

Introducción al **CANVAS** (lienzo) del modelo de negocio

Una herramienta de gestión estratégica para **definir** y **COMUNICAR** su idea de negocio.

Innovar
Analizar
Definir
Explorar ←
Evaluar
Construir
Jugar



¿Tiene espíritu emprendedor?

si _____ No _____

¿Está pensando constantemente en cómo crear valor y construir nuevos negocios, o cómo mejorar o transformar su organización?

si _____ No _____

¿Está tratando de encontrar formas innovadoras de hacer negocios para reemplazar las viejas y obsoletas?

si _____ No _____

Si has respondido "si" a cualquiera de estas preguntas, bienvenido a nuestro grupo!

1

Empezando

2

Aplicando

3

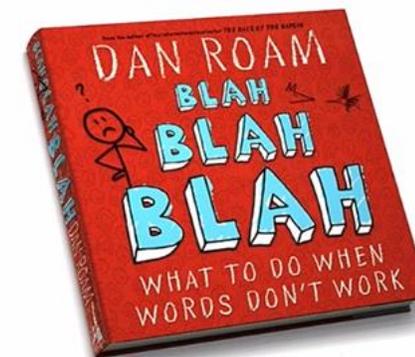
Evaluando

Cómo diseñar, probar y construir modelos de negocios y propuestas de valor basados en la metodología practicada por las organizaciones y empresas líderes en el mundo

¿Por qué necesitamos un lenguaje compartido para los “modelos de negocio”?

1

Empezando

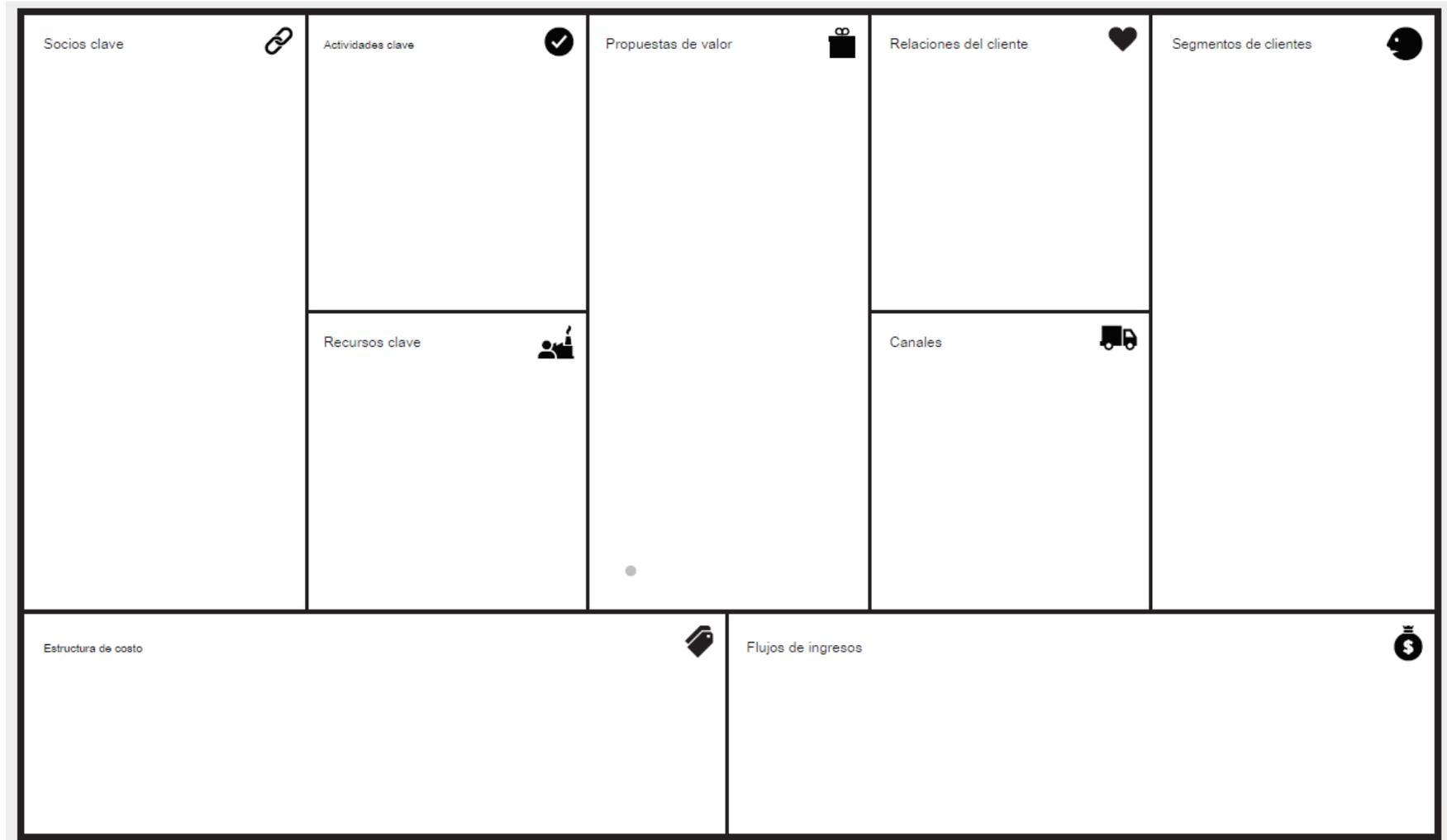


*Dan Roam. ¿Que hacer cuando las palabras no funcionan?

Aléjate del terreno de las palabras (Bla Bla Bla) y de la complejidad,

Entra al mundo de las Herramientas de Negocio que enriquecen las conversaciones

Introducción al Lienzo del Modelo de Negocio

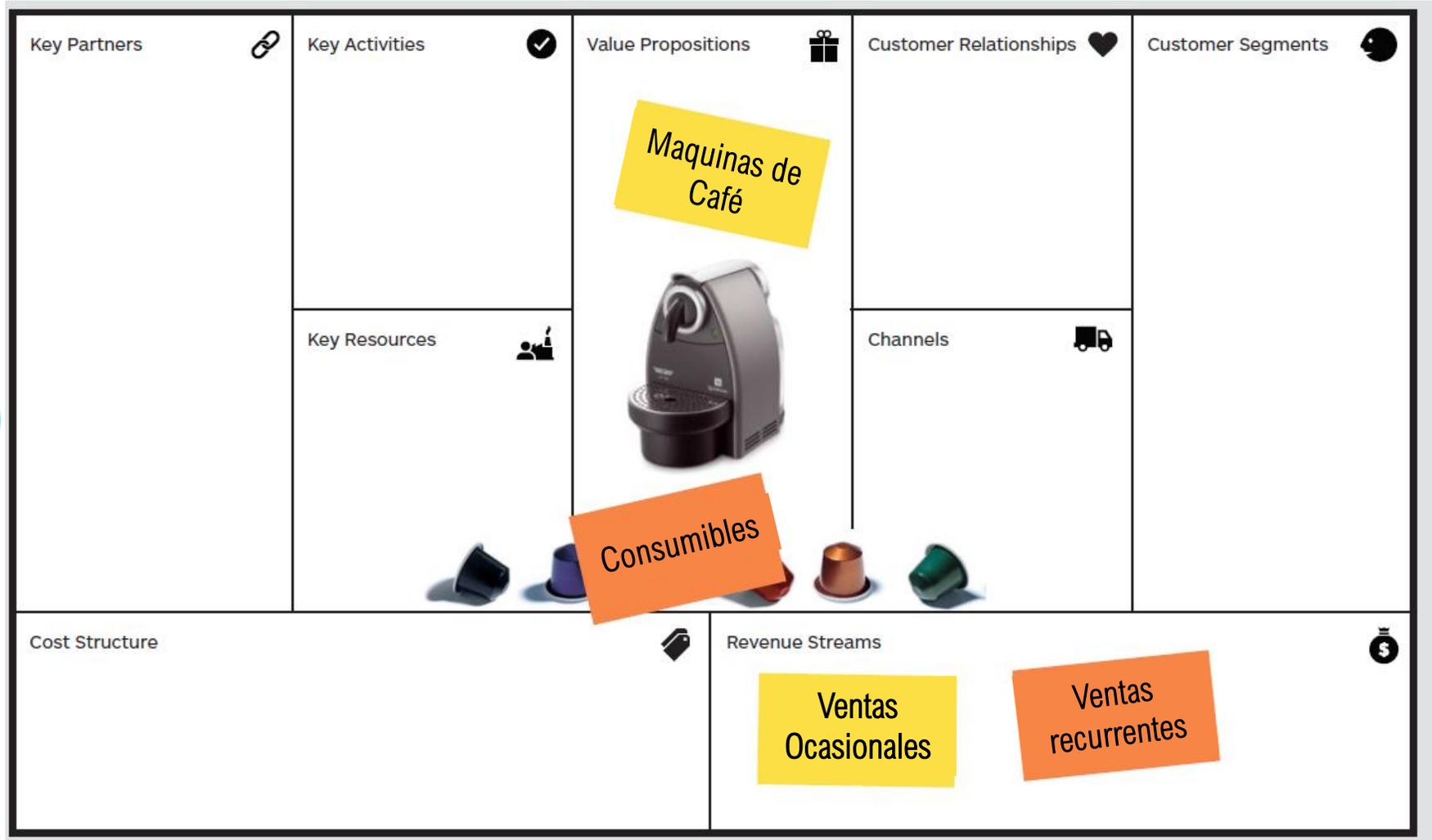


1

Empezando

Canvas es una herramienta práctica para diseñar, probar, implementar y administrar modelos comerciales y de negocios

Caso de Estudio: Nespresso



1

Empezando

Los modelos de negocio caducan como un yogur en la nevera. ¡Mantén el tuyo fresco!

6 Reglas Básicas para el Lienzo del Modelo de Negocios

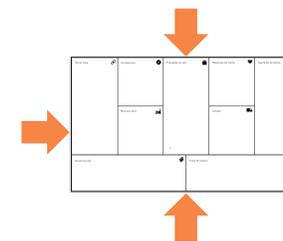
1 Empezando



Regla #1
Los Post-it son una Religión!



Regla #2
Solo empieza.
No te pongas a hablar



Regla #3
Empieza por donde quieras, por cualquier Bloque



Regla #4

- Nunca
- Uses
- Viñetas



Regla #5
Evita ser demasiado Detallista y elaborado



Regla #6
La precisión es la clave

Comience con el Lienzo adoptando seis reglas básicas simples.

Estas reglas ayudan a trabajar mejor en el lienzo y a tener mejores conversaciones

Taller Rápido: el Modelo de Negocio de Google

Describe el plan estratégico del modelo comercial de Google para su motor de búsqueda con la ayuda del Lienzo

Para hacer este ejercicio:

- Imprime o dibuja un lienzo de modelo de negocio
- Escribe tu comprensión del negocio de Motor de Búsqueda de Google en el lienzo con notas adhesivas.
- Aplique las reglas básicas aprendidas en el paso anterior.

1

Empezando



10 min

No es necesario que entres en detalles, recuerda las 6 reglas y practícalo!

Solo necesitas una
superficie que puedas
macar...

... Bueno y un buen
pulso

Socios clave



Actividades clave



Propuestas de valor



Relaciones del cliente



Segmentos de clientes



Recursos clave



Idea 1

Idea 1

Canales



Idea 1

Estructura de costo



Flujos de ingresos



Idea 1

www.canvanizer.com

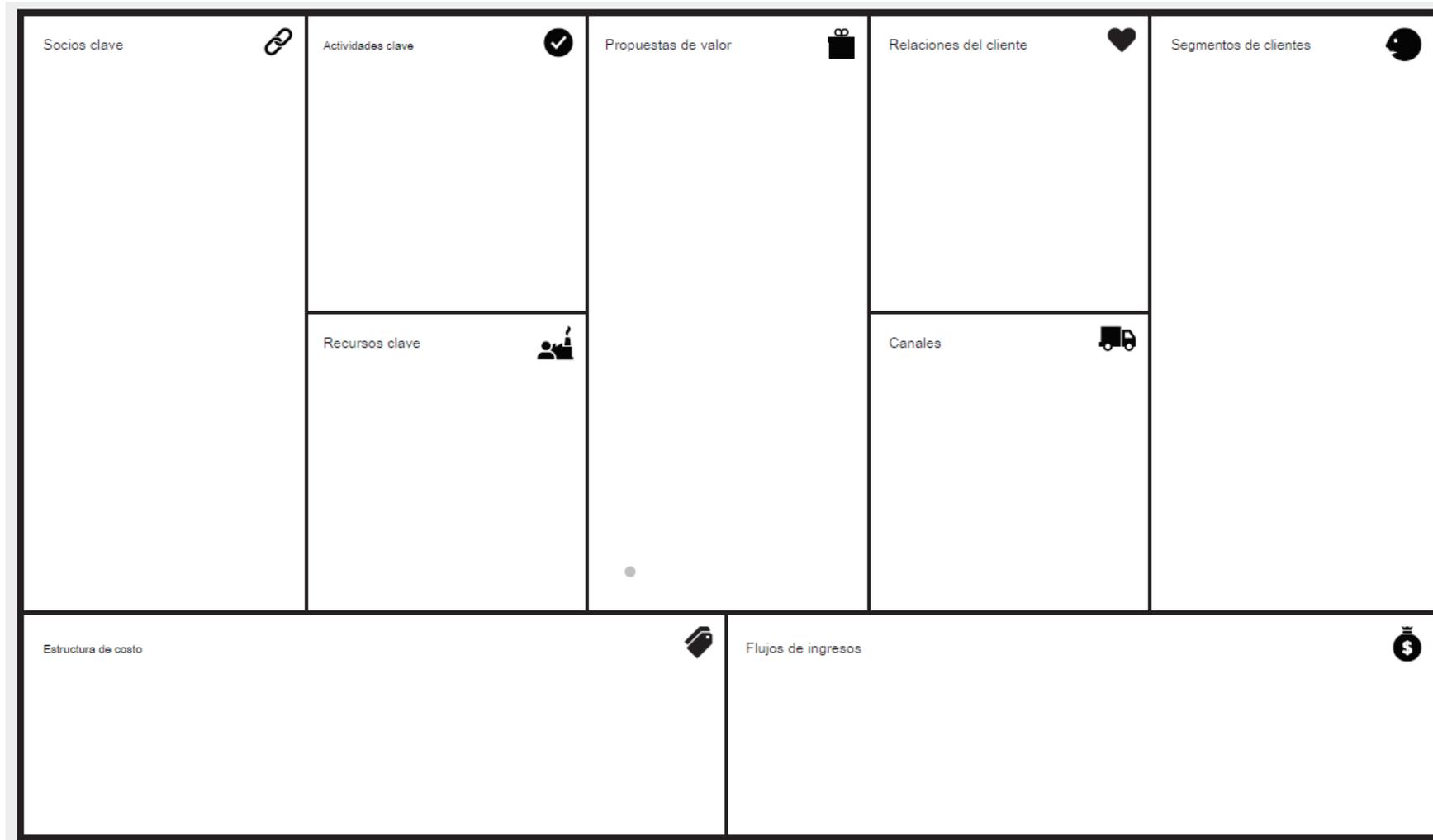


Así, podrás compartir y trabajar en línea con tus co-creadores

Introducción a los detalles de los bloques de construcción del lienzo del modelo de negocio

1

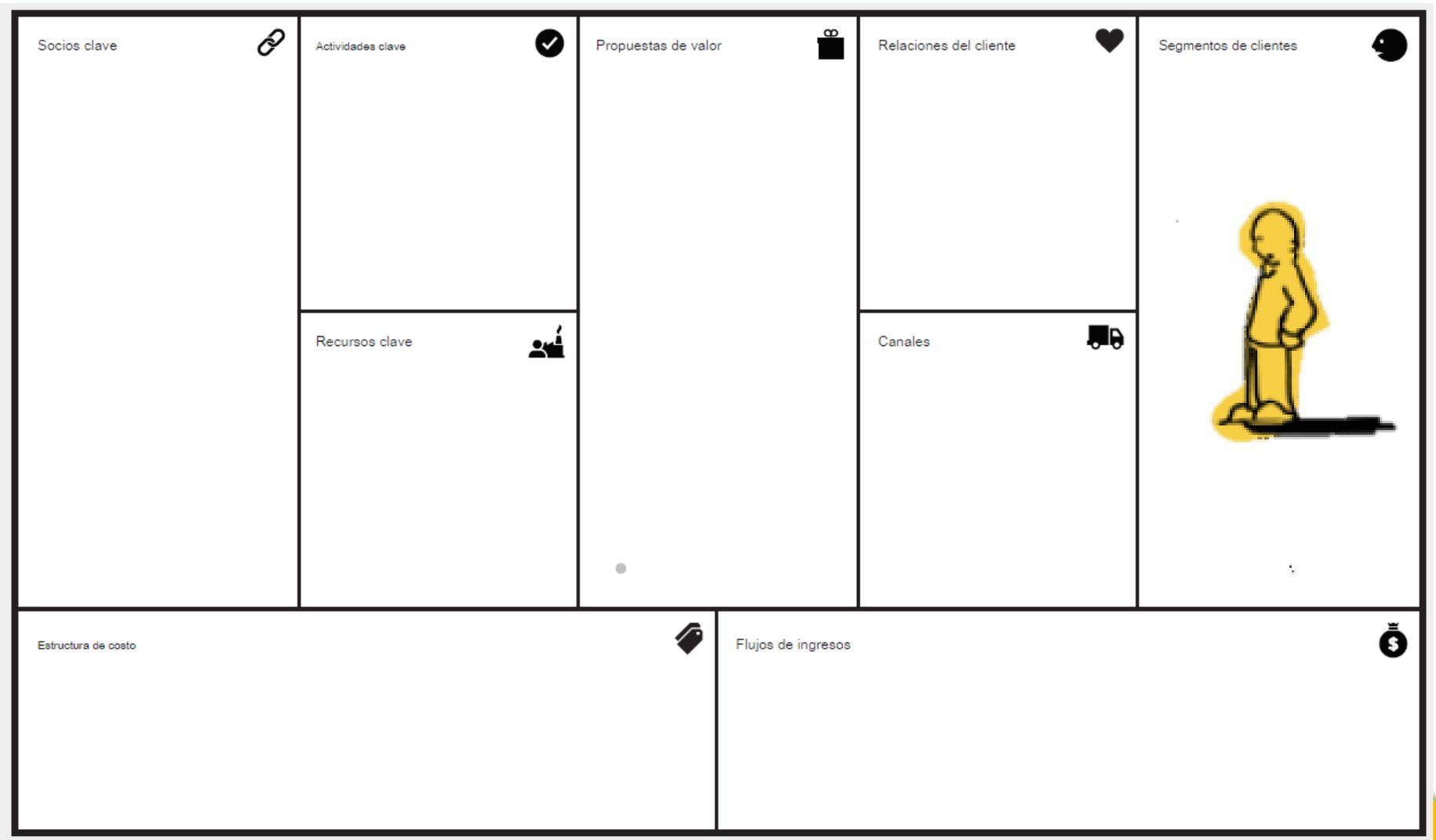
Empezando



La clave son las Preguntas.

Cada Bloque lo construyes activando una conversación

Segmentos de Clientes



1

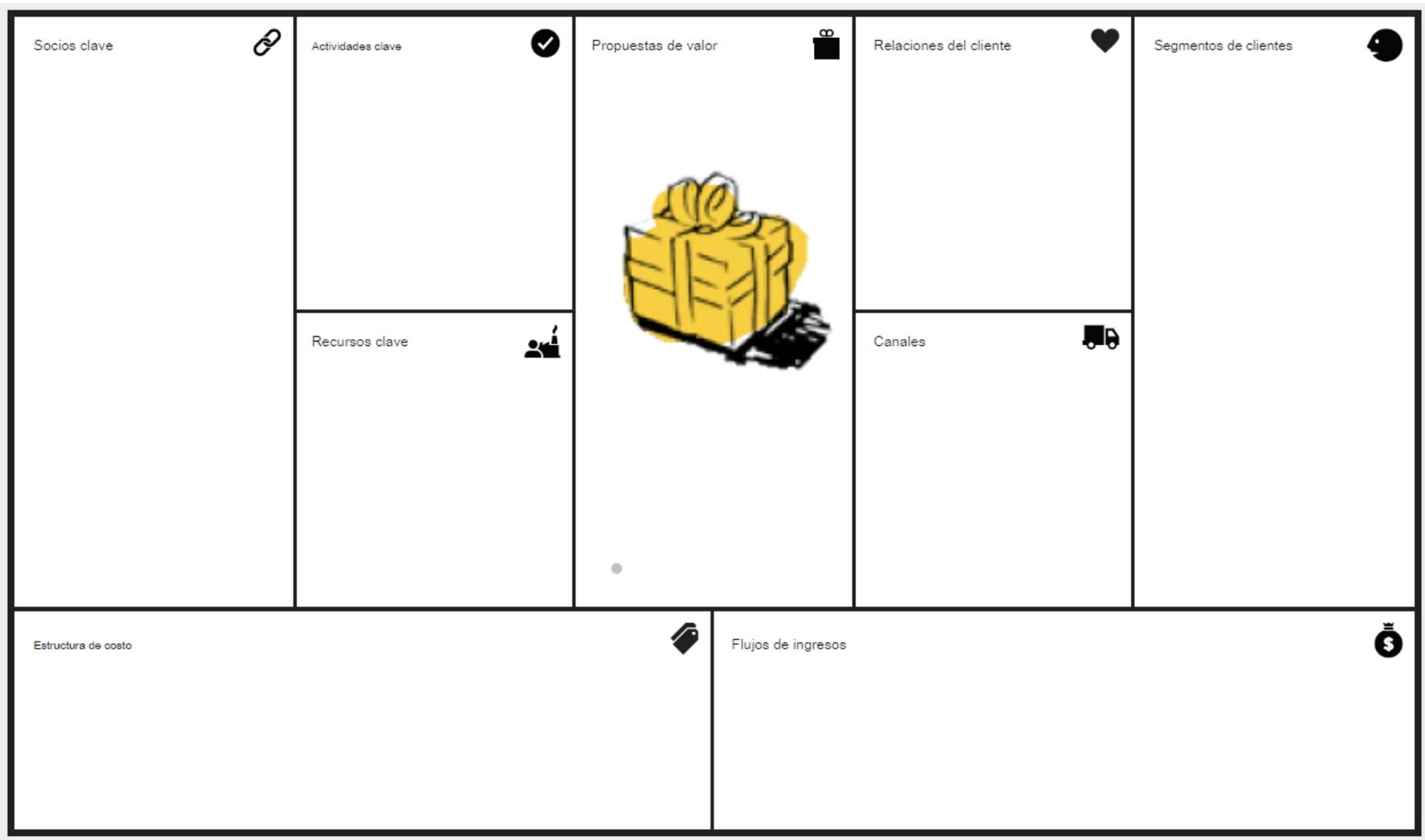
Empezando

Define los diferentes grupos de personas u organizaciones que una empresa pretende alcanzar y servir

¿Para quién estamos creando valor?

¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?

Propuesta de Valor



1

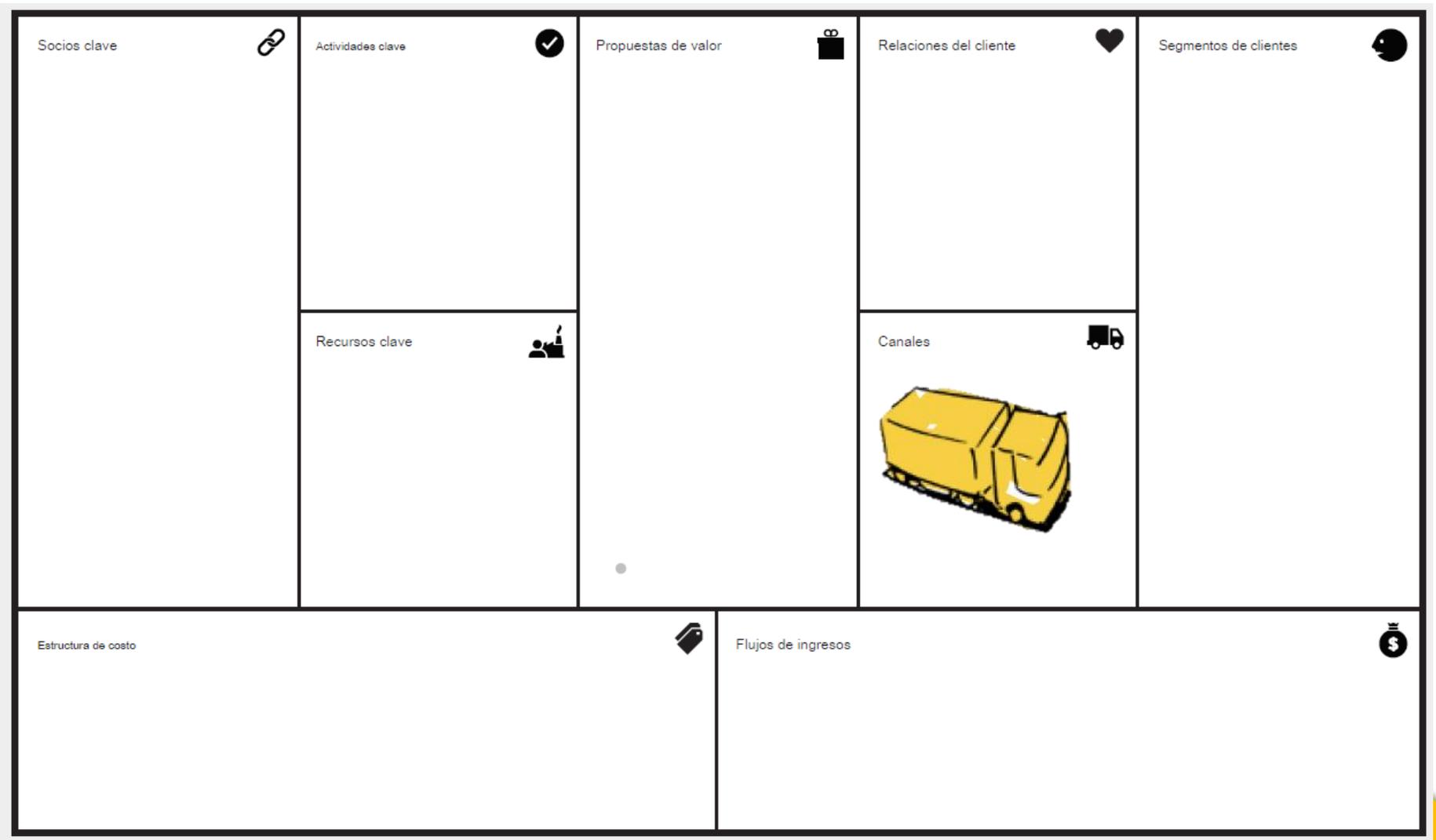
Empezando

Describe el paquete de productos y servicios que crean valor para un segmento de clientes específico.

¿Cuál de los problemas de nuestros clientes estamos ayudando a resolver?

¿Qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo?

Canales



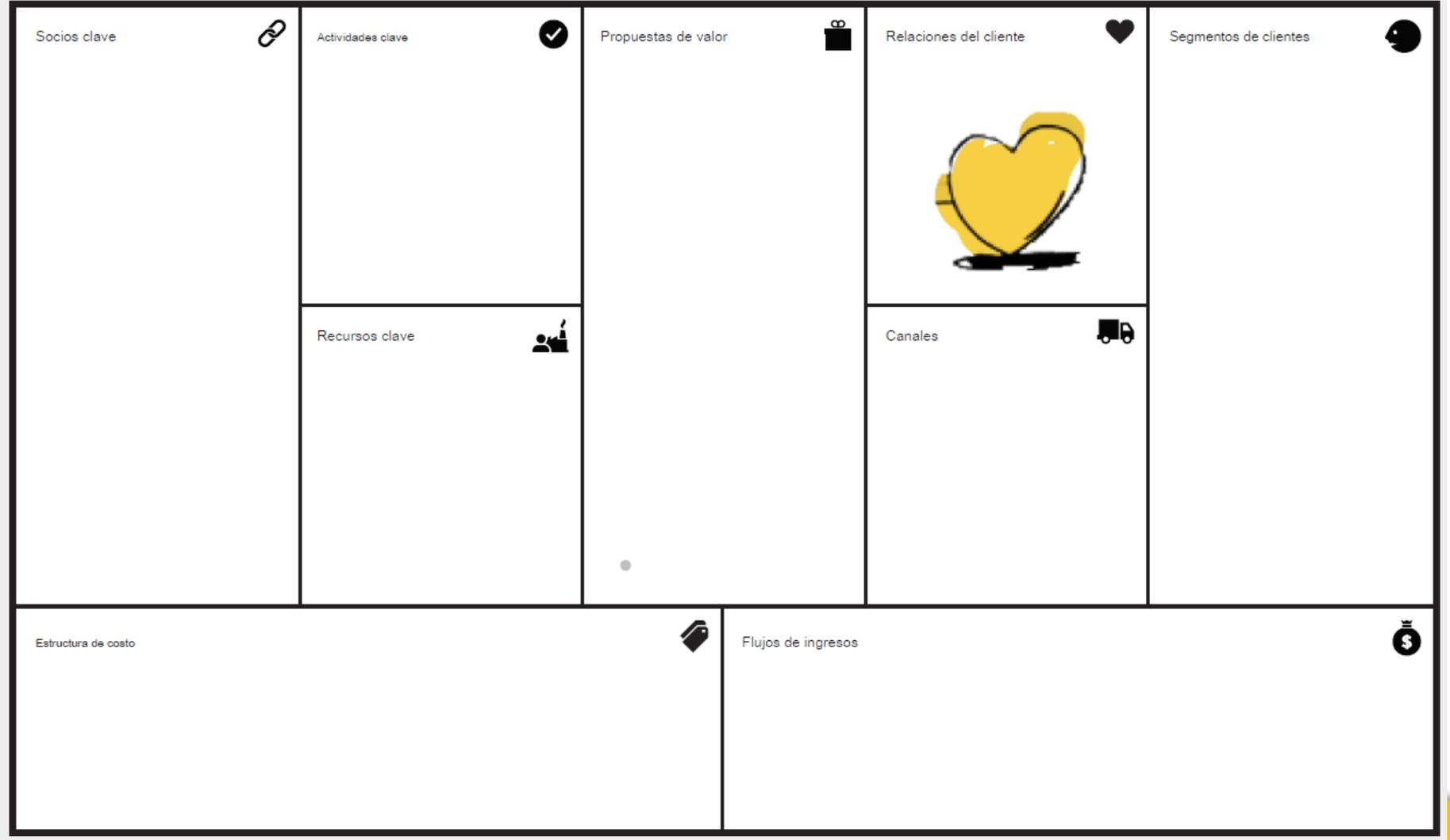
1

Empezando

Describe cómo una empresa se comunica y llega a sus Segmentos de Clientes para entregar una propuesta de valor

¿A través de qué canales quieren llegar nuestros segmentos de clientes?
¿Cuáles son más rentables?
¿Cómo los integramos con las rutinas del cliente?

Relaciones Con el Cliente



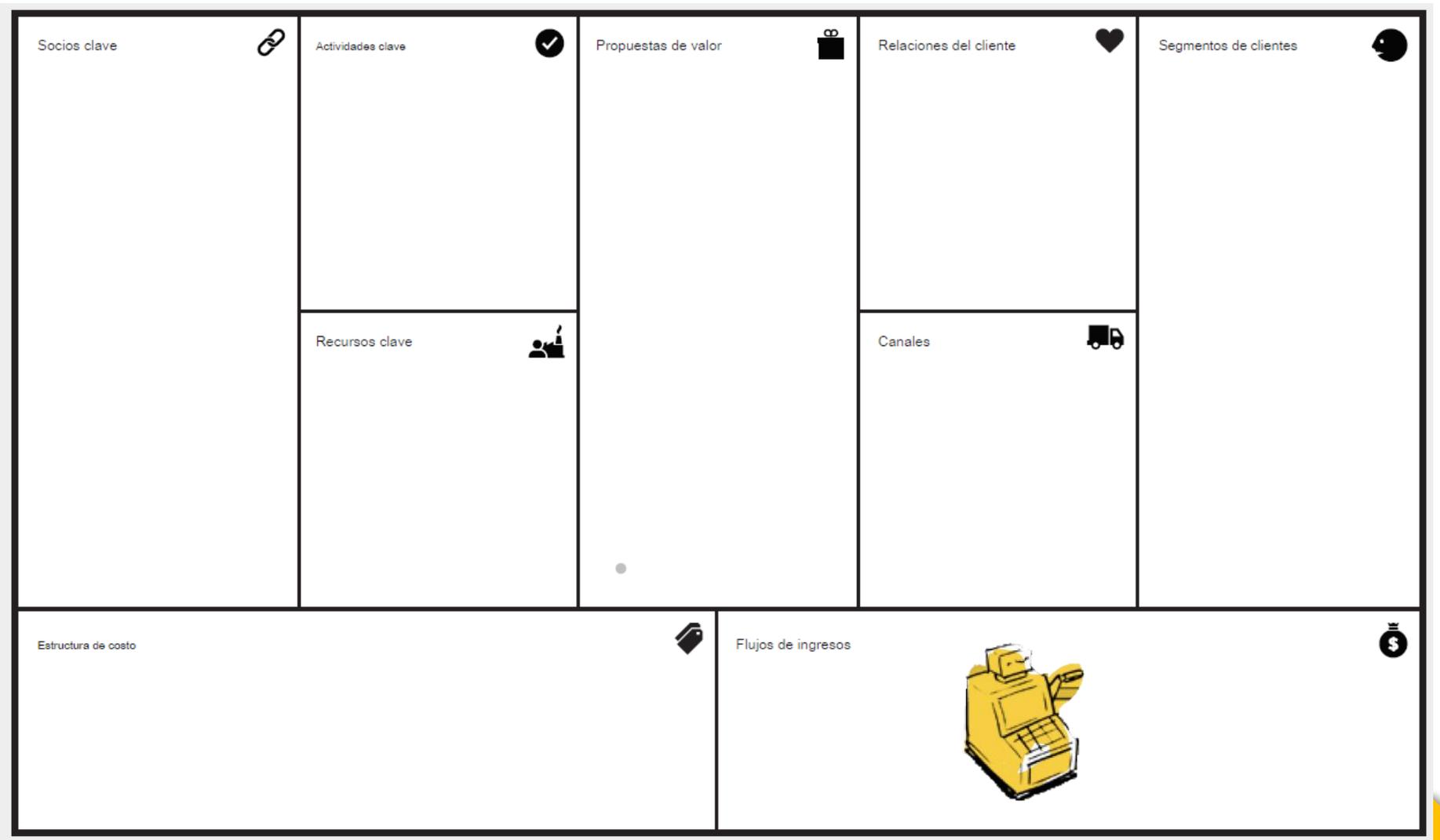
1
Empezando

Describe los tipos de relaciones que una empresa establece con segmentos de clientes específicos

¿Qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros Segmentos de Clientes?

¿Cómo se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

Flujo de ingresos



1

Empezando

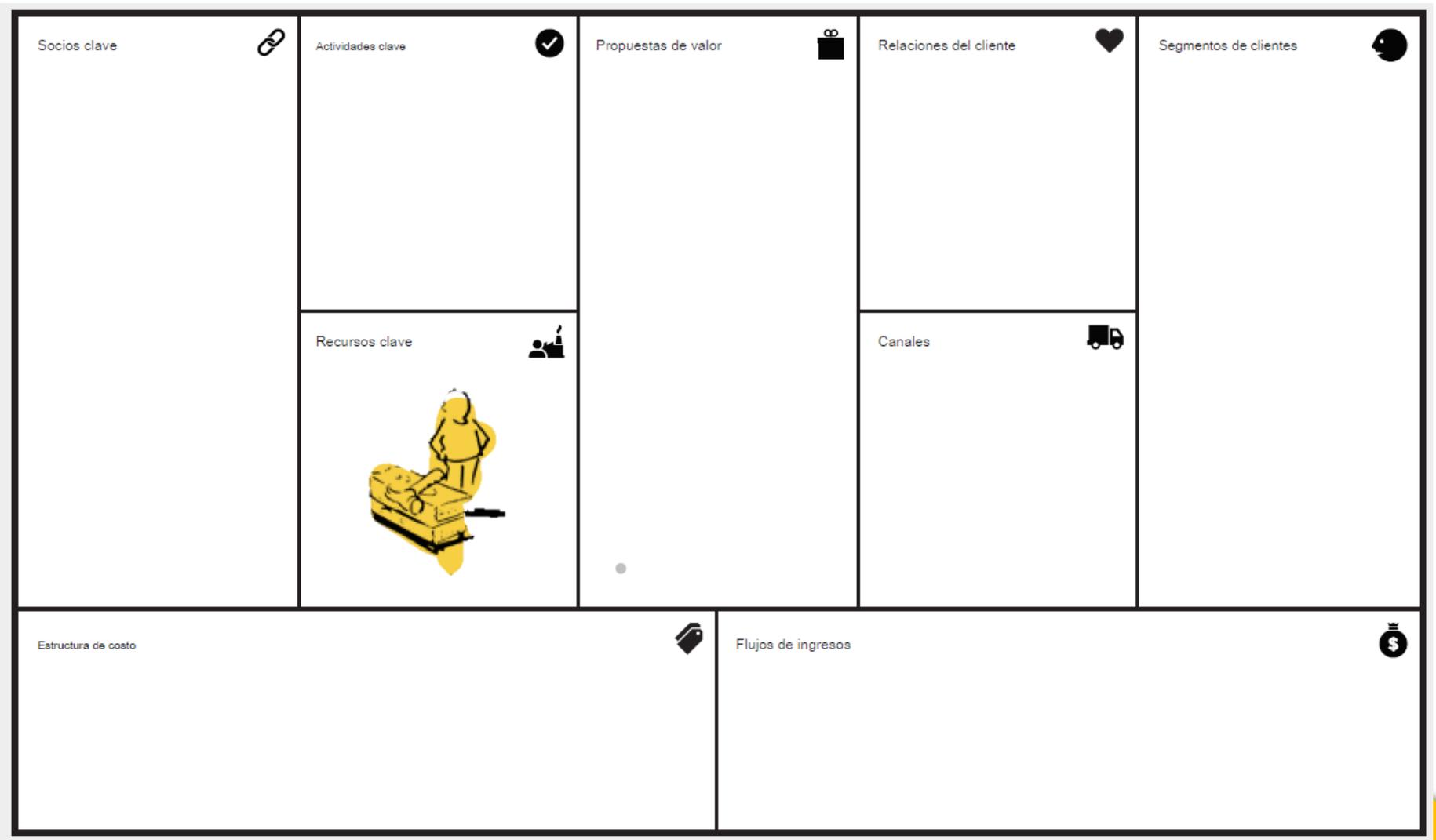
Representa el efectivo que una empresa genera de cada cliente

¿Por qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes?

¿Por qué pagan actualmente?

¿Cómo pagan actualmente?

Recursos Clave



1

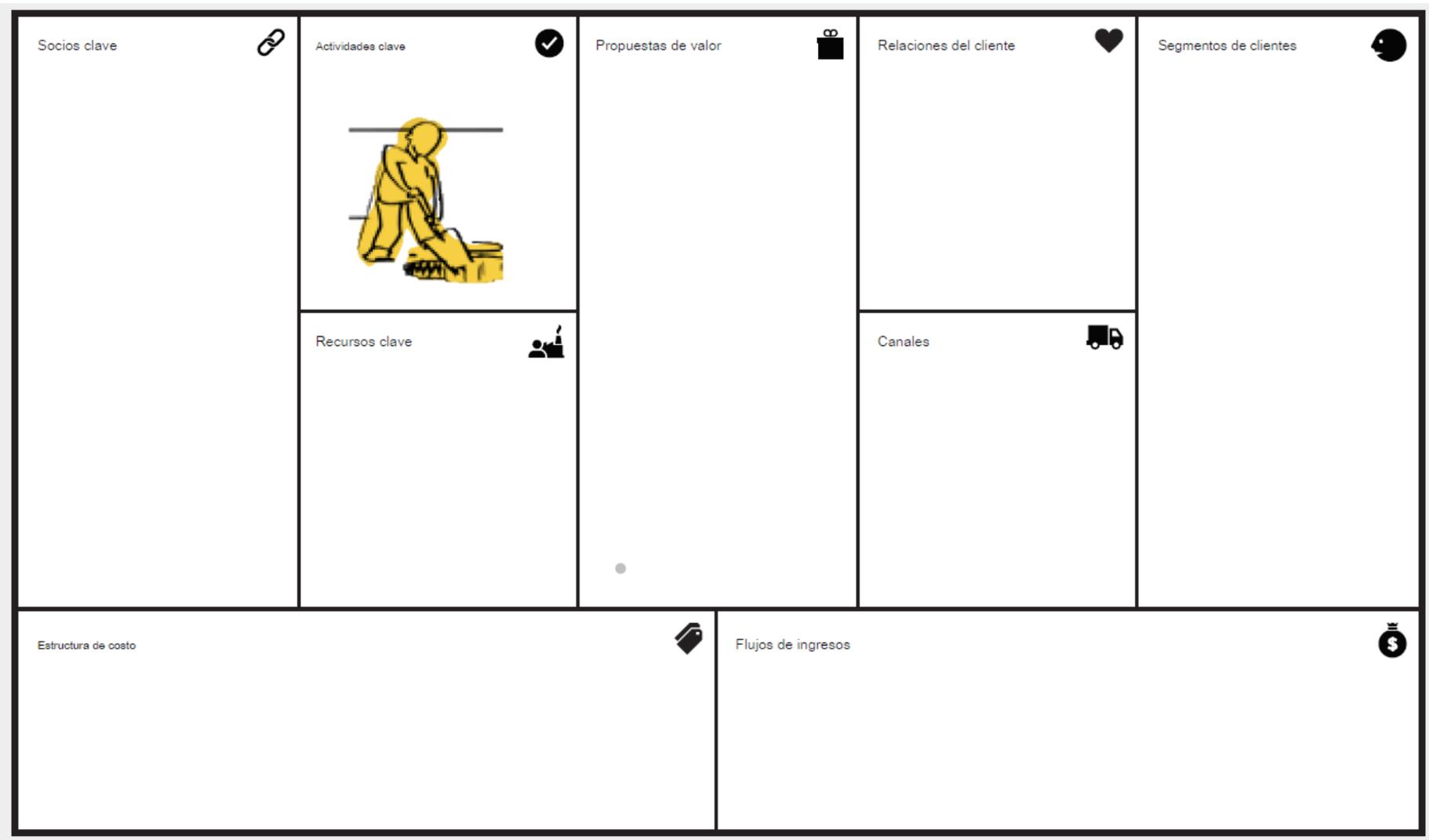
Empezando

Describe los **activos** más importantes necesarios para que un modelo de negocio funcione

¿Qué recursos clave requieren nuestras propuestas de valor?

¿Nuestros canales de distribución? ¿Relaciones del cliente? ¿Flujos de ingresos?

Actividades Clave



1

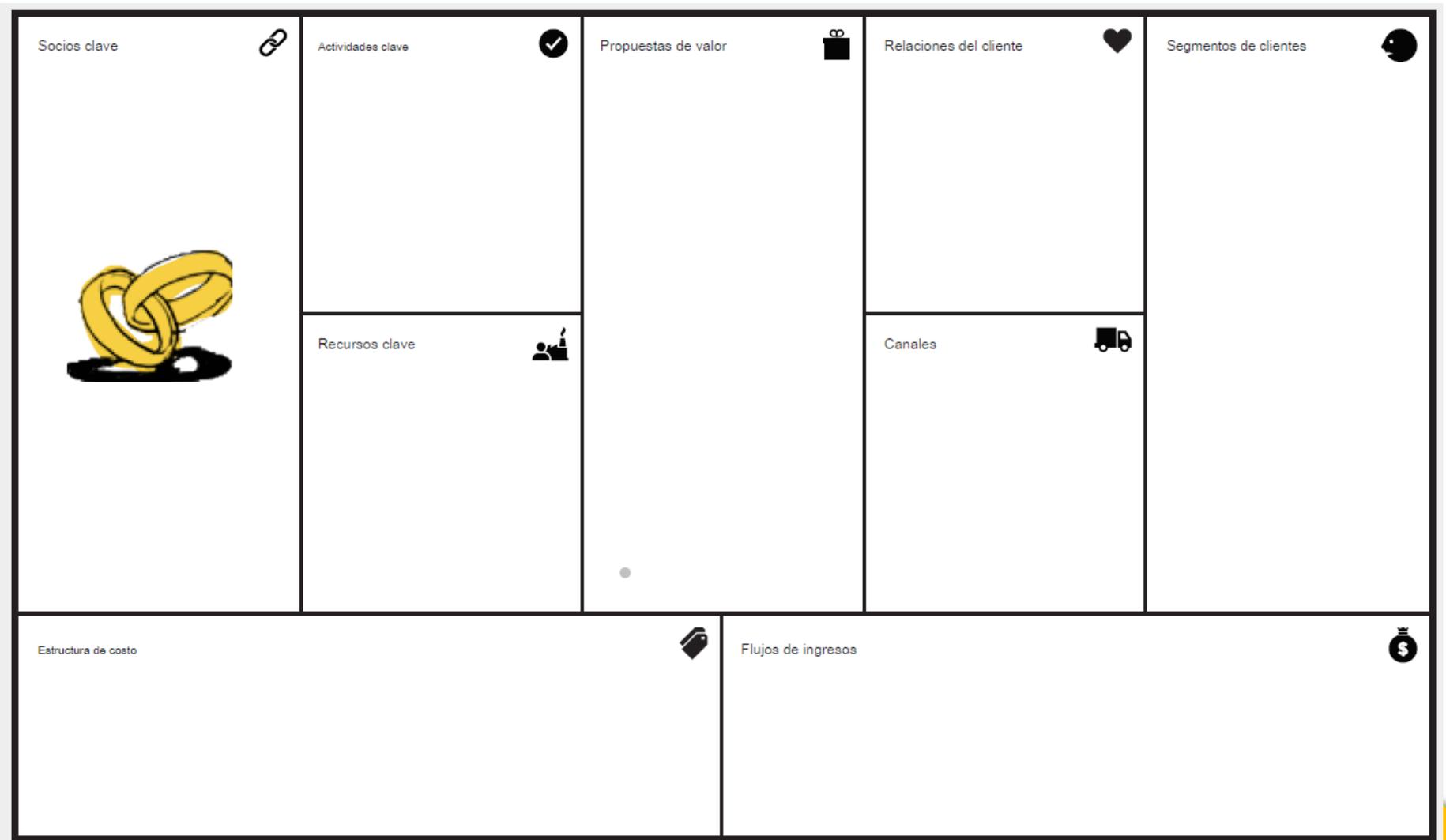
Empezando

Describe las cosas más importantes que una empresa **debe hacer** para que su modelo de negocio funcione

¿Qué Actividades clave requieren nuestras propuestas de valor?

¿Nuestros canales de distribución? ¿Relaciones del cliente? ¿Flujos de ingresos?

Socios Clave



1

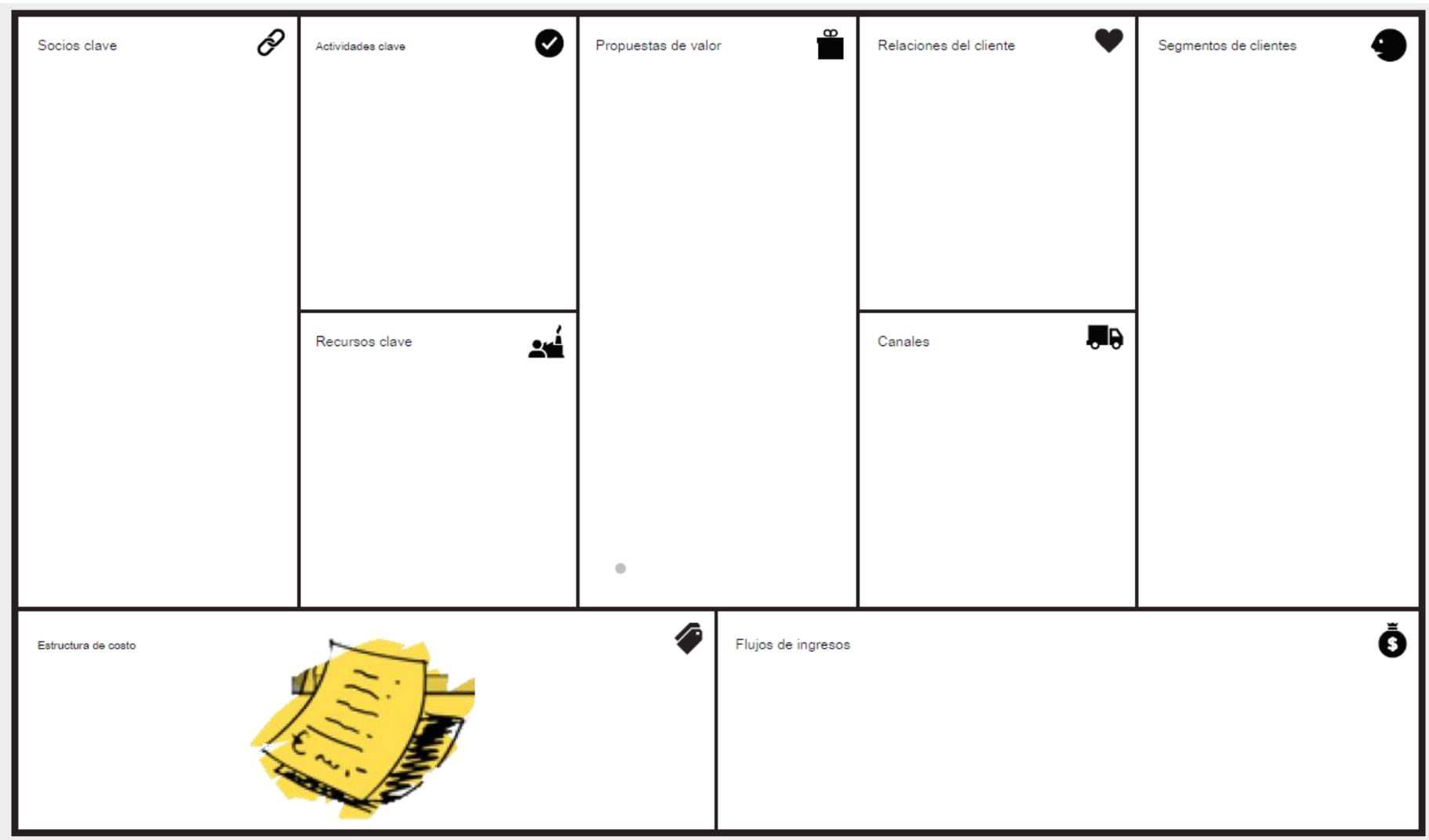
Empezando

Describe la red de proveedores y socios que hacen que el modelo de negocio funcione

¿Quiénes son nuestros socios clave?

¿Quiénes son nuestros proveedores clave?

Estructura de Costos



1

Empezando

Describe **todos** los costos incurridos para operar un modelo comercial

¿Cuáles son los costos más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?

¿Qué recursos clave son más caros?

¿Qué actividades clave son las más caras?

Enfocándonos en el Cliente y La Propuesta de Valor y los Jobs-to-be-Done

“El Dilema de Los Innovadores”. 1997

-Clayton Christensen. 1952-2020-

[Ver Video](#)



1

Empezando

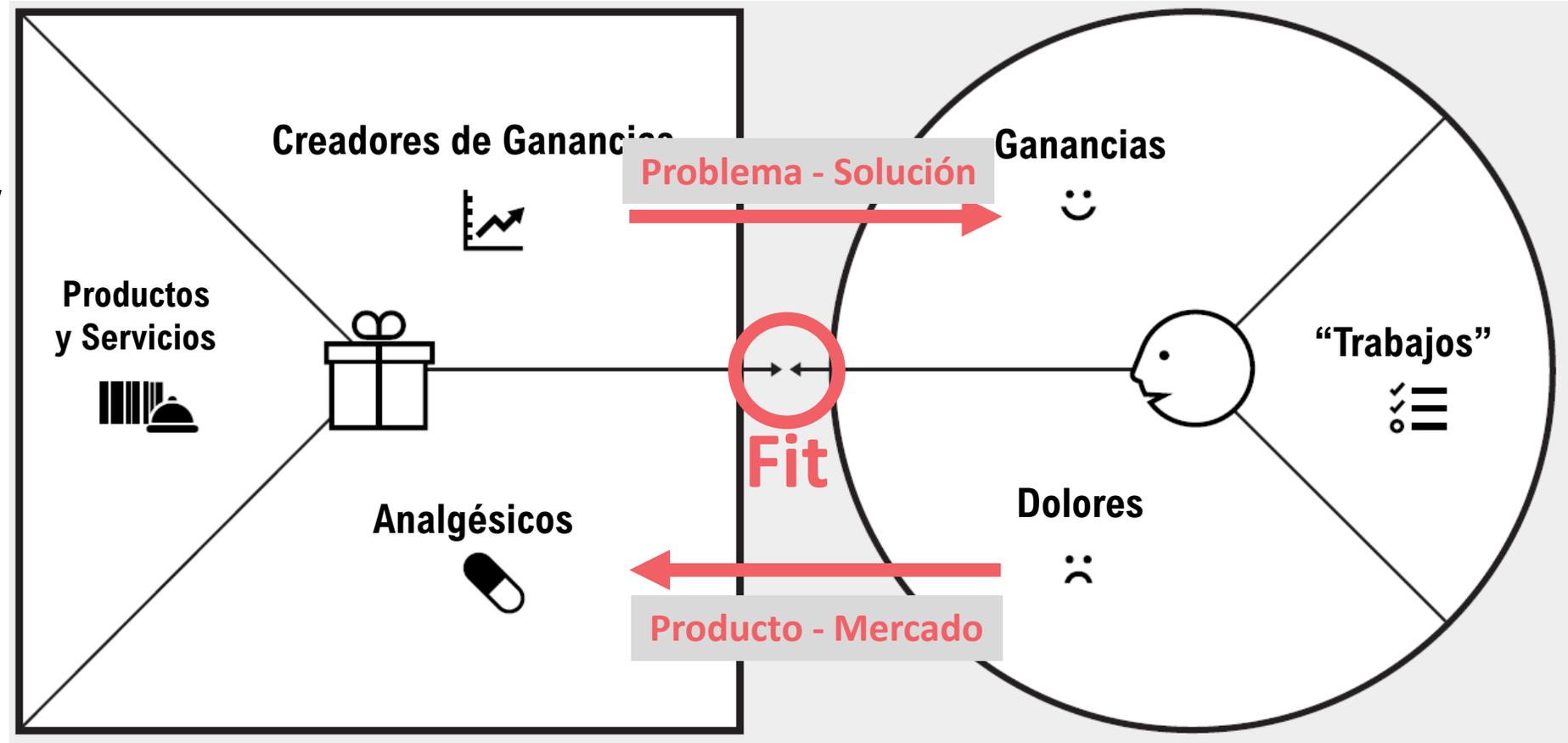
- El cliente “Contrata” productos para hacer el trabajo por ellos – Identificando el trabajo encontramos espacio para la innovación

La clave es la “Observación”

Nunca dejes de observar a tu cliente



Enfocándonos en el Cliente y La Propuesta de Valor



1

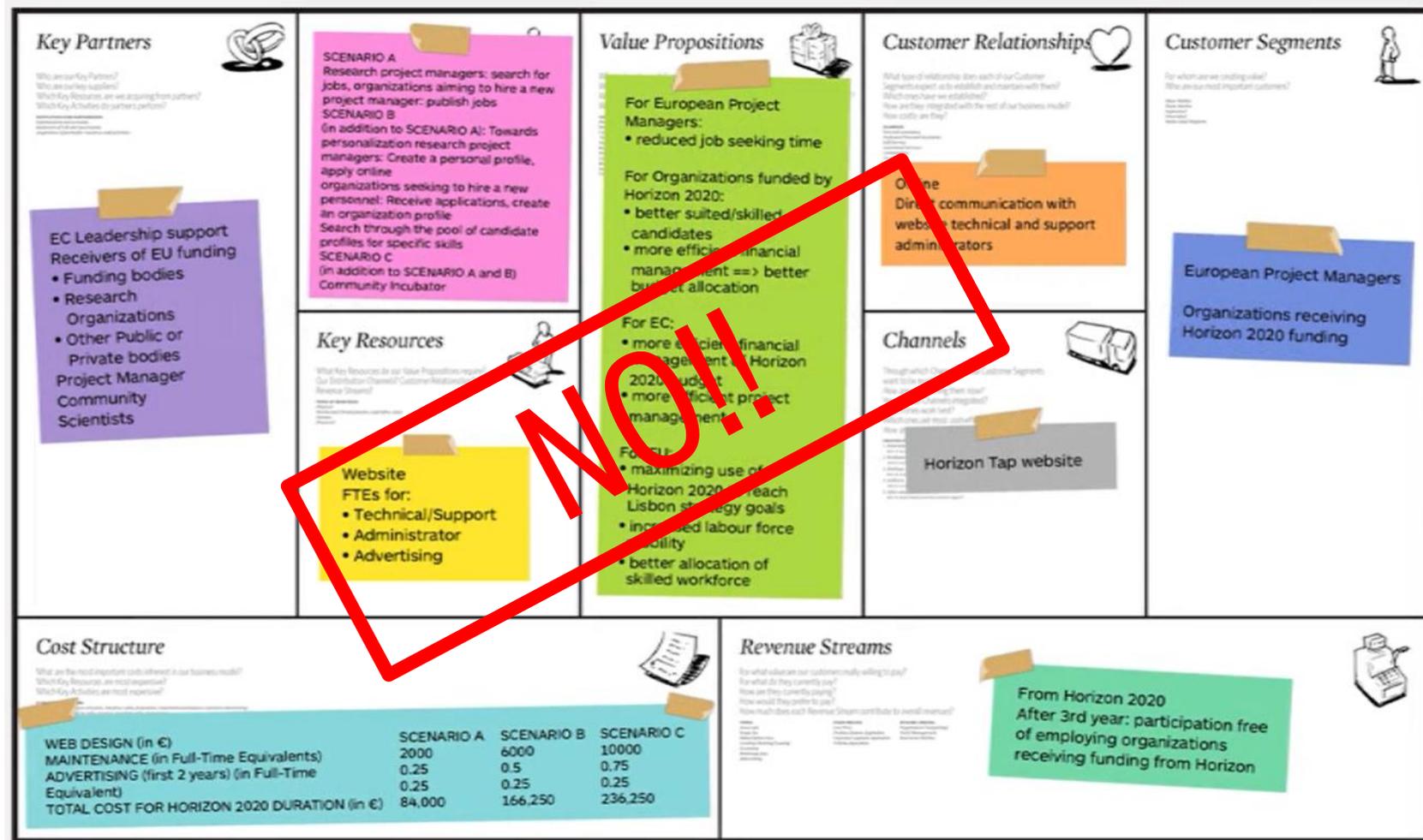
Empezando

Las mejores Propuestas de valor no son las que lo hacen todo. Se enfocan en unos pocos “trabajos” y lo hacen muy bien

El lienzo de la propuesta de valor te permite ampliar los detalles de tus propuestas de valor

Nos obliga a señalar explícitamente cómo sus productos y servicios crean valor para un segmento de clientes específico

Las mejores prácticas para el Lienzo del Modelo de Negocios



1

Empezando

RECUERDA:

El lienzo es una herramienta para la CLARIDAD y el estímulo de buenas conversaciones de negocio

Las mejores prácticas para el Lienzo del Modelo de Negocios

1

Empezando



Práctica #1

Usa diferentes colores



Práctica #2

Separa el “ahora” del “Futuro”



Práctica #3

Distingue entre “hechos” y “supuestos”



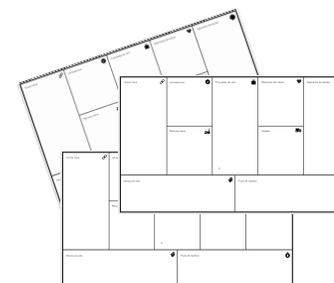
Práctica #4

Diseña como si contaras una historia



Práctica #5

No dejes Bloques “rebeldes”. Todos deben estar conectados



Práctica #6

Usa muchos Lienzos
Separa ideas e historias diferentes

RECUERDA:

El lienzo es una herramienta para la CLARIDAD y el estímulo de buenas conversaciones de negocio

Taller Rápido: #MiCANVAS Modelo de Negocio

Activa el temporizador en 15 minutos. Es en gran medida suficiente para esbozar su modelo comercial existente o idea inicial para un nuevo modelo comercial

O imagina que trabajas en una gran empresa con múltiples áreas y modelos comerciales, elija el modelo comercial de una unidad comercial o incluso un producto específico

Para hacer este ejercicio:

- Usaremos www.canvanizer.com o usar la plantilla, imprima o dibuje un lienzo de modelo de negocio
- Dibuje su modelo de negocio en el lienzo con notas adhesivas
- Aplicar las mejores prácticas aprendidas en el paso anterior
- **Compartelo en twitter #MiCANVAS y menciona a @Camarabaq**



1
Empezando



15 min

No es necesario que entres en detalles, recuerda las 6 reglas y buenas Prácticas

Aplicando el Lienzo de Modelo de Negocio

Mejorar



Existente

Inventar



Nuevo

*Innovar
Analizar
Definir
Explorar
Evaluar
Construir
Jugar*



Ayuda a la funcionalidad cruzada, a través de equipos heterogéneos, cooperación y co-creación

Ha ayudado a más de 5 millones de emprendedores, consultores, ejecutivos, compañías a tener “conversaciones productivas”

2

Aplicando



Aplicando el Lienzo de Modelo de Negocio



Ayuda a la funcionalidad cruzada, a través de equipos heterogéneos, cooperación y co-creación

Ha ayudado a mas de 5 millones de emprendedores, consultores, ejecutivos, compañías a tener "conversaciones productivas"

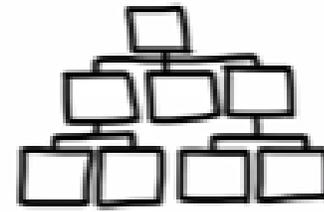
Existen más de 15 formas de usar el Lienzo del Modelo de Negocio



Estrategia



Innovación



Alineación



Inversión



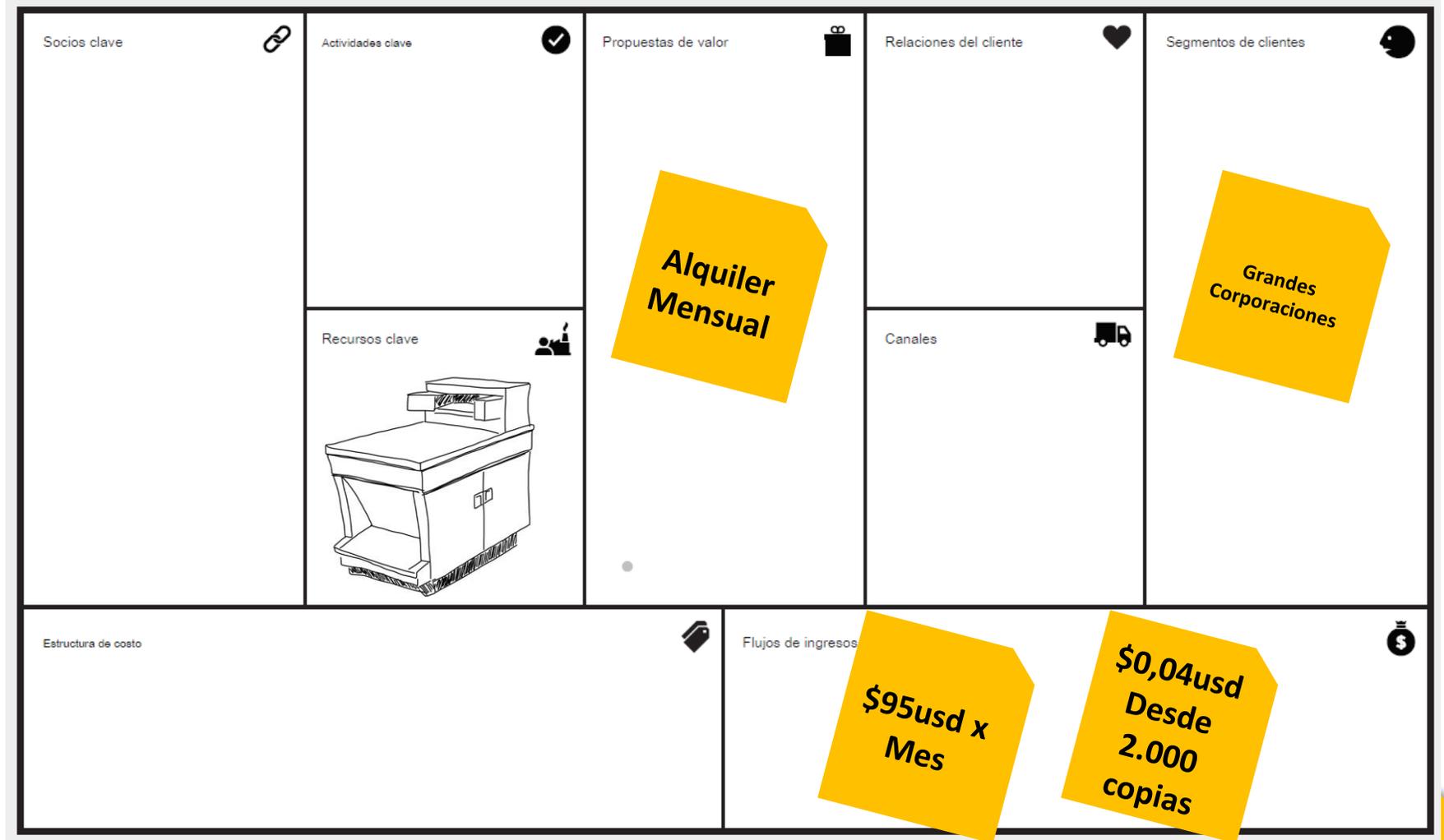
Tim Murphy, director de productos, dice: "Como MasterCard, nos centramos sin descanso en la excelencia en la gestión de productos."

El Business Model Canvas es una herramienta poderosa para fomentar el pensamiento de principio a fin, lo que permite a nuestros equipos considerar todos los aspectos de llevar un producto a mercado. Lo estamos utilizando para ir más allá de las características hacia un pensamiento más integrado y la creación de valor".

El lienzo es una Herramienta de uso transversal en toda conversación sobre cómo generar valor

Las Mecánicas del Modelo de Negocio

xerox™



3

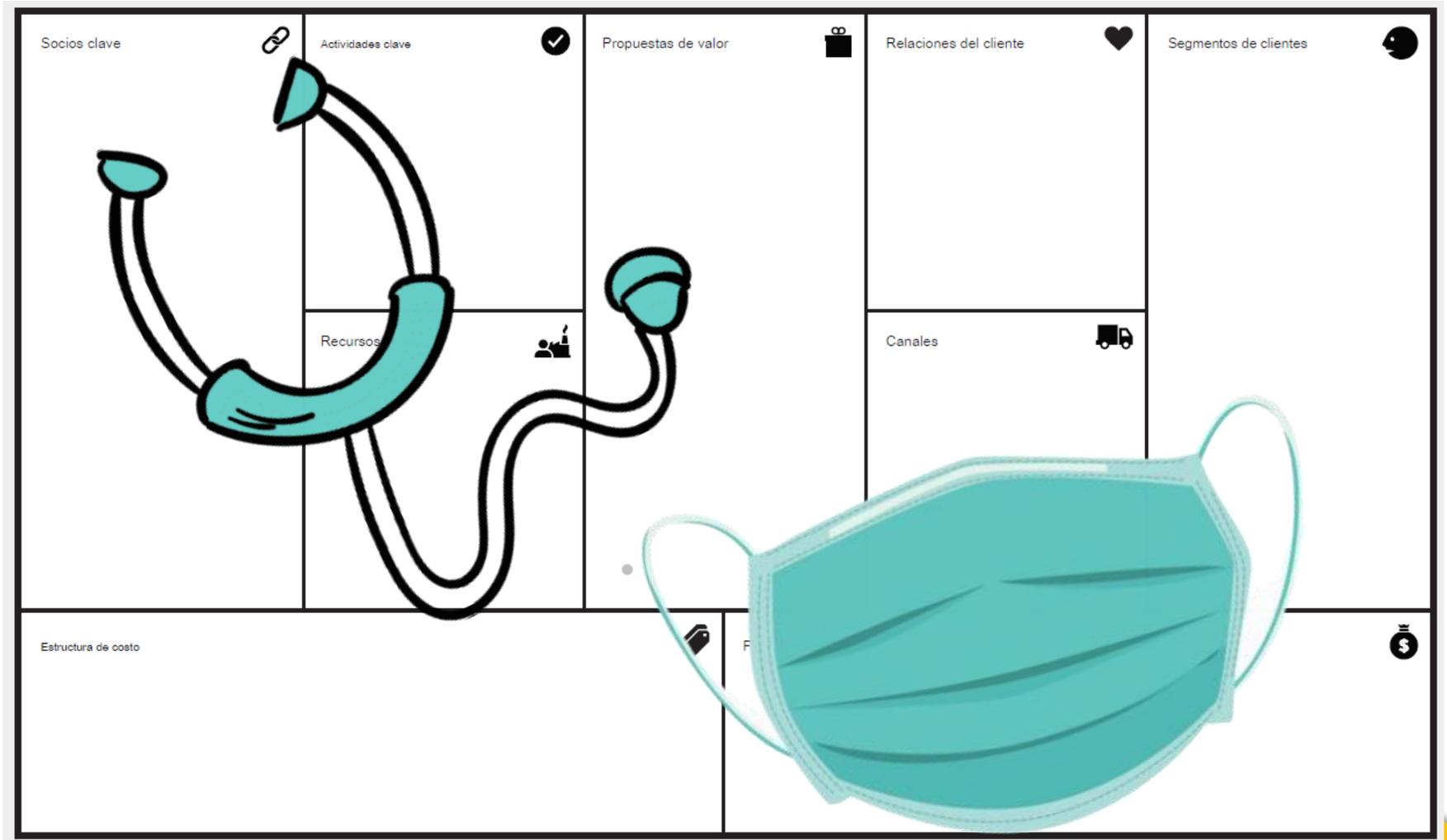
Evaluando

La tecnología y la innovación de productos son importantes, pero ya no son suficientes

Busca oportunidades en cada uno de los Bloques

El negocio no es la App

La revisión y evaluación del diseño del Modelo de Negocio



3 Evaluando

Las 7 preguntas evalúan el modelo de manera integral, mirando las Mecánicas Internas del Lienzo y la forma en como fluyen

Es fundamental establecer los puntos de bajo puntaje.

Así podrás rediseñar y aumentar la potencia del Modelo

¿Qué tan fácil o difícil es para sus clientes cambiarse de empresa?



1. Costos de cambio

0

Nada impide que mis clientes me dejen

10

Mis clientes están bloqueados en por varios años

3

Evaluando

Las grandes propuestas de valor deben integrarse en grandes modelos comerciales. Algunos son mejores que otros por diseño y producirán mejores resultados financieros, serán más difíciles de copiar y superarán a la competencia.

Una Baja Calificación no implica un mal modelo, solo estable y reestablece las disciplinas para hacerlo exitoso. Ejm: el papel higiénico

¿Tiene ingresos recurrentes?



2. Ingresos recurrentes



Productos y Servicio que antes consumíamos “spot” pero de forma frecuente, pasan a modelos en los que se “suministran” convenientemente y automáticamente

¿Es cada venta un nuevo esfuerzo o resultará en ingresos y compras de seguimiento?

3

Evaluando

¿Gana antes de gastar?



3. Ganancias frente a gastos



Incurro en el 100% de mis costos de COG antes de obtener ingresos

Gano el 100% de mis ingresos antes de incurrir costos de bienes y servicios vendidos (COG)

3

Evaluando

Necesitas saber en qué medida debes gastar para poder ofrecer. Comprar materia prima para manufactura o “intermedia” antes de gastar.

¿Cómo hacer para que el cliente te pague antes que tengas que gastar?

Crowdsourcing

¿Su estructura de costos es Convencional o Disruptiva?



4. Estructura de costos revolucionaria



Mi estructura de costos es al menos un 30% más alta que la de mis competidores

Mi estructura de costos es al menos un 30% más baja que la de mis competidores

3

Evaluando

Todos debemos revisar los costos. Y algunos competidores se enfocan en este bloque para permitirse generar mayor valor

¿Cómo hacer para que el cliente te pague antes que tengas que gastar?

Crowdsourcing

¿Consigue que otros trabajen para usted gratis?



5. Otros que hacen el trabajo



Incurro en costos por todo el valor creado en mi modelo de negocio

Todo el valor creado en mi modelo de negocio es creado de forma gratuita por terceros

3

Evaluando

Si tu modelo logra habilitar a socios, clientes y proveedores a ser colaboradores gratuitos e incluso desarrollas la pasión por hacerlo tienes un factor de éxito

El cliente también puede ser tu proveedor (y gratis)

Crowdsourcing

¿Qué tan **escalable** es el modelo de negocio?



6. Escalabilidad



Hacer crecer mi modelo de negocio requiere recursos y esfuerzos sustanciales

Mi modelo de negocio prácticamente no tiene límites de crecimiento

3

Evaluando

Diseñar sin barreras de infraestructura, Recurso Humano, Soporte y componentes análogos da una ventaja a los Modelos de Negocio

Para consultar:

Escalabilidad
Crecimiento
Exponencial
Efectos de Red
Viralidad

¿Su Modelo de Negocio lo protege de la Competencia?



7. Protección contra la competencia

0

Mi modelo de negocio no tiene fosos y soy vulnerable a la competencia.

10

Mi modelo de negocio proporciona importantes fosos que son difíciles de superar

3

Evaluando

No se trata del secreto industrial. Se trata de las barreras invisibles: Conveniencia

Para consultar:

Escalabilidad
Crecimiento Exponencial
Efectos de Red
Viralidad

¿Nos quedan Conclusiones o nos quedan **preguntas?**

Las conversaciones alrededor del **Canvas/Lienzo del Modelo de negocio** no son acerca de tener todas las respuestas, es estrellarse contra una duda que **nos llama a la acción**



■ Continuará

Continúa aprendiendo:

www.strategyzer.com



Felipe Zapata
fzapata@camarabaq.org.co

 @felipezapata85

#QUEDATEENCASA