

Modelo de negocio

Canvas

Cómo planificar el desarrollo de su idea de negocio



¿Qué necesidad social intercepta?



¿En qué medida está presente esta necesidad en su comunidad?



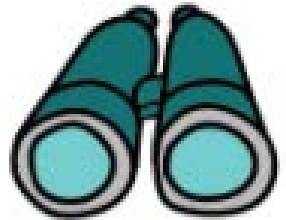
¿Cómo te identificas con la necesidad?

¿Cómo se indentificará con la necesidad?

¿Cómo interceptó la necesidad?

¿Involucró a la comunidad local?

¿Cuál es la idea de futuro que quiere aportar?



¿Qué solución quiere aplicar para satisfacer la necesidad?

¿Hay alguna buena práctica que pueda inspirarnos?

¿Hay cambios sociales que puedan afectar a su respuesta a la necesidad social?

¿Qué valores le guían?



¿Qué valores guían su iniciativa?

¿Sus valores le hacen destacar en su contexto?

¿Estos valores inspiran a las personas que le rodean?

¿Cuál es su objetivo?



¿Cuál será, en la práctica, el objetivo de su empresa?




¿Cómo encajará este propósito en la comunidad?

¿Cuál es el impacto social que quiere crear?



¿Cómo va a involucrar a la comunidad?

- análisis de las necesidades,
- planificación estratégica,
- producción de resultados,
- uso de bienes y servicios,
- autoridad accionarial ...
- ... y similares.



**...y ¿cómo quiere comunicar
el significado de su iniciativa como
estímulo para esa participación?**

¿En qué contexto va a actuar?



¿En qué contexto va a actuar?

Análisis del contexto:

- Demografía;
- Estadísticas socioeconómicas;
- Niveles globales / niveles locales





Estudio del territorio

En referencia al ámbito territorial elegido para la iniciativa (barrio, pueblo, ciudad, país):

- ¿Por qué eligió ese lugar?
- ¿Hay algún negocio similar en la zona?
- Si es así, ¿ofrecen algo diferente?
- Si no es así, ¿Cómo cree que responderá la zona de destino?
- ¿Ha hecho alguna encuesta?
- ¿Cuál es la historia del territorio?
- ¿Había negocios similares allí?
- ¿Cuál es la historia de su desarrollo?

¿En qué contexto va a actuar?

Análisis del sector del mercado:


- ¿Quiénes son sus competidores?
- ¿Se puede colaborar con ellos?
- ¿Qué hacen sus competidores?
- ¿Qué hace usted de forma diferente?





Modelo de negocios Canvas

Modelo de negocios Canvas



El modelo de negocios Canvas (BMC, en inglés Business Model Canvas) permite tener todos los aspectos clave del negocio en una sola hoja.

«Un modelo de negocio describe la lógica de cómo una organización crea, entrega y capta valor».

Alex Osterwalder

Modelo de negocios Canvas

El BMC es completado por el equipo o por la persona que promueve la iniciativa empresarial;

El BMC ayuda a destacar el valor empresarial;

Su objetivo es explorar:

las áreas estratégicas que caracterizan a la empresa;



Modelo de negocios Canvas

El BMC es el punto de partida para que los empresarios planifiquen una estrategia empresarial;

Les permite **supervisar** la actividad empresarial viendo y mejorando el modelo de negocio.



Modelo de negocios Canvas

Es posible completar el BMC:

- **Al principio** (se necesitan estimaciones de costes),
- **A medida que se realicen las adaptaciones**, llevar un registro de las decisiones estratégicas tomadas.

Siempre es un documento en proceso de cambio. Por lo tanto, es posible cambiarlo en función de la operación empresarial.



1. Equipo

3. Idea de negocio - Propuesta de valor para la comunidad

2. Grupos objetivo - Beneficiarios

6. Relaciones clave

5. Bienes y servicios

4. Participación comunitaria

8. Recursos

9. Inversiones

7. Canales y estrategia de comunicación

10. Política de precios

11. Costes

12. Ingresos

El trabajo en equipo



El trabajo en equipo



Resulta útil plantear las siguientes preguntas:

- ¿Quiénes son los miembros del equipo que colabora?
- ¿Cuáles son sus características, pasiones y trabajos?
- ¿Cuál es la relación del equipo con el territorio local?

El cliente o beneficiario



El cliente o beneficiario



Resulta útil plantear las siguientes preguntas:

- ¿Para quién creamos valor?
- ¿A quién vende sus productos y servicios?
- ¿Cuál es el perfil del cliente?
- ¿Los clientes son habitantes locales o visitantes temporales?
- ¿Ha presentado encuestas a clientes potenciales?
- ¿Ha identificado las necesidades del cliente y del territorio?

El cliente o beneficiario



Distinguir entre clientes que pagan y beneficiarios que no pagan, diferenciando los ingresos.

Cuando los beneficiarios no pagan, es posible ser financiado por:

- Organismos públicos: si ofrece un servicio público;
- Fundaciones: para la filantropía;
- Organizaciones con fines de lucro: para la publicidad y el impacto local;
- Otros ciudadanos: para comprar bienes y servicios;
- La comunidad como accionista.

La propuesta de valor



La propuesta de valor



¿Qué valor creamos en relación con la necesidad?
¿Cómo la satisfacemos?

Algunos ejemplos:

- ◆ Información
- ◆ Necesidad de adquirir competencias
- ◆ Necesidad de bienestar
- ◆ Necesidades de salud
- ◆ Necesidades educativas...

Planificación de bienes y servicios



Planificación de bienes y servicios



Para planificar el servicio es posible utilizar el método del **Viaje del Usuario:**

Se revisan las acciones realizadas por el cliente o el beneficiario utilizando nuestros bienes y servicios.

!OJO! Para esta actividad, necesitarás Post-it de colores.

El viaje del usuario

1

Hay que definir la naturaleza de la acción de la persona.



El viaje del usuario

1

Hay que definir la naturaleza de la acción de la persona.

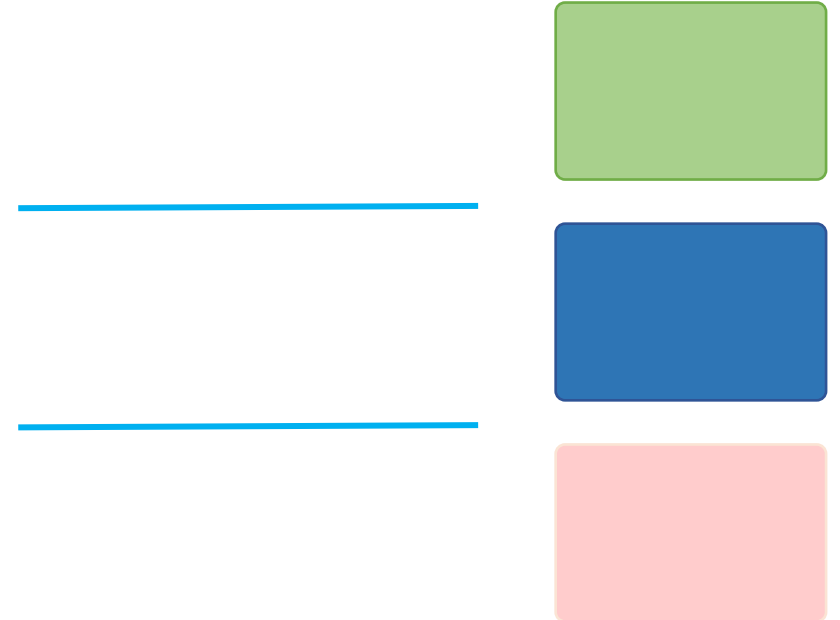
2

Para cada acción, enumere los objetos con los que interactúa la persona.



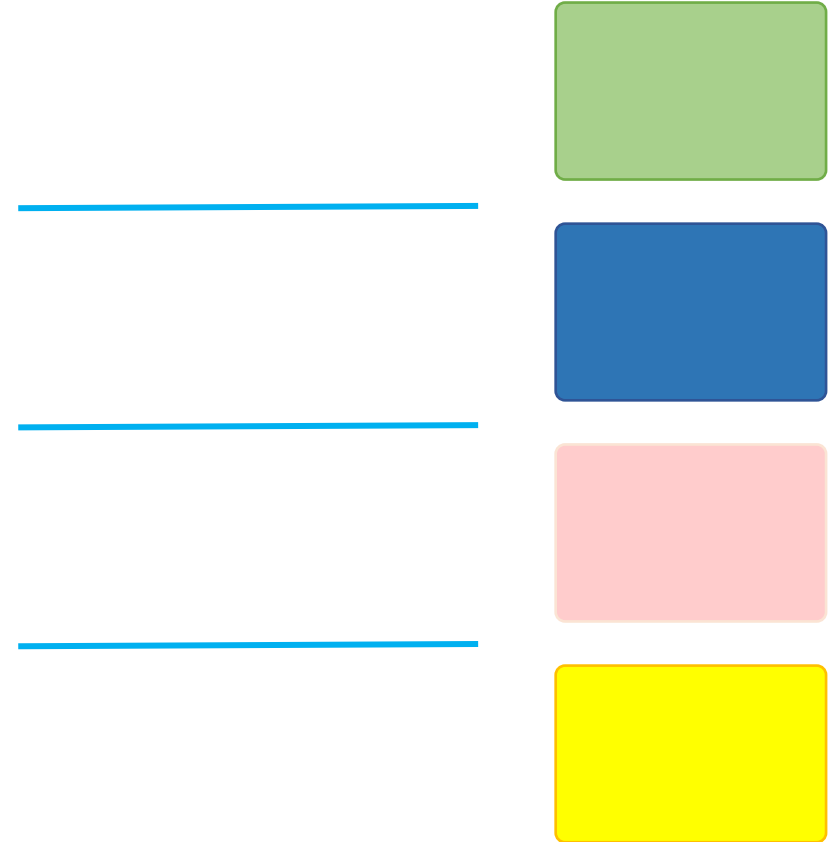
El viaje del usuario

- 1 Hay que definir la naturaleza de la acción de la persona.
- 2 Para cada acción, enumere los objetos con los que interactúa la persona.
- 3 Para cada acción, enumere las personas con las que interactúa la persona.



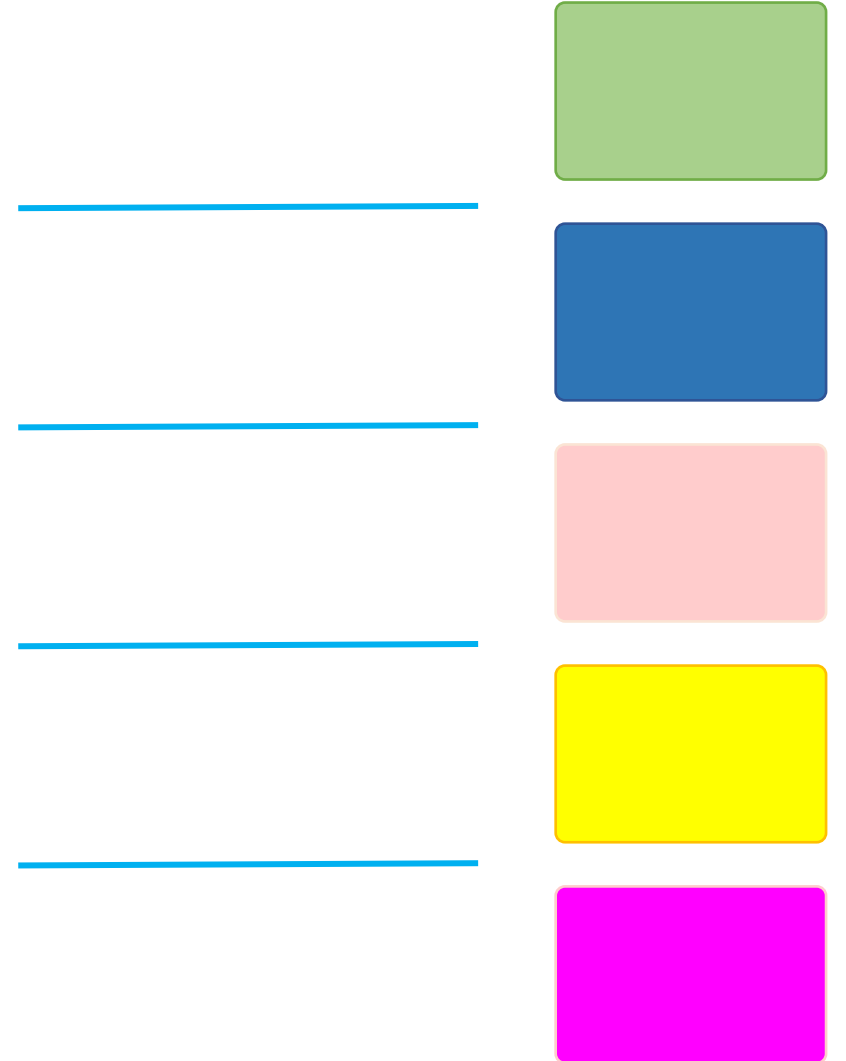
El viaje del usuario

- 1 Hay que definir la naturaleza de la acción de la persona.
- 2 Para cada acción, enumere los objetos con los que interactúa la persona.
- 3 Para cada acción, enumere las personas con las que interactúa la persona.
- 4 Para cada acción, enumera la condición emocional de la persona.



El viaje del usuario

- 1 Hay que definir la naturaleza de la acción de la persona.
- 2 Para cada acción, enumere los objetos con los que interactúa la persona.
- 3 Para cada acción, enumere las personas con las que interactúa la persona.
- 4 Para cada acción, enumera la condición emocional de la persona.
- 5 Para cada acción, enumere las acciones de facilitación necesarias.



El viaje del usuario

Acciones



Objetos



Personas



Emociones



Facilitación

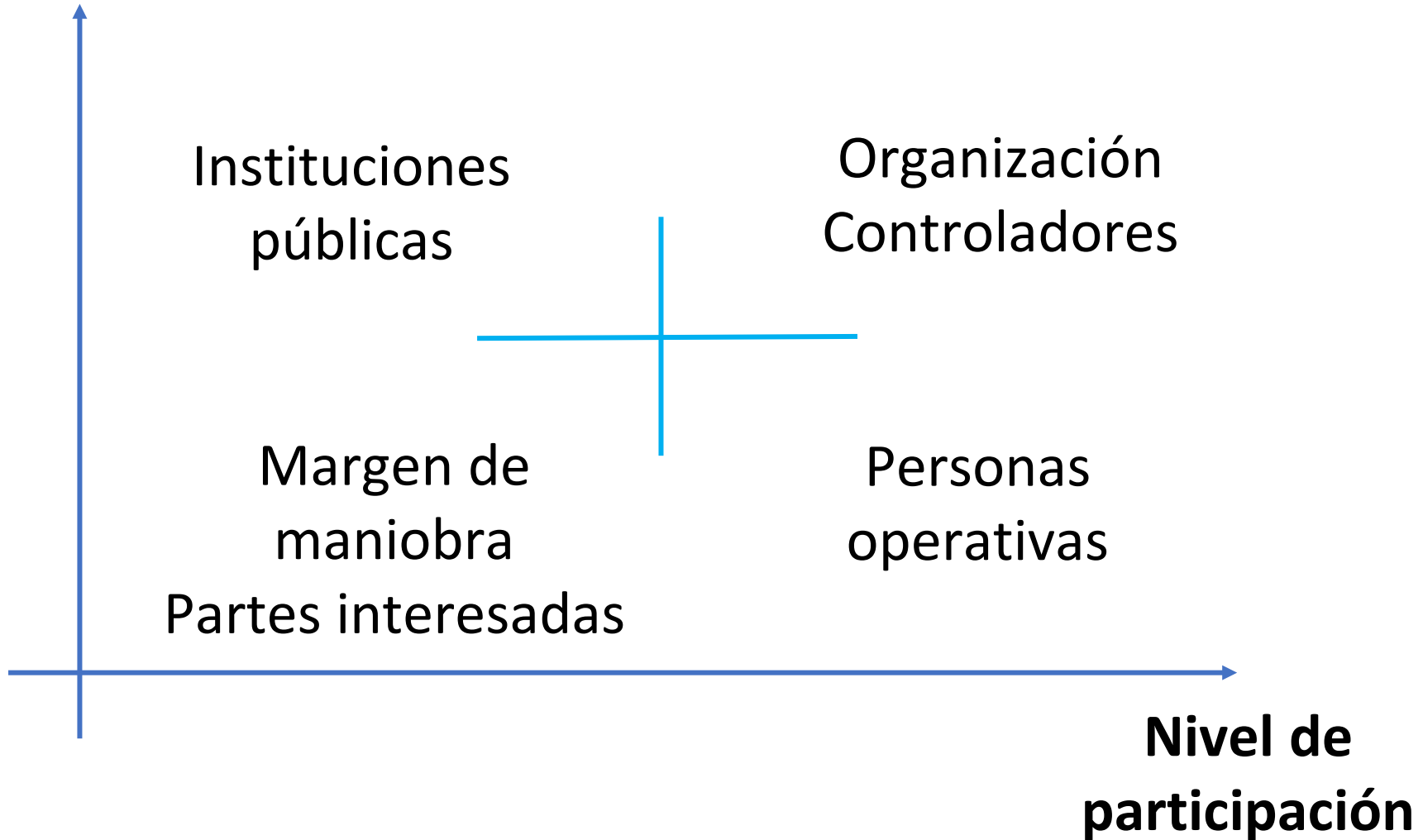


Relaciones clave



Relaciones clave

**Poder de
decisión**





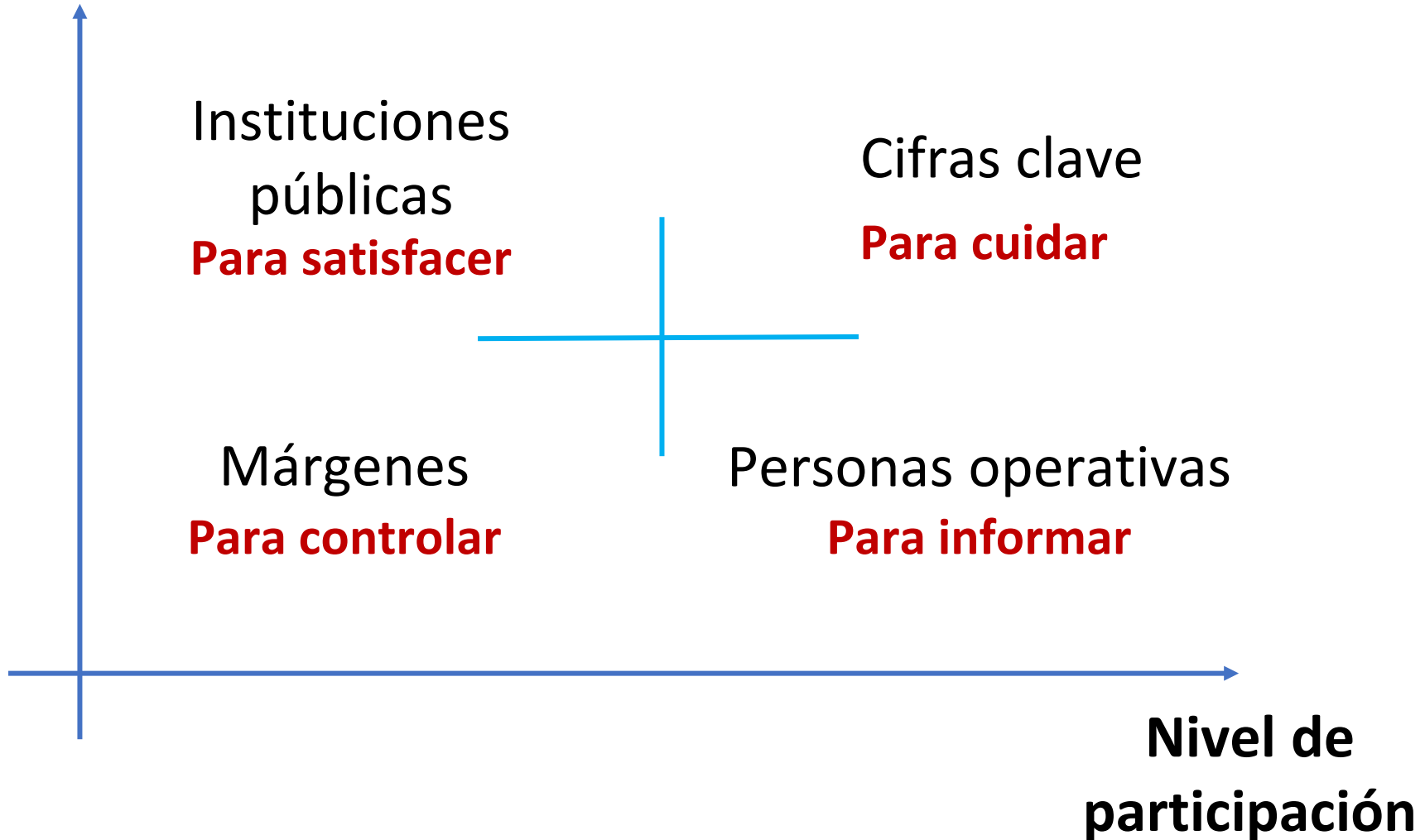
Relaciones clave

Para completar el esquema se puede tomar el Viaje del Usuario anterior, **en una etapa temprana**. Es útil hacer las siguientes preguntas:

- ¿Qué socios son fundamentales para la iniciativa? ¿Por qué?
- ¿Roles como clientes, promotores o proveedores son intercambiables?
- ¿Pueden involucrarse las categorías y las asociaciones?
- ¿Estar en redes empresariales puede mejorar la promoción y la sostenibilidad?
- ¿Cuáles son las principales acciones realizadas por los socios?

Relaciones clave

**Poder de
decisión**



Instituciones
públicas
Para satisfacer

Cifras clave
Para cuidar

Márgenes
Para controlar

Personas operativas
Para informar

**Nivel de
participación**

Estrategia de comunicación



Estrategia de comunicación

La promoción de las actividades es un proceso clave para la sostenibilidad del negocio. Es útil definir, **en una fase temprana**, los canales de comunicación planteando las siguientes preguntas:

- ¿Qué canales utiliza para llegar a los clientes?
(televisión y radio locales, periódicos, medios sociales...)
- ¿Cómo se comunica y con qué frecuencia?
- ¿Cuál es la zona objetivo?
- ¿Qué instrumentos aplica para controlar la situación?
- ¿A través de qué canales mantenemos la relación con los clientes en las diferentes etapas de compra?

Recursos necesarios



Recursos necesarios

Los recursos pueden ser:



Físicos
(Bienes muebles,
Bienes inmuebles)



Humanos



Intelectuales
(Marcas, patentes,
derechos de autor,
datos)



Financieros

Recursos necesario

En una fase temprana, se pueden identificar los recursos, gracias al análisis del recorrido del usuario y a la formulación de las siguientes preguntas:

- ¿Cómo funcionará la empresa?
- ¿Cómo será la jornada laboral?
- ¿Cómo divide el empresario los roles?
- ¿Quién hace qué?
- ¿Cuáles son las necesidades financieras?
- ¿De qué capital financiero dispone?
- ¿Cómo se consigue el capital necesario?
- ¿Cuántos instrumentos financieros conoce?

Instrumentos e inversiones





Instrumentos e inversiones

Es posible definir los instrumentos y las inversiones gracias al Viaje del Usuario y a la formulación de las siguientes preguntas, **en una fase temprana**:

- ¿Qué inversiones necesita para poner en marcha el negocio?
- ¿Cuáles son las fuentes de las inversiones? (ahorros, ayuda de los padres o amigos, préstamos...)



Política de precios





Política de precios

¿Cómo se determina el precio de los bienes y servicios?

¿Conoces claramente el coste de producción de cada bien y de cada servicio?

Para calcular el coste de producción, es importante tener en cuenta:

- El coste de la materia prima
- El tiempo y el trabajo necesario para producir
- La cantidad de costes fijos a dividir para cada actividad



Política de precios

Preguntas:

- ¿El precio aplicado cubre los costes de producción?
- ¿Obtiene un margen de beneficio?
- ¿Ha comprobado que el precio no es inferior al coste de producción?
- ¿El precio fijado forma parte de una estrategia de promoción?
- ¿Puede subir los precios sin salir del mercado?

Costes e ingresos





Costes

Preguntas:

- ¿Cuáles son los costes fijos?
- ¿Cuánto pagas por los costes fijos cada mes?
- Para cada actividad, ¿cuáles son los costes variables?



Ingresos

Preguntas:

- ¿Qué actividades le reportarán ingresos?
- Para cada actividad, indique la cantidad de bienes y/o servicios que estima que puede vender.
- ¿Cuál es el método de cobro de los ingresos?
- ¿Es sólo en efectivo?
- Si hay otros métodos, ¿en cuánto tiempo llegarán los ingresos después del día de la venta?



Gracias por su atención.

