



ICT ENTREPRENEUR



*“One becomes an entrepreneur
not by birth but by education
as well as by experience”*

Volkmann 2004



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission.
This publication [communication] reflects the views only of the author,
and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made
of the information contained therein.

M6 MODELO DE NEGOCIO DEL LIENZO

PRINCIPALES CONTENIDOS DE LA UNIDAD

1. Modelo de Negocio y la Propuesta de Valor
2. Otros componentes del Modelo de Negocio del Lienzo (BMC)
 - 2.1. Segmento de Clientes y Canales
 - 2.2. Relaciones con el Cliente
 - 2.3. Fuentes de Ingresos
 - 2.4. Principales Actividades
 - 2.5. Principales Recursos
 - 2.6. Principales Socios
 - 2.7. Estructur de Costes
3. El Canvas Ligero
4. Necesidades del Mercado

EL MODELO DE NEGOCIO DEL LIENZO Y LA PROPUESTA DE VALOR

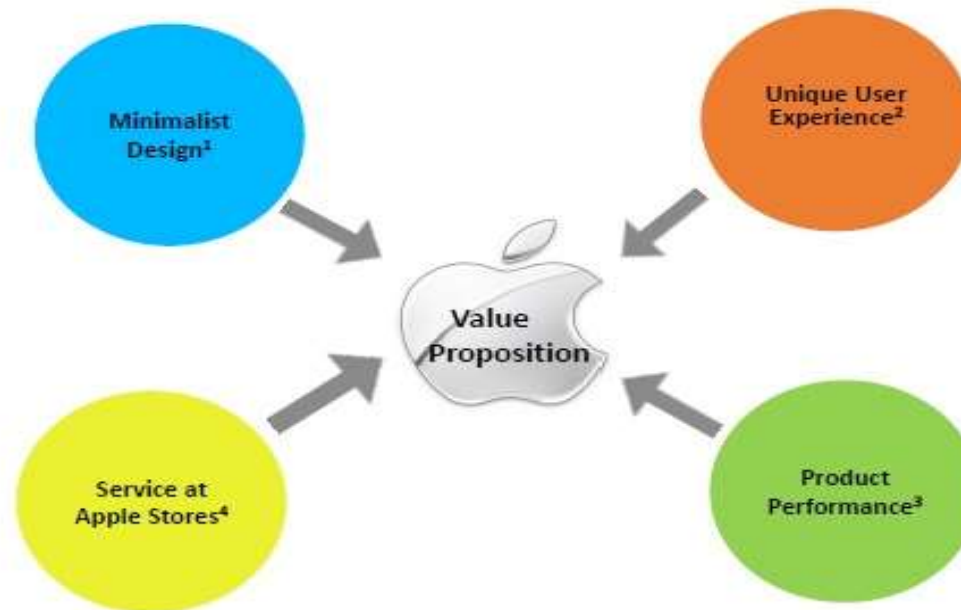
1.EL MODELO DE NEGOCIO DEL LIENZO Y LA PROPUESTA DE VALOR

- El Plan de Negocio enseña muchos componentes e interacciones
- Business Plan considera el entorno algo estable cuando no lo es
- El Modelo de Negocio del Lienzo es una version más corta, pero efectiva del Business Plan
- Todo en el negocio gira alrededor de la Propuesta de Valor
- La Propuesta de Valor debe encajar con las necesidades del cliente

EL MODELO DE NEGOCIO Y LA PROPUESTA DE VALOR

EJEMPLO DE LA PROPUESTA DE VALOR (APPLE)

Value Proposition

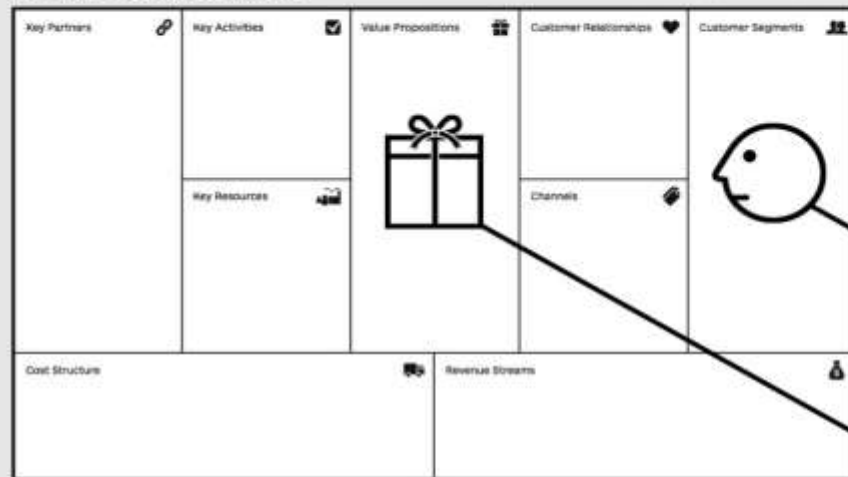


Sources: ¹[Burrows & Satariano, \(2012\)](#); ²[Osterwalder & Pigneur \(2009\)](#); ³[Apple Inc, \(2014\)](#); ⁴[Apple Inc, \(2014\)](#);

EL MODELO DE NEGOCIO Y LA PROPUESTA DE VALOR

Business model & value proposition

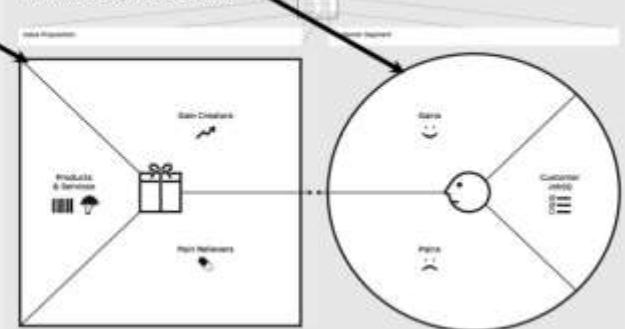
The Business Model Canvas



© 2010 Strategyzer. All rights reserved. Strategyzer is a registered trademark of Strategyzer Inc. All other trademarks are the property of their respective owners.

Strategyzer
strategyzer.com

The Value Proposition Canvas



© 2010 Strategyzer. All rights reserved. Strategyzer is a registered trademark of Strategyzer Inc. All other trademarks are the property of their respective owners.

Strategyzer
strategyzer.com

EL MODELO DE NEGOCIO Y LA PROPUESTA DE VALOR

EL LIENZO

Key partnerships	Key activities	Value propositions	Customer relationships	Customer segments
	Key resources		Channels	
Cost structure			Revenue streams	

EL MODELO DE NEGOCIO DEL LIENZO (BMC)

OUR COMMON LANGUAGE!

Key Partners 

Key Activities 

Value Proposition 

Customer Relationships 

Customer Segments 

Key Resources 

Channels 

Cost Structure 

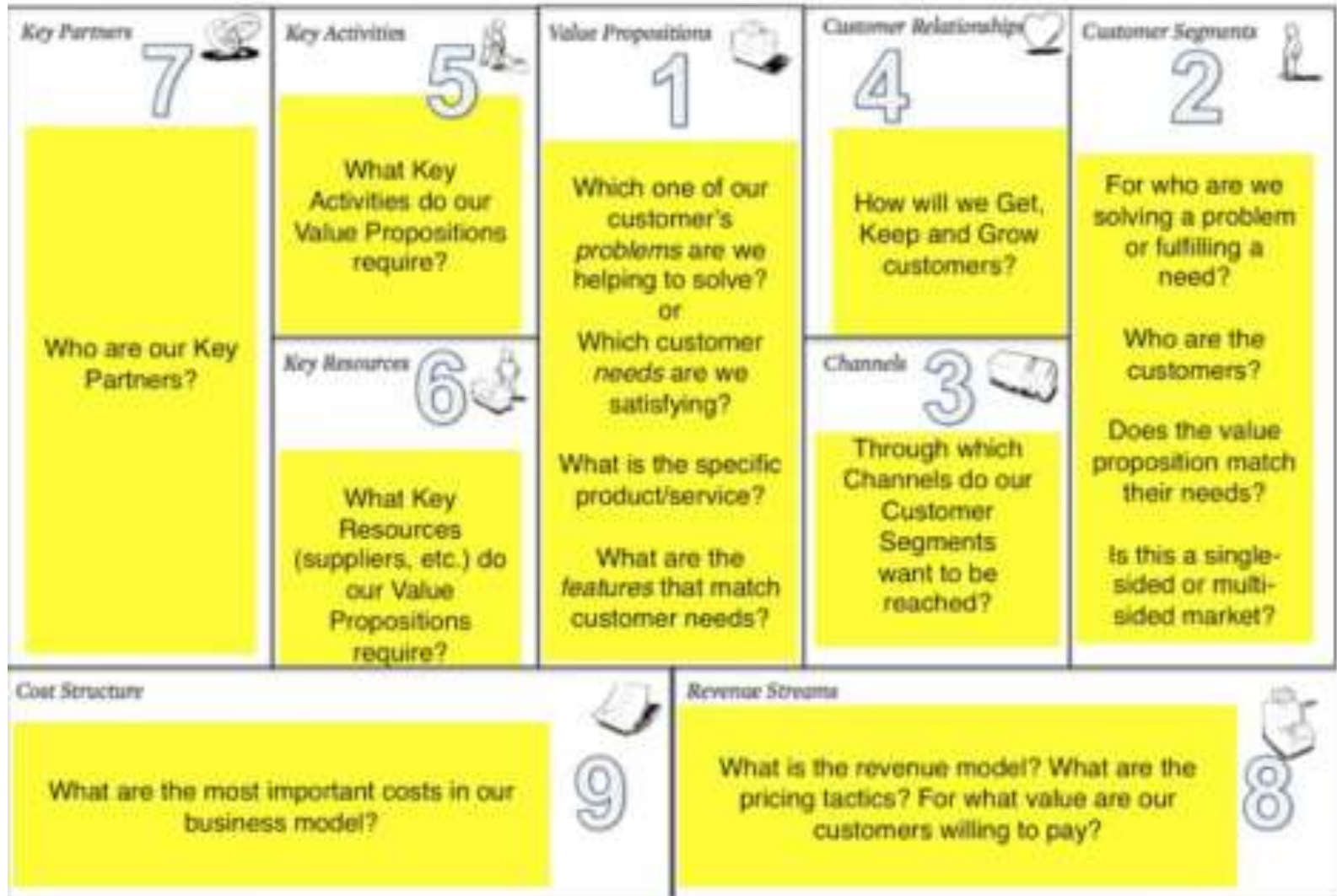
Revenue Streams 

EL MODELO DE NEGOCIO DEL LIENZO (BMC)

THE BUSINESS MODEL CANVAS

A business model canvas is to
strategic planning
what an excel spreadsheet
is to financial planning

COMPONENTES DEL BMC Y PREGUNTAS GUÍA



OTROS COMPONENTES DEL MODELO DEL LIENZO

2.OTROS COMPONENTES DEL MODELO DEL LIENZO

2.1.Segmentos de Clientes y Canales

- Toda organización apunta a satisfacer la necesidad de las personas
- Los clientes que comparten una necesidad que pueden afrontar forman un segmento
- Las empresas trabajan conectando la Propuesta de Valor con un Segmento de Clientes
- El Modelo de Negocio debe determinar ambos
- Los Segmentos de Clientes pueden clasificarse en diferentes grupos

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DEL LIENZO

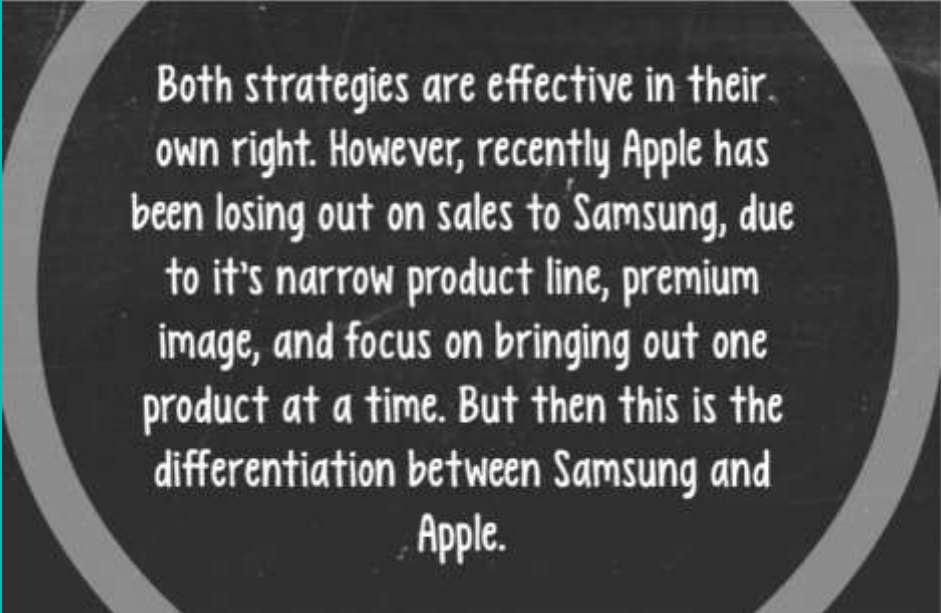
Tipos de Segmento de Clientes:

- 1.Mercado Masivo.- Toda la población son clientes potenciales
- 2.Mercado Nicho.- Un grupo selecto de personas son los clientes potenciales
- 3.Segmentado.- Grupos diferentes dentro de un Segmento de Clientes
- 4.Diversificado.- El negocio apunta a diversos Segmentos de Clientes
- 5.Mercado de Plataforma polivalente.- Apuntando a ambos lados de una relación comercial

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DEL LIENZO

Ejemplo: Estrategias de Segmentación usadas por Apple y Samsung

http://prezi.com/635kt-vpajlq/?utm_campaign=share&utm_medium=copy&rc=ex0share



Both strategies are effective in their own right. However, recently Apple has been losing out on sales to Samsung, due to it's narrow product line, premium image, and focus on bringing out one product at a time. But then this is the differentiation between Samsung and Apple.

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DE NEGOCIO

Un canal es lo que la compañía utiliza para entregar su Propuesta de Valor
Se usa también para colaborar con los clientes y obtener su opinión.

Consiste en 3 fases diferentes:

- Marketing
- Venta
- Distribución

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DEL LIENZO

El canal debe ser rápido, eficiente y efectivo en costes

El canal debe estar diseñado según la conveniencia del usuario final

En cuanto a la propiedad, hay:

- canales propios, canales de socios o mixtos

En cuanto a la presencia, pueden ser:

- canales físicos o canales de web/móvil

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DEL LIENZO

2.2.Relaciones con el Cliente

La relación con el cliente consiste principalmente en 3 fases:

- adquisición
- retención
- venta cruzada

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DEL LIENZO

Hay 6 diferentes tipos de relaciones empresa-cliente

1. Atención Personal.- Representante de una empresa atiende en persona a los clientes
2. Atención Personalizada.- Representante de empresa para un grupo especial de clientes
3. Auto-Servicio.- Los clientes libremente eligen y toman lo que quieren
4. Servicios Automatizados.- Oferta basada en las preferencia históricas de los clientes
5. Comunidades.- Grupo coordinado de gente ayuda a crear la oferta del negocio
6. Co-creación.- Los clientes individuales ayudan a montar la oferta del cliente

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DEL LIENZO

GESTOR DE LA RELACIÓN CON EL CLIENTE (CRM)

<https://www.youtube.com/watch?v=wJ63PqPljcM>

Incluso la Asistencia Personal necesita una buena herramienta para gestionar la relación con los clientes.

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DEL LIENZO

2.3.Fuentes de ingresos

Una empresa obtiene ingresos de 7 maneras diferentes

- 1.Venta de Activos.- Transfiriendo la propiedad de un bien físico
- 2.Préstamo/Leasing/Arrendamiento.- Vendiendo derecho exclusivo a un activo durante un período de tiempo
- 3.Cobro por Suscripción.- Cobrando por un servicio que se ofrece de manera permanente
- 4.Cobro por Uso.- Cobrando el uso de un particular servicio

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DEL LIENZO

5. Concesiones.- Cobrando el uso de propiedad intelectual protegida

6. Cobro de Comisiones.- Cobrando intermediación comprador-vendedor

7. Publicidad.- Cobrando cuotas por ayudar a otros en publicitarse

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DE LIENZO

Ejemplo: Fuentes de ingresos de Twitter

- Concesión de uso de bases de datos
- Promoción de cuentas
- Promoción de comentarios
- Venta de estudios analíticos

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DEL LIENZO

2.4.Actividades principales

Las actividades que hacen sobrevivir un negocio

Una empresa debe identificarlos e incluirlos en el modelo de negocio

Estas actividades principales deben clasificarse en uno de los siguientes grupos:

1.Producción

2.Solución de problemas

3.Plataforma/trabajo en red

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DEL LIENZO

1. Producción.- Diseño, creación y entrega de un bien físico

Requiere un montón de inversión y enfoque en la propuesta de valor

Principales actividades (algunas de las siguientes):

- Control de la producción y manufactura
- Gestión de página web, pedidos online y distribución
- Estrategia de marca
- Marketing y promoción de producto
- Diseño de producto y envase

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DEL LIENZO

2.Solución de problemas.- Solucionar los problemas de otros

Necesita un gran conocimiento de gestión y debe estar permanentemente aprendiendo

Hay muchos problemas diferentes que resolver

Ejemplo: Computer Service Provider s.a.r.l.

<http://www.cspro-lb.com/default.htm>

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DEL LIENZO

3. Plataforma/trabajo en red.- Cuando una plataforma es un recurso clave en un negocio

Sus actividades principales están conectadas con esa plataforma y con redes de trabajo en general

Requiere trabajo de marca y el programa informático también son actividades importantes.

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DEL LIENZO

2.5.Recursos clave

Los recursos que necesita todo negocio para crear valor para sus clientes

Pueden ser prestados, arrendados o provistos por los socios de la compañía

Hay principalmente 4 tipos de recursos clave:

1.Recursos físicos

2.Recursos intelectuales

3.Recursos humanos

4.Recursos financieros

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DEL LIENZO

1. Recursos físicos

Son equipamiento, edificios, mobiliario y otros activos menores

2. Recursos intelectuales

Incluye marca, patentes, Propiedad Intelectual, copyrights, e incluso contactos

3. Recursos humanos

Los empleados son un recurso muy importante para una empresa

4. Recursos financieros

Acceso a muchos diferentes productos financieros mostrando fuerza y salud económica.

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DEL LIENZO

2.6.Socios clave

Todo negocio debe mantener alianzas estratégicas con terceros

Para formar partenariados se han de combinar ciertos aspectos:

- Correctos Acuerdos de Partenariado
- Definición de Expectativas
- Impacto en tus clientes.- Debe ser provechoso para los clientes
- Situación de Ganar-Ganar.- Ambos deben conseguir beneficio
- Selección de partenariados.- Para ahorrar tiempo y dinero

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DEL LIENZO

Ejemplo: Socios clave de Facebook

Son Socios de Contenido:

- Shows de TV
- Películas
- Música
- Nuevos artículos

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DE NEGOCIO

2.7.Estructura de costes

Consecuencias monetarias de toda operación de un modelo de negocio

Podemos considerar la principales clases de estructura de costes:

- Dirección por costes.- Cuando el principal objetivo es minimizar costes
- Dirigido por valor.- Cuando la compañía intenta ofrecer el mayor valor
- Costes fijos.- Los gastos no dependen del nivel de producción de la compañía
- Costes variables.- Los gastos dependen del nivel de producción de la empresa

OTROS COMPONENTES DEL MODELO DEL LIENZO

- Economías de Escala.- El coste por unidad se reduce cuando la producción aumenta
- Economías de Alcance.- El coste cae al añadir productos “relacionados”

MODELO DE NEGOCIO DEL LIENZO

6 Ground Rules

Use sticky notes!

Rule #1
Use sticky notes on the canvas

blah
blah blah
blah blah ...

Rule #2
Just start. No
blah blah blah



Rule #3
Start anywhere,
and with any
building block.

- Never
- Use
- Bullets

Rule #4
Never use
bullet points

Too much detail
is more blah blah
blah blah blah blah
blah blah blah blah

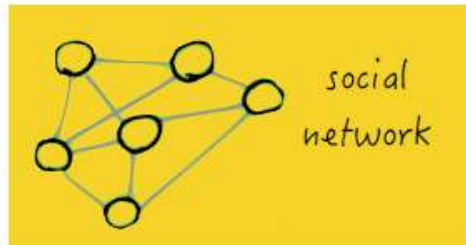
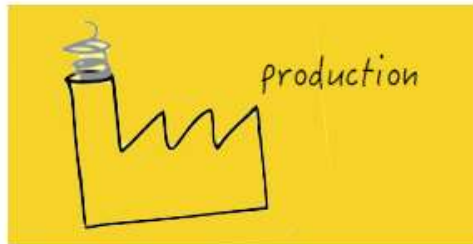
Rule #5
Avoid too
much detail



Rule #6
Be precise for
each building
block

MODELO DE NEGOCIO DEL LIENZO

Use visuals as much as you can!



EJEMPLOS DE MODELOS DE NEGOCIO



MODELO DE NEGOCIO DEL LIENZO

AMAZON



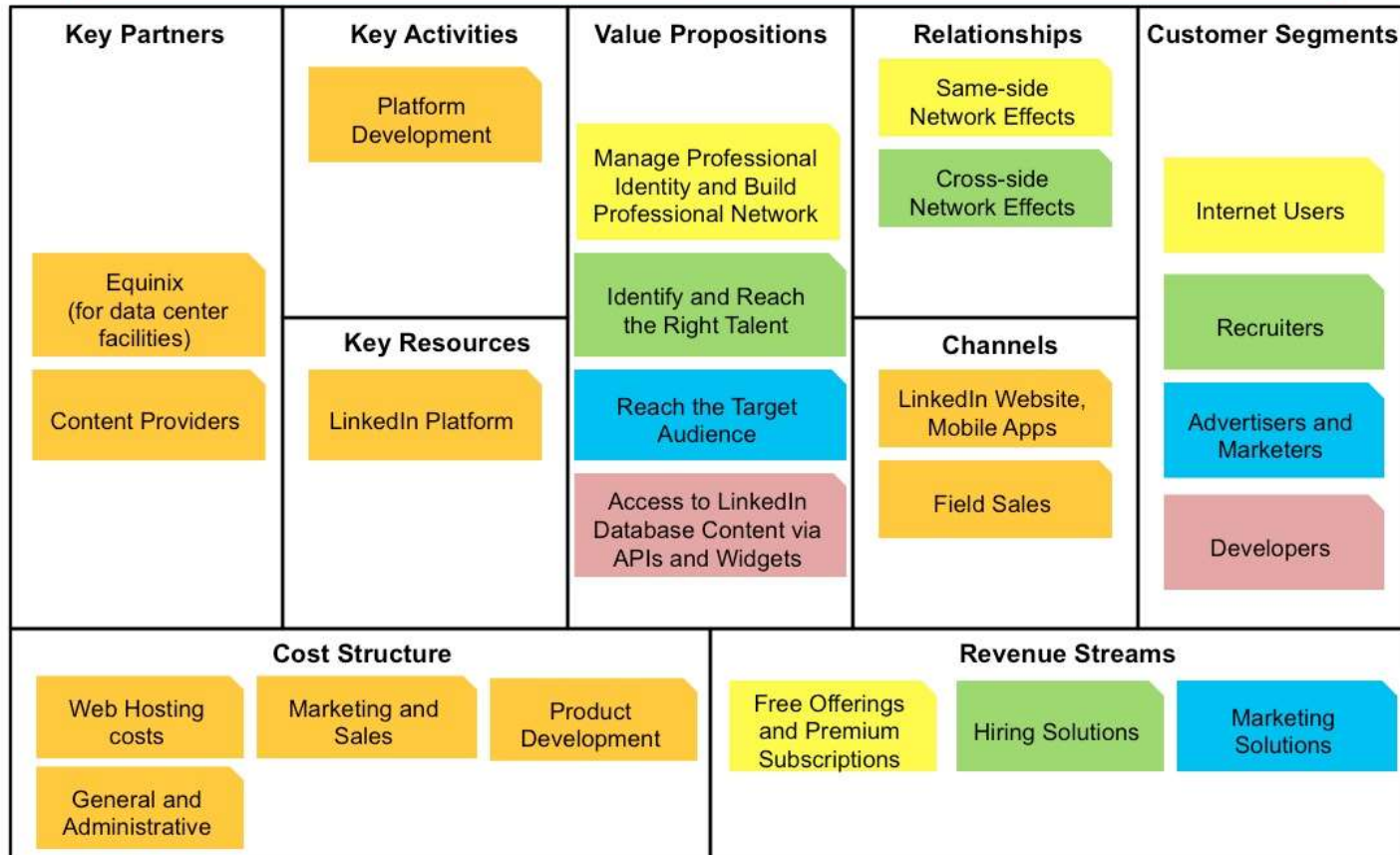
MODELO DE NEGOCIO DEL LIENZO

STARBUCKS

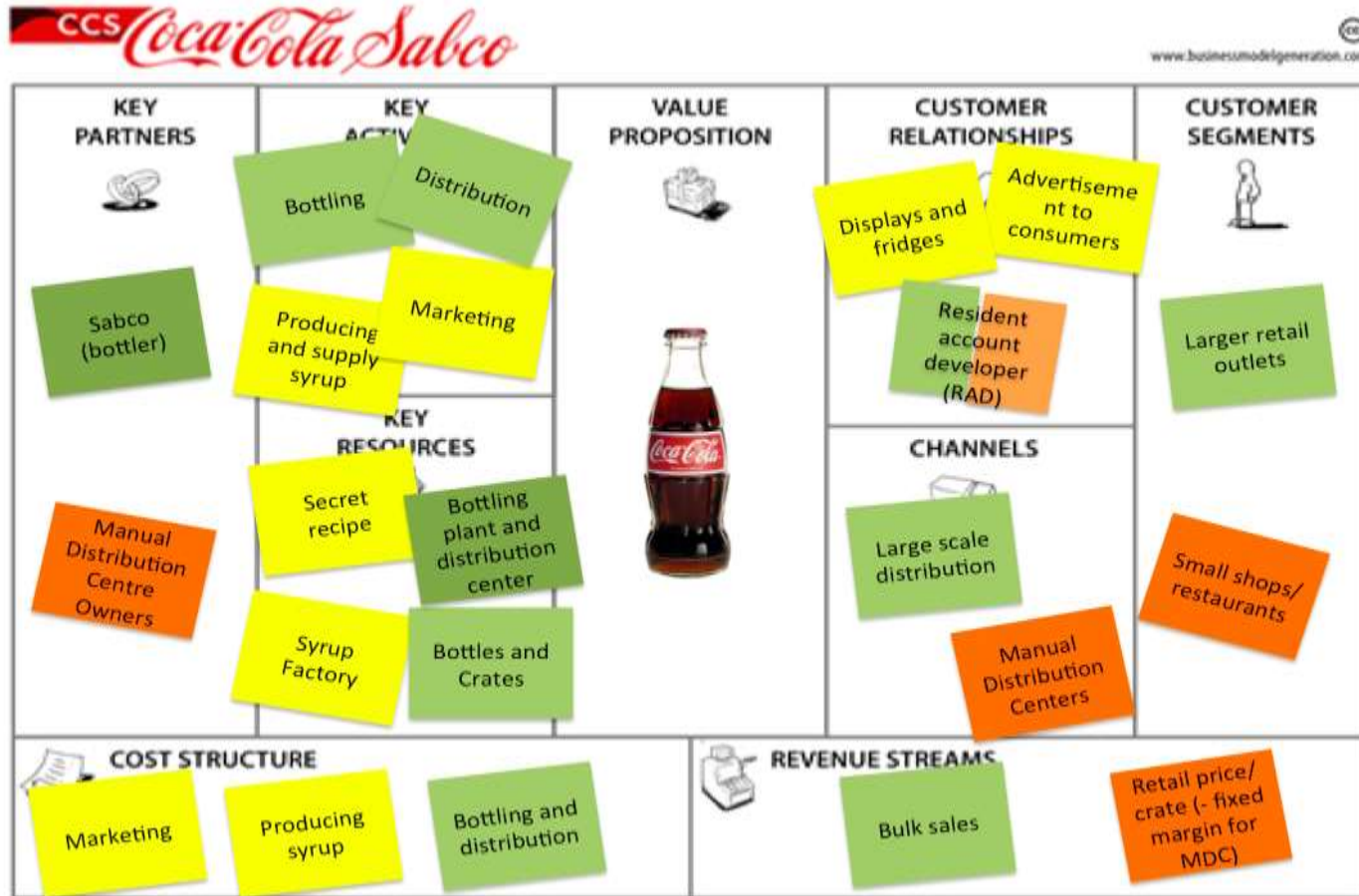


MODELO DE NEGOCIO DEL LIENZO

LinkedIn – World's Largest Professional Network



MODELO DE NEGOCIO DEL LIENZO COCA COLA



EJERCICIO PRÁCTICO: ¡PREPARA TU PROPIO BMC!

- Cada uno de vosotros recibirá un modelo de negocio del lienzo impreso.
- Tu tienes 45' para trabajar con tu equipo en prepararlo.
- Por favor, recuerda usar post-its.
- Sigue las instrucciones ya dadas.
- Entonces presentarás tu BMC en 2'.
- Seguirá una session de Ruegos y Preguntas
- Duración total del ejercicio: 120'.