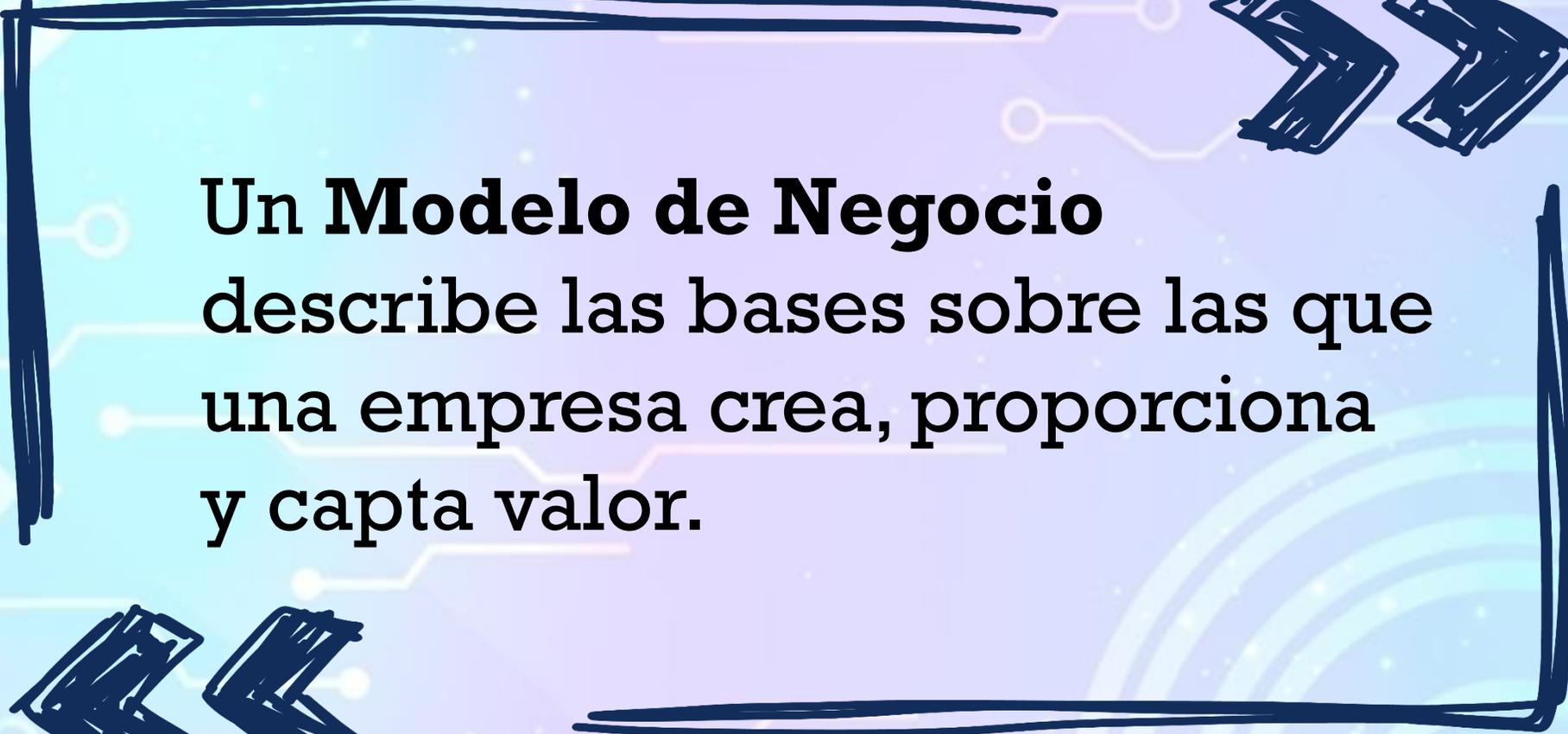




Modelo de Negocio CANVAS



Es una herramienta



Un Modelo de Negocio
describe las bases sobre las que
una empresa crea, proporciona
y capta valor.





ELEMENTOS



El modelo básicamente debe incluir cómo, qué, cuánto y para quién lo hacemos:

- **Infraestructura** ¿Cómo?
- **Oferta** ¿Qué?
- **Usuarios** ¿Quiénes?
- **Finanzas** ¿Cuánto?



Propuesta de valor



Es el núcleo de tu ventaja competitiva.
Articula claramente por qué alguien querría comprar o tener tratos con tu empresa en lugar de con alguno de tus competidores.



Las propuestas de valor tienen que estar relacionadas directamente con cada segmento de clientes

QUÉ PREGUNTAS PLANTEARME?



1. ¿Qué es lo que ofrecemos al mercado?
2. ¿Cuáles son los atributos de nuestra propuesta de valor?
3. ¿Cuál es el conjunto de productos y servicios específicos que ofrecemos a cada segmento de clientes?
4. ¿Cuáles son las necesidades que son satisfechas por cada Propuesta de Valor?
5. ¿Estamos ofreciendo diferentes niveles de servicio a cada segmento de clientes?



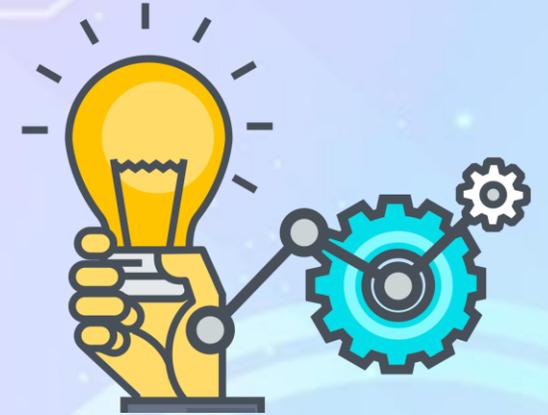
Claves para diseñar y transmitir la propuesta de valor de tu empresa



Cuando transmites a un cliente la **oportunidad de negocio** o el **valor que ofrece tu empresa**, analiza en su subconsciente dos cosas:



- Los **beneficios que aportas** con tu producto o tu servicio.
- Lo que **le cuestas**.



Si lo primero (**beneficios que aportas**) supera a los segundo (**coste**), en su mente se creará la percepción de que tu empresa, producto o servicio, merece la pena.



FAIL



Un error típico es confundir la propuesta del valor que aportas, con un eslogan, pero NO es lo mismo.

“**Just do it**” (Solo hazlo) de Nike o “**compartida la vida es más**” de Movistar, no son propuestas de valor, son eslóganes, pegadizos, pero eslóganes.





Ejemplos



1. FedEx: administra tus entregas a domicilio.
2. LG: experiencia de vida de última generación.
3. Subaru: el Subaru Outback más aventurero, confiable, seguro y mejor que haya existido.
4. Samsung: prepárate para desplegar tu mundo.
5. Coca-Cola ofrece felicidad.
6. Nike y su propuesta aspiracional.

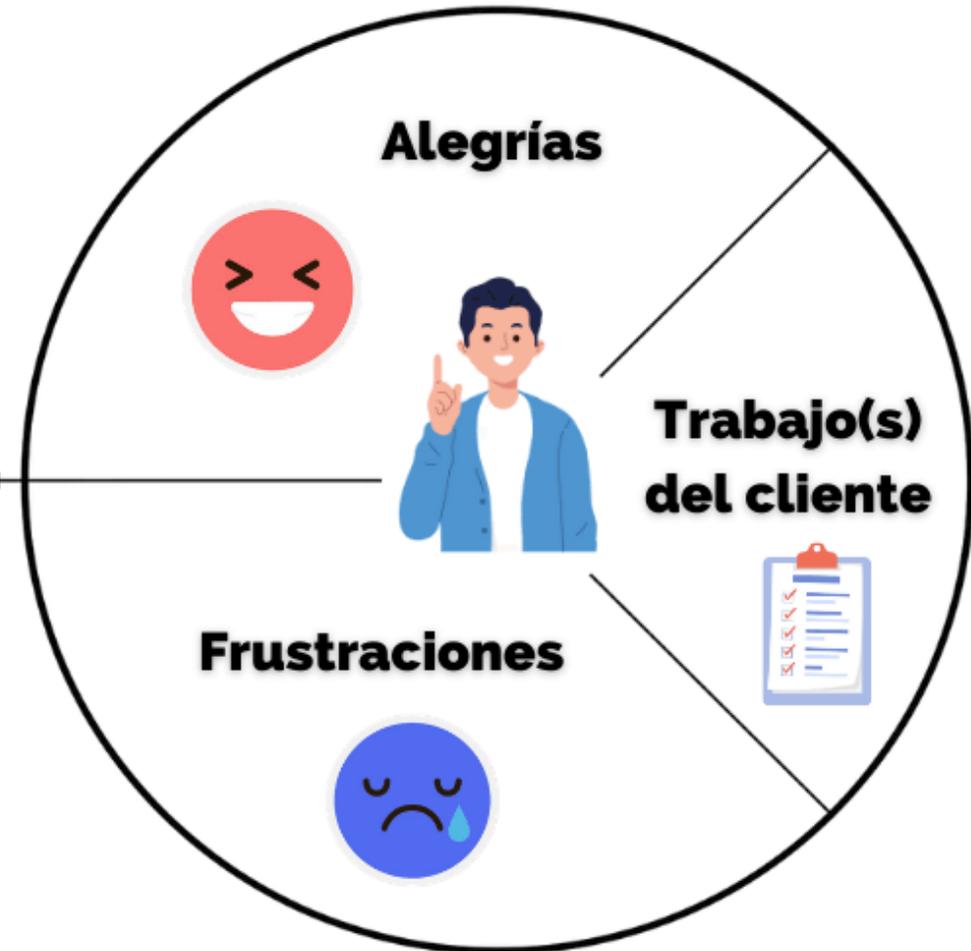


Lienzo

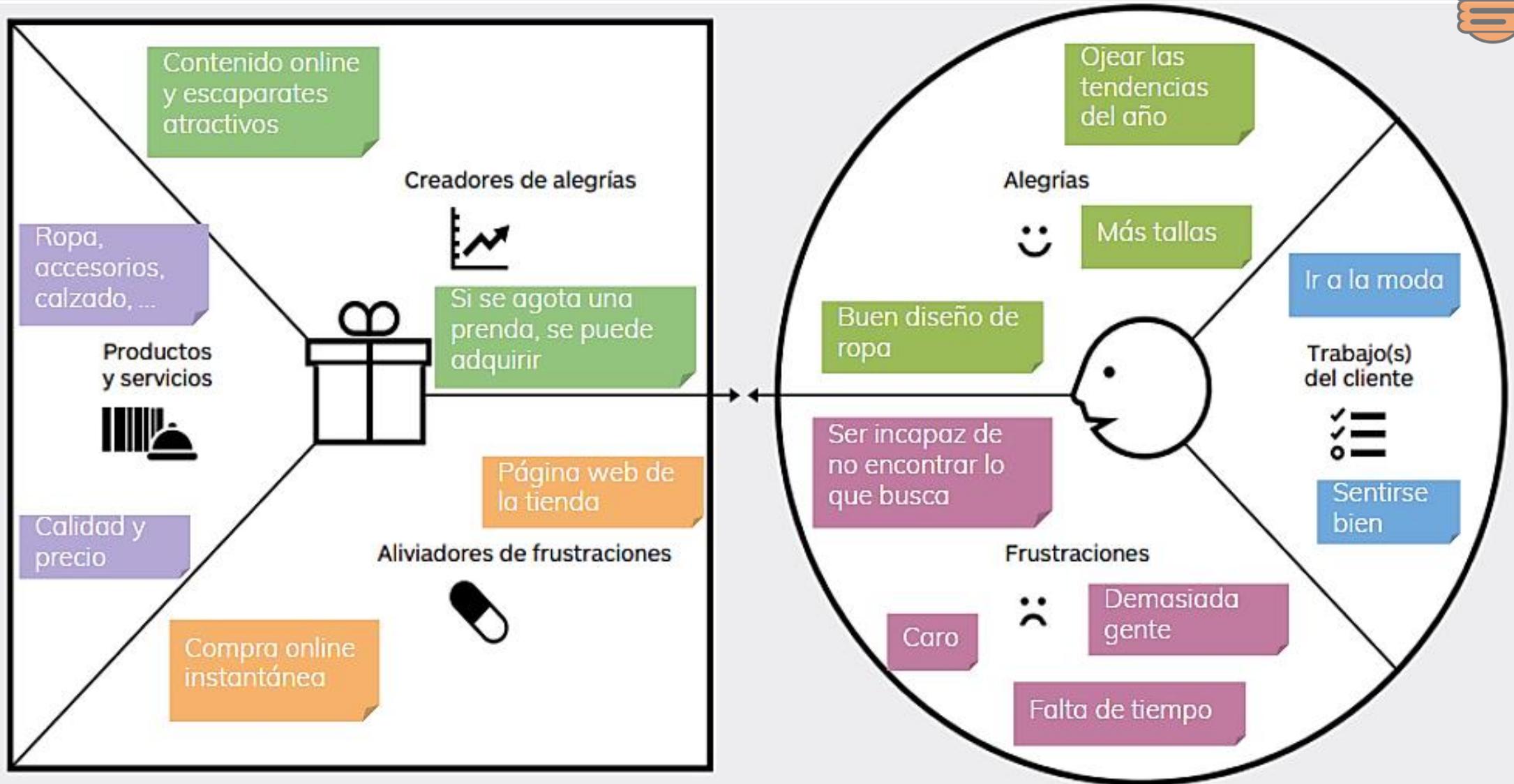


MAPA DE VALOR

PERFIL DE CLIENTE



Ejemplo





Generadores de ganancias: Coca-Cola tiene una fórmula exitosa que le da un sabor distintivo a su producto. Es una marca reconocida mundialmente que ha conectado excelente con la audiencia para ser vista como un detonador de felicidad o de momentos de reunión, con lo cual se refresca el mundo.

Analgésicos: diferentes formatos y medidas de botellas se ajustan a la economía de todos los segmentos; alternativas de refresco sin azúcar.

Productos y servicios: refresco sabor Coca-Cola, con y sin azúcar, en lata, vidrio o PET; están disponibles en prácticamente cualquier supermercado o tienda de cada localidad.

Coca-Cola



Perfil de cliente para Coca-Cola

Trabajos de los clientes: los clientes tienen amigos, familias, parejas y se reúnen para pasar momentos juntos; necesitan un producto refrescante para todo momento.

Beneficios: disponibilidad, varias opciones de formatos, sabor y una bebida que la gente asocia con la felicidad de estar juntos.

Dolores: precio más alto del mercado y exceso de azúcar para un refresco.

Mapa de valor para Coca-Cola





- **Propuesta de Valor:** Crea Tu Increíble Página Web. Es Gratis.
- **Apoyo a la propuesta de valor:** Fácil de personalizar. Sin códigos. 72,108,314 usuarios y creciendo.



Modelo de Negocio CANVAS



REDEP. La Plataforma Ideal Para Conectarte Con El Mundo Laboral

Modelo de Negocio



<p>Socios claves </p> <p>Red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento de un modelo de negocio.</p>	<p>Actividades claves </p> <p>Acciones más importantes que debe emprender una empresa para que su modelo de negocio funcione.</p>	<p>Propuesta de valor </p> <p>Describe el conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento de mercado específico.</p>	<p>Relación con el cliente </p> <p>Se describen los diferentes tipos de relaciones que establece una empresa con determinados segmentos de mercado.</p>	<p>Segmento de clientes </p> <p>Se definen los diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige una empresa.</p>
<p>Estructura de costo </p> <p>Todos los costes que implica la puesta en marcha de un modelo de negocio.</p>	<p>Fuentes de ingresos </p> <p>Flujo de caja que genera una empresa en los diferentes segmentos de Mercado.</p>			
<p>Recursos claves </p> <p>Activos más importantes para que un modelo de negocio funcione.</p>	<p>Canales </p> <p>Describen cómo una compañía comunica y llega a su segmento de clientes para entregar su propuesta de valor</p>			

Modelo de Negocio NETFLIX



Alianzas clave

- Estudios cinematográficos y de televisión
- Servicio postal
- Proveedores de servicio de internet
- Fabricantes de decodificadores

Actividades clave

- Software de reproducción de video
- Operaciones de manejo de correos
- Licencia de contenidos

Recursos clave

- Contenido (virtual)
- Inventario de DVD (físico)
- Servidores (físicos)

Propuesta de valor

- Precio
- Accesibilidad
- Conveniencia

Relación con los clientes

- Servicio propio
- Servicio automatizado

Canales

- Nextflix.com
- Aplicación móvil
- Decodificadores (cable, bluray, etc.)

Segmentos de clientes

- Mercado masivo
- Fanáticos de películas taquilleras
- Personas que sustituyen cable por satélite

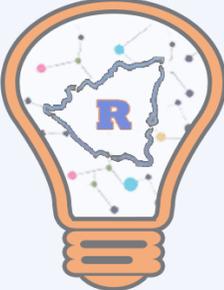
Estructura de costes

- Costos fijos (discos)
- Costos variables (licencia por usuario, capacidad de transmisión)
- Acuerdos de licencias de contenidos

Fuentes de ingresos

- Ganancias por suscripción mensual
- Publicidad en envoltorios de DVD

Modelo de Negocio



U
B
E
R

<p>Socios Clave Conductores de los automóviles propios. Conductores hábiles sin automóviles. Inversionistas.</p> 	<p>Actividades Clave Desarrollo y soporte de la plataforma. Evaluación de los conductores y contratos. Evaluación de críticas y sugerencias. Marketing.</p>	<p>Propuesta de Valor Tiempo de respuesta reducido. Costo reducido por Km transitado. Visibilidad de la ruta a transitar. Información del conductor.</p> <p>Fuente de ingresos extra o principal fuente de ingresos. Facilidad de pago a la hora de cobrar. Flexibilidad en horarios y días de trabajo.</p> 	<p>Relación con Clientes Social media. Reseñas y calificaciones a los conductores. Plataforma de soporte técnico.</p> 	<p>Segmento de Mercado Personas sin automóvil. Personas que no saben o no quieren manejar. Transporte exclusivo. Servicio de calidad.</p> <p>Dueños de automóviles que desean trabajar. Disfrutan manejar. Desean ser socios de dueños de automóvil.</p> 
<p>Estructura de Costos Infraestructura tecnológica. Operadores de la plataforma. Marketing.</p>		<p>Fuentes de Ingreso Servicio de transporte privado (cobro por kilómetro recorrido). Diferentes servicios según la calidad del vehículo (cambia el costo por kilómetro recorrido).</p>		

El plan de negocios

Es un documento que describe, de manera general, un negocio y el conjunto de estrategias que se implementarán para su éxito.



Un plan de negocio es una herramienta de reflexión y trabajo que sirve como punto de partida para un desarrollo empresarial



ELEMENTOS DE UN PLAN DE NEGOCIOS



1. Resumen Ejecutivo
2. La empresa
3. El producto o servicio
4. El mercado
5. Modelo de negocio y plan financiero
6. El Plan de Marketing (producto, plaza, precio y promoción)
7. Gestión y organización
8. Proyecciones Financieras
9. Riesgos y oportunidades
10. Necesidades financieras





**La Plataforma Ideal
Para Conectarte Con El Mundo Laboral**

