

CANVAS

Diseñe su entidad de vinculación tecnológica

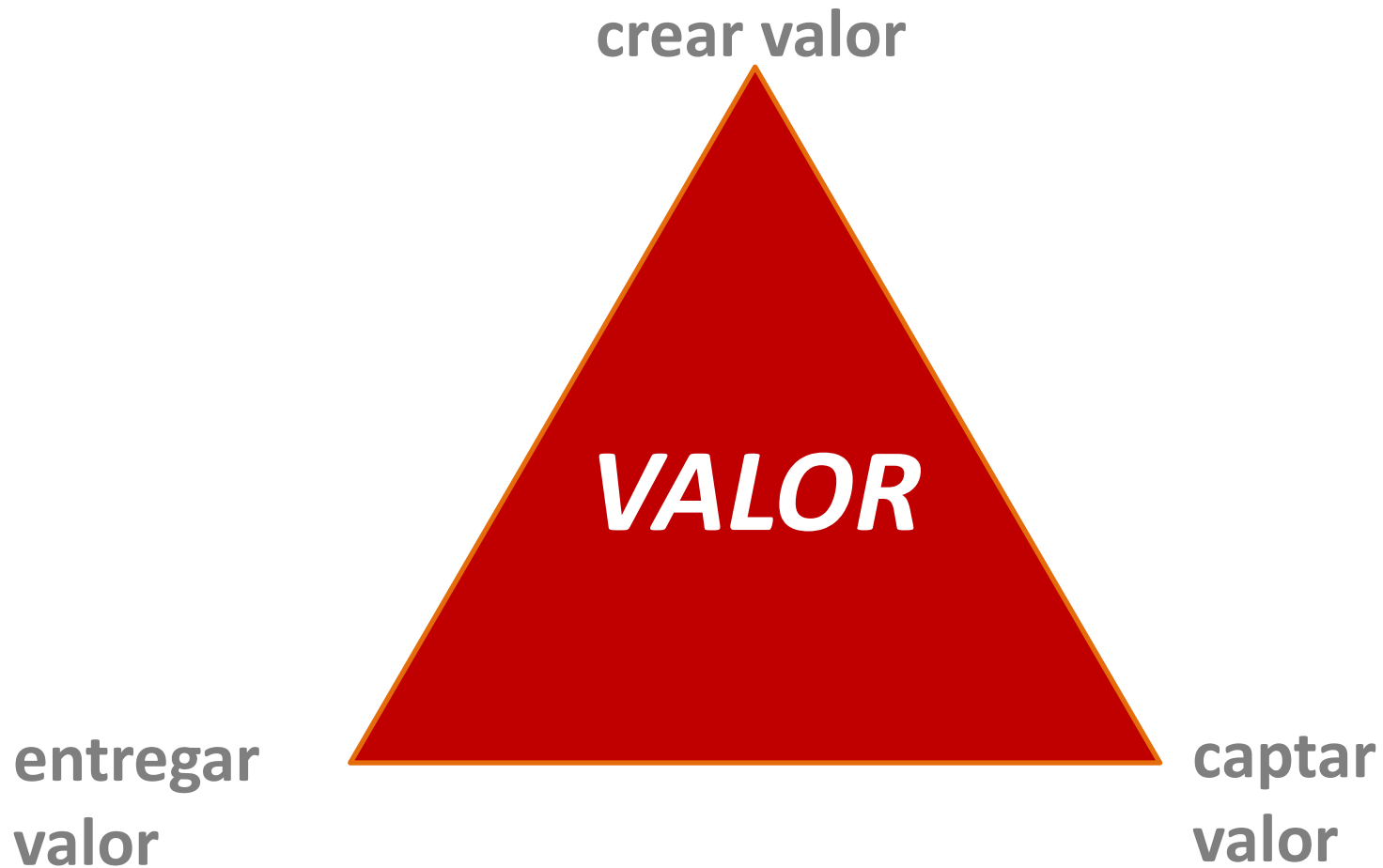
Curso Gestión de la cooperación entre
empresas y unidades de I+D+i

MBA Gabriela Couto

 **BIOGERENTES**
ACADEMY



Propuesta de Valor



es el mecanismo por el cual un negocio busca generar ingresos y beneficios

¿Cómo aplicar el modelo canvas?

En el siguiente tutorial explicamos paso a paso cómo podéis aplicar el este sistema usando el lienzo. Es un vídeo didáctico donde aprenderéis a realizar modelos de negocio en poco minutos.

El vídeo consta de dos partes:

- La primera enseña todas las partes del lienzo y cómo se debe completar.
- La segunda exponemos un caso práctico de modelo de negocio, vais a ver paso a paso aplicar el plan de negocio en una tienda de ropa online.



Socios clave

¿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?

motivaciones para socios:
 capacidad y experiencia
 capacidad de llegar a los clientes
 capacidad de innovación y creatividad para innovar



8

Actividades clave

¿qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
 ¿cuáles canales de distribución?
 ¿cuáles relaciones con clientes?
 ¿cuáles fuentes de ingresos?

categorías:
 actividades
 canales de distribución
 actividades con



7

Propuestas de valor

¿qué valor entregamos al cliente?
 ¿cuál de los problemas de nuestro cliente vamos a ayudar a resolver?
 ¿qué paquetes de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de cliente?
 ¿qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo?

características:
 novedad
 rendimiento
 adaptabilidad
 "bajar el riesgo"
 diseño
 precio y calidad
 calidad de la vida
 estatus social
 sostenibilidad
 innovación y creatividad



2

Relaciones con cliente

¿qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de cliente?
 ¿cuáles hemos establecido?
 ¿cómo están integrados con el resto de nuestro modelo de negocio?
 ¿cuáles cambian?

ejemplos:
 atención al cliente
 atención personalizada
 atención en línea
 atención en tienda
 atención en casa
 atención en el trabajo
 atención en el momento de la compra



4

Segmentos de cliente

¿para quién estamos creando valor?
 ¿quiénes son nuestros clientes más importantes?

categorías de clientes:
 por geografía
 por industria
 por comportamiento



1

¿Cómo?

Recursos clave

¿qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?
 ¿cuáles canales de distribución? ¿relaciones con clientes?
 ¿fuentes de ingresos?

tipos de recursos:
 físico
 intelectual
 humano
 financiero



6

¿Qué?

Canales

¿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 los recursos de cliente?

tipos de canal:

1. Canales físicos
2. Canales digitales
3. Canales híbridos
4. Canales de venta directa
5. Canales de venta indirecta
6. Canales de venta en línea
7. Canales de venta en tienda
8. Canales de venta en el momento de la compra



3

¿Quién?

Estructura de costes

¿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?

en su negocio más:
 necesidad de capital
 necesidad de talento
 necesidad de tecnología
 necesidad de innovación
 necesidad de creatividad
 necesidad de capacidad de ejecución

características de ejemplo:
 costes fijos
 costes variables
 costes de inversión
 costes de operación

9



Fuentes de ingresos

¿para qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes?
 ¿para qué pagan actualmente?
 ¿cómo están pagando ahora?
 ¿cómo prefieren pagar?
 ¿cuánto contribuye cada fuente de ingresos a los ingresos totales?

tipos de ingresos:
 ingresos fijos
 ingresos variables
 ingresos de inversión
 ingresos de operación
 ingresos de venta
 ingresos de licencia
 ingresos de franquicia
 ingresos de asociación
 ingresos de patrocinio
 ingresos de publicidad
 ingresos de suscripción
 ingresos de venta de datos
 ingresos de venta de experiencia
 ingresos de venta de atención al cliente
 ingresos de venta de soporte técnico
 ingresos de venta de formación
 ingresos de venta de consultoría
 ingresos de venta de servicios de implementación
 ingresos de venta de servicios de mantenimiento
 ingresos de venta de servicios de optimización
 ingresos de venta de servicios de análisis de datos
 ingresos de venta de servicios de inteligencia artificial
 ingresos de venta de servicios de realidad aumentada
 ingresos de venta de servicios de realidad virtual
 ingresos de venta de servicios de robótica
 ingresos de venta de servicios de impresión 3D
 ingresos de venta de servicios de fabricación aditiva
 ingresos de venta de servicios de fabricación digital
 ingresos de venta de servicios de fabricación inteligente
 ingresos de venta de servicios de fabricación sostenible
 ingresos de venta de servicios de fabricación segura
 ingresos de venta de servicios de fabricación personalizada
 ingresos de venta de servicios de fabricación flexible
 ingresos de venta de servicios de fabricación ágil
 ingresos de venta de servicios de fabricación resiliente
 ingresos de venta de servicios de fabricación colaborativa
 ingresos de venta de servicios de fabricación descentralizada
 ingresos de venta de servicios de fabricación distribuida
 ingresos de venta de servicios de fabricación local
 ingresos de venta de servicios de fabricación regional
 ingresos de venta de servicios de fabricación nacional
 ingresos de venta de servicios de fabricación global

5



¿Cuánto?

Análisis y generación de modelos de negocio

Partners Clave

¿Qué pueden hacer los partners mejor que tu o con un coste menor y, por tanto enriquecer tu modelo de negocio?

Actividades Clave

¿Qué actividades clave hay que desarrollar en su modelo de negocio de que manera las llevas a cabo?

Propuesta de Valor

¿Qué problemas de tus clientes estás resolviendo y qué necesidades estás satisfaciendo?

Relaciones con los clientes

¿Qué tipo de relaciones esperan tus clientes que establezcas y mantengas con ellos?

Segmentos de Clientes

¿Cuáles son las necesidades, problemas, deseos y ambiciones de sus clientes?

Recursos Clave

¿Qué recursos clave requiere tu modelo de negocio?

Canales de Comunicación/ Distribución

¿A través de qué canales/medios contactarás y atenderás a tus clientes?

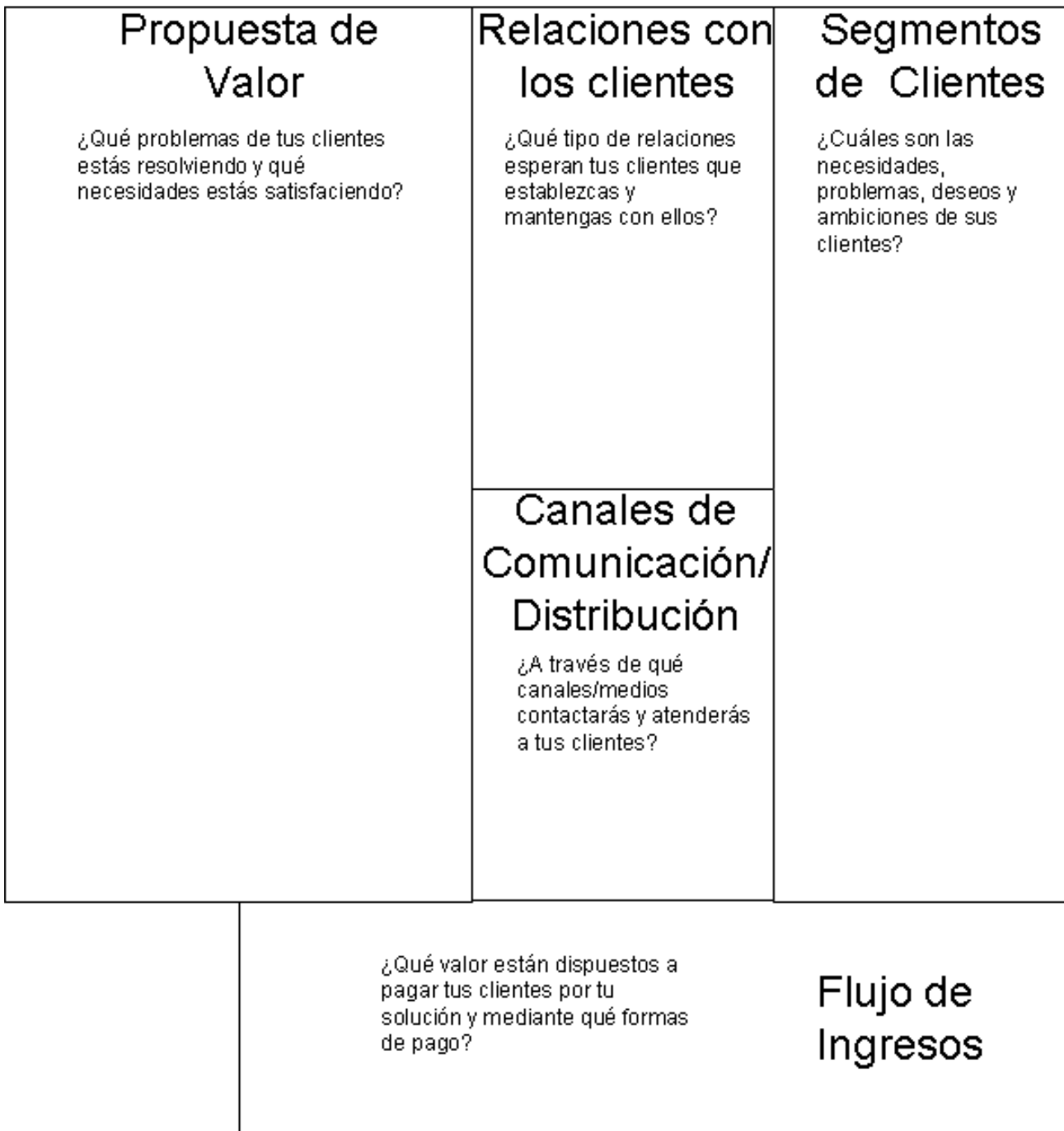
Estructura de Costes

¿Cuál es la estructura de costes de tu modelo de negocio?

¿Qué valor están dispuestos a pagar tus clientes por tu solución y mediante qué formas de pago?

Flujo de Ingresos

Modelo Canvas (lado pasional)



Modelo Canvas (lado pasional)

➤ **Propuesta de Valor**

En esta casilla se detalla las características que hacen único a nuestro producto. Precio, forma, rapidez... etc.

➤ **Segmentos De Clientes**

Nuestro público objetivo debe estar muy bien especificado.

Debemos tener claro qué tipo de personas van a comprar nuestros producto o servicios

➤ **Canales**

¿Cómo vamos a entregar nuestra propuesta de valor?

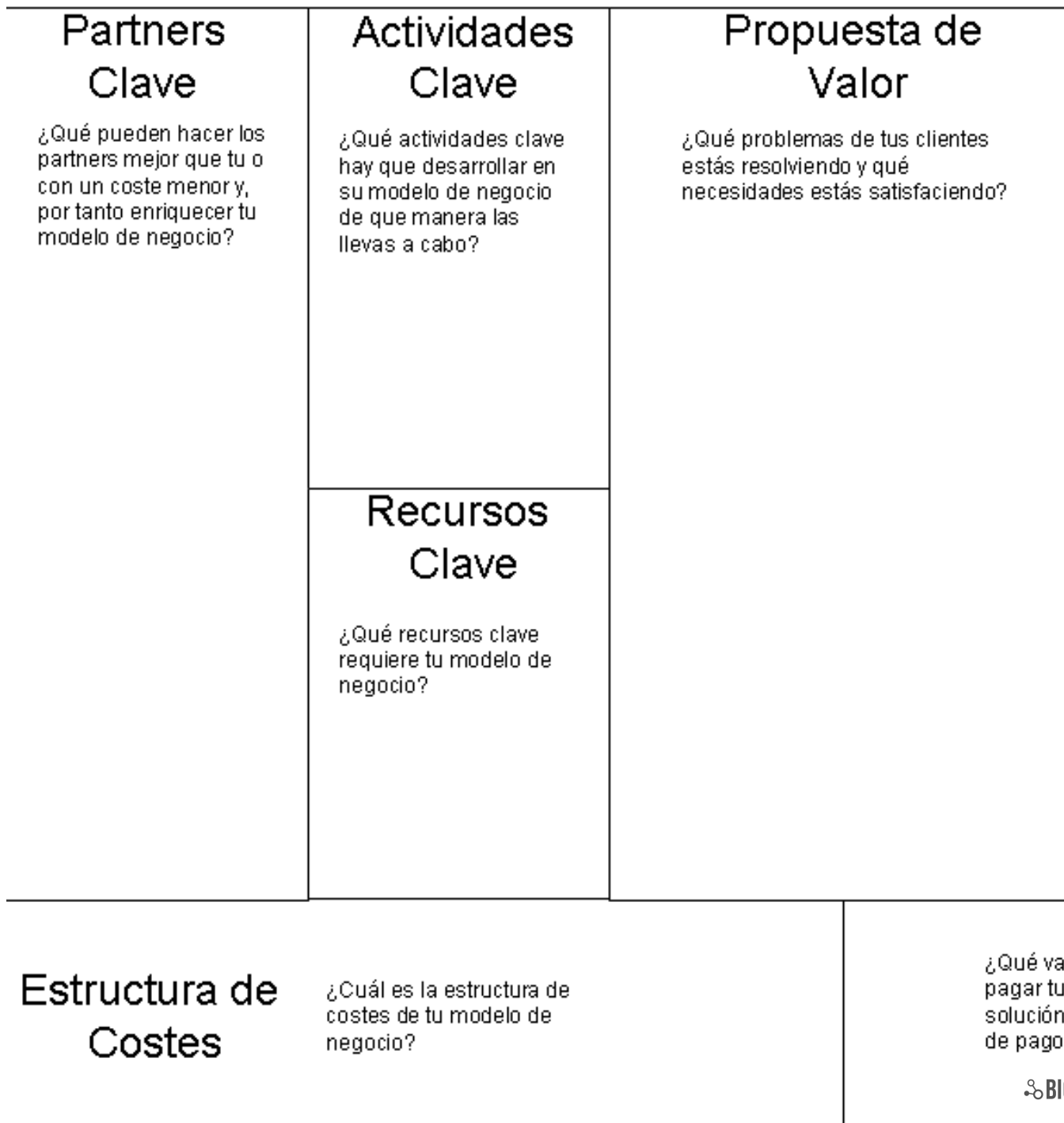
➤ **Relación con Clientes**

Debemos especificar qué efecto va a causar en los clientes nuestra marca.

➤ **Fuente De Ingresos**

¿Cómo van a pagar nuestros clientes? ¿Qué formas de pago son las más usadas por nuestro público objetivo?

Modelo Canvas (lado técnico/análítico)



Modelo Canvas (lado técnico/analítico)

Recursos Clave

Los recursos que debemos consumir para desarrollar nuestra actividad.

Actividades Clave

Son las acciones que debemos hacer para ofrecer nuestro producto. Por ejemplo distribución, transporte, publicidad... etc.

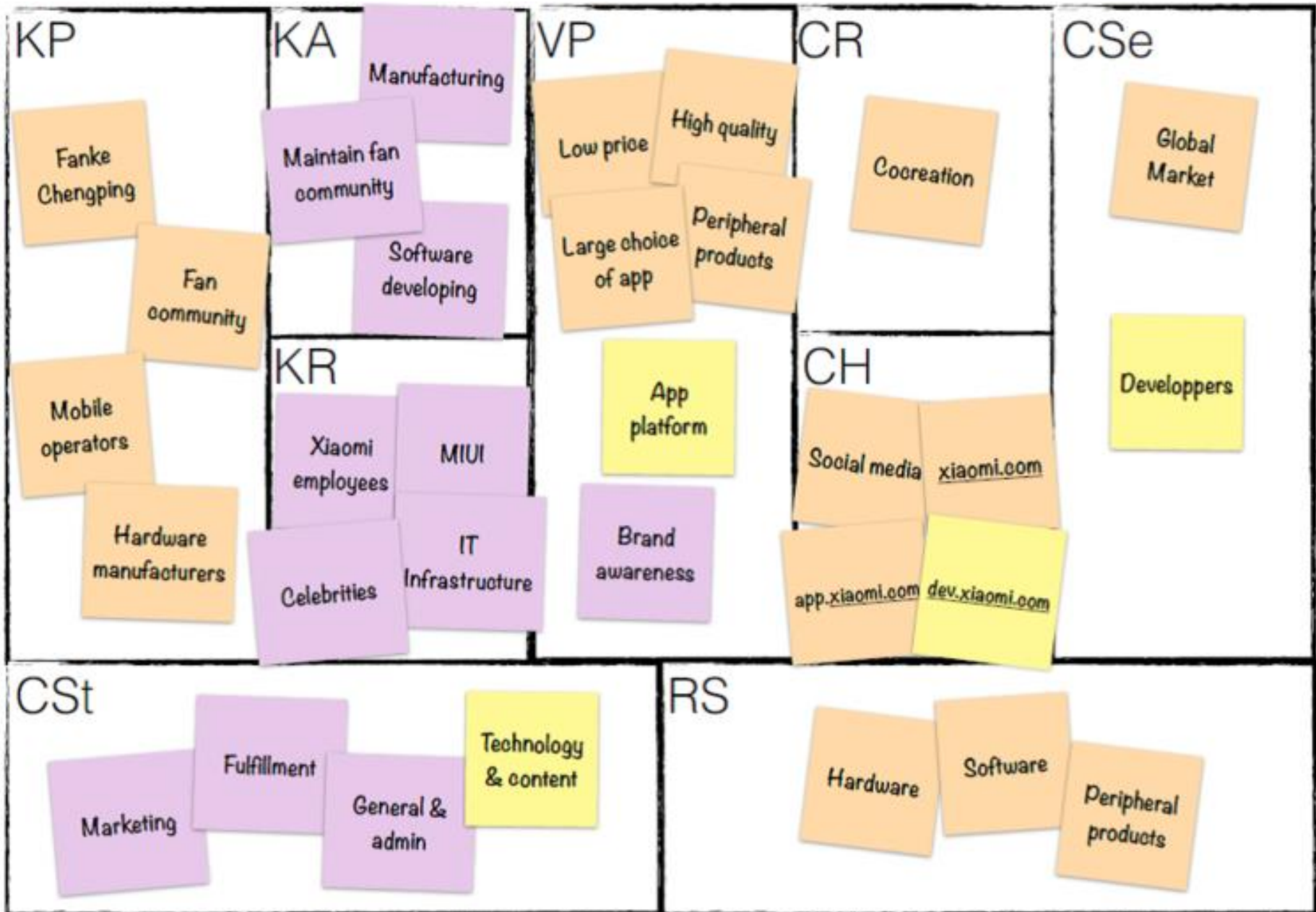
Socios Clave

Debemos identificar que proveedores son necesarios para llevar a cabo nuestra actividad.

Estructura De Costos

Analizar los costes fijos de nuestra empresa e intentar minimizarlos. El objetivo es hacer un modelo de negocio rentable.

CANVAS





BIOGERENTES

ACADEMY

GABRIELA COUTO, MBA
coach@biogerentes.com
www.biogerentes.com