

## ¿Cómo armar el “Canva”?

### 1. Propuesta de Valor

- ¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes?
- ¿Qué problema de nuestro cliente ayudamos a resolver?
- ¿De qué forma resolveremos sus problemas?
- ¿Qué productos ofrecemos a cada segmento de mercado?
- ¿Cómo nos diferenciamos de la competencia?
- ¿Cuáles son las características principales de nuestra propuesta de valor?

### 2. Segmento de Mercado

- ¿Para quién creamos valor?
- ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?
- ¿Cuáles son sus características?

### 3. Canales de Distribución

- ¿Cómo establecemos actualmente contacto con los clientes?
- ¿Cómo permitimos que nuestros clientes puedan comprar nuestro producto o servicio?
- ¿Cómo nos conocerán y evaluarán?
- ¿Cómo recibirán soporte post-venta cada segmento de clientes?

### 4. Relación con los Clientes

- ¿Qué tipo de relación mantendremos con los segmentos de clientes?
- ¿Cuánto cuestan?
- Ejemplos: Asistencia personal – Autoservicio – Co creación – Comunidades

### 5. Modelo de Ingresos

- ¿Qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes?
- ¿Cuánto pagan actualmente por productos/servicios similares?
- ¿Cuáles pueden ser mis fuentes de ingreso?
- Ejemplo: Venta directa – Pago por uso – Cuota por suscripción- alquiler/préstamo – licencias – publicidad

## 6. Actividades Claves

- ¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
- ¿Nuestros canales de distribución?
- ¿Nuestras relaciones con clientes?
- ¿Nuestras fuentes de ingresos?

## 7. Recursos Claves

- ¿Qué recursos claves requiere nuestra propuesta de valor?
- ¿Nuestros canales de distribución? ¿Relaciones con clientes? ¿Fuentes de ingreso?
- Ejemplos: Recursos físicos - Financieros - Humanos

## 8. Socios Claves

- ¿Quiénes son nuestros socios claves?
- ¿Quiénes son nuestros proveedores claves?
- ¿Qué recursos clave podemos adquirir por nuestros socios?
- ¿Qué actividades realizan los socios?

## 9. Estructura de Costos

- ¿Cuáles son los costes más importantes?
- ¿Qué recursos claves son los más caros?
- ¿Qué actividades son las más caras?
- Tipos: Costos Fijos – Costos Variables

Ilustración Canva:

## LIENZO MODELO DE NEGOCIO (BMC)

<p><b>Socios clave</b></p> <p>¿quiénes son nuestros socios clave? ¿quiénes son nuestros suministradores clave? ¿qué recursos clave vamos a adquirir de nuestros socios? ¿qué actividades clave realizan los socios?</p> <p><b>motivaciones para socios</b> optimización y economía reducción de riesgo e incertidumbre adquisición de recursos y actividades particulares</p>	<p><b>Actividades clave</b></p> <p>¿qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿nuestros canales de distribución? ¿nuestras relaciones con clientes? ¿nuestras fuentes de ingresos?</p> <p><b>categorías</b> producción resolución de problemas plataforma/red</p>	<p><b>Propuesta de Valor</b></p> <p>¿qué valor entregamos al cliente? ¿cuál de los problemas de nuestro cliente vamos a ayudar a resolver? ¿qué paquete de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de cliente? ¿qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo?</p> <p><b>características</b> novedad rendimiento personalización "hacer el trabajo" diseño marca/estatus precio reducción de coste reducción de riesgo accesibilidad conveniencia sustituidor</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b></p> <p>¿qué tipo de relación espera que establezcamos y mantenijamos cada uno de nuestros segmentos de cliente? ¿cuáles hemos establecido? ¿cómo están integrados con nuestro modelo de negocio? ¿cuánto cuestan? <b>ejemplos</b> asistencia personal, asistencia personal dedicada, autoservicio, servicios automatizados, comunidades y co-creación</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b></p> <p>¿para quién estamos creando valor? ¿quiénes son nuestros clientes más importantes?</p> <p>mercado de masas mercado de nicho segmentado diversificado plataforma multilateral</p>	
<p><b>Recursos clave</b></p> <p>¿qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿nuestros canales de distribución? ¿nuestras relaciones con clientes? ¿nuestras fuentes de ingresos?</p> <p><b>categorías</b> físico intelectual (patentes, marca, copyright, datos,...) humanos financieros</p>		<p><b>Canales</b></p> <p>¿a través de qué canales quieren ser contactados nuestros segmentos de cliente? ¿cómo los contactamos ahora? ¿cómo están integrados nuestros canales? ¿cuáles funcionan mejor? ¿cuáles son más eficientes en costes? ¿cómo los integramos con las rutinas del cliente?</p> <p><b>fases del canal</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conciencia: ¿cómo conseguimos conciencia sobre los productos y servicios de nuestra empresa?</li> <li>2. Evaluación: ¿cómo ayudamos a nuestros clientes a evaluar la propuesta de valor de nuestra empresa?</li> <li>3. Compra: ¿cómo permitimos a nuestros clientes comprar productos y servicios específicos?</li> <li>4. Entrega: ¿cómo llevamos la propuesta de valor a nuestros clientes?</li> <li>5. Post-venta: ¿cómo proporcionamos soporte postventa?</li> </ol>		<p><b>Estructura de costes</b></p> <p>¿cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio? ¿qué recursos clave son los más caros? ¿qué actividades clave son las más caras? tu negocio está basado en: coste (estructura de coste más escueta, propuesta de valor de precio bajo, max automatización, outsourcing extensivo...) valor (centrado en creación de valor, propuesta de valor premium...) <b>características de ejemplo:</b> costes fijos (salarios, rentas, estructuras...) bajo, max automatización, o costes variables, economía de escala, economía de alcance...</p>	<p><b>Fuentes de ingresos</b></p> <p>¿para qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes? ¿por qué pagan actualmente? ¿cómo están pagando ahora? ¿cómo preferirían pagar? ¿cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos totales?</p> <p><b>tipos:</b> venta de activos, pago por uso, cuota de suscripción, préstamo/alquiler/leasing, bonificas, tasas intermediación, publicidad</p> <p><b>precio fijo:</b> listas de precios, dependiente de la funcionalidad del producto, dependiente del segmento del cliente, dependiente del volumen</p> <p><b>precio dinámico:</b> negociación, gestión de rendimiento, mercado en tiempo real.</p>

Lienzo descargado desde la web de:

www.innokabi.com  
@innokabi  
facebook.com/innokabi.es

Traducción del original de www.businessmodelgeneration.com

### Más info:

- Business Model Canvas (Subtitulado al español): [https://www.youtube.com/watch?v=OoshJr\\_cEgY](https://www.youtube.com/watch?v=OoshJr_cEgY)
- Creá tu propio lienzo aquí: <https://canvanizer.com/> o descarga la plantilla en la web