

Unidad 6

Modelo de lienzo de negocios



Fundamentos de Administración y Gestión
2.º Bachillerato
Francisco Flores
economiaflores@gmail.com
www.economiaflores.com

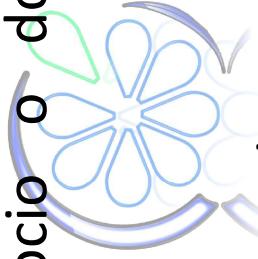
INDICE

1. ¿Para qué sirve?
2. Componentes
3. Plantilla
4. Elevator Pitch

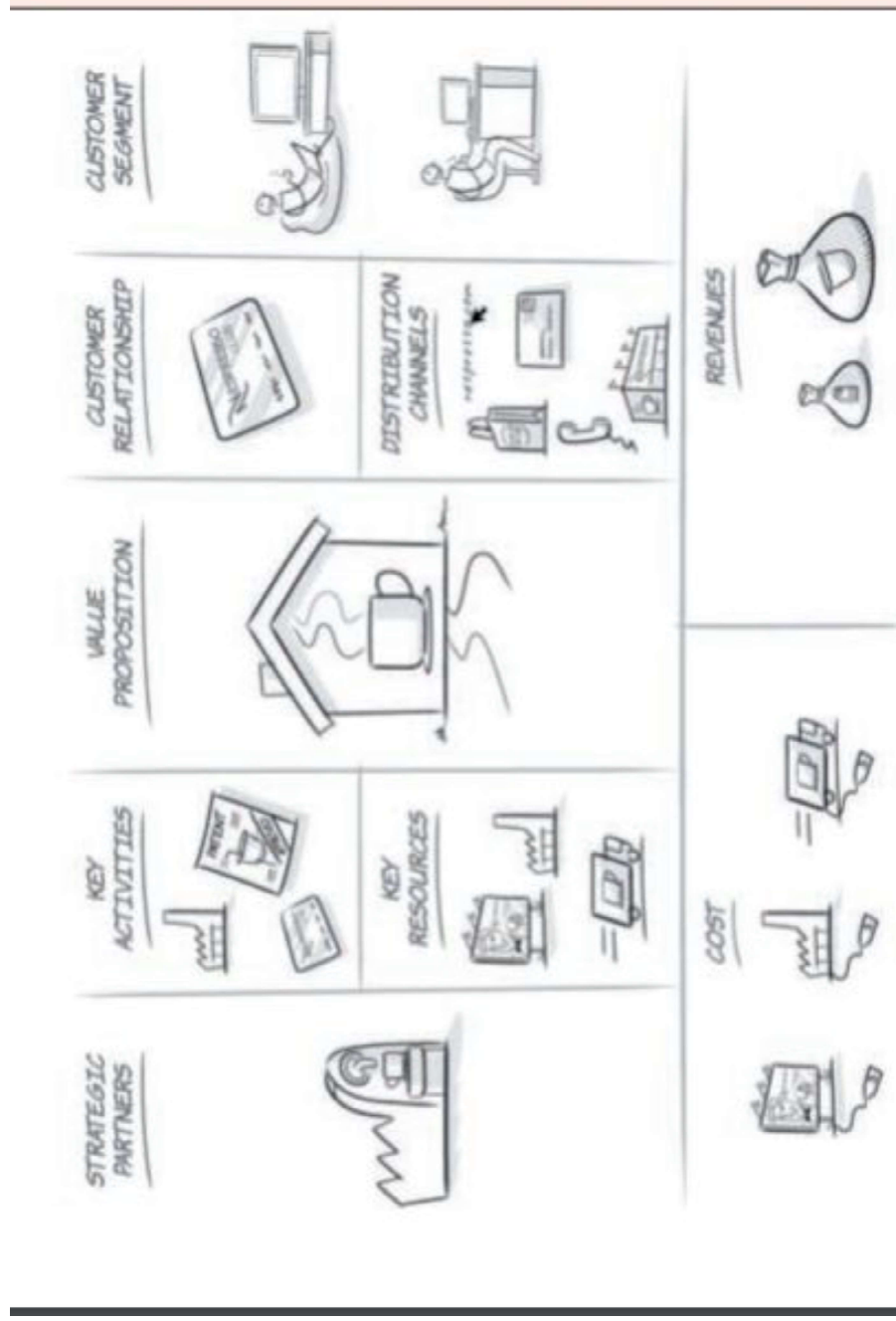


1. ¿Para qué sirve?

Business Model Canvas es una plantilla de gestión estratégica para el desarrollo de nuevos modelos de negocio o documentar los ya existentes.



Es un gráfico visual con elementos que describen propuestas de producto o de valor de la empresa, la infraestructura, los clientes y las finanzas.





PROPUESTA DE VALOR: La proposición de valor de Nespresso es clara: "el mejor café que puedas tomar, en tu casa".

CLIENTES: Nespresso se dirige principalmente a dos perfiles: Por un lado a uno de un perfil adquisitivo medio-alto y por otra parte a un usuario de empresa/profesional

CANAL: Para entregar ésta propuesta utiliza diversos canales: teléfono, tiendas físicas, postal o internet.

RELACIÓN: La relación, uno de los aspectos más clave, se gestiona a través del club Nespresso, que no sólo fideliza y premia periódicamente a sus clientes sino que es capaz de avisar a un cliente de forma proactiva cuando le toca hacer una limpieza de su cafetera.

INGRESOS: Los principales flujos de ingreso son dos: El principal viene de la venta de cápsulas (modelo bait&hook), mientras que un flujo inferior de ingresos viene de los fabricantes de cafeteras licenciarios de su tecnología).

RECURSOS: Para entregar éste modelo de negocio, los principales recursos que utiliza Nespresso son el de la logística, la producción de las cápsulas y la publicidad.

ACTIVIDADES: Las actividades que consumen dichos recursos son las fabriles (producción de cápsulas), la I+D y la gestión del club Nespresso.

ALIANZAS: La alianza más relevante que tiene la compañía es con diversos fabricantes de cafeteras (Krupps...etc).

COSTES: La estructura de costes que soporta el modelo de negocio tiene 3 elementos clave: coste del marketing y publicidad, coste de la producción y coste de la logística

Fuente: javier



1. ¿Para qué sirve?

Cuando una idea empresarial está trabajada suele plasmarse en un plan de empresa.



Un plan de empresa suele ocupar como mínimo unas 15 páginas.

1. ¿Para qué sirve?

A diferencia del plan de empresa, el modelo canvas ofrece la explicación al detalle de su actividad de una forma gráfica y breve.

Cuando un inversor/a va a estudiar posibilidades de inversión suele mirar el plan de empresa de los negocios, pero para estudiar de forma breve sus contenidos se observa el modelo de lienzo de negocios.

2. Componentes

I. Infraestructura

II. Oferta

III. Clientes

IV. Finanzas

I. INFRAESTRUCTURA

1. - **Actividades clave:** son las tareas más importantes en la ejecución de la propuesta de valor de una empresa. ¿Qué hace la empresa?

2. - **Recursos clave:** son los recursos de una empresa, que los necesita para funcionar. Pueden ser humanos, financieros, físicos e intelectuales. ¿Cómo lo hace la empresa?

I. INFRAESTRUCTURA

3. - **Red de socios:** son las relaciones comprador-proveedor para desarrollar su actividad principal.

Pueden considerarse alianzas empresariales complementarias a través de joint ventures, alianzas estratégicas entre competidores o no competidores.

¿Con quién lo hace la empresa?

I. INFRAESTRUCTURA

EJEMPLO → Circuito de Jerez

1. Actividad clave: Ofrece un espacio físico para realizar pruebas deportivas de motor.

2. Recursos claves: Instalaciones, personal de carrera, personal médico y personal de administración.

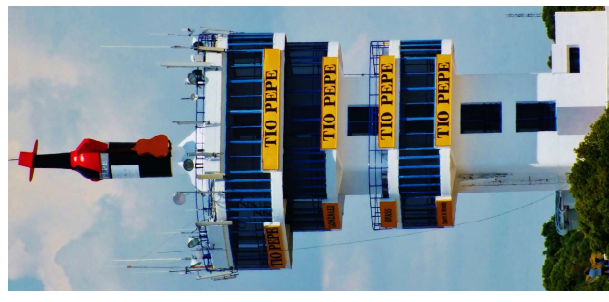


I. INFRAESTRUCTURA

EJEMPLO → Circuito de Jerez

3. Red de socios:

- Redbull
- Dorna
- FIA
- González Byass
- Michelin
- Circuito Ricardo Tormo (Cheste)



II. OFERTA

4. - Oferta de valor: Colección de productos y servicios que una empresa ofrece para satisfacer las necesidades de sus clientes.

La propuesta de valor diferencia de la competencia, y ofrece valor a través de elementos como la novedad, el rendimiento, la personalización, desempeño, diseño, marca, precio...

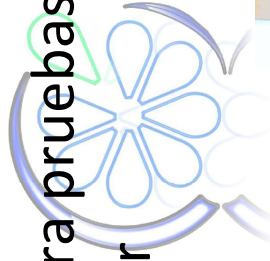
¿Qué ofrece la empresa?

II. OFERTA

EJEMPLO → Circuito de Jerez

4. - Oferta de valor:

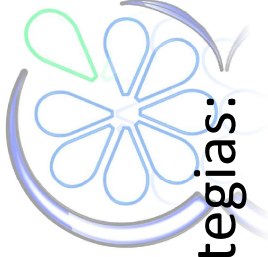
- Espacio físico para pruebas
- Museo del motor
- MotoGP
- WSBK Superbike
- Fórmula 2
- Otras competiciones



III. CLIENTES

5. - **Segmentos de clientes:** Se identifica a qué clientes sirve la empresa.

¿Para quién?



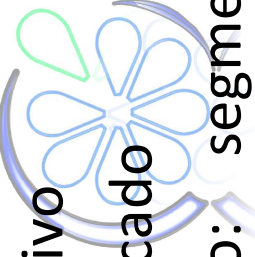
Existen varias estrategias:

- 1ª Mercado masivo: no hay segmentación.
- 2ª Nicho de mercado: segmentación sobre necesidades y características de sus clientes especializados.

III. CLIENTES

5. - **Segmentos de clientes:** ¿Para quién?

Existen varias estrategias:



- 1ª Mercado masivo
- 2ª Nicho de mercado
- 3ª Segmentado: segmentación adicional dentro de los segmentos de clientes.
- 4ª Diversificación: múltiples segmentos.
- 5ª Plataforma múltiple / Mercado: segmentos de clientes mutuamente dependientes.

III. CLIENTES

EJEMPLOS- Segmentos de clientes: ¿Para quién?

1ª Mercado masivo



2ª Nicho de mercado



3ª Segmentado



4ª Diversificación



5ª Plataforma múltiple / Mercado

II. OFERTA

EJEMPLO → Circuito de Jerez

Segmentos de clientes: ¿Para quién?

Diversificación



III. CLIENTES

6. - **Canales:** Una empresa puede entregar su propuesta de valor a sus clientes objetivo a través de diferentes canales.

¿Cómo llega al cliente?

III. CLIENTES

EJEMPLO → Circuito de Jerez

6. - **Canales:** ¿Cómo llega al cliente?

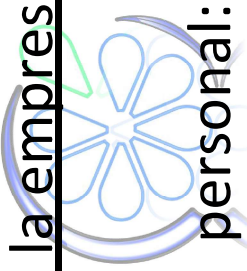
Utiliza canales propios.

Radio, Televisión, Redes Sociales, Publicidad de empresas asociadas, Marketing boca a boca, promoción turística del Ayuntamiento, Diputación y Junta de Andalucía...

III. CLIENTES

7. - Relaciones con los clientes: Se debe crear una relación con los clientes y saber cuál es.

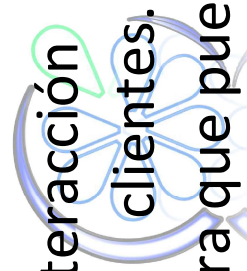
¿Cómo se relaciona la empresa con los clientes?

- 
- ★ Asistencia personal: Interacción emplead@-cliente. Se lleva a cabo durante y/o después de las ventas.
 - ★ Asistencia personal dedicada: representante de ventas personal para manejar todas las necesidades y preguntas.

III. CLIENTES

7. - Relaciones con los clientes:

¿Cómo se relaciona la empresa con los clientes?

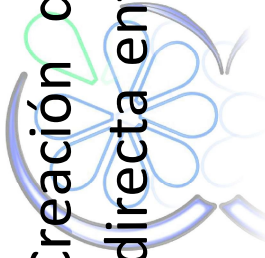
- 
- ★ Self Service: Interacción indirecta entre la empresa y los clientes. Proporciona las herramientas para que puedan servirse.
 - ★ Servicios automatizados: Similar al auto-servicio, pero un mayor grado de personalización, identifica a los clientes individuales y sus preferencias.

III. CLIENTES

7. - Relaciones con los clientes:

¿Cómo se relaciona la empresa con los clientes?

- ★ Comunidades: Creación de una comunidad con interacción directa entre los clientes y la empresa.
- ★ Co-creación: Relación personal a través de la entrada directa del cliente en el resultado final de los productos de la empresa.



III. CLIENTES

EJEMPLOS- Relaciones con los clientes: ¿Cómo se relaciona la empresa con los clientes?

Asistencia personal.



Asistencia personal dedicada.



Self Service.

amazon

III. CLIENTES

EJEMPLOS- Relaciones con los clientes: ¿Cómo se relaciona la empresa con los clientes?

Servicios automatizados.



Comunidades.



Co-creación.

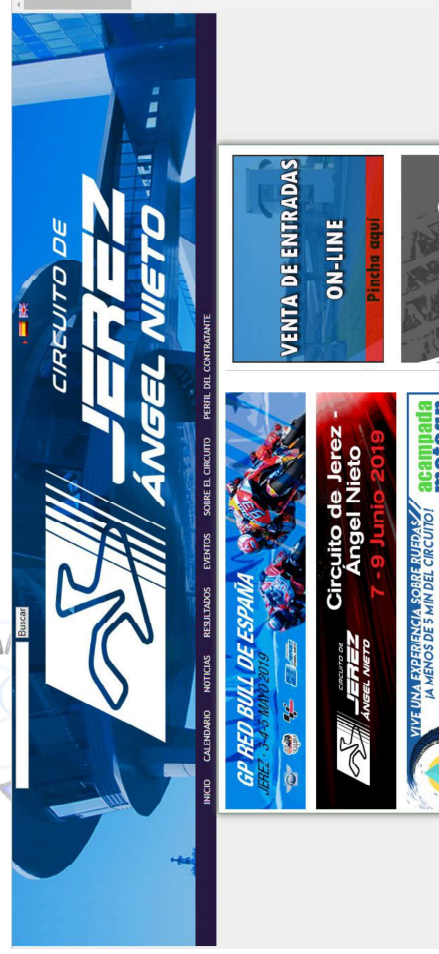
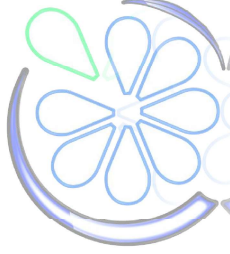


II. OFERTA

EJEMPLO → Circuito de Jerez

- Relaciones con los clientes

Asistencia personal



IV. FINANZAS

8. - **Estructura de costes:** describe los hechos monetarios más importantes mientras opera bajo diferentes modelos de negocio.
- Costo-Driven: minimizar los costes.
 - Value-Driven: creación de valor.

¿Cuánto cuesta?

IV. FINANZAS

8. - **Estructura de costes:**

¿Cuánto cuesta?

- Costes fijos: no varían.
- Costes variables: varían dependiendo de la cantidad de producción.
- Economías de escala: disminuyen conforme aumenta la producción.
- Economías de alcance: disminuyen al incorporar otros negocios.

IV. FINANZAS

EJEMPLO → Circuito de Jerez

8. - Estructura de costes: ¿Cuánto cuesta?

- Costes fijos: cánones, salarios...
- Costes variables: mantenimiento pistas e instalaciones, seguridad, limpieza...
- Economías de escala: Cuanto más entradas vende los costes unitarios descienden.
- Economías de alcance: Centro tecnológico.



IV. FINANZAS

9. - Fuentes de ingresos: es la forma en que realiza los ingresos.

¿Cuánto ingresa?

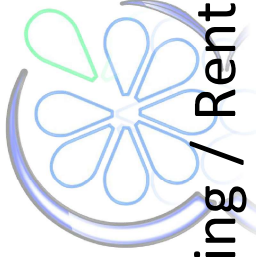


- Venta de activos: Venta de bienes físicos.
- Tarifas de uso: Venta de un servicio particular.
- Tasas de suscripción: Venta de servicios continuos.

IV. FINANZAS

9. - **Fuentes de ingresos:** es la forma en que realiza los ingresos.

¿Cuánto ingresa?



- Préstamo / Leasing / Renting: Derecho de un activo durante un período de tiempo.
- Licencias: son los ingresos por cobrar por uso de una propiedad intelectual.

IV. FINANZAS

9. - **Fuentes de ingresos:** es la forma en que realiza los ingresos.

¿Cuánto ingresa?



- Honorarios de corretaje: comisión de agente intermediario.
- Publicidad: Ingresos generados por cobro de tarifas para publicidad.



IV. FINANZAS

EJEMPLO → Circuito de Jerez

9. - Fuentes de ingresos: es la forma en que realiza los ingresos.

¿Cuánto ingresa?



- Venta de activos: Venta en tienda.
- Tarifas de uso: Importe por usar pista.
- Publicidad: Ingresos generados por paneles publicitarios.

IV. FINANZAS

EJEMPLO → Circuito de Jerez

9. - Fuentes de ingresos: es la forma en que realiza los ingresos.

¿Cuánto ingresa?



- Venta de activos: Venta en tienda.
- Tarifas de uso: Importe por usar pista.
- Publicidad: Ingresos generados por paneles publicitarios.

3. Plantilla

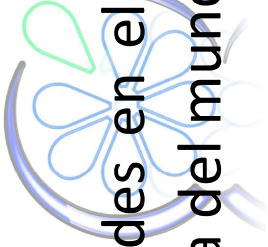
http://www.alcaladesarrollo.net/images/Documentos/4_Emprende/Plantilla%20Lienzo%20Canvas.doc

3. Plantilla

Asociaciones Clave 	Actividades clave 	Valor añadido 	Relaciones con los clientes 	Clientes 
	Recursos clave 		Canales 	
Costes 		Ingresos 		

4. Elevator Pitch

Consiste en explicar tu proyecto de manera breve y resumida a un posible inversor/a.



Imagina que coincides en el ascensor con un/a importante persona del mundo financiero.

Debes explicar tu proyecto para atraerle hacia el mismo.

4. Elevator Pitch

Ejemplos



4. Elevator Pitch

Ejemplos



Actividad 6

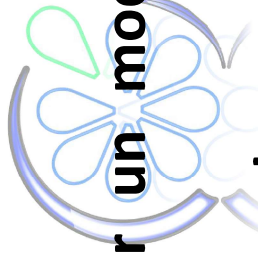
Canvas

**¿Y qué es lo que hace
tu empresa?**



Actividad 6 Canvas

A partir del trabajo realizado a lo largo de todo el curso:



1. **Deberás realizar un modelo de lienzo de negocios.**
2. **Deberás exponerlo en clase a tus compañeros/as.**

Requisitos

- Exposición: los mismos criterios de la unidad anterior.
- Realizado a ordenador y en **formato presentación**.
- **Mínimo 1 diapositiva por componente.**
- Fuente de letra: Arial, Tamaño: 12, Interlineado Sencillo.
- Trabajos copiados contarán como no presentados.
- **Deberá enviarse la presentación a economiaflores@gmail.com antes de las 23:59 del lunes de la semana que se exponga.** Trabajos enviados fuera de fecha llevarán la calificación de no presentado.
- El archivo se nombrará “Unidad_Apellidosdelalumn@”.

El alumno o alumna que no supere el 50% de la nota de algún trabajo o presente plagio deberá realizar una prueba de recuperación sobre la unidad didáctica al final del trimestre.