



2022
PEDET

CANVAS

COLECCIÓN E-BOOKS



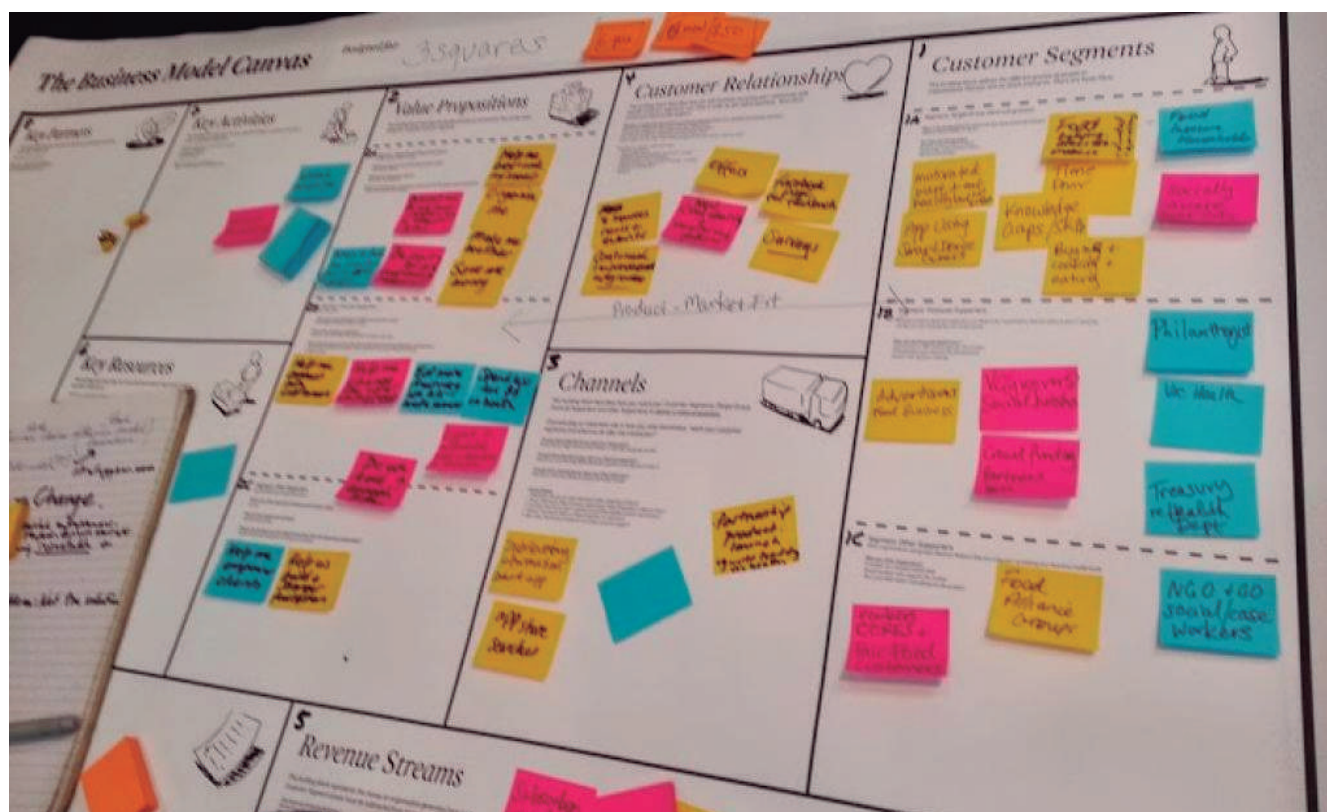
Proyecto apoyado por



MODELO CANVAS

El Modelo Canvas es una herramienta muy interesante, que se dio a conocer gracias al libro “Generación de modelos de negocio” (Business Model Generation) escrito por Alex Osterwalder e Yves Pigneur.

Con esta metodología podemos profundizar en el alma de un negocio. Este método aporta a la generación de un modelo de negocios que puede ser visualizado en un solo plano de manera sencilla y comprendiendo 9 bloques críticos para su desarrollo: Aliados Claves, Segmentos de Clientes, Canales, Estructura de Costos, Actividades Claves, Flujo de Ingresos, Relación con el Cliente, Recursos Claves y Propuesta de Valor, los que en conjunto permiten reducir la brecha de incertidumbre y conocer a fondo aspectos críticos del negocio.

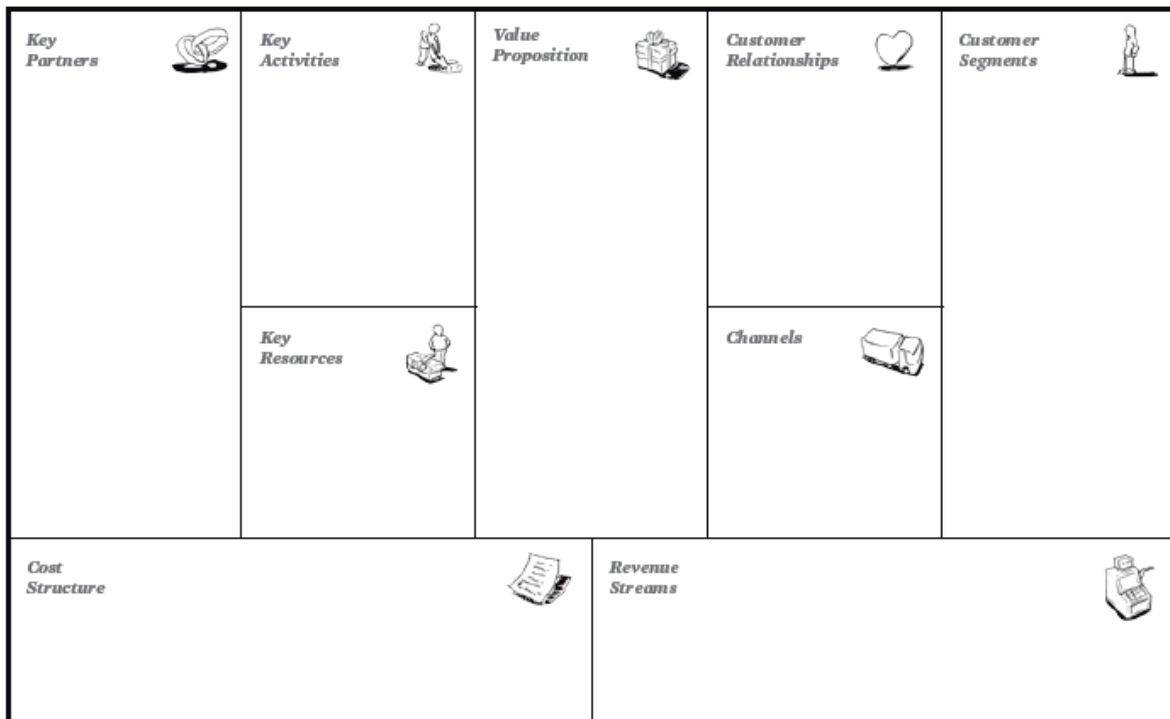


**REVISA NUESTRA CÁPSULA
SOBRE EL MODELO CANVAS**

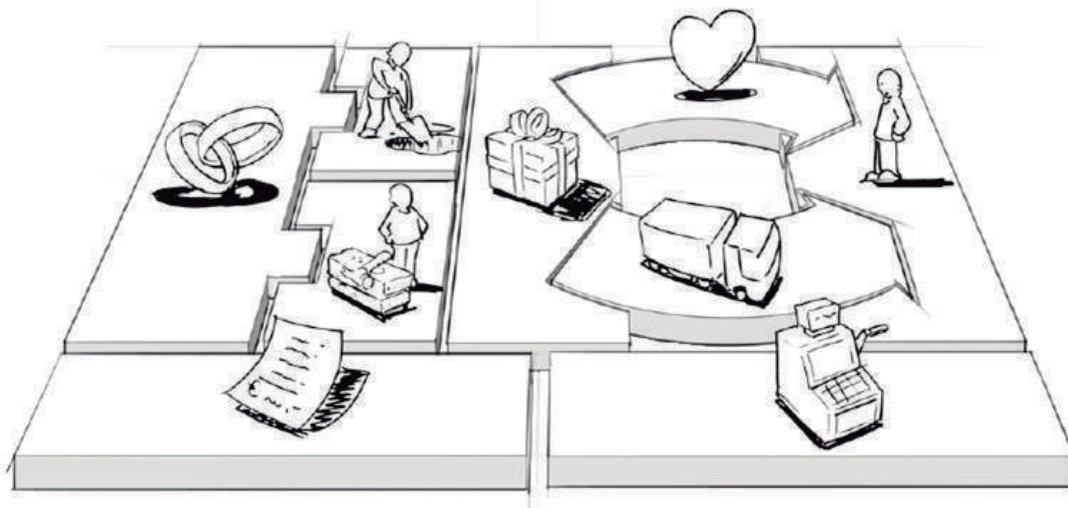


¿QUÉ ES CANVAS?

Es una herramienta esencial para crear modelos de negocios, describiendo diferentes aspectos de tu idea de negocio, necesarios para el correcto funcionamiento de un proyecto, mediante 9 bloques interrelacionados entre ellos, que cubren todos los aspectos básicos de un negocio.



- El método canvas es una herramienta (lienzo) muy práctica ya que te permite modificar todo lo que quieras sobre la misma a medida que vas avanzando en su análisis y testando las hipótesis más arriesgadas que ponen en juego la viabilidad de tu negocio.
- El canvas es muy sencillo, un lienzo muy intuitivo y divertido.
- Te permite trabajar en equipo
- Te permite ver de manera global todos los aspectos importantes que configuran tu canvas de modelo de negocios.



BLOQUE N°1

SEGMENTO DE CLIENTES

El bloque de clientes define los diferentes grupos de personas u organizaciones que la empresa desea alcanzar.

Los clientes son el corazón de cualquier modelo de negocios y para satisfacerlos de la mejor forma posible debemos agruparlos en distintos segmentos en base a comportamientos comunes o algún otro atributo.

Si no tenemos la capacidad de satisfacer el segmento escogido, debemos cambiar de segmento.



EL BLOQUE DE CLIENTES DEFINE LOS DIFERENTES GRUPOS DE PERSONAS U ORGANIZACIONES QUE LA EMPRESA DESEA ALCANZAR Y SERVIR.

Algunas preguntas que podemos hacernos en este bloque son:

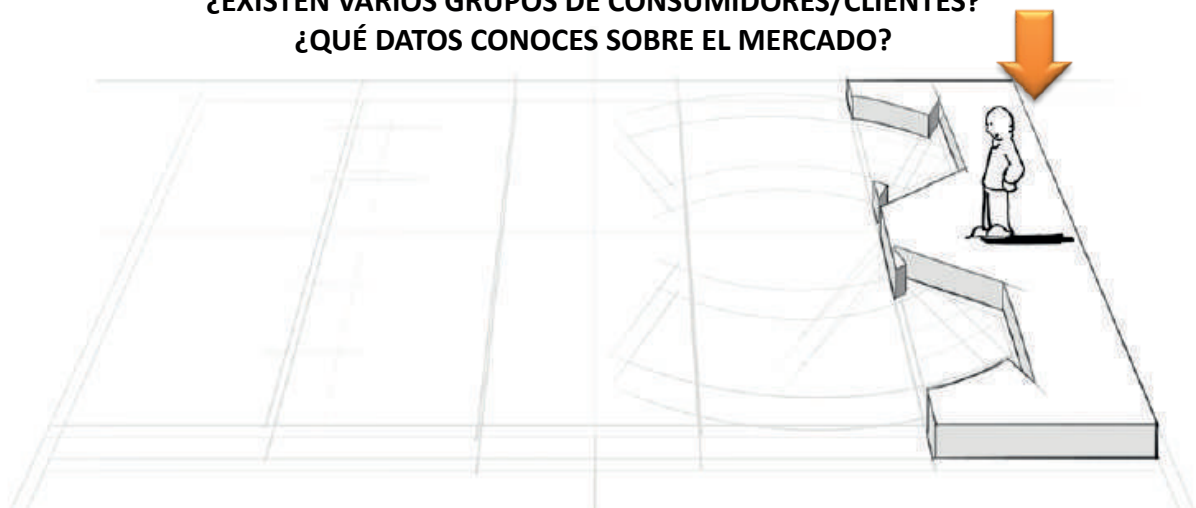
**¿CUÁLES SON LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES/CLIENTES?
(EDAD, GÉNERO, INGRESOS, EDUCACIÓN, PROFESIÓN, RESIDENCIA)**

¿QUIÉN COMPRA? ¿QUIÉN USA? ¿QUIÉN DECIDE?

¿QUIÉNES SON LOS CONSUMIDORES FINALES DE TU PRODUCTO O SERVICIO?

¿QUIÉNES SON TUS CLIENTES?

**¿EXISTEN VARIOS GRUPOS DE CONSUMIDORES/CLIENTES?
¿QUÉ DATOS CONOCES SOBRE EL MERCADO?**



BLOQUE N°2

PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor es la razón, es el por qué 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.



**LA PROPUESTA DE VALOR
DESCRIBE EL SET DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS
QUE CREAN VALOR PARA UN SEGMENTO
ESPECÍFICO DE CLIENTES.**

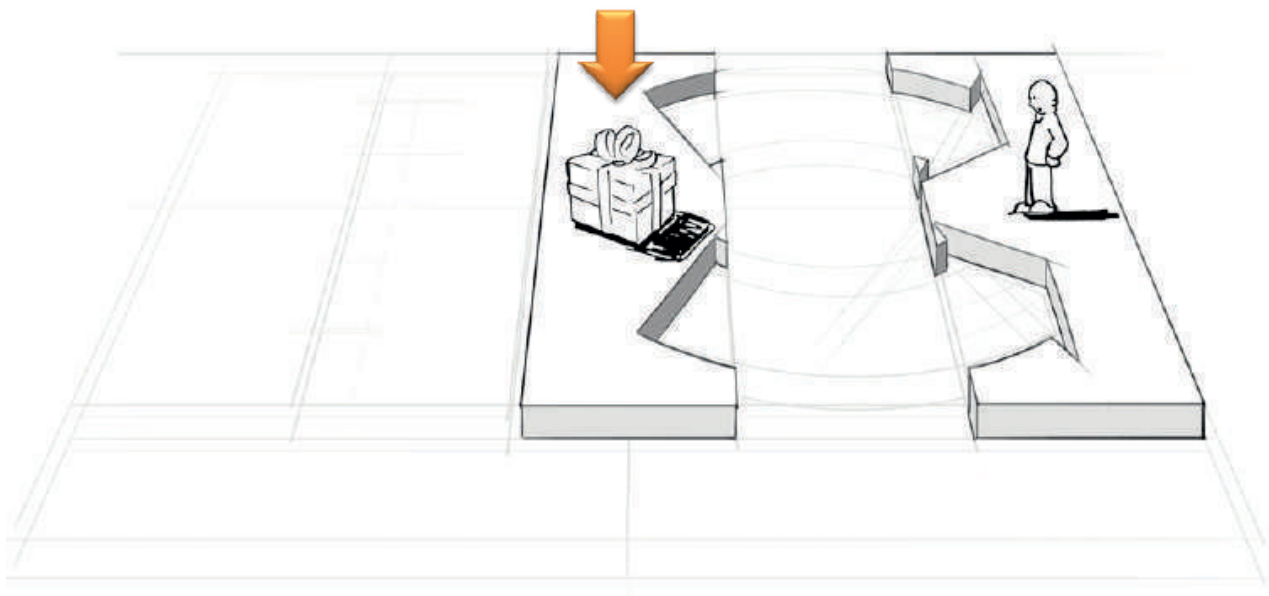
Algunas preguntas que podemos hacernos en este bloque son:

¿DE QUÉ SE TRATA EL PRODUCTO/SERVICIO?

¿CÓMO FUNCIONA EL PRODUCTO/SERVICIO?

**¿CUÁLES SON LAS CARACTERÍSTICAS Y LOS BENEFICIOS
DEL PRODUCTO/SERVICIO?**

**¿TU PRODUCTO/SERVICIO REEMPLAZA
A ALGÚN OTRO EXISTENTE?**



BLOQUE N°3

CANALES

Los canales de comunicación y distribución son la interfase con los clientes. Son puntos de contacto que juegan un rol importante en la experiencia del cliente.

LOS CANALES DESCRIBEN CÓMO UNA COMPAÑÍA COMUNICA Y LLEGA A SU SEGMENTO DE CLIENTES PARA ENTREGAR SU PROPUESTA DE VALOR.



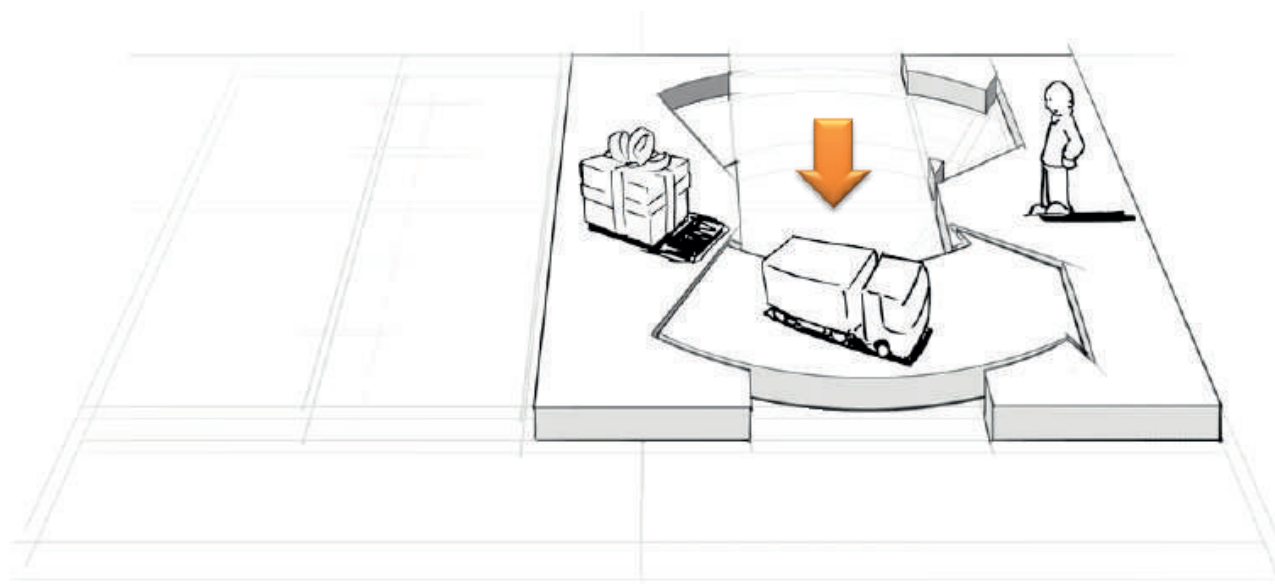
Algunas preguntas que podemos hacernos en este bloque son:

¿CUÁLES SON LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE TUS PRODUCTOS/SERVICIOS?

¿CÓMO SE VA A ENTREGAR EL PRODUCTO O SERVICIO AL CLIENTE?

¿EL PRODUCTO O SERVICIO REQUIERE ALGÚN TIPO DE PACKAGING?

¿VAS A ENTREGAR DIRECTAMENTE EL PRODUCTO Y/O A TRAVÉS DE INTERMEDIARIOS?



BLOQUE N°4

RELACIÓN CON EL CLIENTE

Debemos clarificar el tipo de relación que queremos establecer con los diferentes segmentos de clientes. Las relaciones pueden ser desde personalizadas hasta automatizadas. Las relaciones pueden ser motivadas por: adquirir nuevos clientes, retener clientes o incrementar ventas.



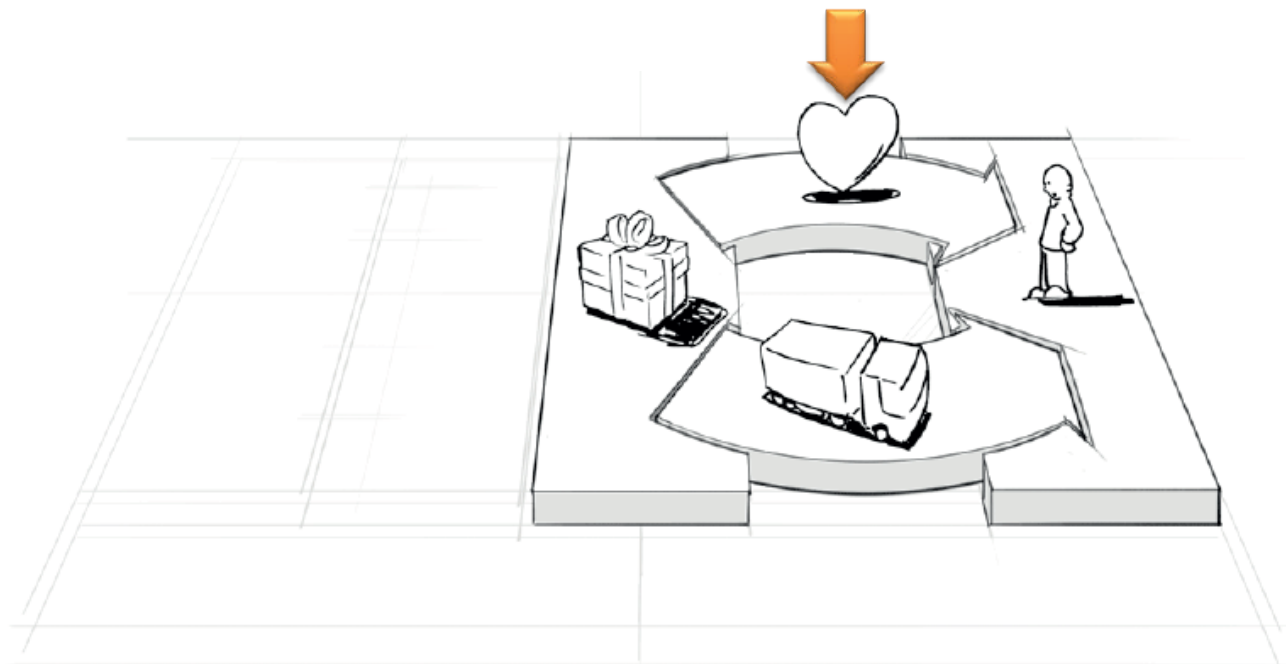
EL BLOQUE DE RELACIÓN CON CLIENTES DESCRIBE LOS TIPOS DE RELACIONES QUE UNA COMPAÑÍA ESTABLECE CON UN SEGMENTO ESPECÍFICO.

Algunas preguntas que podemos hacernos en este bloque son:

¿QUÉ MEDIOS Y FORMAS DE CONTACTO UTILIZARÉ CON EL CLIENTE PARA QUE CONOZCA MI PRODUCTO O SERVICIO?

¿SON ESTOS LOS MEDIOS USUALES EN EL SECTOR?

¿CÓMO SE LOGRARÁ QUE EL MENSAJE LLEGUE A LOS DESTINATARIOS DESEADOS?



BLOQUE N°5

FLUJO DE INGRESOS

Una empresa debe preguntarse por qué propuesta de valor los clientes están dispuestos a pagar y ¿cuánto están dispuestos a pagar por la propuesta de valor?

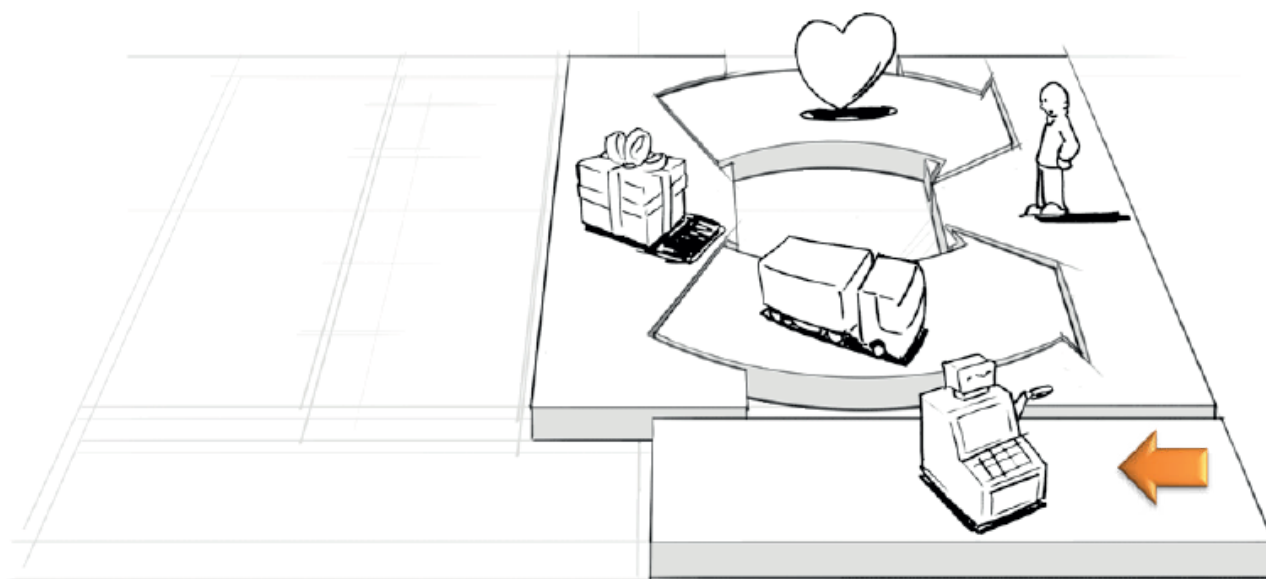
EL FLUJO DE INGRESOS REPRESENTA LA CAJA QUE UNA EMPRESA GENERA, PROVENIENTE DE LOS DISTINTOS SEGMENTOS DE CLIENTES.



Algunas preguntas que podemos hacernos en este bloque son:

¿POR CUÁL PROPUESTA DE VALOR ESTÁN DISPUESTOS A PAGAR LOS CLIENTES?

¿CUÁNTO ESTÁN DISPUESTOS A PAGAR POR LA PROPUESTA DE VALOR?



BLOQUE N°6

RECURSOS CLAVES

Los recursos clave describen los elementos más importantes que se requieren para que el modelo de negocios funcione. ¿Qué recursos necesitamos para generar la propuesta de valor, hacerla llegar al cliente, relacionarnos con él y generar ingresos?



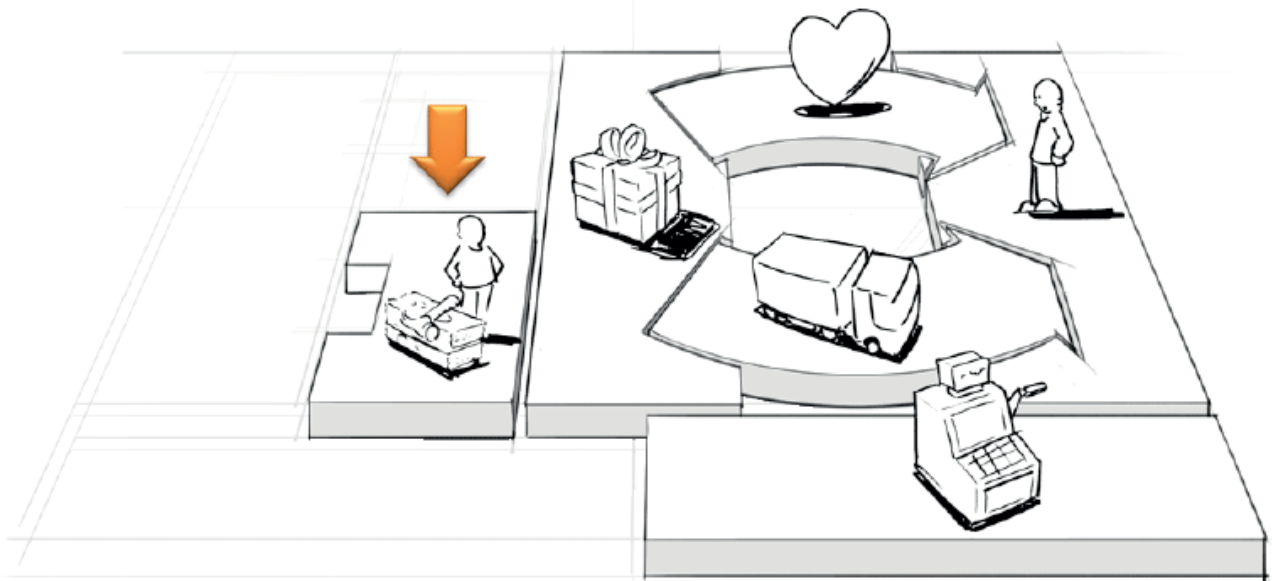
LOS RECURSOS CLAVE DESCRIBEN LOS ELEMENTOS MÁS IMPORTANTES QUE SE REQUIEREN PARA QUE EL MODELO DE NEGOCIOS FUNCIONE.

Algunas preguntas que podemos hacernos en este bloque son:

¿QUÉ RECURSOS NECESITAMOS PARA GENERAR LA PROPUESTA DE VALOR, HACERLA LLEGAR AL CLIENTE, RELACIONARNOS CON ÉL Y GENERAR INGRESOS?

POR EJEMPLO PODRÍAN SER:

**EQUIPOS - MAQUINARIAS
RECURSOS INTELECTUALES - CONOCIMIENTOS - PATENTES
DERECHOS DE USO - RECURSOS HUMANOS
RECURSOS FINANCIEROS**



BLOQUE N°7

ACTIVIDADES CLAVES

Son las actividades necesarias para crear y ofrecer la propuesta de valor a los clientes, alcanzar ciertos segmentos, mantener relaciones con clientes y generar ingresos.

Las actividades clave describen las acciones más importantes que se requieren para que el modelo de negocios funcione.

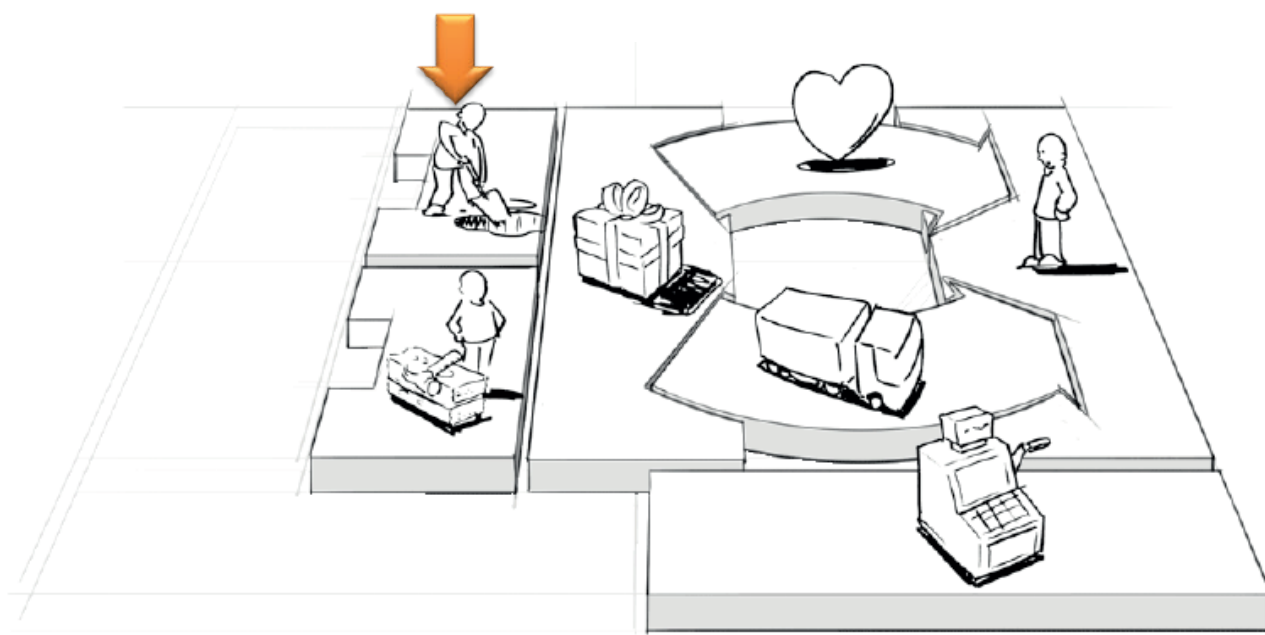
LAS ACTIVIDADES CLAVE DESCRIBEN LAS ACCIONES MÁS IMPORTANTES QUE SE REQUIEREN PARA QUE EL MODELO DE NEGOCIOS FUNCIONE.



Algunas preguntas que podemos hacernos en este bloque son:

¿QUÉ ACCIONES CRÍTICAS DEBEMOS REALIZAR PARA TENER ÉXITO?

¿QUÉ ACTIVIDADES SON NECESARIAS PARA ENTREGAR LA PROPUESTA DE VALOR A TU CLIENTE Y MANTENER EL VALOR QUE LE GENERA?



BLOQUE N°8

SOCIOS CLAVES

Las empresas crean alianzas para optimizar sus modelos de negocios, reducir riesgos o adquirir recursos. Se pueden generar alianzas estratégicas entre competidores, no competidores, con proveedores, socios, etc.

La red de contacto describen las alianzas más importantes que se requieren para que el modelo de negocios funcione.

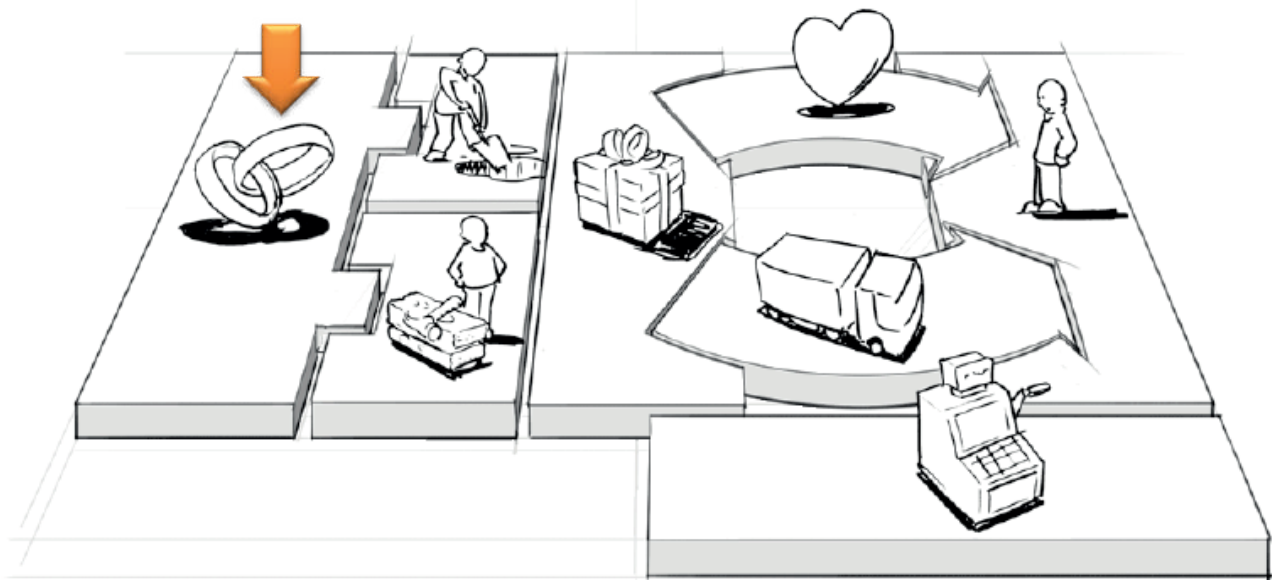


LOS SOCIOS CLAVES DESCRIBEN LAS ALIANZAS MÁS IMPORTANTES QUE SE REQUIEREN PARA QUE EL MODELO DE NEGOCIOS FUNCIONE.

Algunas preguntas que podemos hacernos en este bloque son:

¿QUÉ ALIANZAS CRÍTICAS DEBEMOS CONCRETAR PARA QUE EL MODELO SEA EXITOSO?

¿PUEDES ENUMERAR LOS AGENTES CON LOS QUE NECESITAS TRABAJAR PARA HACER POSIBLE EL FUNCIONAMIENTO DEL MODELO DE NEGOCIO?



BLOQUE N°9

ESTRUCTURA DE COSTOS

Se describen los costos más relevantes que deben solventar para operar bajo un modelo de negocios en particular. Crear y entregar valor, mantener relaciones con los clientes, y generar ingresos llevan un costo asociado.

La estructura de costos describen los costos que debemos incurrir para operar el modelo de negocios.



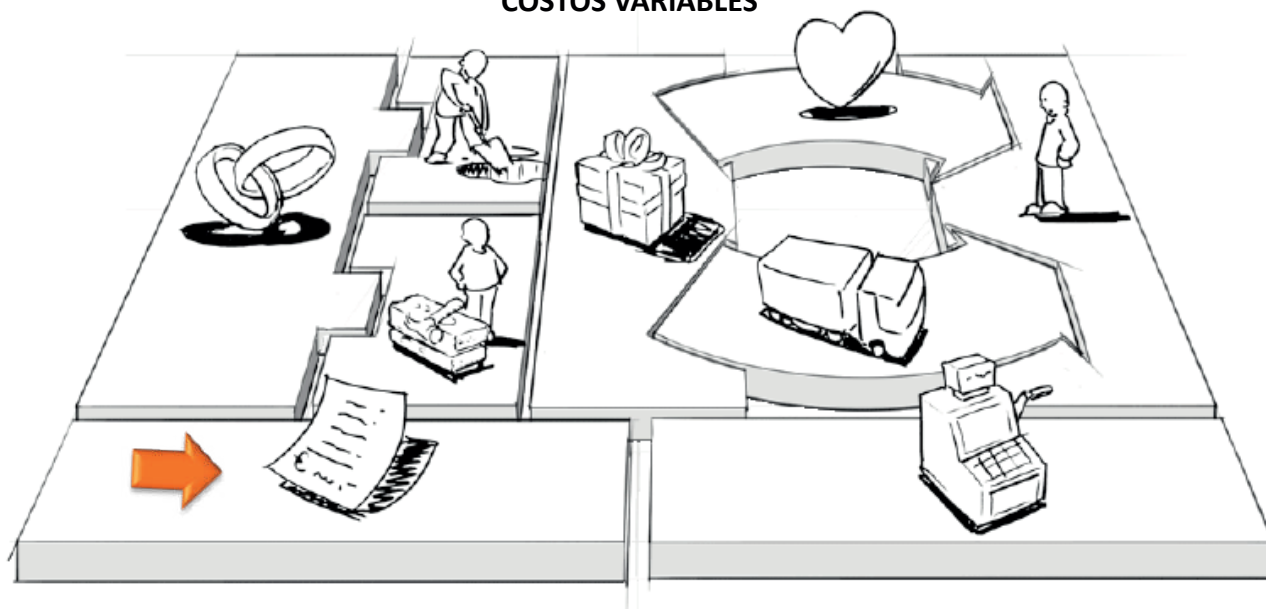
**LA ESTRUCTURA DE COSTOS
DESCRIBE LA INVERSIÓN QUE
DEBEMOS HACER PARA OPERAR
EL MODELO DE NEGOCIOS.**

Algunas preguntas que podemos hacernos en este bloque son:

**¿CUÁLES SON LOS COSTOS MÁS
RELEVANTES DEL MODELO?**

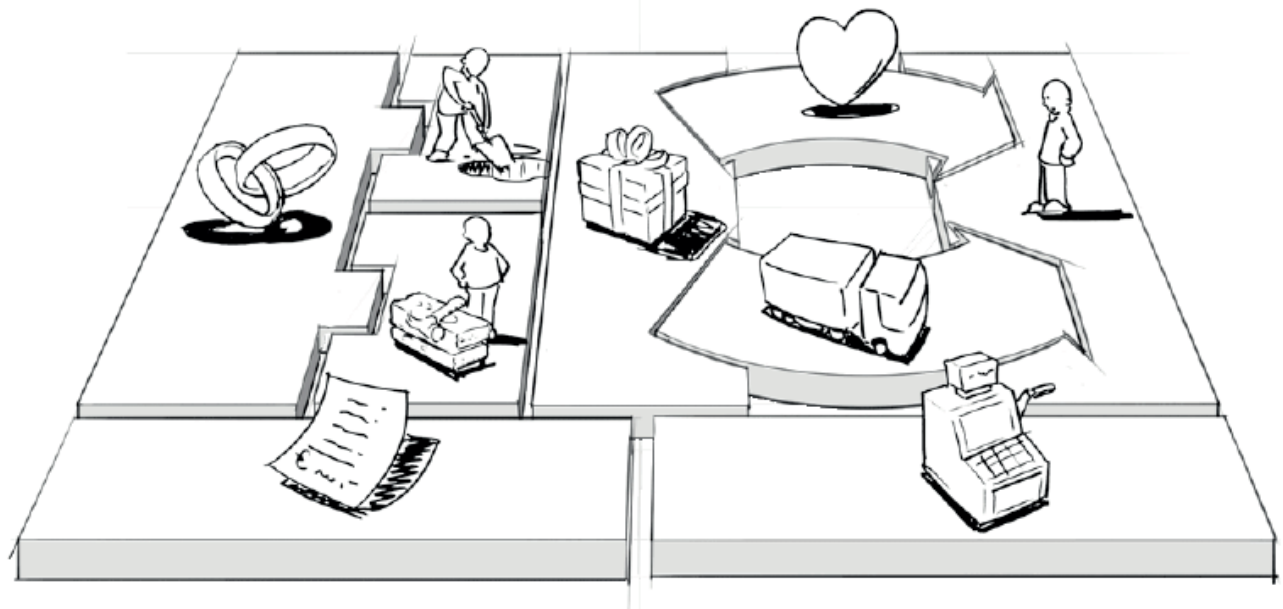
PUEDES INCLUIR:

**COSTOS FIJOS
RRHH
ARRIENDOS
MATERIAS PRIMAS
COSTOS VARIABLES**



CONCLUSIÓN

AHORA QUE ANALIZAMOS CADA UNO DE LOS BLOQUES DEL MODELO CANVAS, PODEMOS RESUMIR QUE ESTAMOS ANTE UNA HERRAMIENTA PARA ANALIZAR Y CREAR MODELOS DE NEGOCIO, DE FORMA SIMPLIFICADA, EN UN LIENZO DIVIDIDO EN LOS PRINCIPALES ASPECTOS QUE INVOLUCRAN EL NEGOCIO Y QUE GIRAN EN TORNO A LA PROPUESTA DE VALOR QUE SE OFRECE.



2022 PEDET

Otra más de Origo Lab!

Proyecto apoyado por



WWW.PEDET.CL

