo de productos o servicios estamos entregando a cada segmento de clientes? #1 ¿Qué es el producto? "¿Qué es hacer el trabajo?" ¿Cómo? PRODUCTO O SERVICIO.	Relación con Clientes  Que tipo de relación espera que establezcamos y mantenijamos cada uno de nuestros segmentos de clientes? Que relaciones hemos establecido? Cuan costosas son? Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio? apoyos: Asistencia Personal Asistencia Personal Dedicada Auto Servicio Servicio Automatizado Comunicación	Segmentos De Clientes  Para quien estamos creando valor? Quiénes son nuestros clientes mas importantes? Marketplace Marketplace de productos Marketplace de servicios Marketplace de experiencias Marketplace de viajes
Recursos Clave  Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? nuestros canales? nuestras relaciones con los clientes? nuestras fuentes de ingreso? Recursos de recursos: Fuerza Procedimientos (Métodos, procesos, derechos de autor, datos) Infraestructura Procedimientos	Beneficios Cuantitativos: *Reducción de precios +Tiempos, Costos. Beneficios Cualitativos: *Estatus *Diseño *Novedad *Personalización *Conveniencias	Canales  A través de que canales nuestros segmentos de clientes pueden ser alcanzados? Como podemos alcanzando ahora? Como podemos integrados nuestros canales? Cuales funcionan mejor? Cuales son los mas rentables? Como podemos mejorar los canales de nuestros clientes? #3 CANALES PROPIOS AJENOS FISICOS ONLINE Tipos de canales: 1. Canales físicos 2. Canales online 3. Canales mixtos 4. Canales de venta directa 5. Canales de venta indirecta 6. Canales de venta por catálogo 7. Canales de venta por correo electrónico 8. Canales de venta por teléfono 9. Canales de venta por video 10. Canales de venta por audio 11. Canales de venta por texto 12. Canales de venta por imagen 13. Canales de venta por sonido 14. Canales de venta por tacto 15. Canales de venta por olfato 16. Canales de venta por gusto 17. Canales de venta por pensamiento 18. Canales de venta por emoción 19. Canales de venta por intuición 20. Canales de venta por inspiración	¿A QUE SEGMENTO DE MERCADO PERTENECEN?	
Estructura De Costos Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio? Cuales recursos clave son los mas costosos? Cuales actividades clave son las mas costosas? Si se requiere más: Estructura de costos: Costos de materiales Costos de mano de obra Costos de energía Costos de transporte Costos de distribución Costos de marketing Costos de administración Costos de investigación y desarrollo Costos de otros	Fuente De Ingresos  Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar? Actualmente por que se paga? Como están pagando? Cuan preferen pagar? Cuan aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales? Tipos de ingresos: 1. Ingresos por venta de productos 2. Ingresos por venta de servicios 3. Ingresos por venta de experiencias 4. Ingresos por venta de viajes 5. Ingresos por venta de alojamiento 6. Ingresos por venta de transporte 7. Ingresos por venta de alimentación 8. Ingresos por venta de entretenimiento 9. Ingresos por venta de salud 10. Ingresos por venta de educación 11. Ingresos por venta de tecnología 12. Ingresos por venta de arte 13. Ingresos por venta de moda 14. Ingresos por venta de belleza 15. Ingresos por venta de deportes 16. Ingresos por venta de mascotas 17. Ingresos por venta de plantas 18. Ingresos por venta de animales 19. Ingresos por venta de objetos de arte 20. Ingresos por venta de otros	Fuente De Ingresos  Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar? Actualmente por que se paga? Como están pagando? Cuan preferen pagar? Cuan aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales? Tipos de ingresos: 1. Ingresos por venta de productos 2. Ingresos por venta de servicios 3. Ingresos por venta de experiencias 4. Ingresos por venta de viajes 5. Ingresos por venta de alojamiento 6. Ingresos por venta de transporte 7. Ingresos por venta de alimentación 8. Ingresos por venta de entretenimiento 9. Ingresos por venta de salud 10. Ingresos por venta de educación 11. Ingresos por venta de tecnología 12. Ingresos por venta de arte 13. Ingresos por venta de moda 14. Ingresos por venta de belleza 15. Ingresos por venta de deportes 16. Ingresos por venta de mascotas 17. Ingresos por venta de plantas 18. Ingresos por venta de animales 19. Ingresos por venta de objetos de arte 20. Ingresos por venta de otros	Fuente De Ingresos  Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar? Actualmente por que se paga? Como están pagando? Cuan preferen pagar? Cuan aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales? Tipos de ingresos: 1. Ingresos por venta de productos 2. Ingresos por venta de servicios 3. Ingresos por venta de experiencias 4. Ingresos por venta de viajes 5. Ingresos por venta de alojamiento 6. Ingresos por venta de transporte 7. Ingresos por venta de alimentación 8. Ingresos por venta de entretenimiento 9. Ingresos por venta de salud 10. Ingresos por venta de educación 11. Ingresos por venta de tecnología 12. Ingresos por venta de arte 13. Ingresos por venta de moda 14. Ingresos por venta de belleza 15. Ingresos por venta de deportes 16. Ingresos por venta de mascotas 17. Ingresos por venta de plantas 18. Ingresos por venta de animales 19. Ingresos por venta de objetos de arte 20. Ingresos por venta de otros	



#4 Relaciones con Clientes

- ▶ EL BLOQUE DE LA RELACION CON LOS CLIENTES ANALIZA CÒMO NUESTRA EMPRESA VA A ATRAER, RETENER Y AMPLIAR TU CARTERA DE CLIENTES.
- ▶ Formas de interacción: asistencia personal, autoservicio, comunidades.

Lienzo De Modelo De Negocios

Diseñado para:

Diseñado por:

En:

Iteración

Socios Clave



Quiénes son nuestros socios clave?
Quiénes son nuestros proveedores clave?
Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?
Que actividades realizan nuestros socios clave?

motivaciones para realizar alianzas:
Distribución y economía
Reducir riesgos e incertidumbre
Aprovechar recursos y capacidades particulares

Actividades Clave



Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
Nuestros canales?
Nuestras relaciones con los clientes?
Nuestras fuentes de ingresos?

categorías:
Integración
Diseño de productos
Relaciones con el cliente

Propuesta de Valor



Que valor estamos entregando a los clientes?
Cual problema estamos ayudando a resolver?
Que cosas estamos satisfaciendo?
Que tipos de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

#1
PRODUCTO O SERVICIO.

BENEFICIOS CUANTITATIVOS:
*Reducción de precios
+Tiempos, Costos.

BENEFICIOS CUALITATIVOS:
*Estatus
*Diseño
*Novedad
*Personalización
*Conveniencias

Relación con Clientes



Que tipo de relación espera que establezcamos y como nos ayuda cada uno de nuestros segmentos de clientes?
Que canales hemos establecido?
Cuan costosos son?
Cuan importantes son el resto de nuestro

#4
Relación:
*Personal VIP
*Autoservicio.
*Automatización
*Comunidades
*Co-creación

Canales



A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?
Como podemos estar alcanzando ahora?
Como están integrados nuestros canales?
Cuales funcionan mejor?
Cuales son los costos de cada canal?
Como podemos mejorar las relaciones de nuestros clientes?

#3
CANALES PROPIOS AJENOS FISICOS ONLINE

Tipos de canales:
1. Canales propios
2. Canales ajenos
3. Canales híbridos
4. Canales digitales
5. Canales físicos
6. Canales mixtos

Segmentos De Clientes



Para quien estamos creando valor?
Quiénes son nuestros clientes mas importantes?

#2
¿QUIENES SON NUESTROS CLIENTES?

¿A QUE SEGMENTO DE MERCADO PERTENECEN?

Estructura De Costos

Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?
Cuales recursos clave son los mas costosos?
Cuales actividades clave son las mas costosas?

Se refiere a:
Estructura de costos: los costos comprendidos, propuestos de valor de bajo costo, misma automatización, mucho outsourcing)
Estructura de costos: los costos comprendidos, propuestos de valor de bajo costo, misma automatización, mucho outsourcing)

Ejemplos de categorías:
Costos fijos (salarios, rentas, utilidades)
Costos variables (materias primas, energía)
Costos de marketing
Costos de desarrollo



Fuente De Ingresos

Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?
Actualmente por que se paga?
Como están pagando?
Como prefieren pagar?
Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

Tipos de ingresos:
1. Ingresos por venta
2. Ingresos por suscripción
3. Ingresos por licencia
4. Ingresos por regalía
5. Ingresos por comisión
6. Ingresos por donación

Tipos de precios:
1. Precio fijo
2. Precio variable
3. Precio de descuento
4. Precio de premium
5. Precio de lanzamiento
6. Precio de exclusividad

Tipos de descuentos:
1. Descuento por volumen
2. Descuento por tiempo
3. Descuento por lealtad
4. Descuento por exclusividad
5. Descuento por lanzamiento
6. Descuento por exclusividad





#5 Fuente de Ingresos

EL BLOQUE DE LAS FUENTES DE INGRESOS NOS AYUDARA A DEFINIR DE QUE FORMA UN NEGOCIO OBTIENE RECURSOS MONETARIOS.

- ▶ Cómo se genera el dinero.
- ▶ Venta, suscripción, licencias, corretaje, precios fijos/dinámicos.

Lienzo De Modelo De Negocios

Diseñado para:

Diseñado por:

En:

Iteración

Socios Clave



Quiénes son nuestros socios clave?
Quiénes son nuestros proveedores clave?
Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?
Que actividades realizan nuestros socios clave?

motivaciones para realizar alianzas:
Distribución y economía
Reducción de riesgos y responsabilidades
Adquisición de recursos y capacidades particulares

Actividades Clave



Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
Nuestros canales?
Nuestras relaciones con los clientes?
Nuestras fuentes de ingresos?

categorías:
Integración
Distribución de canales
Relaciones con el cliente

Propuesta de Valor



Que valor estamos entregando a los clientes?
Cual problema estamos ayudando a resolver?
Que cosas estamos satisfaciendo?
Que tipos de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

#1

PRODUCTO O SERVICIO.

BENEFICIOS CUANTITATIVOS:

*Reducción de precios
+Tiempos, Costos.

BENEFICIOS CUALITATIVOS:

*Estatus
*Diseño
*Novedad
*Personalización
*Conveniencias

Relación con Clientes



Que tipo de relación espera que establezcamos y que tipo de relación es cada uno de nuestros segmentos de clientes?
Que relaciones hemos establecido?
Cuan costosas son?
Que tipo de relación con el resto de nuestro segmento de clientes?

#4

Relación:
*Personal VIP
*Autoservicio.
*Automatización
*Comunidades
*Co-creación

Canales



A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?
Como están integrados nuestros canales?
Cuales funcionan mejor?
Cuales son los costos de los canales?
Como podemos mejorar las relaciones de nuestros clientes?

#3

CANALES PROPIOS AJENOS FISICOS ONLINE

Tipos de canales:
1. Canales físicos
2. Canales online
3. Canales híbridos
4. Canales de distribución
5. Canales de venta
6. Canales de servicio al cliente

Segmentos De Clientes



Para quien estamos creando valor?
Quiénes son nuestros clientes mas importantes?

#2

¿QUIENES SON NUESTROS CLIENTES?

¿A QUE SEGMENTO DE MERCADO PERTENECEN?

Estructura De Costos

Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?
Cuales recursos clave son los mas costosos?
Cuales actividades clave son las mas costosas?

Se refiere a los costos de producción de los costos operativos, propuestos de valor de bajo costo, misma automatización, mucho outsourcing)
El costo de un producto o servicio a lo largo de su vida. Propiedades de valor particular

Estructura de costos:
Costos fijos (salarios, rentas, utilidades)
Costos variables
Costos de inversión
Costos de operación



Fuente De Ingresos

Por que nuestros clientes están dispuestos a pagar?
Actúan como que se paga?
Como están pagando?
Como prefieren pagar?
Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

#5

Pago Único Pago Recurrente

Tipos de ingresos:
1. Ingresos por venta
2. Ingresos por suscripción
3. Ingresos por licencia
4. Ingresos por regalía
5. Ingresos por franquicia
6. Ingresos por joint venture
7. Ingresos por asociación
8. Ingresos por patrocinio
9. Ingresos por publicidad
10. Ingresos por consultoría
11. Ingresos por formación
12. Ingresos por eventos
13. Ingresos por viajes
14. Ingresos por alojamiento
15. Ingresos por alimentación
16. Ingresos por entretenimiento
17. Ingresos por salud
18. Ingresos por bienestar
19. Ingresos por moda
20. Ingresos por belleza
21. Ingresos por tecnología
22. Ingresos por servicios
23. Ingresos por productos
24. Ingresos por experiencias
25. Ingresos por educación
26. Ingresos por cultura
27. Ingresos por deporte
28. Ingresos por ocio
29. Ingresos por turismo
30. Ingresos por transporte
31. Ingresos por energía
32. Ingresos por agua
33. Ingresos por telecomunicaciones
34. Ingresos por medios de transporte
35. Ingresos por servicios financieros
36. Ingresos por seguros
37. Ingresos por banca
38. Ingresos por inversión
39. Ingresos por gestión de activos
40. Ingresos por gestión de pasivos
41. Ingresos por gestión de riesgos
42. Ingresos por gestión de recursos humanos
43. Ingresos por gestión de recursos financieros
44. Ingresos por gestión de recursos tecnológicos
45. Ingresos por gestión de recursos legales
46. Ingresos por gestión de recursos políticos
47. Ingresos por gestión de recursos sociales
48. Ingresos por gestión de recursos culturales
49. Ingresos por gestión de recursos ambientales
50. Ingresos por gestión de recursos naturales



#6 Recursos Clave

SON LOS RECURSOS ESENCIALES PARA QUE EL MODELO DE NEGOCIO FUNCIONE.

CON ESTOS RECURSOS, LA EMPRESA PUEDE CUMPLIR CON SUS ACTIVIDADES PRINCIPALES.



► **Recursos necesarios: físicos, intelectuales, humanos, financieros.**

Lienzo De Modelo De Negocios

Diseñado para:

Diseñado por:

En:

Iteración

Socios Clave



Quiénes son nuestros socios clave?
Quiénes son nuestros proveedores clave?
Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?
Que actividades realizan nuestros socios clave?

motivaciones para realizar alianzas:
Distribución y economía
Reducir riesgos e incertidumbre
Adaptación de recursos y capacidades particulares

Actividades Clave



Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
Nuestros canales?
Nuestras relaciones con los clientes?
Nuestros fuentes de ingresos?

categorías:
Integración
Estructura de canales
Relaciones con el cliente

Propuesta de Valor



Que valor estamos entregando a los clientes?
Cual problema estamos ayudando a resolver?
Que cosas estamos satisfaciendo?
Que tipos de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

#1

PRODUCTO O SERVICIO.

BENEFICIOS CUANTITATIVOS:

*Reducción de precios
+Tiempos, Costos.

BENEFICIOS CUALITATIVOS:

*Estatus
*Diseño
*Novedad
*Personalización
*Conveniencias

Relación con Clientes



Que tipo de relación espera que establezcamos y como vamos a crearla con cada uno de nuestros segmentos?
Que canales hemos establecido?
Cuan costosos son?
Que tipo de relación con el costo de nuestro negocio?

#4

Relación:
*Personal VIP
*Autoservicio.
*Automatización
*Comunidades
*Co-creación

Canales



A través de que canales nuestros segmentos de clientes van a ser alcanzados?
Como están integrados nuestros canales?
Cuales Funcionan Mejor?
Cuales son los más rentables?
Como podemos mejorar nuestros canales?

#3
◆ Propios
◆ Ajenos
◆ Fisicos
◆ Online

Segmentos De Clientes



Para quien estamos creando valor?
Quiénes son nuestros clientes mas importantes?

segmentos mas importantes:
Alcance de mercado
Alcance de mercado
Alcance de mercado
Alcance de mercado
Alcance de mercado

#2

¿Quiénes son nuestros clientes?

¿A que segmento de mercado pertenecen?

Recursos Clave



Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?
Nuestros canales?
Nuestras relaciones con los clientes?

#6

Recursos
◆ Físicos
◆ Humanos
◆ Financieros
◆ Intelectuales

Estructura De Costos

Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?
Cuales recursos clave son los mas costosos?
Cuales actividades clave son las mas costosas?

Se refiere a los costos de producción de los productos, servicios o actividades.
Estructura de costos de los productos, servicios o actividades.
Estructura de costos de los productos, servicios o actividades.

Ejemplos de categorías:
Costos de materiales
Costos de mano de obra
Costos de energía
Costos de transporte
Costos de distribución



Fuente De Ingresos

Por que nuestros clientes están dispuestos a pagar?
Actuando como que se paga?
Como están pagando?
Como prefieren pagar?
Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

#5
Pago Único
Pago Recurrente



#7 Actividades Clave



▶ SON LOS PROCESOS, ACTIVIDADES Y TAREAS MÁS IMPORTANTES QUE UNA EMPRESA DEBE EJECUTAR PARA QUE EL NEGOCIO FUNCIONE.

▶ **Acciones esenciales:**
producción, resolución de problemas, plataformas.

Lienzo De Modelo De Negocios

Diseñado para:

Diseñado por:

En:

Iteración

Socios Clave



Quiénes son nuestros socios clave?
Quiénes son nuestros proveedores clave?
Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?
Que actividades realizan nuestros socios clave?

motivaciones para realizar alianzas:
Distribución y economía
Riesgo compartido y ganancias
Apoyo en recursos y capacidades particulares

Actividades Clave



Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
Nuestros canales?
Nuestras relaciones con los clientes?
Nuestros fuentes de ingresos?

#7 Actividades de:

Producción.

☐ Resolución

Problemas.

☐ Plataforma/Red

Recursos Clave



Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?
Nuestros canales?
Nuestras relaciones con los clientes?

#6 Recursos

- ◆ Físicos
- ◆ Humanos
- ◆ Financieros
- ◆ Intelectuales

Propuesta de Valor



Que valor estamos entregando a los clientes?
Cual problema estamos ayudando a resolver?
Que cosas estamos satisfaciendo?
Que productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

#1 PRODUCTO O SERVICIO.

BENEFICIOS CUANTITATIVOS:

*Reducción de precios
+Tiempos, Costos.

BENEFICIOS CUALITATIVOS:

- *Estatus
- *Diseño
- *Novedad
- *Personalización
- *Conveniencias

Relación con Clientes



Que tipo de relación espera que establezcamos y como nos ayuda uno de nuestros segmentos de clientes?
Que relaciones hemos establecido?
Cuan costosas son?
Que tipo de relación con el costo de nuestro negocio?

- #4 Relación:**
- *Personal VIP
- *Autoservicio.
- *Automatización
- *Comunidades
- *Co-creación

Canales



A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?
Como están integrados nuestros canales?
Cuales Funcionan Mejor?
Cuales son los más rentables?
Como podemos mejorar nuestros canales?

- #3 Canales**
- ◆ Propios
- ◆ Ajenos
- ◆ Físicos
- ◆ Online

Segmentos De Clientes



Para quien estamos creando valor?
Quiénes son nuestros clientes mas importantes?

Identificar segmentos:
Alcance de mercado
Segmentación
Una persona
Un grupo de personas

#2 ¿Quiénes son nuestros clientes?

¿A que segmento de mercado pertenecen?

Estructura De Costos

Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?
Cuales recursos clave son los mas costosos?
Cuales actividades clave son las mas costosas?

Se refiere a los costos de producción de los productos, servicios o actividades.
Estructura de costos: Costos de producción, costos de distribución, costos de marketing, costos de administración, costos de investigación y desarrollo, costos de financiación, costos de impuestos, costos de otros.

Ejemplos de estructura de costos:
Costos de producción, costos de distribución, costos de marketing, costos de administración, costos de investigación y desarrollo, costos de financiación, costos de impuestos, costos de otros.



Fuente De Ingresos

Por que nuestros clientes están dispuestos a pagar?
Actuando como se paga?
Como están pagando?
Como prefieren pagar?
Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

**#5 Pago Único
Pago Recurrente**



#8 Socios Clave



- ▶ AQUELLAS PERSONAS U ORGANIZACIONES QUE DEBEN ESTAR JUNTO A NUESTRA EMPRESA QUE ÈSTA FUNCIONE O FUNCIONE MEJOR.
- ▶ Red de socios estratégicos: alianzas, coopetición, joint ventures.

Lienzo De Modelo De Negocios

Diseñado para:

Diseñado por:

En:

Iteración

Socios Clave



Quiénes son nuestros socios clave?
Quiénes son nuestros proveedores clave?
Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?
Que actividades realizan nuestros socios clave?

#8

Asociarse para:

+Obtener economías de escala

***Reducción de riesgos.**

***Adquirir Recursos o actividades clave de terceros.**

Actividades Clave



Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
Nuestros canales?
Nuestras relaciones con los clientes?
Nuestros fuentes de ingresos?

#7

Actividades de:

Producción.

Resolución Problemas.

Plataforma/Red

Recursos Clave



Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?
Nuestros canales?
Nuestras relaciones con los clientes?

#6

Recursos

- ◆ **Físicos**
- ◆ **Humanos**
- ◆ **Financieros**
- ◆ **Intelectuales**

Propuesta de Valor



Que valor estamos entregando a los clientes?
Cual problema estamos ayudando a resolver?
Que necesidades estamos satisfaciendo?
Que productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

#1

PRODUCTO O SERVICIO.

BENEFICIOS CUANTITATIVOS:

***Reducción de precios**
+Tiempos, Costos.

BENEFICIOS CUALITATIVOS:

- *Estatus
- *Diseño
- *Novedad
- *Personalización
- *Conveniencias

Relación con Clientes



Que tipo de relación espera que establezcamos y como nos ayuda cada uno de nuestros segmentos de clientes?
Que relaciones hemos establecido?
Cuan costosas son?
Cuan fáciles de romper?
Cuan fáciles de construir?

#4

Relación:

- *Personal VIP
- *Autoservicio.
- *Automatización
- *Comunidades
- *Co-creación

Canales



A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?
Como están integrados nuestros canales?
Cuales funcionan mejor?
Cuales son los más rentables?
Como podemos mejorar nuestros canales?

#3

- ◆ **Propios**
- ◆ **Ajenos**
- ◆ **Físicos**
- ◆ **Online**

Segmentos De Clientes



Para quien estamos creando valor?
Quiénes son nuestros clientes mas importantes?

#2

¿Quiénes son nuestros clientes?

¿A que segmento de mercado pertenecen?

Estructura De Costos

Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?
Cuales recursos clave son los mas costosos?
Cuales actividades clave son las mas costosas?

Se requiere más...

Estructura de costos: Estructura de costos comprendiendo, proporción de valor de bajo costo, misma automatización, mucho outsourcing

Estructura de costos: Estructura de costos comprendiendo, proporción de valor de bajo costo, misma automatización, mucho outsourcing

Estructura de costos: Estructura de costos comprendiendo, proporción de valor de bajo costo, misma automatización, mucho outsourcing

Estructura de costos: Estructura de costos comprendiendo, proporción de valor de bajo costo, misma automatización, mucho outsourcing

Estructura de costos: Estructura de costos comprendiendo, proporción de valor de bajo costo, misma automatización, mucho outsourcing

Estructura de costos: Estructura de costos comprendiendo, proporción de valor de bajo costo, misma automatización, mucho outsourcing

Estructura de costos: Estructura de costos comprendiendo, proporción de valor de bajo costo, misma automatización, mucho outsourcing

Estructura de costos: Estructura de costos comprendiendo, proporción de valor de bajo costo, misma automatización, mucho outsourcing

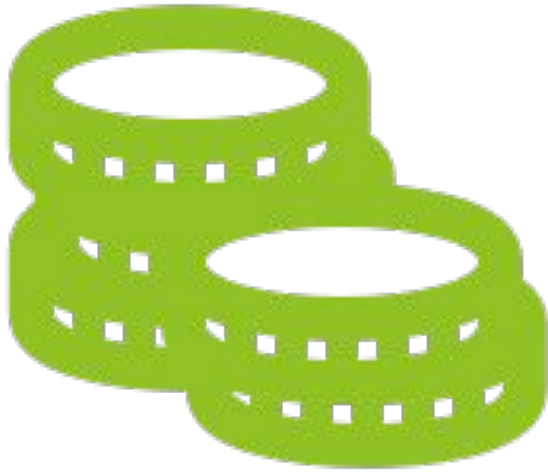
Fuente De Ingresos

Por que nuestros clientes están dispuestos a pagar?
Actuando como que se paga?
Como están pagando?
Como prefieren pagar?
Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

#5

Pago Único
Pago Recurrente





#9 Estructura de Costos

ESTE BLOQUE IDENTIFICA Y ANALIZA LOS COSTOS QUE SE GENERAN AL OPERAR NUESTRO NEGOCIO.

- Costos fijos/variables, economías de escala y amplitud.

The background of the slide features a close-up of a colorful, geometric paper sculpture, possibly a star or a flower, made of various colored triangles (red, blue, yellow, green, purple) on a rustic wooden surface. In the foreground, there are scattered colorful paper shavings. The background is softly blurred, showing warm bokeh lights. A dark, semi-transparent triangular overlay covers the right side of the image, and a bright green geometric pattern is visible on the far right edge.

PARTE PRACTICA

Datos:

- 1.- tienda online
- 2.- Vente Café en línea de alta Gama, Premium, etc.
- 3.- Modelo de negocio, ventas únicas, o modelo de negocio recurrente.
- 4.-

Lienzo De Modelo De Negocios

Diseñado para:

Diseñado por:

En:

Iteración

Socios Clave



Quiénes son nuestros socios clave?
Quiénes son nuestros proveedores clave?
Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?
Cuales son los canales que canalizan nuestros socios clave?

#8

motivación, recursos, habilidades, conocimientos, experiencia, reputación, relaciones, recursos, redes y normativas, alianzas, socios estratégicos

- *Productores de Café.
- ^*Gestion y matto web de e-commerce.
- *Gestion de RRSS y Marketing.
- *Empresa de envíos
- *Admón y Contabilidad.

Actividades Clave



Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
Nuestros canales?
Nuestras relaciones con los clientes?
Nuestras fuentes de ingresos?

#7

Actividad clave, recursos, habilidades, conocimientos, experiencia, reputación, relaciones, recursos, redes y normativas, alianzas, socios estratégicos

- *Selección de café.
- *Compra café
- *Atn. Clientes.
- *Gestión de envíos.

Recursos Clave



Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?
Nuestros canales?
Nuestras relaciones con los clientes?
Nuestras fuentes de ingresos?

#6

Actividad clave, recursos, habilidades, conocimientos, experiencia, reputación, relaciones, recursos, redes y normativas, alianzas, socios estratégicos

- *Sitio web
- *Rec. Humanos.
- *Expertos en Café
- *Soporte: gestor RRSS, webmaster, Marketer.
- *Stpcl Productos

Propuesta de Valor



Que valor estamos entregando a los clientes?
Cual problema estamos ayudando a resolver?
Cual necesidad estamos satisfaciendo?
Que paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

#1

Actividad clave, recursos, habilidades, conocimientos, experiencia, reputación, relaciones, recursos, redes y normativas, alianzas, socios estratégicos

Café Premium local/importado.

Selección personalizada para cada cliente.

Evita salir de casa y compra las 24 hrs ONLINE.

Relación con Clientes



Que tipo de relación espera que establezcamos y mantenemos cada uno de nuestros segmentos de clientes?
Que canales hemos establecido?
Cuan costosas son?
Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

#4

- *Chats, Tel., e-mail
- *Recomendaciones automatizadas.

Canales



A través de cuales canales llegamos a los segmentos de clientes que queremos alcanzar?
Cuales los canales alcanzando ahora?
Cuales son los canales de nuestros competidores?
Cuales son los canales de nuestros socios?
Cuales son los canales de nuestros proveedores?

- *Sitios web propios.
- *Redes sociales propias.
- *Tiendas físicas de terceros: Bloggers, influencers.

Segmentos De Clientes



Para quien estamos creando valor?
Quiénes son nuestros clientes mas importantes?

#2

Entusiastas por cafés de gama media y alta.

Personas que quieren descubrir nuevos sabores/aroma s regularmente

Estructura De Costos

Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?
Cuales recursos clave son los mas costosos?
Cuales canales clave son las mas costosas?

#9

Si se requiere de recursos, habilidades, conocimientos, experiencia, reputación, relaciones, recursos, redes y normativas, alianzas, socios estratégicos

- Salarios y freelancers
- *Compras y envíos.
- *Comisiones bancarias



- *Agencia Mk.
- *Matto web.

Fuente De Ingresos

Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?
Actualmente por que se paga?
Como están pagando?
Como prefieren pagar?
Cuantos aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

#5

- *Pago Recurrente

- *Pago Único





Ventajas del Canvas

- ▶ **Visión global, rapidez, bajo costo.**
- ▶ **Permite validar o descartar ideas rápidamente.**

Desventajas del Canvas



Modelo
simplificado.



No sustituye un plan
de negocios
completo.

Recursos y Herramientas



Apps: Educanvas,
Business Model Canvas
Strategizing.App,
BizCanvas.



Complementos: Canvas
de propuesta de valor,
mapa de empatía.

Cierre

- ▶ El Business Model Canvas es una fotografía estratégica del negocio en una sola hoja.
- ▶ Empieza a llenar los 9 bloques y define tu estrategia.