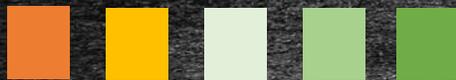
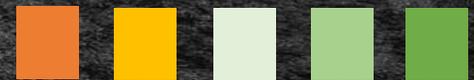
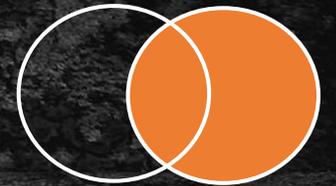


MODELOS DE NEGOCIOS

Ing. Jorge Fernando Cruz P

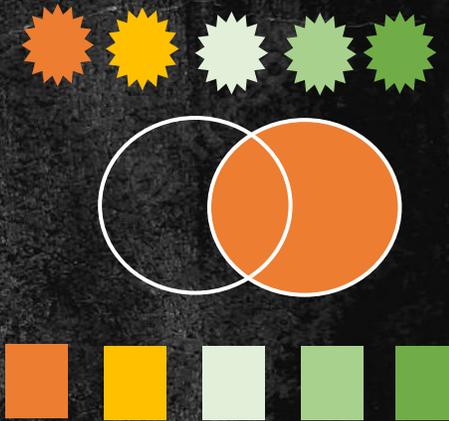


¿QUÉ ES UN MODELO DE NEGOCIO?



Un modelo de negocios **es un instrumento** que permite tener claridad en el modo por el cual se **ofrece una solución** a una necesidad del mercado

El modelo de negocios es **todo aquello que debes pensar antes de salir al mundo con tu producto,**





... y.

MODELO DE NEGOCIO

Es una herramienta previa al plan de negocio que permitirá definir con claridad:

¿Qué vas a ofrecer al mercado?

¿Cómo lo vas a hacer?

¿A quién se lo vas a vender?

¿Cómo se lo vas a vender?

¿De qué forma vas a generar ingresos?





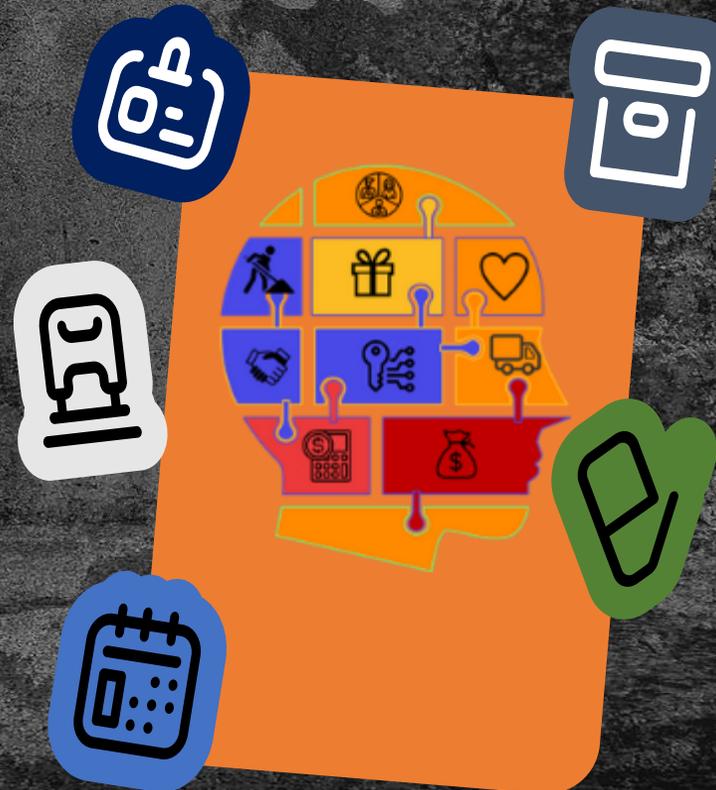
Modelo de Negocios

Es una herramienta de análisis que permitirá saber:

¿Quién eres?

¿Cómo lo haces?

¿A qué costo?



¿Con qué medios?

¿Qué fuentes de ingresos vamos a tener?





... y.

Consejos para configurar tu modelo de negocios.

Guy Kawasaki



Ponte como objetivo un nicho de mercado específico

Cuanto más concreta sea la descripción de tu cliente, mejor.



Mantén la sencillez

Si no eres capaz de describir tu modelo de negocio en diez palabras o menos es que no tienes un modelo de negocio.



Copia a los demás

Intenta relacionar tu modelo de negocio con algo que ya tenga éxito y todo el mundo entienda.

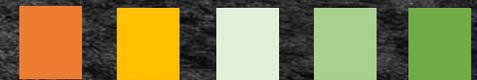
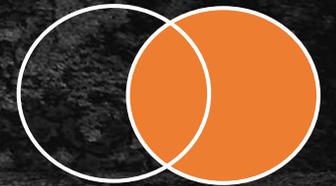


Sé expansivo

Los clientes esperan descubrir productos innovadores y frescos, no más de lo mismo.

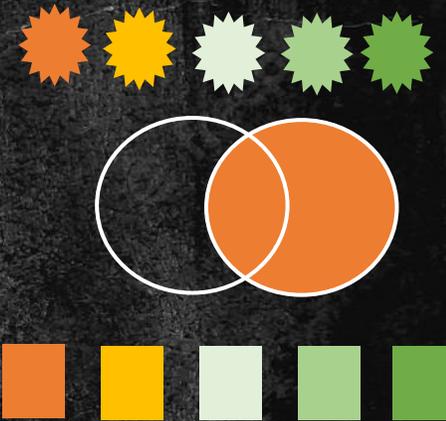


VENTAJAS ELABORAR MODELO DE NEGOCIO

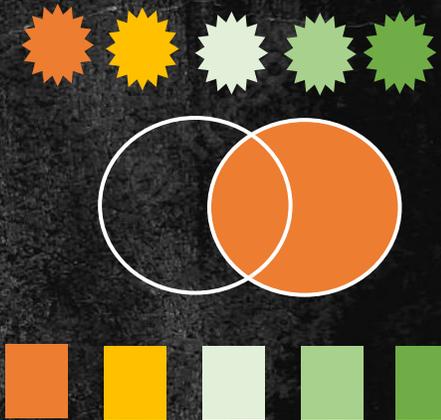


Ventajas

- Ayuda a enfocar tus estrategias a la solución de problemas.
- Determina la función principal de tu negocio, sus partes y la manera en la que se relacionan.
- ▼ Facilita la comprensión de la lógica de tu negocio
- Es fácil de entender y utilizar.
- Reduce el riesgo de fracaso.

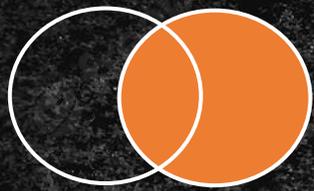


Desventajas



- No es una metodología ni una estrategia. Es una herramienta que debes aprender a utilizar.
- Omite por completo el estudio de la competencia en el mercado.
- No presenta temas actuales como la sostenibilidad, la responsabilidad social ni contempla los factores medioambientales.
- No siempre se llena con información obtenida de los datos, sino con supuestos.



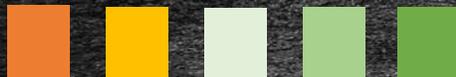


Se suele relativizar lo del **MODELO DE NEGOCIO** con los **FLUJOS DE INGRESOS**, y el modelo de negocio habla no sólo de cómo ganar dinero sino también de quiénes son tus clientes, de cómo vas a llegar a ellos, qué cosas tienes que hacer para entregarles tu propuesta de valor, qué es lo que te hace único, qué estructura de costes tienes, etc.

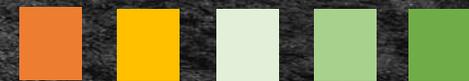
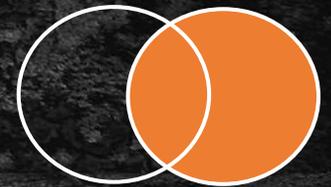
“ ES UNA VISIÓN SISTÉMICA DE TU NEGOCIO ”

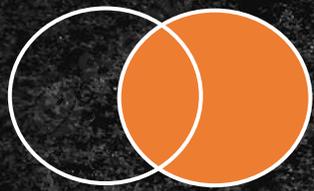
Javier Megías

Experto en creación de empresas y modelos de negocio.



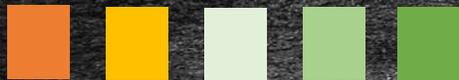
VALIDACIÓN

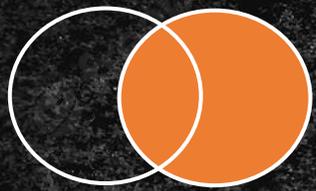




¿CUÁL ES LA MANERA DE VALIDAR UN MODELO DE NEGOCIO?

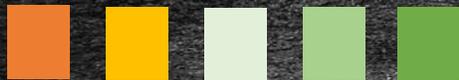
¿CÓMO SE CREA VALOR?

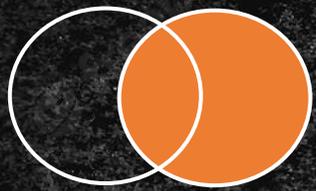




HIPÓTESIS 1

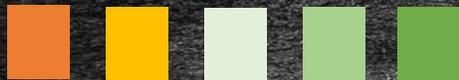
Debes probar, si lo que haces tiene valor para la gente.



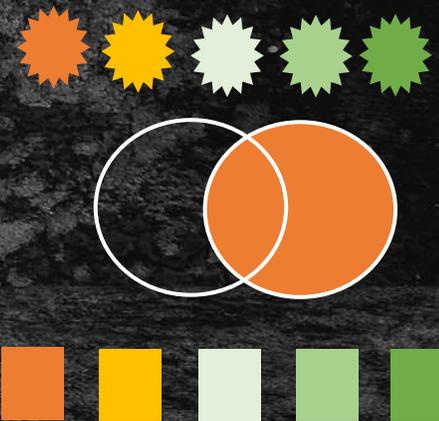


HIPÓTESIS 2

Debes probar, la gente está dispuesta a pagar



MODELO CANVAS



“ Para formular un Modelo de Negocio, lo mejor es seguir la metodología denominada “**The Business Model Canvas**”, creada por Alexander Osterwalder, que permite, de forma gráfica, explicarlo de manera muy sencilla. ”

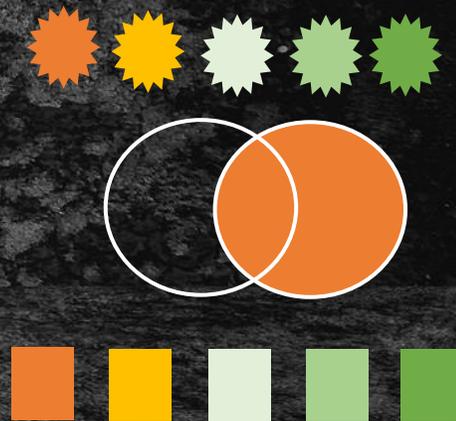
Business Model Canvas (BMC):



“ Es una **herramienta** que nos permitirá graficar y entender cómo una organización **crea, entrega y capta valor.** ”

Canvas = Lienzo (en inglés)

 **sebastiánpentino**





El Modelo Canvas

Es una **herramienta de gestión estratégica** que te permite conocer los aspectos clave de tu negocio: cómo se relacionan y compensan entre sí.

Hace visible la infraestructura, la oferta, los clientes y la situación financiera de tu organización para que logres reconocer las deficiencias y analices el rendimiento.

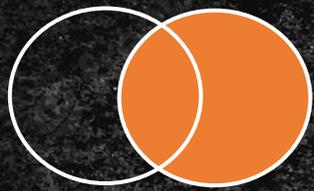




El Modelo Canvas

Es una herramienta para definir y crear modelos de negocio innovadores que simplifica 4 grandes áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.

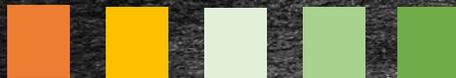




El Modelo Canvas

Es un LIENZO con 9 divisiones o módulos que son:

- Segmentos del cliente,
- Propuestas de valor,
- Canales,
- Relaciones con los clientes,
- Fuentes de ingreso,
- Recursos clave,
- Actividades clave,
- Asociaciones clave y
- Estructura de costes.



LIENZO MODELO DE NEGOCIO (BMC)



Video: Business Model Canvas



The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

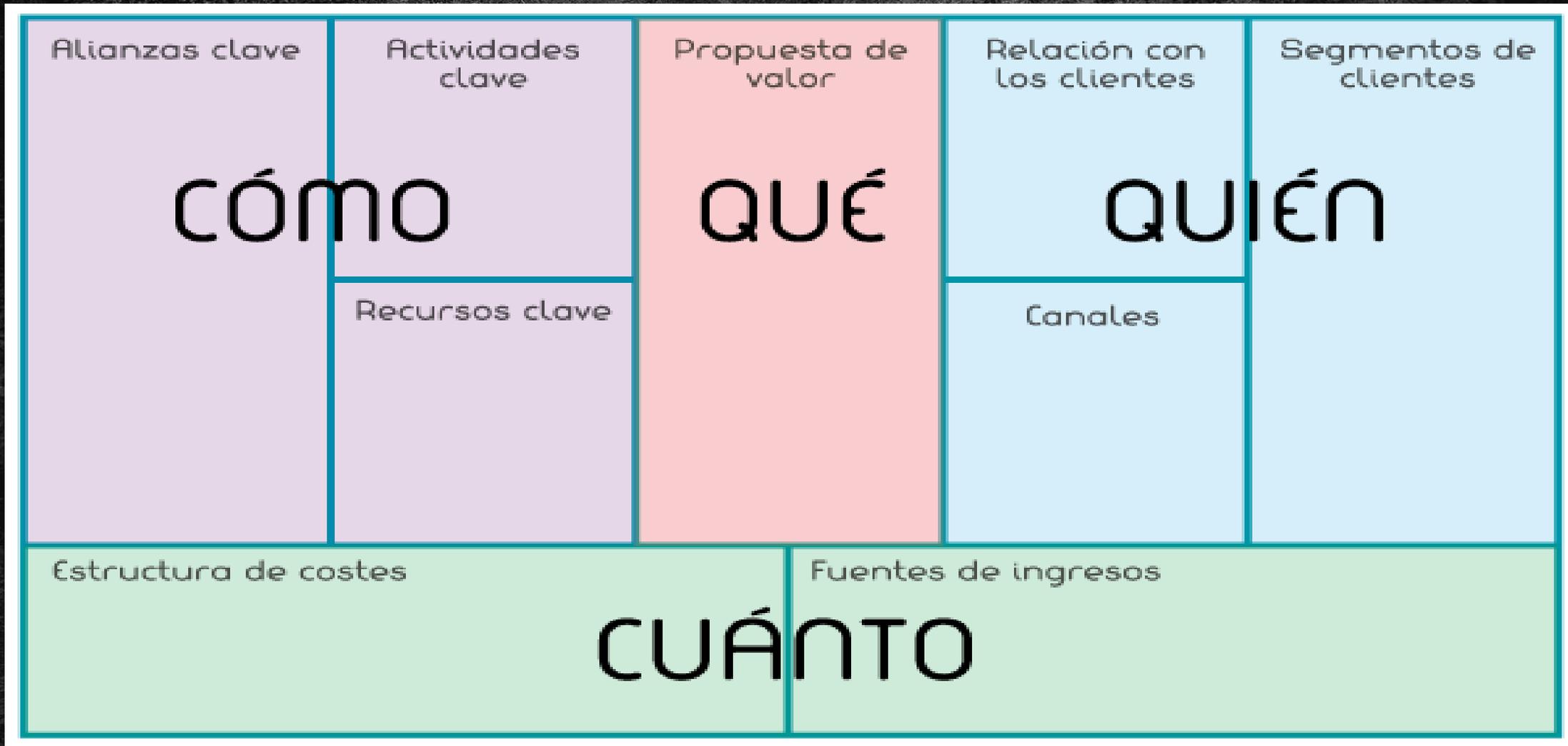
| | | | | |
|---|--|--|--|---|
| Key Partners  | Key Activities  | Value Propositions  | Customer Relationships  | Customer Segments  |
| | Key Resources  | | Channels  | |
| Cost Structure  | | | Revenue Streams  | |

Plantillas para realizar el Business Model Canvas online

LIENZO MODELO DE NEGOCIO (BMC)



Esta herramienta nos ayuda a contestar 4 preguntas básicas de todo negocio:





Reflexión de la parte derecha del Canvas.

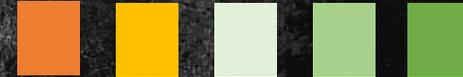
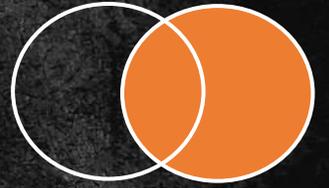
01

Segmento de **CLIENTES**

Son el grupo de personas empresas u organizaciones que tu negocio pretende alcanzar y servir a través de nuestros productos o servicios



Preguntas: Segmentar los **CLIENTES**



¿Para quién está creando valor, empresas o personas?



¿Cuáles son las características de las personas que buscan tu propuesta de valor?



¿Cuáles son nuestros clientes actuales / potenciales?



¿Cuáles podrían ser clientes indirectos?



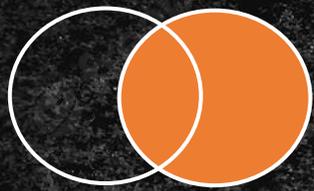
¿Existen NICHOS importantes es para todas las masas?



01

Segmento de **CLIENTES**

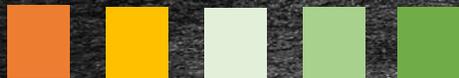




La segmentación de clientes es el proceso que sigue una empresa para dividir a sus consumidores en categorías específicas, de acuerdo con su perfil y comportamiento.

El objetivo de este proceso es conocer mejor a los clientes y atender sus necesidades. Los clientes pueden ser segmentados, entre otras cosas, por edad, género, intereses y hábitos de compra.

Estos segmentos pueden ser utilizados para optimizar productos, esfuerzos de marketing, publicidad y ventas



1. Criterios de segmentación

CONDUCTUAL

Se divide mercado según su actitud, fidelidad, ocasión, frecuencia, necesidades y beneficios.



PSICOGRÁFICA

• Se divide mercado según características psicológicas y de personalidad, estilo de vida o valores...



GEOGRÁFICOS

• Se divide mercado en diferentes áreas.



DEMOGRÁFICOS

• Se divide mercado por género y edad.



SOCIOECONÓMICOS

• Se divide mercado según el nivel de renta, educación...



01

Ejemplos, segmento de **CLIENTES**



Hombres, mujeres entre
18 y 60 años que que
vivan en nuestra ciudad.

Que su índice de masa
corporal sea mayor a 25.

Sueldo medio o alto

*90% mujeres,
mayoritariamente
de 35 a 45 años,
con hijos y con un
nivel
socioeconómico
medio, medio-alto.*

Amantes de la música
Viajeros
PYMES (gimnasios, bares,
peluquerías, tiendas,...)

Anunciantes

Artistas

Segmento de Mercado



Usuarios que:

No cuentan con automóvil
No quieren manejar
Buscan viajar con estilo VIP
Buscan servicio de calidad



Conductores que:
Son dueños de automóviles que
buscan otra fuente de ingresos.
Que les gusta manejar.
Que desean ser socio de dueño
de un automóvil.

Segmentos de clientes

- * Familias
- * Jóvenes
- * Empleados de oficinas cercanas

Personas de entre
30-50 años, nivel
socioeconómico
medio-alto, que
buscan consumir
alimentos orgánicos,
saludables.

Vídeo: ¿Cómo segmentar a los clientes?



Propuesta de VALOR



02

Consiste en uno varios productos o servicios pero en conjunto atienden a los requerimientos de un segmento específico de mercado.
Resuelve un problema o satisface una necesidad particular de nuestros clientes u usuarios.



02

Propuesta de VALOR

La propuesta de valor es la razón **por la que los clientes prefieren una empresa sobre otra**, satisface la necesidad del cliente al que apunta. **Es un conjunto de beneficios que una organización ofrece a sus consumidores.**

Algunas propuestas pueden ser innovadoras y presentan una idea nueva o disruptiva. Otras, similares a las existentes, pero con nuevos atributos.

¿Cuál es nuestra oferta distintiva?



Preguntas: Propuesta de VALOR



¿Qué valor (beneficios) proporcionamos a nuestros clientes?

¿Diferencia de precio?

¿Calidad del material/proceso?

¿Ahorro de tiempo?



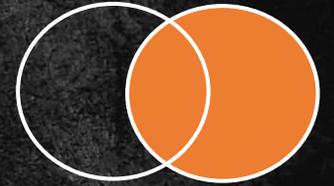
¿Qué problemas de nuestros clientes ayudamos a solucionar?



¿Qué necesidades de los clientes satisfacemos?



¿Qué paquetes de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de mercado?



¿POR QUE TE VAN A ELEGIR Y NO A LA COMPETENCIA?

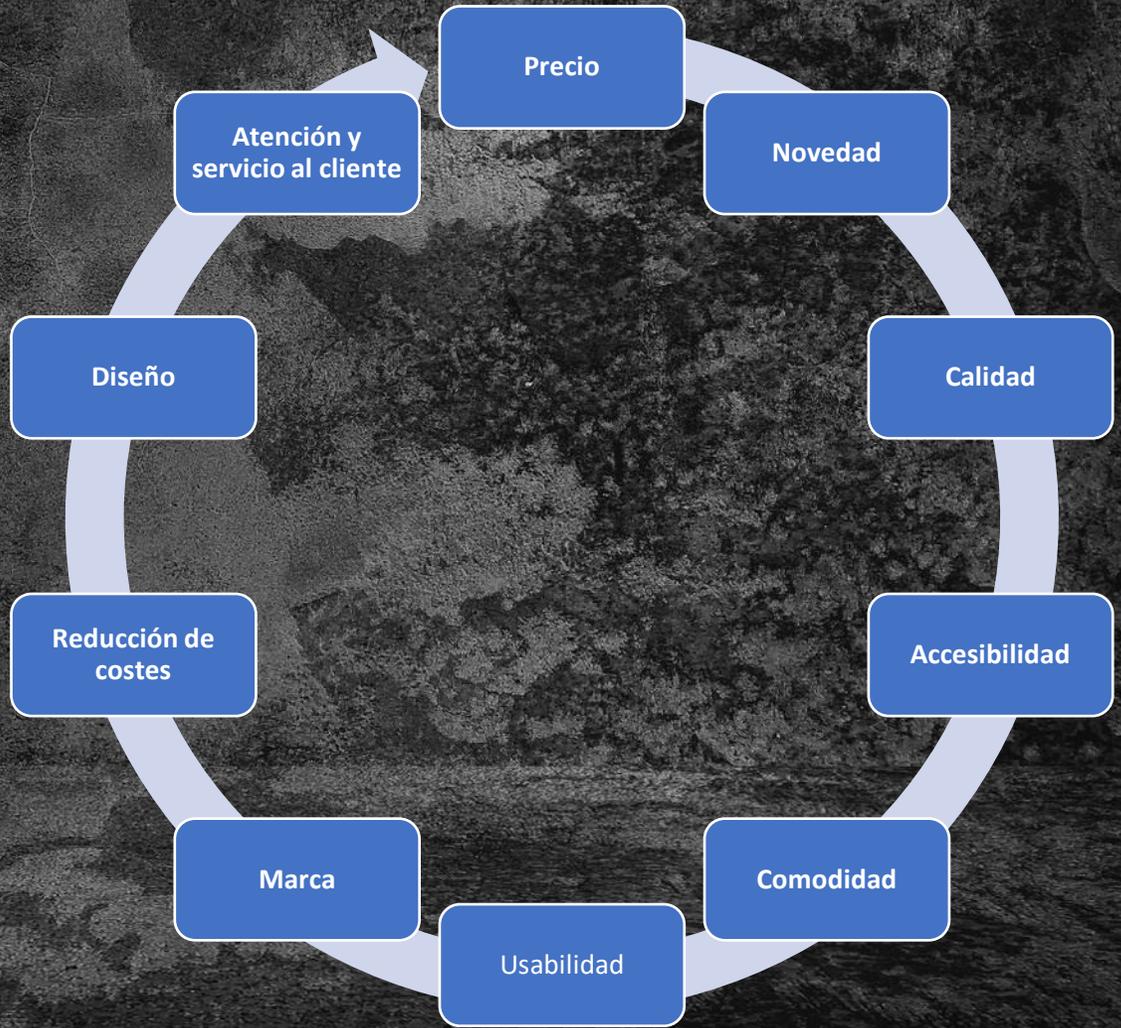
¿QUE BENEFICIOS APORTAMOS?



02

Propuesta de valor: **ATRIBUTOS**

Una buena estrategia para entender la **propuesta de valor** de tu empresa es crear un **Producto Mínimo Viable (PMV)**.





02

Ejemplo: Propuesta de VALOR



- Comida de calidad estándar
- Servicio rápido
- Los mismos productos y servicios en sus locales
- Precios bajos o medios (país)



- Editor visual fácil de usar
- Es para personas que quieren una página, un blog o crear un e-commerce
- Precios accesibles



Vídeo: Propuesta de Valor



CANALES

03

Identifica cuál va a ser el medio por el que vas a hacer llegar tu propuesta de valor a tu segmento de mercado. Los canales comprenden comunicación, distribución y ventas.

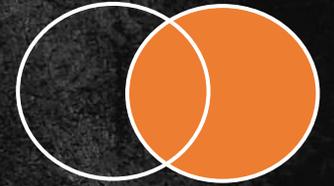


Canales

Son los medios que conectan a los clientes con tu empresa. Se usan para promocionar y entregar tu producto a un nicho de clientes específico.

El canal es cualquier elemento de contacto entre tu empresa y el cliente. **Se incluye también cualquier interfaz que utilice el cliente para acceder a tu producto o servicio.**

La selección de un canal se basa en que sea rápido, eficiente, traiga el retorno esperado y llegue a la mayor cantidad de clientes.



Tipos de Canales

- Nos permite comunicarnos con los segmentos de mercado para mostrar nuestra propuesta de valor

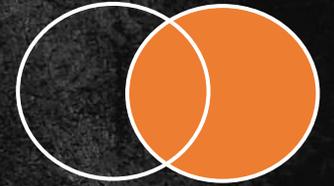
Comunicación

- Son empleados para hacer llegar al mercado nuestros productos o servicios finales

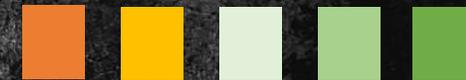
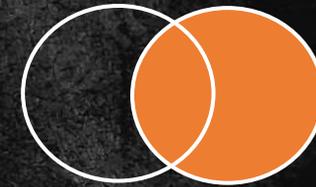
Distribución

- Son utilizados como medios para acercar la propuesta de valor al cliente y promover las ventas

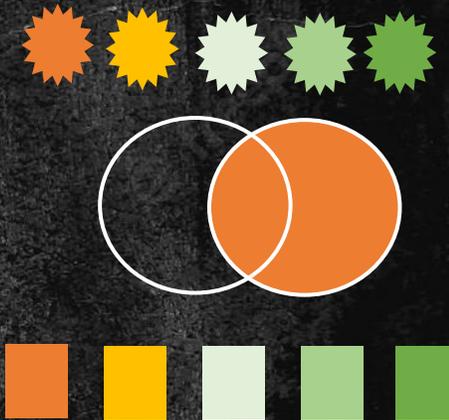
Ventas



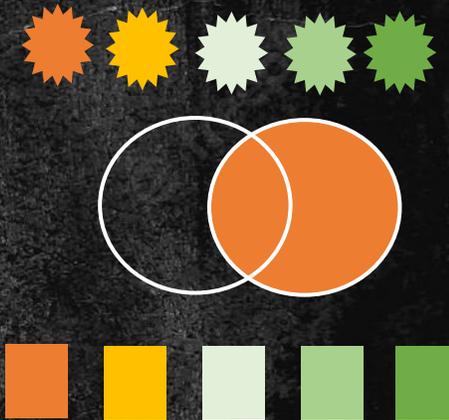
Ejemplos de Canales Comunicación



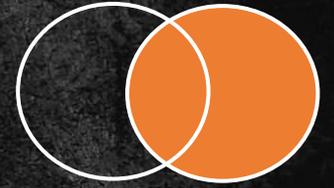
Tipos de Canales de Distribución



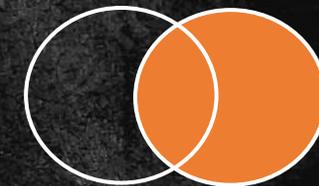
Tipos de Canales de Ventas



¿Cómo elegir los canales para tú emprendimiento?



¿Cómo elegir los **Canales**?



¿Qué canales prefieren nuestros segmentos de mercado?



¿Cuáles tienen mejores resultados?



¿Cuáles son más rentables?



¿Cómo se integran en las actividades diarias de los clientes?

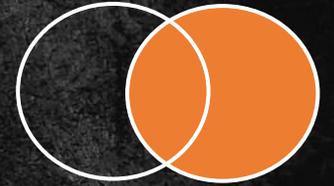


¿Cómo se conjugan nuestros canales?



Vídeo: Canales

Ejemplos de Canales



- ✓ Tiendas físicas propias
- ✓ Tienda online en su página web
- ✓ Tiendas de terceros
- ✓ Redes sociales
- ✓ Anuncios en radio y televisión
- ✓ Publicaciones
- ✓ promocionales en periódicos y revistas
- ✓ Anuncios en páginas web
- ✓ Avisos en Google
- ✓ Vallas publicitarias
- ✓ Eventos propios de la empresa
- ✓ Eventos de lanzamiento
- ✓ Páginas de venta online





Relación con los **CLIENTES**



04

Define cómo vas a atraer, preservar e incrementar tu cartera de clientes. También tu estrategia en Redes Sociales y en Marketing online será clave en tu relación con clientes.



04

¿Cómo se debe establecer una relación con los **CLIENTES**?

- **¿Qué tipo de vínculo creamos con el cliente?**
- Las relación pueden ser desde personalizadas a automatizadas.
- Las relaciones pueden ser motivadas por: adquirir nuevos clientes, retener clientes o incrementar ventas.



04

Relación con los **CLIENTES**



Un emprendedor debe cuidar, mantener y satisfacer a sus clientes, por ello se deberá detallar las estrategias que pondrán en marcha para realizar esta tarea.



La relaciones con el cliente se trata de brindar atención antes, durante y después de que realizan una compra.





04

TIPOS: Relación con los CLIENTES



Directa



Indirecta



Individualizada



Automatizada



Co-creación



Colectiva



Autoservicio



Mediante terceros



04

Ejemplo: Relación con los CLIENTES



EMPRESA DE SMARTPHONES

- Publicidad
- Ofrecer precio igual o menor a la competencia.
- Personalizar el smartphone con diferentes accesorios
- Soporte técnico, servicios de apps, música y libro electrónicos
- Publica los nuevos lanzamientos en sus redes sociales

TIENDA DE ROPA

- Diseños atractivos
- Amabilidad, cordialidad, promotores
- Relación directa con el consumidor
- Atención al cliente vía chat, tienda online, telefónica
- Promocionar sus nuevos modelos usa las redes sociales para

Video: Relación con los clientes

Flujo de **INGRESOS**

05

Representa el efectivo que una empresa genera de un determinado segmento de clientes. Es el mecanismo a través del cual la empresa captura el valor, que previamente ha generado y entregado.





05

Flujo o Fuente de INGRESOS



Las **FUENTES DE INGRESOS** se deben establecer una vez rellenos los bloques de segmentos de clientes, propuesta de valor, canales, y la relación con los clientes.



ESTRATEGIAS O MÉTODOS que son necesarias para recibir dinero para el emprendimiento



La estructura de ingresos debe tener un volumen superior a la estructura de costes de tu emprendimiento.





05

TIPOS: Fuente de ingresos



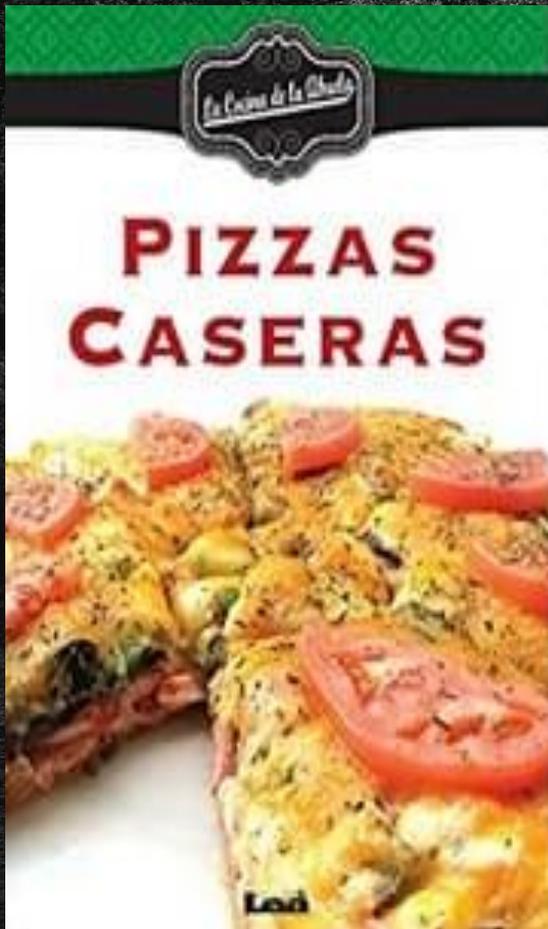
**Venta de activos;
Cuota por uso;
Cuota de suscripción;
Alquiler, Arrendamiento;
Licencias;
Publicidad**

Video: Flujo de Ingresos



05

Ejemplo: Fuente de INGRESOS



- La venta de pizzas en el restaurante
- La venta de pizzas en las apps de entrega a domicilio
- Vende la masa de la pizza
- Organiza fiestas especiales para cumpleaños y eventos
- Vende productos alimenticios de marcas aliadas
- Ofrece cursos para aprender a hacer pizzas para mejorar la relación con los clientes.
- Vende un libro de “Las 100 mejores recetas de pizzas italianas”
- Ofrece una tarjeta prepagada para que los clientes acumulen puntos y reciban una pizza gratis después de varias compras



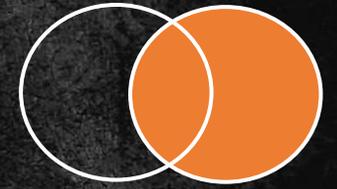
Recursos **CLAVES**



06

Son los activos que necesita tu emprendimiento para la elaboración, fabricación y entrega de la propuesta de valor a los diferentes segmentos de clientes elegidos.

Preguntas fundamentales para determinar los **RECURSOS CLAVES**



¿Cuáles son los recursos claves que necesita mi propuesta de valor?



¿Cuáles son los recursos claves que necesita mis canales de distribución?



¿Cuáles son los recursos claves que necesita mi relación con mis clientes?



¿Cuáles son los recursos claves que necesita las fuentes de ingreso?



Vídeo: Canales



06

TIPOS de recursos claves



¿Cuáles son los recursos claves que te ayudan mejorar la relación con tus clientes y mejorar tus ingresos?,

FINANCIEROS

HUMANOS

FÍSICOS

INTELECTUALES



06

Ejemplos de Recursos Claves

FÍSICOS

**Instalaciones
Edificios
Naves
Oficinas
Vehículos
Maquinaria
Sistemas
Puntos de ventas
Redes de distribución**

INTELECTUALES

**Marcas
Información privadas
de facturación o
ventas
Patentes
Derechos de autor
Base de datos de
clientes**

HUMANOS

**Personal
especializados**

FINANCIEROS

**Dinero efectivo
Líneas de crédito
Préstamos**

Video: Recursos Claves



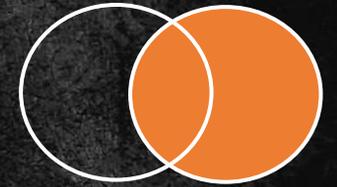
Actividades **CLAVES**

07

Son las acciones y tareas prioritarias que se debe realizar para el cumplimiento de tú propuesta de valor, generalmente se enfocan en la gestión depende mucho del éxito o fracaso del emprendimiento



Preguntas para identificar las **ACTIVIDADES CLAVES**



¿Cuáles son las actividades claves de mi propuesta de valor?



¿Cuáles son las actividades claves en relación con los clientes?



¿Cuáles son las actividades claves que necesita los canales de distribución?



¿Cuáles son las actividades claves que necesita las fuentes de ingreso?





07

Actividades claves enfocadas en 3 ÁMBITOS

- Actividades que implican la búsqueda de soluciones a problemas individuales de nuestros clientes

Resolución del problema

- La que se relacionan con el diseño, la fabricación del producto, la logística y distribución.
- Transformación de los insumos en productos finales .

Producción

- Permiten una mayor promoción y alcance de nuestra propuesta de valor

Plataformas

Video: Actividades claves





Socios **CLAVES**



08

Son aquellas alianzas estratégicas que necesitas para operar, el contar con buenas relaciones, asociaciones o alianzas resulta fundamental para que nos otorgue ventajas frente a los competidores.



08

Socios **CLAVES**



Establecer acuerdos de colaboración con terceros permiten: **compartir experiencias, costes y recursos.**

- Socios estratégicos,
- Socios industriales,
- Socios inversores,
- Economías de escala, etc.

Además permitirá diseñar, desarrollar y gestionar sus proyectos de negocio.



08

Motivos para establecer **SOCIOS CLAVES**



Mejorar un área específica



Explosividad de un producto o servicio



Reducir Riesgos



Adquirir nuevas tecnologías





08

Socios **CLAVES**

Recuerde un emprendedor tiene que trabajar en un ecosistema con más gente y con más emprendedores, esto se llama **INNOVACIÓN ABIERTA.**





08

Factores para elegir Socios Estratégicos

**ENTREGAN VENTAJAS
ESTRATÉGICAS**

**Empresas no
competitivas con
acuerdos mutuos de
participación.**

COOPERACIÓN

**Empresa competitivas
que dividen el riesgo
ante innovaciones o
pruebas de mercado.**

**Ayudan a mejorar
suministros y costos
de producción**

EMPRESA CONJUNTAS

**El desarrollo abarco
una nuevo actividad
un nuevo mercado, el
acceso a nuevas
áreas geográficas.**

**RELACIÓN COMPRADOR
PROVEEDOR**

**Busca garantizar la
entrega de nuestra
entrega de valor con el
suministro confiable
que necesitamos.**



08

Tipos de Socios **CLAVES**

Asociaciones con la
competencia

Sociedades con
empresas no rivales

Socios Colegas

Alianzas con
gobiernos

Socios Financieros
Crowdfunding

Asociaciones con
proveedores

Video: Socios Claves

Estructura **COSTOS**

09

Nos permite detectar los costos y valores de nuestras actividades claves, socios claves y recursos claves, permite establecer la real cantidad de dinero que necesita la propuesta de valor para poder determinar su viabilidad económica.





09

Estructura **COSTOS**

Es importante tener en cuenta que el **90% de las nuevas empresas fracasan** en los primeros tres años de vida porque no han podido comprender **los costos involucrados en el desarrollo de sus propuestas de valor.**





09

Preguntas sobre tú **NEGOCIO**

¿Cuáles son los costos base que se derivan de mi modelo de negocio?

¿Cuáles son los recursos claves que pueden generar un gran gasto para la empresa?

¿Qué actividades clave puede requerir altos costos para el negocio?

¿Cómo generan costos sus actividades principales?

¿Las actividades clave corresponden a la Propuesta de valor seleccionado?

¿Cuándo reconfigura su modelo de negocio?

¿Su negocio está más orientado a los costos o al valor?

¿Cuándo los costos permanecen fijos o se vuelven variables?





09

Para que nos sirve **ESTRUCTURA DE COSTOS**



Organizar la economía en plano general y específico



Reducir riesgos financieros



Optimizar la rentabilidad



Permitirá comprobar la eficiencia con el análisis de presupuestos y precios para ajustarse al mercado





09

Modelos de negocios **basados en COSTOS – POR VALOR**

MODELOS POR COSTO

Buscan crear y mantener una estructura más barata, a través de propuestas de valor a precios más bajos, utilizando en la mayor medida posible procesos de automatización y outsourcing.

MODELOS POR VALOR.

Estas propuestas de valor generalmente tienen un alto nivel de personalización, desarrolladas según las preferencias del cliente. Están menos preocupados por los costos de transacción y se centran en la creación de propuestas de valor.



09

ESTRUCTURA DE LOS COSTOS

Costos Fijos

Costos Variables

Costos Directos

Costos Indirectos



Costo unitario

Economía de escala

Economía de alcance



09

Ejemplos de la Estructura **COSTOS**

Costos Fijos

Costos Variables

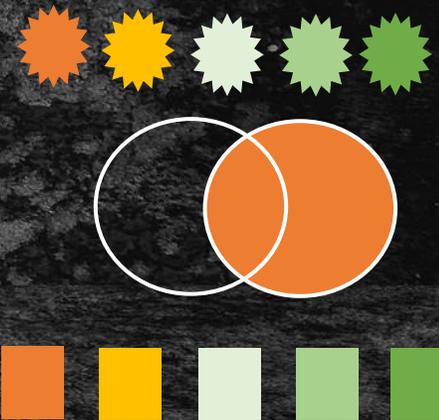
**Salarios
Arriendos
Alquiler
Costos de producción
Suscripciones**

**Materia Prima
Insumos
Envío - Transporte
Capacitación
Material descartable
Comisiones: Pago por
Plataforma
Publicidad**

Video: Estructura de COSTOS



RESUMEN MODELOS DE NEGOCIO - CANVAS



SOCIOS CLAVE



Personas/empresas que te ayudan a impulsar tu negocio

¿A quién podemos considerar un socio clave?

¿Cómo podemos conseguir nuevos socios?

ACTIVIDADES CLAVE



¿Qué tenemos que realizar para que el negocio funcione?

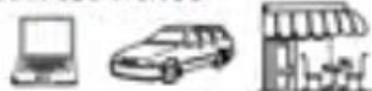
ACTIVIDADES PARA



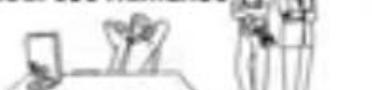
¿Cuáles actividades son la BASE de nuestro negocio?

RECURSOS CLAVE

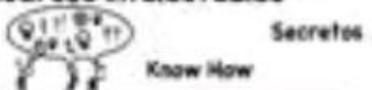
Recursos físicos



Recursos humanos



Recursos intelectuales



PROPUESTA DE VALOR



¿Qué valor damos a nuestros clientes?

¿Qué tipo de problemas resolvemos?

¿Qué necesidades satisfacemos?

¿POR QUÉ NOSOTROS?

¿Por qué es mejor elegir nuestros productos?

RELACIÓN CON CLIENTES



Estrategias para retener a los clientes

¿Qué hacer para que los clientes quieran regresar?



CANALES

¿Cómo hacemos contacto con los clientes?

¿Cómo entregamos los productos?



SEGMENTO DE CLIENTES



¿Para quién creamos valor?

¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?



- edad
- sexo
- estado
- educación
- intereses

Perfil de cliente

ESTRUCTURA DE COSTOS



Gastos que genera nuestro negocio



- Gastos de producción
- Salarios de empleados
- Mantenimiento del local
- Gastos de página web

¿Cuáles de nuestros gastos son los más altos?

FLUJO DE INGRESOS



¿Principal fuente?

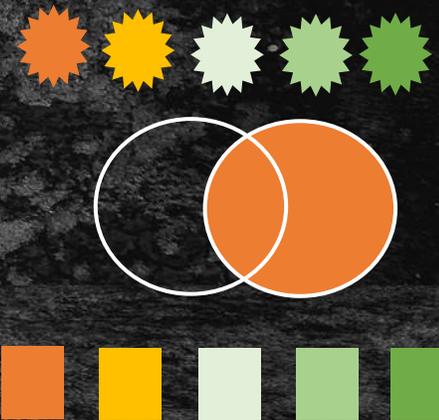
¿Por qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes?



¿Método de pago?

EJEMPLOS MODELOS DE NEGOCIO CANVAS

RESTAURANTE COMIDA





SOCIOS CLAVE

- Dirección de movilidad del municipio.
- Empresa Cerámica



ACTIVIDADES CLAVE

- Preparación de menú diario.
- Compra de insumos
- Mantenimiento de equipo
- Publicidad



PROPUESTA DE VALOR

- Variedad de comidas para almuerzo, cena, platos a la carta de buen sazón .
- Precios justos.
- Atención con una sonrisa



RELACIÓN CON EL CLIENTE

- Amabilidad y calidez
- Tarjeta de fidelización



SEGMENTOS DE CLIENTES

- Personas de 20 a 60 años
- Estilo de vida ocupados.
- Ejecutivo y comerciantes
- Sector Bellavista



RECURSOS CLAVE

- Local
- Mobiliario y equipos (artículos de cocina, mesas, sillas, menaje)
- Personal



CANALES

- Establecimiento
- Facebook
- WhatsApp



ESTRUCTURA DE COSTOS

- Constitución de la empresa / licencias de funcionamiento
- Decoración de interiores
- Mobiliario y equipos
- Pago de servicios básicos
- Sueldo al personal
- Insumos



FUENTES DE INGRESOS

- Venta de almuerzos
- Venta de cena
- Venta platos a la carta
- Venta de bebidas
- Venta de postres



SOCIOS CLAVE

- Gimnasio Multi Power.
- Pedidos Ya
- Mi Moto
- Río Moto



ACTIVIDADES CLAVE

- Preparación de menú diario.
- Manejo de inventarios
- Compra de insumos
- Mantenimiento de equipo
- Publicidad



PROPUESTA DE VALOR

- Variedad de comidas saludables desayunos, almuerzos y cenas, con jugos naturales.
- Elaborado con los mejores productos frescos y naturales
- Precios justos.
- Delivery por la zona.
- Atención alegre.



RELACIÓN CON EL CLIENTE

- Amabilidad y calidez
- Tarjeta descuento
- Asesoría



SEGMENTOS DE CLIENTES

- Personas de 18 a 40 años
- Estilo de vida saludable
- Deportistas y aficionados
- Sector Bellavista



RECURSOS CLAVE

- Local
- Mobiliario y equipos (artículos de cocina, mesas, sillas, menaje)
- Cocinero - Cheff
- 2 mozos



CANALES

- Establecimiento
- Facebook
- WhatsApp
- Sitio Web
- Instagram



ESTRUCTURA DE COSTOS

- Costos fijos : Arriendo, sueldos, plan internet, publicidad
- Costos variables: insumos, ingredientes, frutas, servicios básicos
- Inversión Inicial: trámites de funcionamiento, decoración de interiores, mobiliario y equipos, menaje



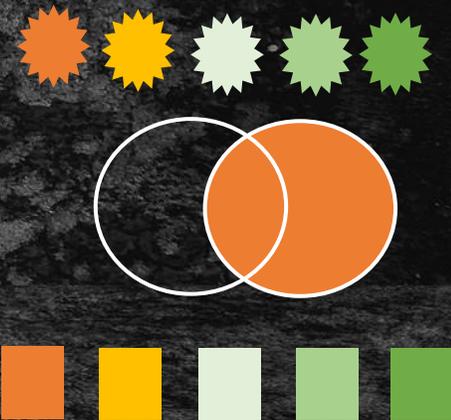
FUENTES DE INGRESOS

- Venta de desayunos \$2 (10xdía) ----> al mes \$560
- Venta de almuerzos \$3 (30xdía) ----> al mes \$2520
- Venta de cena \$2.5 (10xdía) -----> al mes \$500
- Venta de jugos nutritivos \$1 (20xdía) --> al mes \$700
- Otros: Frutos secos, envasados

Ingreso mensual \$5000

EJEMPLOS MODELOS DE NEGOCIO CANVAS

SERVICIOS – ING. COMPUTACIÓN



Quiénes te ayudan



(Asociaciones clave)

- Diseñadores web
- Comunidades de Open Source
- Colegas
- Mentor

Qué haces

(Actividades clave)



- Diseño de sistemas
- Desarrollo web
- Comprobación de programas informáticos

Cómo ayudas

(Propuestas de valor)



Aumentar la capacidad de las empresas tecnológicas mediante el desarrollo de plataformas web orientadas a la experiencia de usuario

Cómo interactúas

(Relaciones con clientes)



- Comunicación cara a cara
- Enfocado a la captación

A quiénes ayudas

(Segmentos de mercado)



- Empresas de tecnología
- Gerentes de IT
- Usuarios finales

Quién eres y que tienes

(Recursos clave)



- Interés en tecnología
- Master
- Creatividad
- Experiencia en desarrollo de software
- Red de contactos en el sector

Cómo te conocen

(Canales)



- Blog
- Charlas y conferencias
- Foros online
- GitHub
- Boca a boca

Qué das (Estructura de costos)

- Libros de ingeniería de software
- Viajes a conferencias
- Certificaciones
- Tiempo y energía
- Menos tiempo con la familia



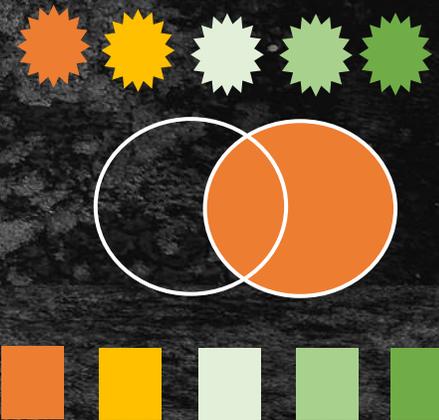
Qué obtiene (Fuentes de ingresos)

- Honorarios profesionales
- Extra por trabajos eventuales
- Reconocimientos y premios
- Satisfacción personal



EJEMPLOS MODELOS DE NEGOCIO CANVAS

SALÓN DE BELLEZA



Business Model Canvas

Diseñado para:

Bella Spa

Diseñado por:

Roger Gómez

Fecha:

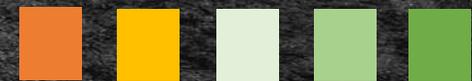
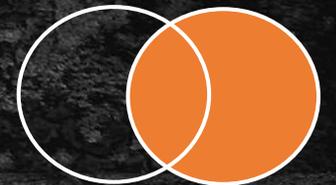
01/06/2021

Versión:

1.0

| | | | | |
|---|---|--|---|---|
| Socios clave  <ul style="list-style-type: none">- Professional Beauty- Galaxa Cosm | Actividades clave  <ul style="list-style-type: none">- Atención al cliente- Gestión de inventario- Gestión de marketing | Propuestas de valor  <p>Servicio de corte, peinado, tintes, manicura y similares, con personal calificado, en un ambiente agradable.</p> <p>Utilizamos insumos de calidad</p> | Relación con clientes  <ul style="list-style-type: none">- Atención personalizada- Experiencia agradable | Segmentos de clientes  <ul style="list-style-type: none">- Mujeres de 23 a 40 años- Distrito de San Miguel |
| Recursos clave  <ul style="list-style-type: none">- Local- Estilistas- Equipos- Insumos- Caja registradora PV | Canales  <ul style="list-style-type: none">- Facebook- Instagram- Sitio Web- Whatsapp | | | |
| Estructura de costos  <ul style="list-style-type: none">- Alquiler local- Pago personal- Luz+agua+teléfono- Publicidad- Trámites <p>---</p> <p>-> CF y CV -> Flujo de caja -> Inversión inicial</p> | | Fuente de ingresos  <ul style="list-style-type: none">- Corte \$15 usd -> Al mes \$1500 usd- Peinado \$50 usd -> Al mes \$5000 usd- Tintes \$50 usd -> Al mes \$5000 usd- Manicura \$10 usd -> Al mes \$6000 usd... <p>---</p> <p>Ingreso Mensual: \$ 20 000 usd</p> | | |

VIDEO: LEAN CANVAS.



PROBLEMA

En este bloque siempre debe haber tres problemas principales, que se quieren que solucionar con el producto o servicio. ¿Qué seríamos sin problemas?

No habría negocio, los problemas son oportunidades, para buscar soluciones y generar una iniciativa.



SOLUCIÓN

Aquí identificas las soluciones que aporta tu producto o servicio a los 3 problemas, del bloque problemas.



MÉTRICAS CLAVES

Ve aspectos que vas a necesitar medir y cómo vas a medirlo, sino no sabremos si estamos yendo bien o yendo muy mal, siempre es importante saber cómo te va y como los vas a medir.



PROPUESTA DE VALOR ÚNICA

El Bloque "Propuesta de valor única" es el que te diferencia del resto. Sin este bloque serías como los demás y competirías solo por precio, con él te diferencias porque ofreces lo que otros no ofrecen, y cuando ya nos están copiando, te renuevas y seguimos diferenciándonos.



VENTAJA ESPECIAL

Aquí se muestra tu característica súper especial, como lo dice su nombre la ventaja sobre otros productos.



CANALES

Te indica cómo vas a llegar a tu público objetivo o cómo vas a llegar a tus clientes. Cómo te vas a relacionar con ellos.



SEGMENTO DE CLIENTES

Este bloque están los clientes sobre los que vas a trabajar, también los llaman mercado. Muy importante, porque sin clientes no hay negocios.



ESTRUCTURA DE COSTOS

El Bloque "Estructura de costos", siempre anda preocupado por los gastos, es necesario saber cuánto nos cuesta el negocio para poder hacer los cálculos correspondientes.



FLUJO DE INGRESOS

El Bloque "Flujos de ingresos": determinas cómo vas a ganar dinero, es una parte muy importante de un negocio.

