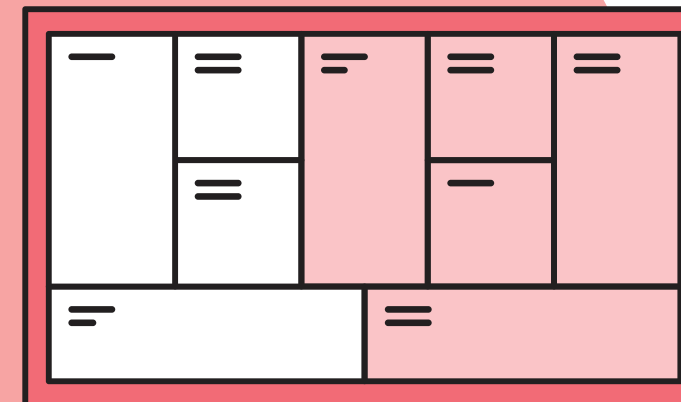


BUSINESS MODEL CANVAS

CANVAS

Método integral para analizar y planificar el modelo de negocio.



Autores

Rosalba Becker
Victoria Díaz
María José Dubois
Alejandrina Vigna

Revisión de contenido

Luciana Torregiani

Diseño y maquetación

Rodrigo Santos Larrea
Fernando Martínez

Canvas / Rosalba Becker ... [et al.] ; Contribuciones de Rodrigo Ramirez. - 1a ed -
San Martín : Instituto Nacional de Tecnología Industrial - INTI, 2024.
Libro digital, PDF - (Herramientas de diseño e innovación / Rodrigo Ramirez)

Archivo Digital: descarga y online
ISBN 978-950-532-528-3

1. Diseño. 2. Innovaciones. I. Becker, Rosalba II. Ramirez, Rodrigo, colab.
CDD 745.2

MODELO DE NEGOCIO PARA ANALIZAR LA EMPRESA COMO UN TODO

Describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor.

→ El método CANVAS busca analizar a través de una representación gráfica los distintos componentes que generan valor en un negocio.

Se trata de una herramienta práctica que fomenta la comprensión, el debate, la creatividad, el análisis y la lógica que sigue una empresa para conseguir sus ingresos.

→ Otras herramientas con las que se relaciona:

FODA / ESTRATEGIAS DE PORTER / PROPUESTA DE VALOR /
MAPA DE EMPRESAS COMPETIDORAS

El Canvas es popular entre los empresarios y emprendedores para pensar el Modelo de Negocio de la Innovación.

Propone fundamentalmente
3 aspectos

Enfoque

Busca la agilidad y la reducción del tiempo en el desarrollo de iniciativas empresariales, para finalmente generar productos y servicios que cumplan con las necesidades de los clientes y aporten valor.

Flexibilidad

Posibilita modificar a medida que se va avanzando en el análisis. Se puede trabajar con notas adhesivas y marcadores de colores. También es posible desarrollar el modelo de forma online en red.

Transparencia

Permite trabajar en equipo colgando el lienzo en la pared y que pueda estar visible para todos. Permite ver de manera global todas las interconexiones entre los diferentes elementos.

El método CANVAS:

→ Es el punto de partida para generar nuevos escenarios y modelos de negocio.

→ Sirve de herramienta de diagnóstico y mejora.

→ Ayuda a diseñar e innovar sobre el Modelo de Negocio.

→ Obliga a definir la verdadera propuesta de valor para el cliente.



Segmentos de clientes/ de mercado

Se definen los grupos de personas o entidades a los que se dirige una empresa. Una empresa atiende a uno o varios segmentos de mercado. Resultan ser el módulo más importante dentro del modelo. Es importante saber y conocer perfectamente nuestros clientes.



¿Para quién creamos valor?
¿Cuáles son nuestros clientes más importantes?



Propuesta de valor Canales

Se describe el conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento de mercado específico. Su objetivo es solucionar los problemas de los clientes y satisfacer sus necesidades mediante propuestas de valor. Aquí es muy importante descubrir cómo queremos generar VALOR para nuestros clientes, con propuestas novedosas e innovadoras.



¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes?
¿Qué problema de nuestros clientes ayudamos a solucionar?
¿Qué necesidades de los clientes satisfacemos?
¿Qué paquetes de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de mercado?



Se explica el modo en que una empresa se comunica con los diferentes segmentos de mercado para llegar a ellos y proporcionarles una propuesta de valor a través de canales de comunicación, distribución y venta.



¿Qué canales prefieren nuestros segmentos de mercado?
¿Cómo establecemos el contacto con los clientes?
¿Cómo hacemos llegar los productos a nuestros clientes?
¿Cómo se conjugan nuestros canales?
¿Cuáles tienen mejores resultados?
¿Cuáles son más rentables?
¿Cómo se integran en las actividades diarias de los clientes?



Relación con los clientes

Se describen en los diferentes tipos de relaciones que establece una empresa con determinados segmentos de mercado. Las relaciones con los clientes se establecen y mantienen de forma independiente para los diferentes segmentos de mercado.



¿Qué tipo de relación esperan los diferentes segmentos de mercado?
¿Qué relación tenemos ahora, qué tipo de relaciones hemos establecido? ¿Cuál es su costo?
¿Cómo se integran en nuestro modelo de negocio?

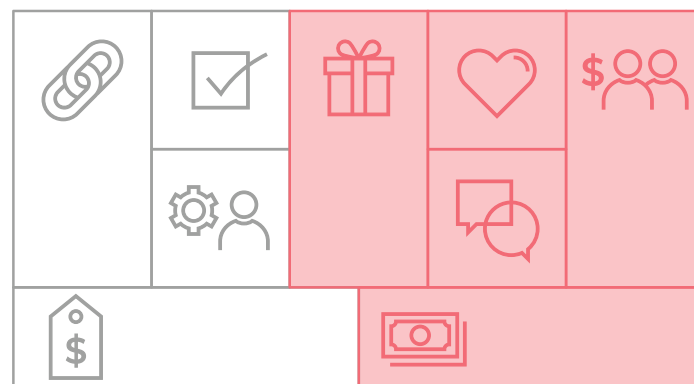


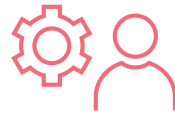
Fuentes de ingreso

Se refiere al flujo de caja que genera una empresa en los diferentes segmentos de mercado (para calcular los beneficios, es necesario restar los gastos a los ingresos) Las fuentes de ingresos se generan cuando los clientes adquieren las propuestas de valor ofrecidas.



¿Cuál es valor que están dispuestos a pagar nuestros clientes por nuestros productos?
¿Cómo pagan actualmente?
¿Cómo les gustaría pagar?
¿Cuánto reportan las diferentes fuentes de ingresos al total de ingresos?





Recursos clave

Se describen los activos necesarios para ofrecer y proporcionar los elementos para que el modelo de negocio funcione.



¿Qué recursos clave necesito para generar valor en mis productos?



Actividades clave

Se describen las tareas más importantes que debe emprender una empresa para que su modelo de negocio funcione.



¿Qué actividades clave (producción, resolución de problemas, plataforma/red) necesito desarrollar para generar valor en mis productos o servicios?



Alianzas

Algunas actividades se externalizan y determinados recursos se adquieren fuera de la empresa. En este módulo se describe la red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento de un modelo de negocio. Debemos definir cuáles serán nuestros socios estratégicos en proveedores, clientes y accionistas, entre otros.



¿Quiénes son nuestros socios clave?
¿Quiénes son nuestros proveedores clave?
¿Qué recursos clave adquirimos de nuestros socios?
¿Qué actividades clave realizan los socios? ¿Y los proveedores?

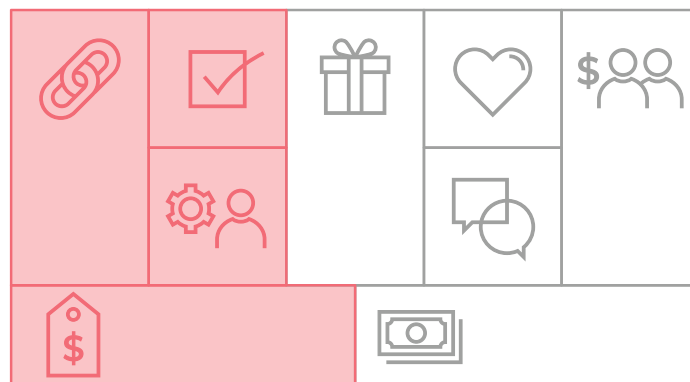


Costos

Describen todos los costes que implica la puesta en marcha de un modelo de negocio, los diferentes elementos que conforman la estructura de costes. Es muy importante saber que estructura de costes voy a implementar ya que en este punto sabremos qué utilidad podríamos tener de nuestro negocio.



¿Cuáles son los costos más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?
¿Cuáles son los recursos clave más caros? ¿Cuáles son las actividades clave más caras?



Pasos



#1

Tiempo + equipo + roles

Determinar el tiempo que se considera necesario para el desarrollo de la herramienta. Fijar la cantidad de participantes y el coordinador del trabajo.



#2

Lienzo base

El modelo de negocio CANVAS se compone de 9 bloques. Cada bloque define una parte muy específica del negocio. El coordinador imprime o esboza la base del modelo según los 9 bloques presentados en la herramienta.

Parte izquierda del lienzo de negocios: se reflejan los aspectos internos de la empresa.

Alianzas
Actividades clave
Recursos clave
Costos

Parte derecha del modelo de negocio: se compone de bloques que reflexionan sobre el mercado.

Segmentos de Clientes/Mercado
Propuesta de Valor
Canales
Relación con los Clientes
Fuentes de ingreso

Se recomienda realizar el lienzo en formato grande, de modo que los participantes puedan anotar y comentar en grupo los elementos del modelo con notas autoadhesivas, rotuladores o dibujos.



#3

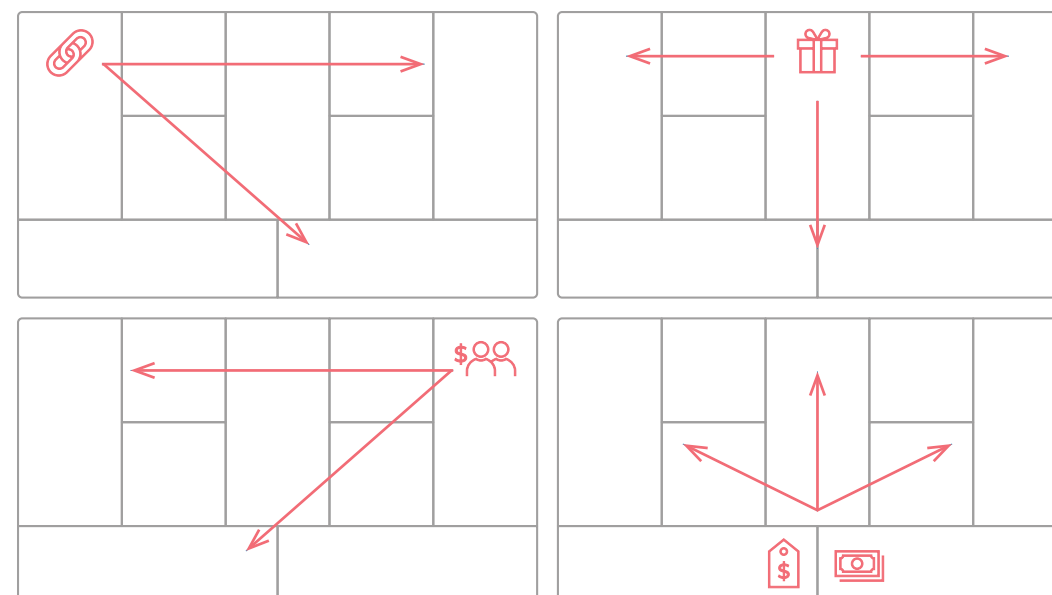
¿Cómo utilizar el lienzo?

Cada uno de los 9 módulos del modelo de negocio pueden servir de punto de partida. Podemos distinguir cuatro epicentros para generarlo y/o analizar un cambio de modelo, los mismos son:

- alianzas
- propuestas de valor
- cliente
- y finanzas (fuentes de ingreso, costos)

También se pueden realizar diferentes recorridos y probar alternativas suficientes para definir el nuevo modelo.

O bien iniciar en el orden que se propone en cada una de las partes (izquierda/derecha) del lienzo.





IZQUIERDA | DERECHA

División del modelo

El modelo propone dividirlo en nueve módulos básicos que reflejen la lógica que sigue una empresa para conseguir sus ingresos: la parte izquierda corresponde a los aspectos internos de la empresa, la parte derecha hace referencia al mercado y al entorno.

RESULTADOS ESPERADOS DEL USO DE LA HERRAMIENTA

Propone componer un modelo ágil que reduzca el tiempo en el desarrollo de iniciativas empresariales, para finalmente generar productos y servicios que cumplan con las necesidades de los clientes y aporten valor.



+ info

Business Model Innovation

http://issuu.com/business.model.innovation/docs/business_model_generation_book_preview/39?e=1330026/10526228

Business Model Generation

<http://www.businessmodelgeneration.com/canvas/bmc>

Hardware y software asociados

Capacitación on-line para el uso de la herramienta

https://strategyzer.com/training/courses/business-models-that-work-and-value-propositions-that-sell/?_ga=1.194463209.538029019.1442926060

Link para construirlo on-line

<https://canvanizer.com/how-to-use/how-to-get-started>

INTI-DISEÑO INDUSTRIAL



Nuestro enfoque de trabajo es colaborativo, si usted quiere compartir otra herramienta, un caso de aplicación u otro ejemplo por favor escribanos a

diseño@inti.gob.ar

www.inti.gob.ar/disenoindustrial

Es una publicación de distribución gratuita

Se permite el uso de esta obra bajo los términos de una licencia de Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>)

