



BAJA CALIFORNIA

GOBIERNO DEL ESTADO



**BAJA
CALIFORNIA**
GOBIERNO DEL ESTADO

ECONOMÍA

Secretaría de Economía e Innovación



Instituto Estatal del
EMPRENDIMIENTO
de **BAJA CALIFORNIA**

Taller Modelo de Negocio Metodología Canvas



Mentor
Mtro. David Flores Fraga

Objetivo General

Aprender a desarrollar un Modelo de Negocio por medio de la metodología CANVAS



Objetivos Específicos

- Desarrollar el modelo de negocio de su proyecto de emprendimiento para que éste sea exitoso
- Análisis de las ideas plasmadas en el lienzo
- Futuras adecuaciones a su modelo de negocio



¿Qué es un modelo de negocio?

Un modelo de negocio es la representación de la actividad que queremos llevar a cabo. Es la planificación de nuestra idea de negocio.

¿qué vamos a vender?
¿cómo lo vamos a vender?
¿a quién se lo vamos a vender?



Modelo Canvas

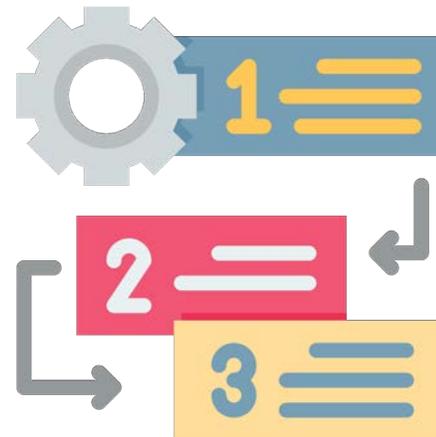


Modelo Canvas

Es una herramienta que nos ayuda a ordenar nuestras ideas, así como identificar y analizar las diferentes variables que se deben tomar en cuenta al momento de emprender un proyecto de negocio.

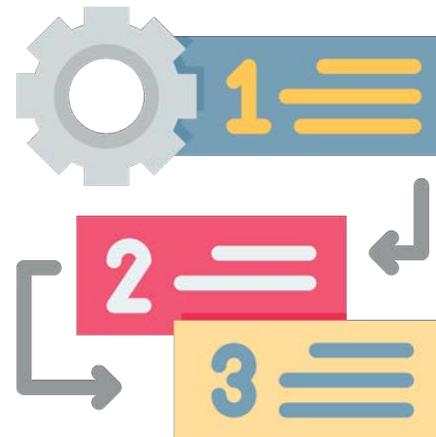
Es decir, plasmamos nuestra idea y la transformamos en un modelo de negocio, de forma simplificada.

- Permite su uso con facilidad
- Fomenta el pensamiento creativo
- Permite la creación estratégica



Modelo Canvas

El Modelo Canvas, es una metodología desarrollada por **Alexander Osterwalder y Yves Pigneur**, que permite desarrollar, visualizar, evaluar y alterar modelos de negocios nuevos o existentes.



Lienzo



Propuesta de Valor

¿Qué ofrezco de novedoso o diferente para el cliente me elija a mi negocio?

La propuesta de valor influenciará al cliente a decidir tu producto o no, todo depende si esa propuesta satisface una necesidad.

Debe comunicar aquello que la empresa espera hacer mejor o diferente a la competencia

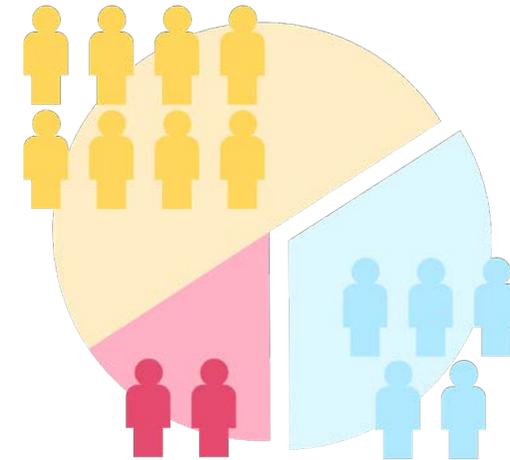


Segmentación de clientes

La segmentación de clientes es una parte importante del proyecto de negocio. Segmentar a nuestros clientes permitirá crear estrategias de ventas, procesos, atención al cliente y publicidad.

Segmentar a nuestros clientes potenciales es agruparlos por segmentos de acuerdo a **características en común**. Estas características se definen previamente.

Puede existir más de un segmento de clientes



Segmentación de clientes

Algunas características pueden ser:

- Ubicación geográfica
- Nivel de ingreso
- Cultura
- Horario de trabajo
- Ocupación
- Hobbies
- Actividad en redes sociales
- Entre otras muchas más



¿Quién sería mi potencial cliente?
¿A qué clase de persona le interesaría lo que ofrezco?
¿A qué clase de persona le resuelvo una necesidad?

Canales

¿Cómo podrán comprar nuestro producto?

Los canales son los medios por los cuales haremos llegar nuestra propuesta de valor; nuestro producto o servicio.

Son puntos de contacto con el cliente, como se propiciará la comunicación y distribución negocio



Relación con el Cliente

¿Cuál será la forma más adecuada de relacionarse con el cliente?

La forma de relacionarse con el cliente repercute en la experiencia de consumo del cliente

Algunas de las formas de relacionarse pueden ser de manera formal, informal, personal, automatizada, autoservicio etc.



Competidores

Es importante conocer y ubicar a nuestra competencia directa.

No hay que subestimar a la competencia, hay que observarlos y ver qué podemos mejorar a diferencia de ellos.



Recursos Clave

¿Qué necesitas para llevar a cabo tu actividad comercial?

Son la serie de recursos físicos, materiales, humanos y financieros

6 Recursos Clave
¿Qué recursos necesitas para la Propuesta de valor?



1-2 Propuesta de Valor
¿Qué haces diferente de la competencia?



4 Relación con el Cliente
¿Cómo interactúas con



2-1 Segmento de Clientes
¿A quién ayudarás?



3 Canales
¿Cómo llegas a los clientes?



5 Competidores



Actividades Clave

Son las actividades necesarias por realizar para llevar a cabo nuestra actividad comercial

- Producción
- Resolución de problemas



Socios Clave



Socios Clave



Los **Socios Clave** son las alianzas estratégicas que vas a establecer para colaborar en temas como:

Compartir Experiencias
Disminuir Costos
Incluso Aumentar nuestras Ventas

El Objetivo es establecer una **red de proveedores y socios** que contribuyan al crecimiento y funcionamiento óptimo de nuestro emprendimiento **para poder ofrecer nuestra propuesta de valor**

Es muy importante estar cerca del **ecosistema del emprendimiento** y de start ups.

Piensa en la RECIPROCIDAD.

Fuente de Ingresos



Fuente de Ingresos

En este bloque **Fuente de Ingresos** nos permite detallar **cómo vas a cobrar y en función de qué.**

En modelo de negocio puede implicar dos tipos diferentes de fuentes de ingresos:

- a) **Ingresos Puntuales:** aquellos que obtienes de transacciones o pagos puntuales de tus clientes
- b) **Ingresos Recurrentes:** aquellos pagos periódicos que obtienes, por la renta o suscripciones, etc.

Es decir... **Cómo vas a ganar tu dinero!**

Ejemplos:

Venta de Activos
Cuota por Alquiler
Cuota por Uso
Concesión de Licencias
Cuota por Publicidad
Cuota por Suscripción
Cuota por Comisión

9

Fuente de Ingresos

¿Cuántos ingresos tendrás?



Estructura de Costos



Estructura de Costos

La **Estructura de Costos** en el Modelo Canvas, consiste en **detectar los costos del proyecto productivo**, dividirlos y desarrollarlos en el lienzo.

Debemos de **identificar los costos vinculados** a los recursos claves, actividades claves y socios claves.

Es importante en análisis para **determinar la cantidad de dinero necesaria** para sacar adelante a tu negocio.

Tipos de Costos:

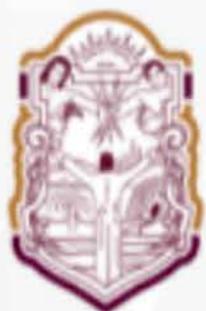
- a) Fijos
- b) Variables
- c) Directos
- d) Indirectos
- e) De los Productos Fabricados
- f) De los Bienes comercializados (Expo / Import)

Cuáles son los mas altos?

Cuáles son las actividades con mas costo?

MODELO DE NEGOCIO





**BAJA
CALIFORNIA**
GOBIERNO DEL ESTADO

ECONOMÍA

Secretaría de Economía e Innovación

Con el  **corazón**
por delante.