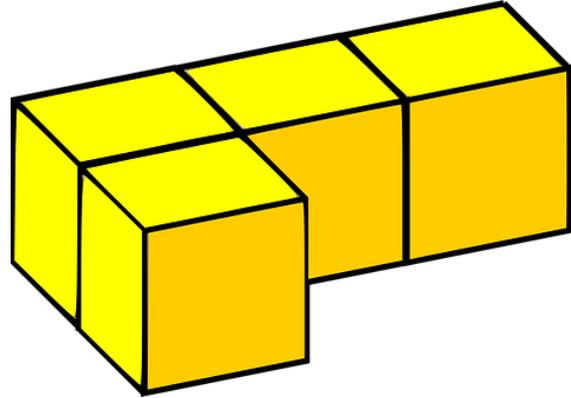




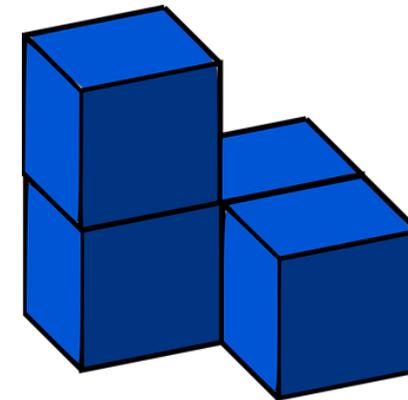
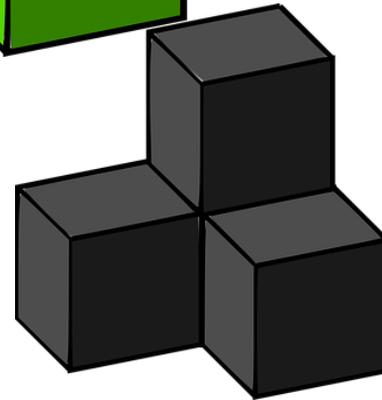
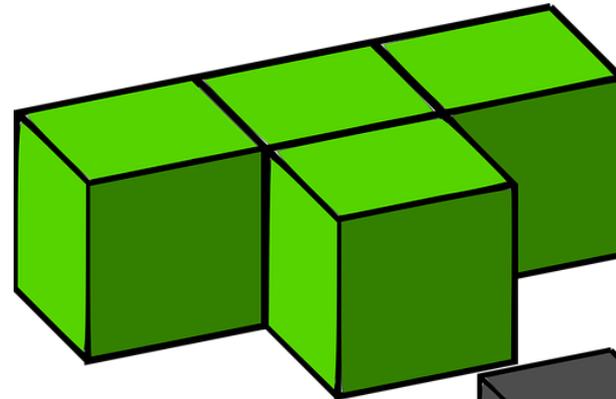
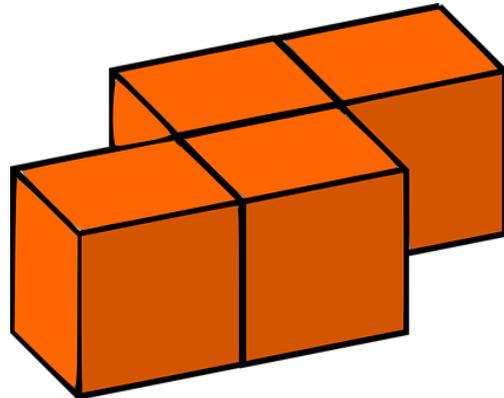
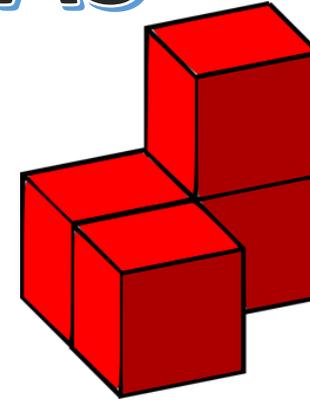
CREACIÓN Y REVISIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO BUSINESS MODEL CANVAS

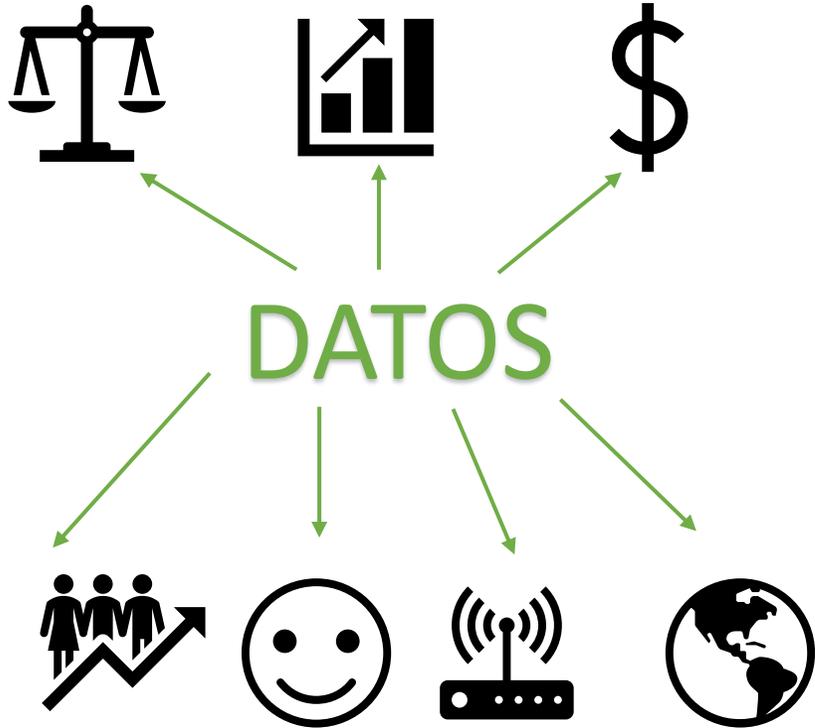


TENDENCIAS-IDEAS



- Tendencias
- Habilidades personales
- Replicar experiencias
- Iniciativas de familia
- Retos de Innovación





A NÁLIZAR

N UTRIR = INFORMACIÓN

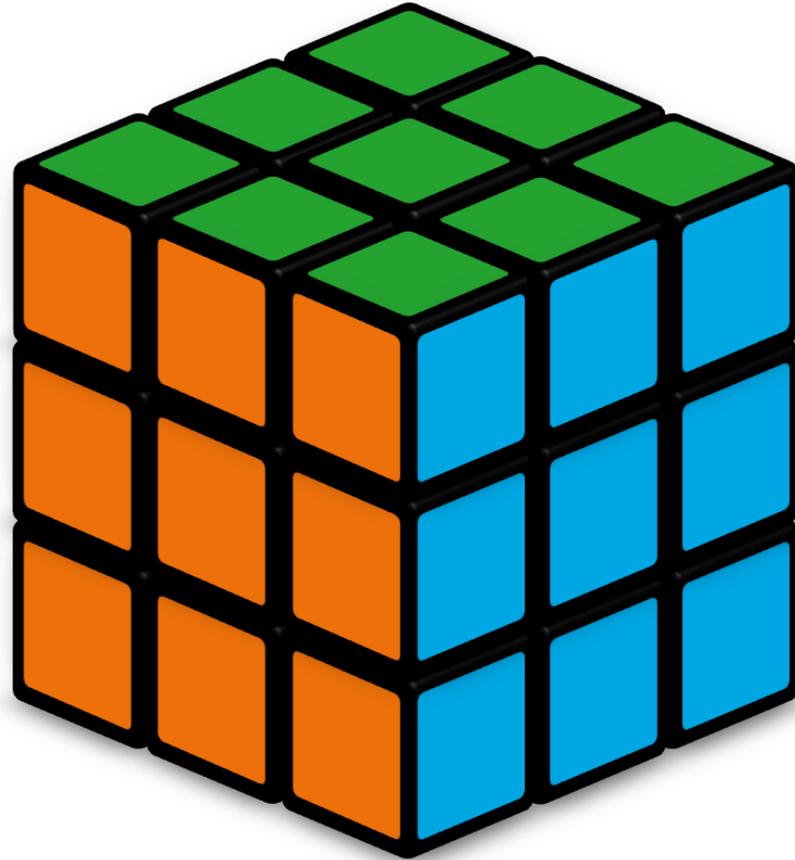
A DMINISTRAR





ECOSISTEMA DE
INNOVACIÓN
CORPISTA

OPORTUNIDADES





ECOSISTEMA DE
INNOVACIÓN
CORPISTA

EL MODELO DE NEGOCIO





1. Es una herramienta para crear y analizar modelos de negocio.
2. Visión de innovación.
3. Crea una estructura visual y mental del negocio.
4. Permite vincular el desarrollo sostenible.
5. Herramienta integrada que entiende al emprendimiento como un TODO.
6. El tamaño no importa



RESOLVER UN PROBLEMA



PARA



MI SOLUCIÓN





ECOSISTEMA DE
INNOVACIÓN
CORPISTA

Modelo de Negocio

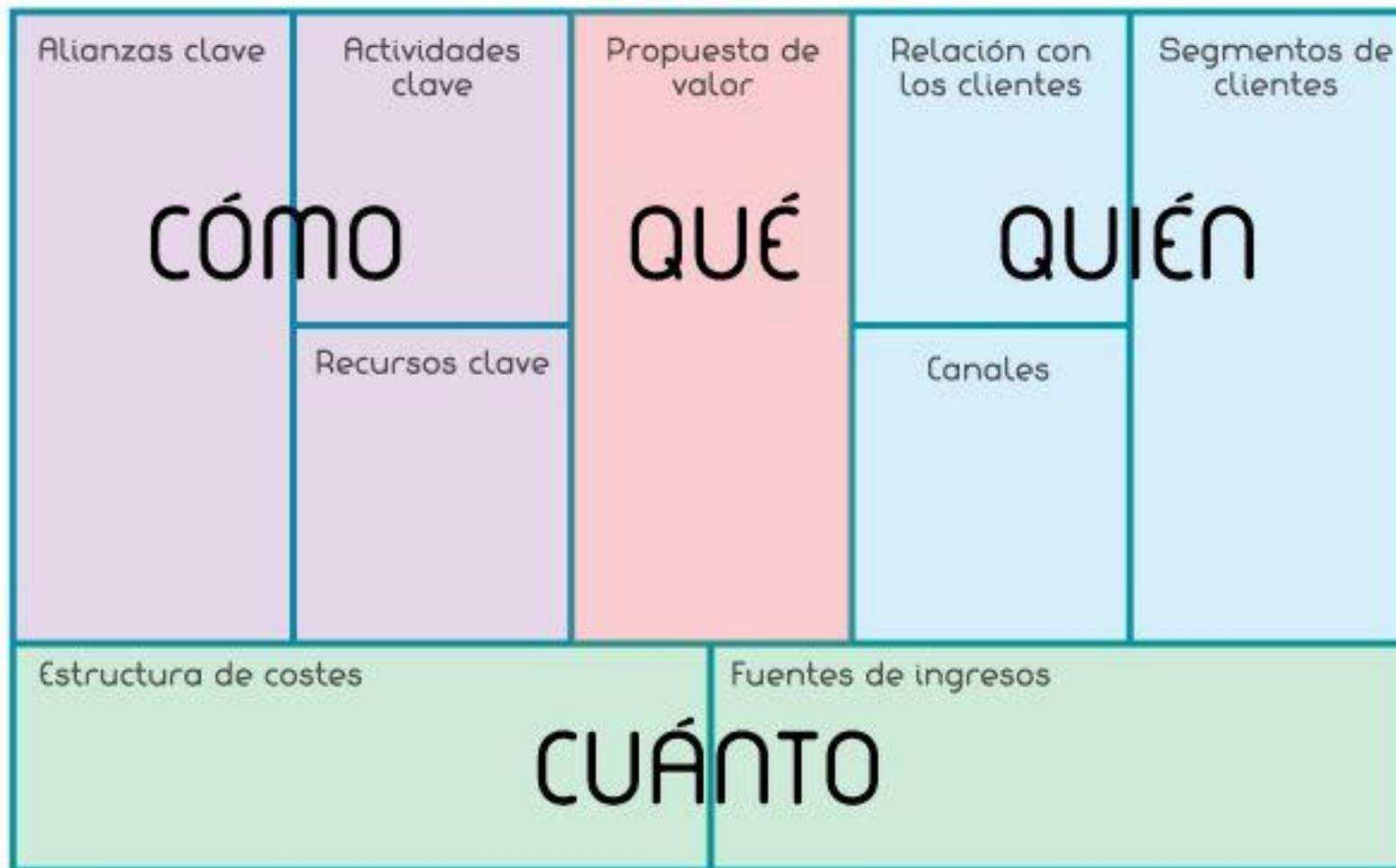
**Un modelo de negocio describe los
Fundamentos de cómo una organización
Crea, desarrolla y captura valor.**



4

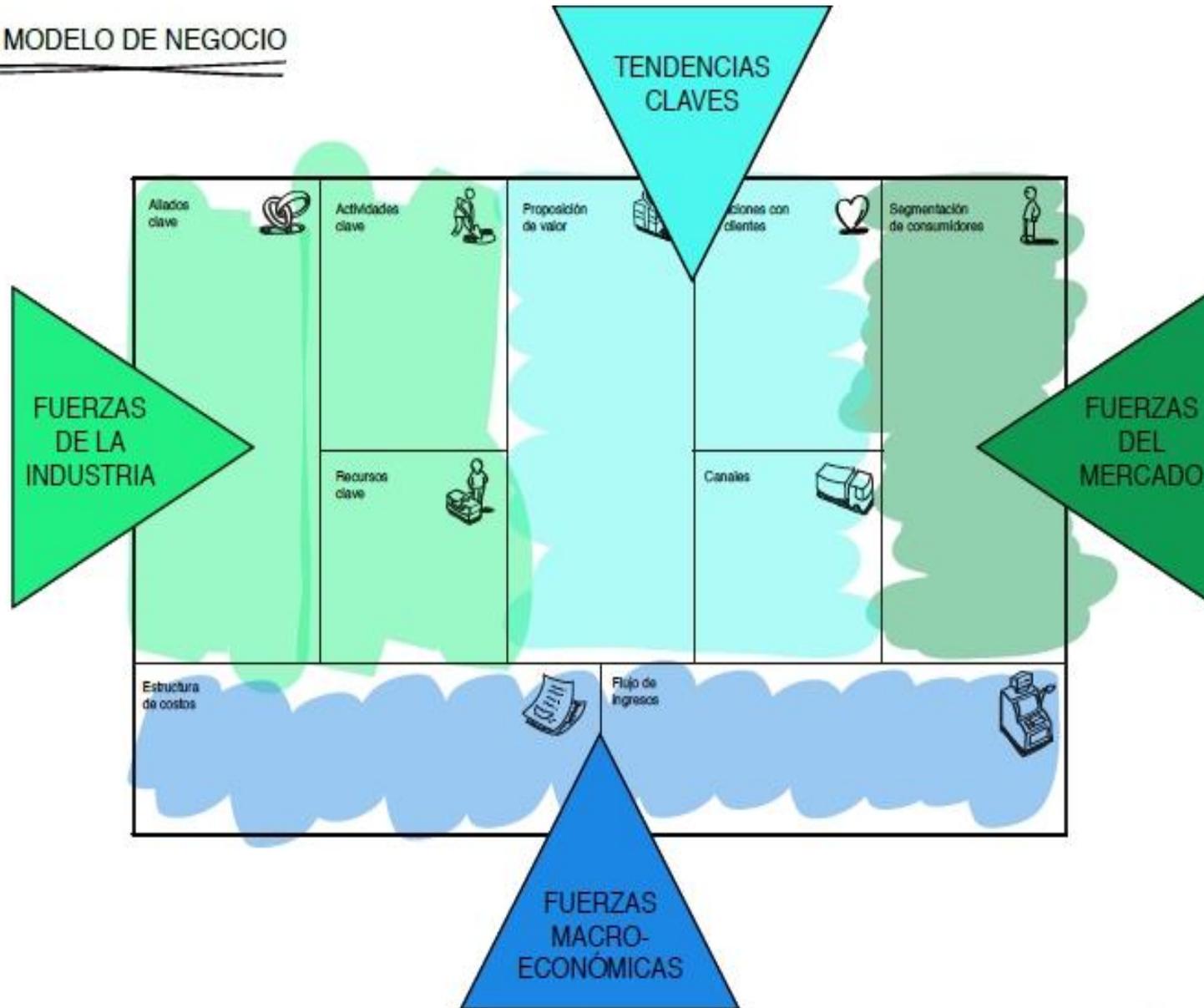
ÁREAS

MODELO CANVAS



Método CANVAS

PANORAMA DEL MODELO DE NEGOCIO





9

Bloques de construcción



Método CANVAS



Segmentación de consumidores



Flujo de ingresos



Aliados clave



Proposición de valor



Estructura de costos



Canales



Recursos clave



Relaciones con los clientes



Actividades clave



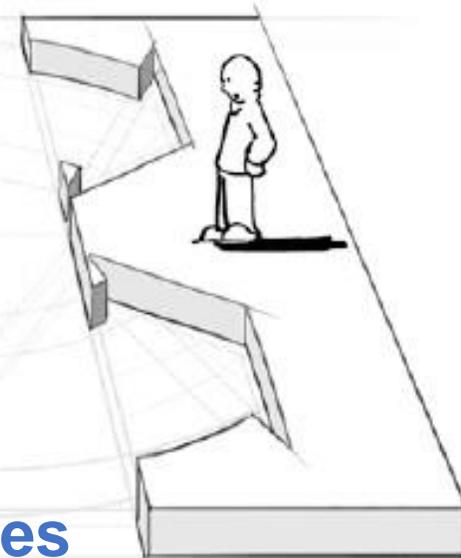
Diferentes grupos de personas u organizaciones que la empresa pretende alcanzar y servir.

¿Para quién estamos creando valor?

¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?

ELABORAR ARQUETIPOS DE CLIENTE

Determinar N/E funcionales, emocionales y sociales



EL SÍNDROME DE LA NAVAJA SUIZA

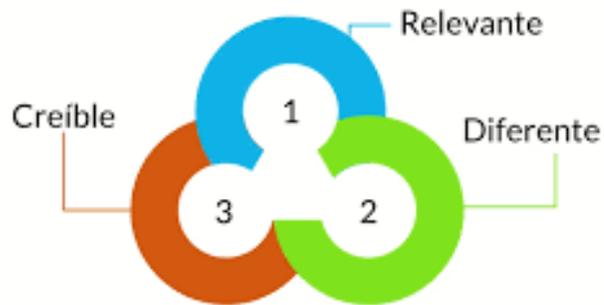


Propuestas de Valor

Propuestas de valor (Propuestas únicas de venta)

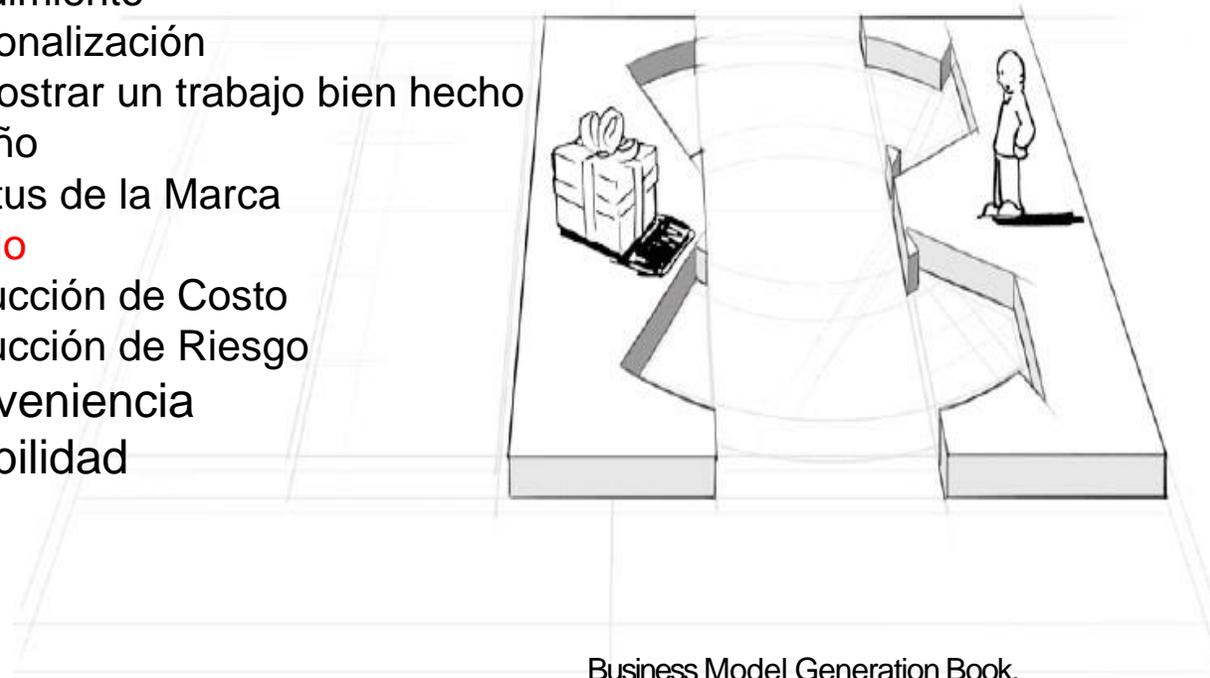
Describe el paquete de productos , servicios, beneficios e innovación que crean valor para un segmento específico de clientes.

Propuesta de Valor



POR EJEMPLO:

- Novedad
- Rendimiento
- Personalización
- Demostrar un trabajo bien hecho
- Diseño
- Estatus de la Marca
- Precio**
- Reducción de Costo
- Reducción de Riesgo
- Conveniencia
- Usabilidad



Fórmula de la PROPUESTA DE VALOR



**BENEFICIOS
FUNCIONALES** + **BENEFICIOS
EMOCIONALES** + **BENEFICIOS
EXPERIENCIA +
ENTREGA** + **BENEFICIOS DE
RELACIONAMIENTO
(sociales)**

+FUNCIONALIDAD -INCOMODIDADES +RECONOCIMIENTO



- ¿Tiene **Foco**?
- ¿Tiene **Divergencia**?
- ¿**Mensaje** Convincente?



Canales de Distribución y Comunicación

Cómo la empresa se comunica y llega a sus segmentos de clientes para ofrecer una propuesta de valor.

Los canales de distribución y comunicación son los flujos que utilizan las empresas para hacer llegar sus propuestas de valor a los distintos segmentos de mercado (clientes).



Relación con el Cliente

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

Motivadas por razones como:

- La necesidad de adquirir clientes.
- La necesidad de retener clientes.
- Impulsar las ventas.

EJEMPLOS:

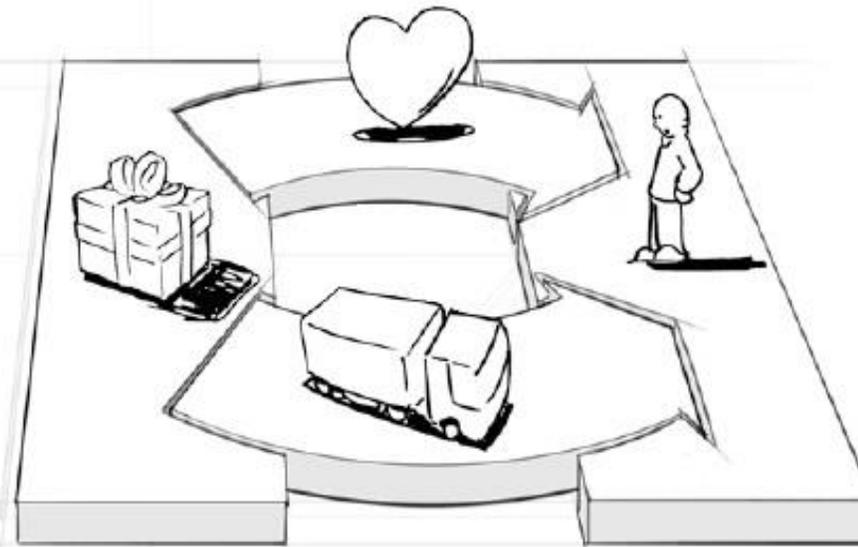
Asistencia personal.

Asistencia de personal exclusivo exclusivamente a esto.

Autoservicio.

Servicios Automatizados.

Cocreación



¿Cómo vas a conseguir clientes?

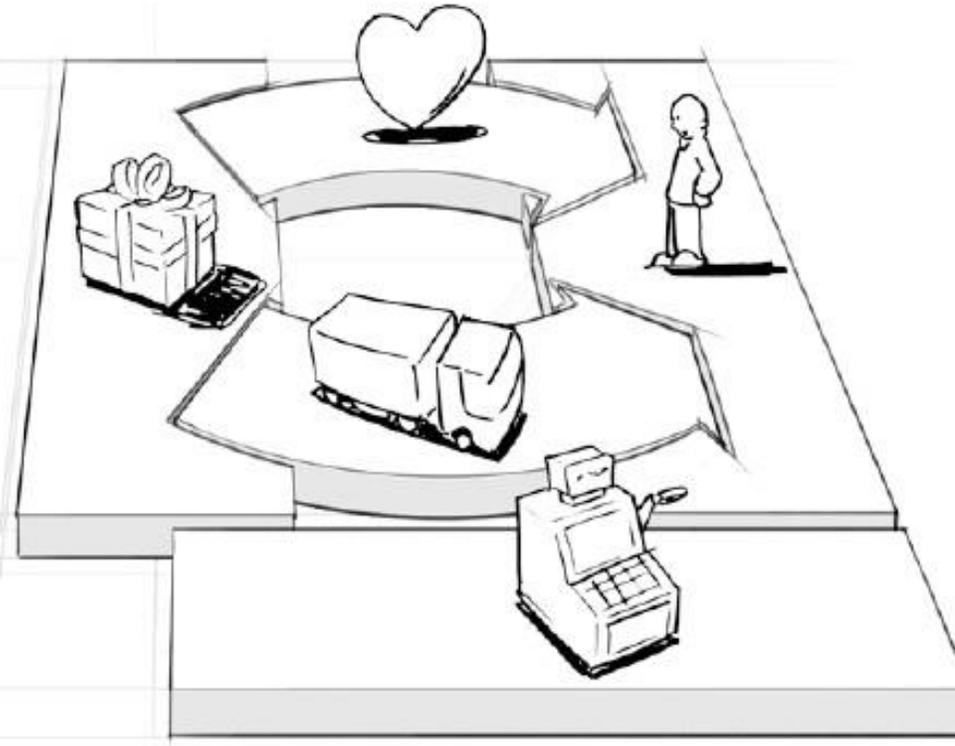
Retención antes que Viralidad.



Flujos de Ingreso

Representa el dinero en efectivo que una empresa genera a partir de cada segmento de clientes (las ganancias)

- Naturaleza de los ingresos**
- Cómo pagan los clientes
- Recurrencia de compra



** <https://javiermegias.com/blog/2013/01/formas-de-ganar-dinero-monetizar-modelo-de-negocio-ingresos/>

** <https://www.tiendanube.com/blog/ganar-dinero-por-internet/>

Recursos Clave

Describe los activos más importantes que se requieren hacer que un modelo de negocio funcione

¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?

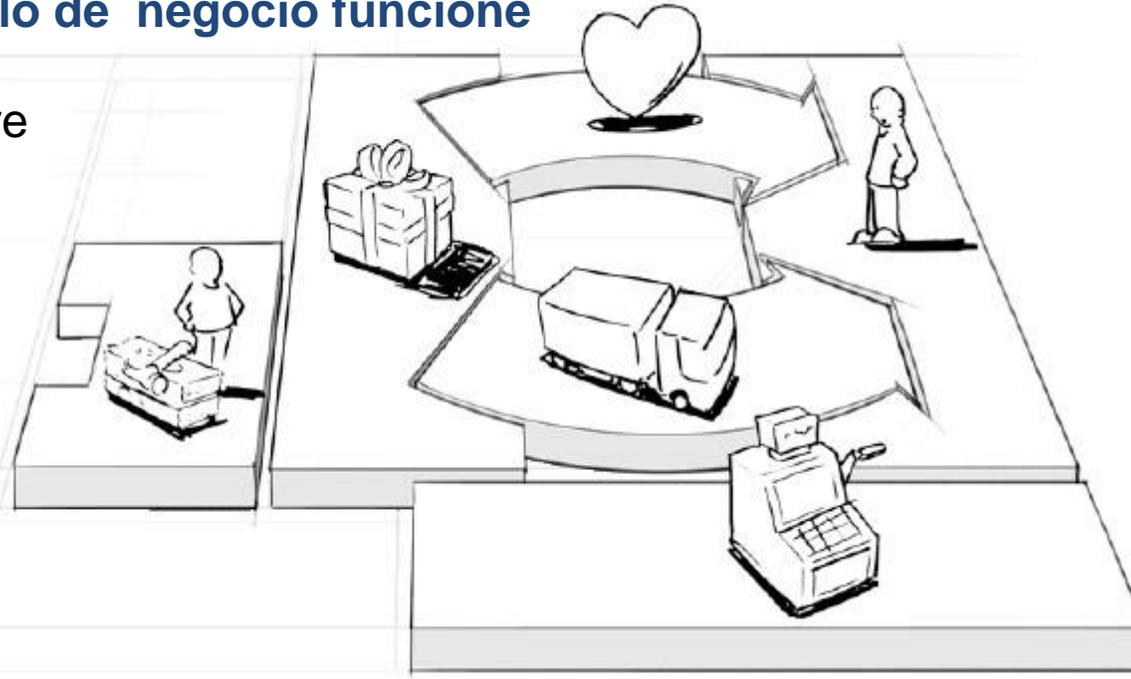
TIPOS DE RECURSOS:

Físicos

Intelectuales (patentes de marcas, derechos de autor, datos...)

Humanos

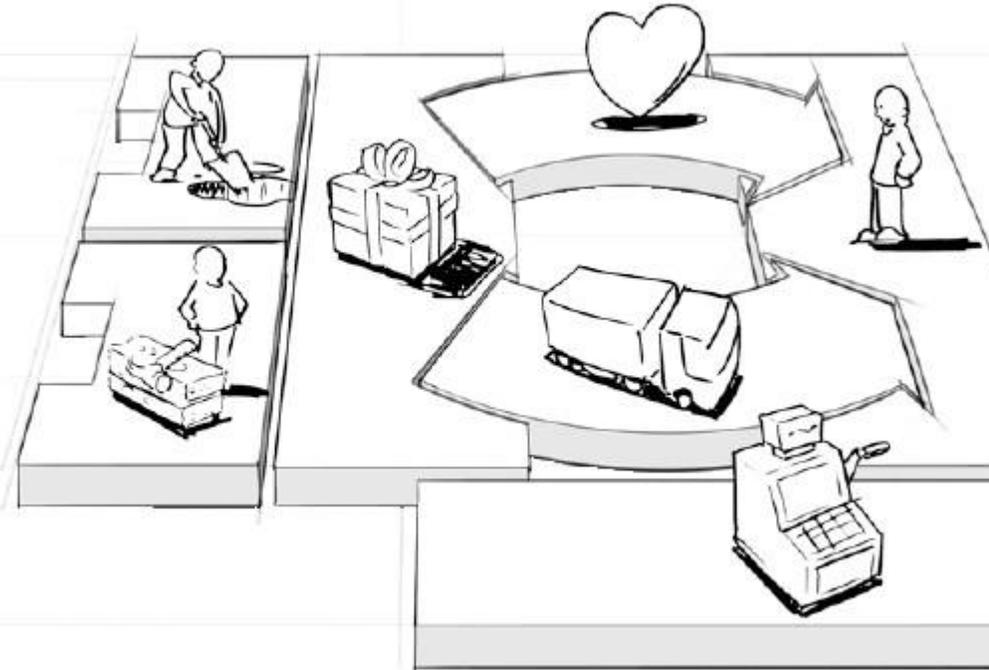
Financieros



Actividades Clave

Describen las cosas más importantes que una compañía tiene que hacer para que su trabajo se convierta en un modelo de negocio

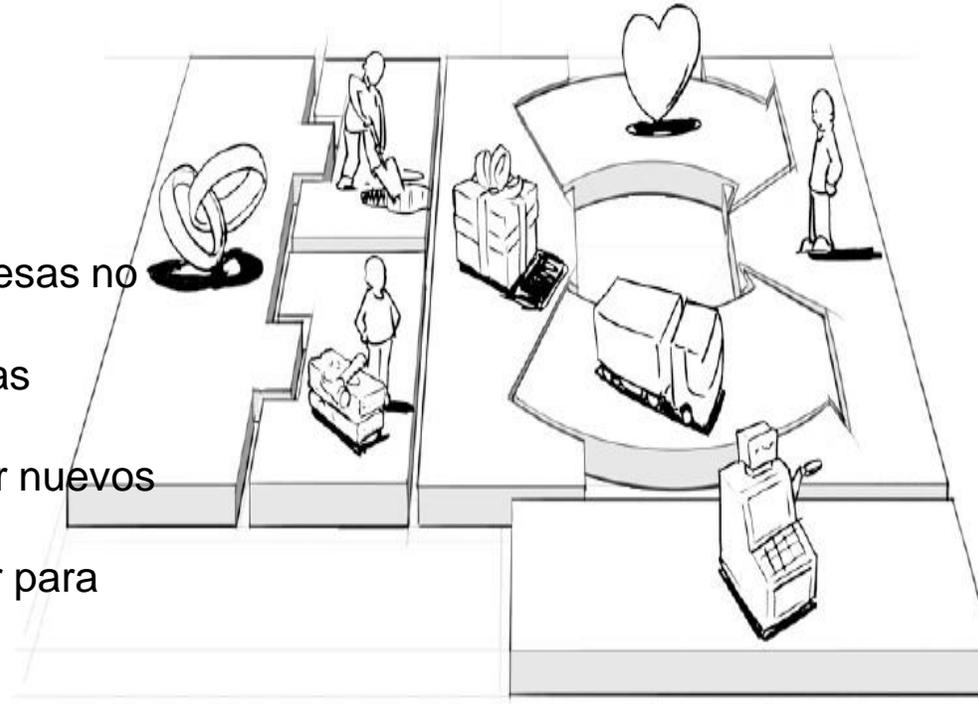
- Qué actividades clave requieren nuestras propuestas de valor
- Nuestros canales de distribución
- Relaciones con los clientes
- Fuentes de ingresos



Red de Partners (Socios Estratégicos)

TIPOS DE ASOCIACIONES:

1. Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras.
2. Cooperación competitiva: Alianzas estratégicas entre competidores.
3. Empresas mixtas para desarrollar nuevos negocios.
4. Relaciones comprador-proveedor para asegurar un suministro continuo.



Describe la red de proveedores y colaboradores que hacen posible el modelo de negocio.

HAMBURGUESA + PAPAS + REFRESCO

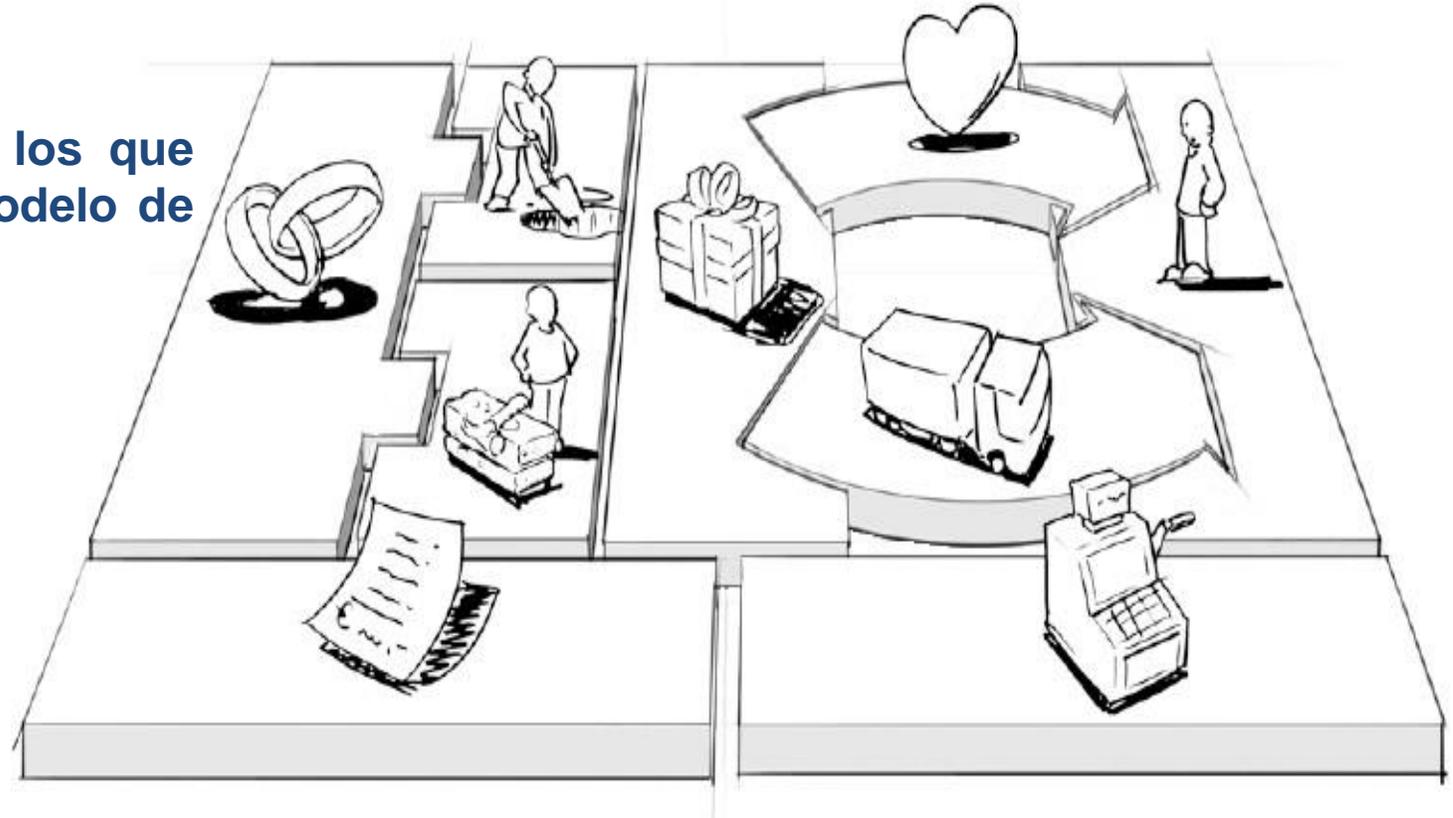


Estructura de Costos

Describe todos los costos en los que toca incurrir para operar un modelo de negocio

Cuáles son los elementos clave que generan los costos de implementación del modelo de negocio

- Alto costo
- Costo medio
- Bajo costo

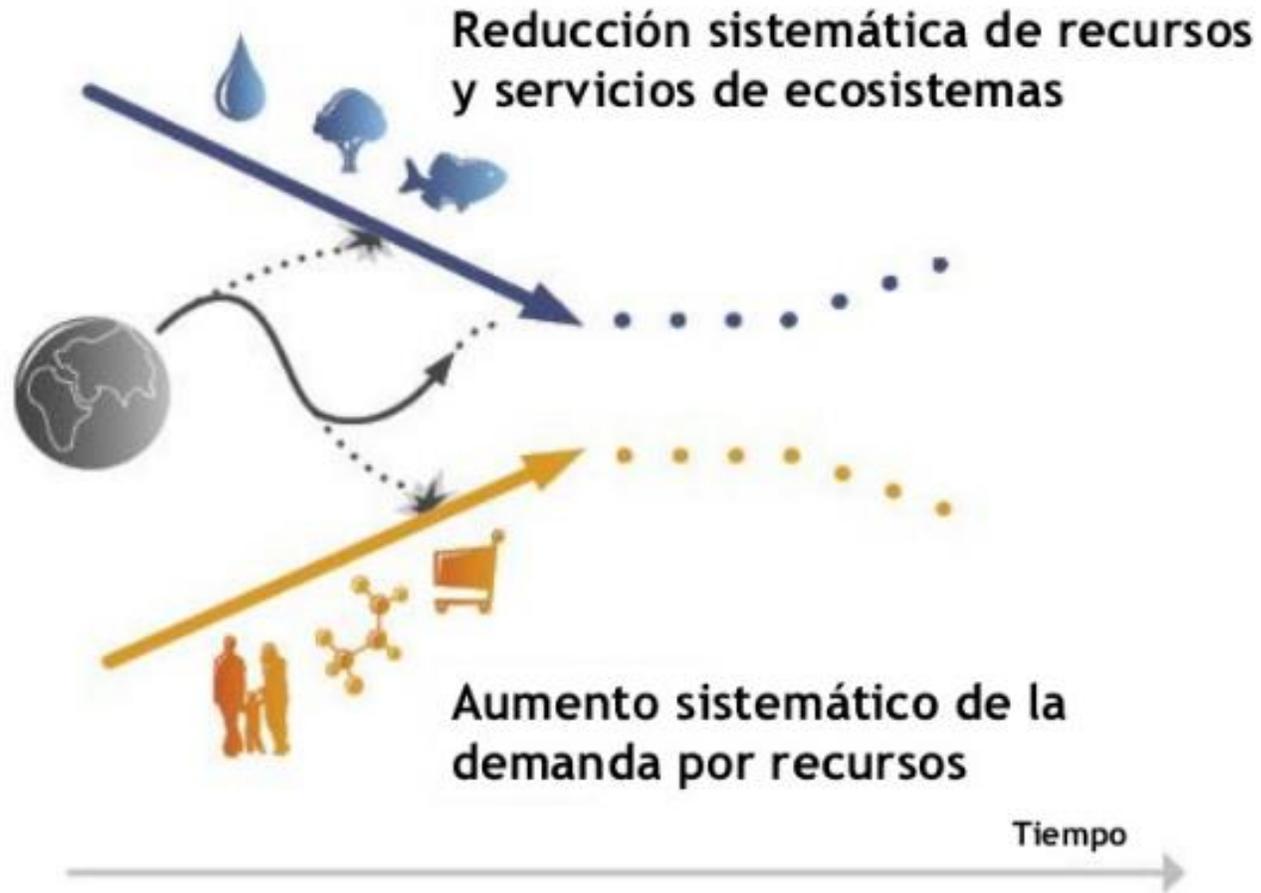


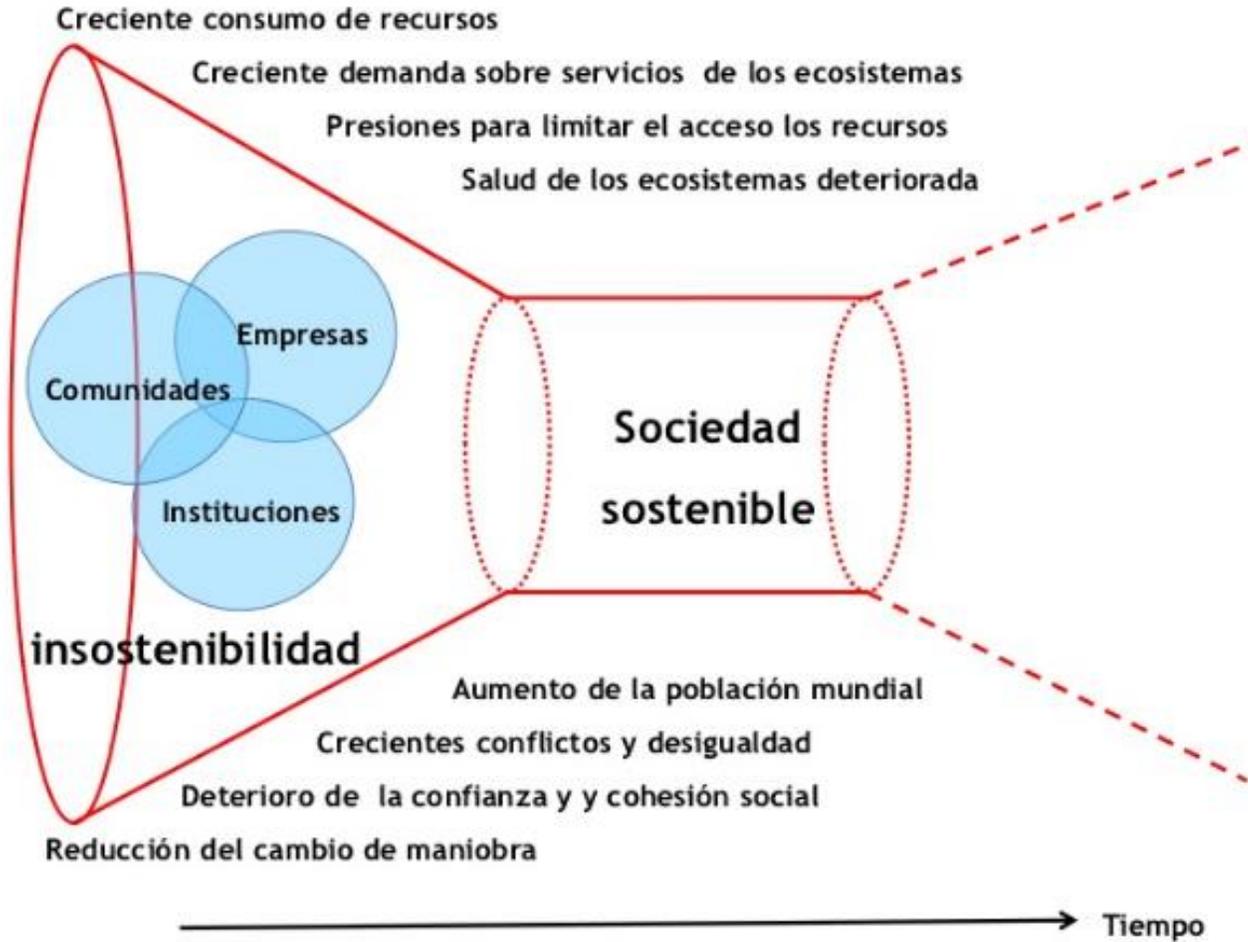
DESARROLLO SOSTENIBLE





el desafío de la sostenibilidad







TIPS DE CIERRE

El Lienzo del modelo de negocio, es solo un papel con muchas hipótesis

El Lienzo del modelo de negocio, es prerequisite para realizar procesos de validación y la elaboración de un P.M.V o M.V.P o prototipo

Normalmente hay que hacer entre 5 y 8 para encontrar un modelo Rentable, Repetible, Escalable.



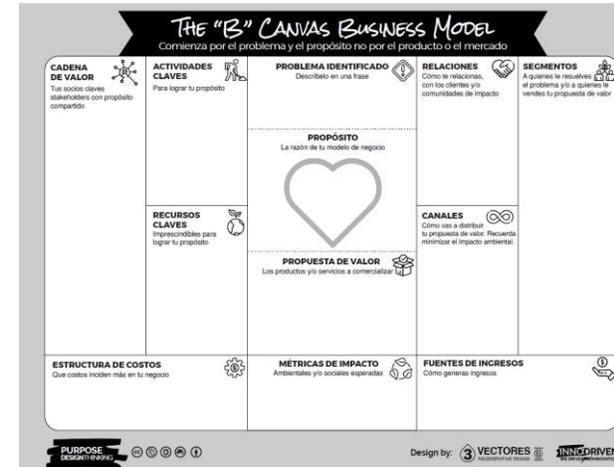


HERRAMIENTAS DERIVADAS DEL BUSSINES MODEL CANVAS

| | | | | |
|---|---|---|--|--|
| Problema Top 3 problemas | Solución Top 3 características | Propuesta de Valor Única Un claro, convincente y persuasivo mensaje que explique por qué eres diferente y por qué vale la pena prestarte atención | Ventaja Injusta Que no se puedan copiar o comprar fácilmente | Segmento de Clientes Clientes meta |
| | Métricas Claves Actividades clave que mides | | Canales Camino hacia los consumidores | |
| Estructura de Costes Costes de Adquisición de Clientes Costes de Distribución Servidores Empleados | | Fuentes de Ingresos Modelo de Ingresos Valor de tiempo de vida Ingresos Margen Bruto | | |
| PRODUCTO | | MERCADO | | |

Lean Canvas es una adaptación del Business Model Canvas (<http://www.businessmodelgeneration.com/>) y está bajo la licencia de Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License (Creatividad Común con Reconocimiento-Compartir bajo la misma licencia 3.0). Fue adaptado por <http://runninglean.co/> y traducido al español por <http://leanstart.es>

Lean canvas



Canvas B

www.strategyzer.com
<https://canvanizer.com/>



Canvas Sostenible



ECOSISTEMA DE
INNOVACIÓN
CORPISTA

¿PREGUNTAS?





ECOSISTEMA DE
INNOVACIÓN
CORPISTA

GRACIAS.

William.penagos@juanncorpas.edu.co



WILLIAM FERNANDO PENAGOS BALCÁZAR



57+3007018832

Ecosistema.innovación@juanncorpas.edu.co





ECOSISTEMA DE
INNOVACIÓN
CORPISTA

Link Complementarios

https://www.camarabaq.org.co/wp-content/uploads/2020/11/Generacion-de-Modelos-de-Negocio-2010.en_.es_.pdf

<https://innokabi.com/descarga-pdf-lienzo-de-modelo-de-negocio/>

<http://advenio.es/wp-content/uploads/2015/09/Lean-Canvas.pdf>

<https://ia601206.us.archive.org/31/items/TheLeanStartupErickRies/The%20Lean%20Startup%20-%20Erick%20Ries.pdf>

<http://jrms.pktweb.com/wp-content/uploads/2012/10/1.-Guia-business-model-canvas.pdf>



- **CASO DE ÉXITO**

CONCEPTOS PLÁSTICOS-COLOMBIA

Un emprendimiento que surge la correcta investigación del entorno, la identificación clara del problema, la elaboración de un modelo de negocio basado que muestra un emprendimiento sostenible de alto impacto social-ambiental y económico.

<https://www.youtube.com/watch?v=uu0pNCkSNNc>

