

Business Model

Sesión 5 - Formación para Agentes
de Desarrollo Local

Objetivos

El Business Model Canvas (BMC) es una herramienta visual diseñada para ayudar a emprendedores y empresas a estructurar su modelo de negocio de manera clara y eficiente. Se compone de 9 bloques que permiten definir y analizar los elementos clave de cualquier negocio.

- **Objetivos de la sesión:**

- Comprender la estructura y utilidad del BMC.
- Identificar el impacto de cada bloque en un modelo de negocio.
- Aplicar el BMC a ideas de negocio reales.
- Analizar ejemplos de startups exitosas y su modelo de negocio.
- Explorar la adaptabilidad del BMC a mercados emergentes.

02

¿Qué es el Business Model Canvas?

¿Qué es el Business Model Canvas?

El Business Model Canvas es una herramienta desarrollada por Alexander Osterwalder que permite representar de forma gráfica el modelo de negocio de una empresa. Su propósito es facilitar la comprensión y el análisis de la propuesta de valor, los clientes, los canales de distribución, la estructura de costos y las fuentes de ingresos.

Características principales:

1. **Visual y flexible:** Se adapta a cualquier tipo de negocio.
2. **Colaborativo:** Permite la co-creación entre equipos.
3. **Dinámico:** Puede modificarse según las necesidades del mercado.

03

Beneficios del Business Model Canvas

Ejercicio práctico:

- Analiza una panadería local y reflexional en grupo cómo puede evolucionar aplicando el Business Model Canvas

04

Los 9 Bloques del Business Model Canvas

El BMC se compone de 9 bloques fundamentales que estructuran un modelo de negocio:

1. **Propuesta de valor:** ¿Qué problema soluciona tu negocio?
2. **Segmentos de clientes:** ¿Quiénes son tus clientes ideales?
3. **Canales:** ¿Cómo entregas tu propuesta de valor?
4. **Relación con clientes:** ¿Cómo interactúas con ellos?
5. **Flujos de ingresos:** ¿Cómo genera ingresos tu negocio?
6. **Recursos clave:** ¿Qué elementos son esenciales para operar?
7. **Actividades clave:** ¿Cuáles son las acciones fundamentales?
8. **Socios clave:** ¿Qué alianzas estratégicas necesitas?
9. **Estructura de costes:** ¿Cómo gestionas los costos de tu negocio?

05

Propuesta de Valor

La propuesta de valor es el corazón del modelo de negocio. Representa la razón por la cual los clientes eligen una empresa en lugar de otra. Se trata del conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento de clientes específico.

1. Aspectos clave:

- ¿Qué problemas del cliente soluciona tu negocio?
- ¿Qué necesidades satisface?
- ¿Qué diferencia tu oferta de la competencia?

05

Propuesta de Valor

Ejercicio práctico:

- En equipos definiréis la propuesta de valor de un negocio elegido y la presentaréis en 3 frases concisas.

06

Segmentos de Clientes

Un negocio debe identificar claramente a sus segmentos de clientes para entender sus necesidades y comportamientos.

- **Masivo:** Un amplio mercado con necesidades similares.
- **Nicho:** Un segmento específico con necesidades particulares.
- **Segmentado:** Diferentes grupos con características similares.
- **Diversificado:** Clientes con necesidades y problemas muy distintos.
- **Plataformas multilaterales:** Clientes interdependientes, como en marketplaces.

¿Sabrías describir los segmentos de clientes de una startup conocida y explicar por qué fueron seleccionados?

07

Canales

Los canales describen cómo una empresa entrega su propuesta de valor a sus clientes. Pueden ser físicos o digitales.

1. Tipos de canales:

- **Venta directa:** Tiendas físicas, e-commerce.
- **Distribuidores:** Empresas que venden en nombre de la marca.
- **Plataformas digitales:** Apps, redes sociales, marketplaces.
- **Marketing y comunicación:** Publicidad, SEO, email marketing.

08

Relación con Clientes

La relación con los clientes define la forma en que la empresa interactúa con ellos a lo largo del tiempo.

1. Estrategias de relación:

- **Asistencia personal:** Soporte individualizado.
- **Autoservicio:** El cliente se gestiona solo.
- **Comunidades:** Espacios donde los clientes pueden interactuar.
- **Automatización:** Chatbots, respuestas automáticas.

09

Fuentes de Ingreso

Las fuentes de ingreso describen cómo una empresa genera dinero a partir de cada segmento de clientes.

1. Modelos de ingresos:

- Venta de productos/servicios.
- Suscripciones.
- Publicidad.
- Licencias.
- Comisiones.
- Modelo SBI

10

Recursos Clave

Los recursos clave son los activos esenciales que una empresa necesita para funcionar y entregar su propuesta de valor.

1. Modelos de ingresos:

- **Físicos:** Infraestructura, equipos, local comercial.
- **Intelectuales:** Marcas, patentes, datos, software.
- **Humanos:** Talento especializado, equipo de trabajo.
- **Financieros:** Inversiones, líneas de crédito.

11

Actividades Clave

Las actividades clave son las acciones esenciales que una empresa debe llevar a cabo para operar con éxito.

1. Ejemplos de actividades clave:

- **Producción:** Creación de productos o servicios.
- **Resolución de problemas:** Consultorías, soporte técnico.
- **Plataforma/red:** Gestión de plataformas digitales o comunidades.

2. Ejercicio:

- Define tres actividades clave para un negocio que elijas y explica su impacto en la propuesta de valor.

12

Socios Clave

Los socios clave son aliados estratégicos que ayudan a la empresa a optimizar su modelo de negocio, reducir riesgos o acceder a recursos adicionales.

1. Ejemplos de aplicación:

- **Alianzas estratégicas:** Empresas que colaboran en proyectos conjuntos.
- **Cooperación con competidores:** Modelos de competencia colaborativa.
- **Proveedores y distribuidores:** Empresas que suministran materiales o facilitan la entrega de productos.

2. Actividad:

- Identifica dos socios clave para el anterior negocio y detalla cómo contribuyen a su éxito.

13

Estructura de Costes

La estructura de costes define todos los gastos necesarios para operar un negocio.

- Tipos de estructura de costes:
 - **Basado en costos:** Empresas que buscan minimizar gastos (low cost).
 - **Basado en valor:** Empresas que priorizan la diferenciación y exclusividad.
 - **Costos fijos y variables:** Identificación de gastos constantes y variables.

Integración del Business Model Canvas

En esta sección, se analiza cómo todos los bloques del Business Model Canvas se interconectan para formar un modelo de negocio sólido.

Pasos para integrar el BMC:

1. Revisar si la propuesta de valor se alinea con los segmentos de clientes.
2. Validar la eficiencia de los canales y la relación con clientes.
3. Ajustar la estructura de costos con las fuentes de ingresos.
4. Optimizar actividades, recursos y socios clave.

Ejercicio final:

- Utilizando el negocio que has pensando anteriormente presenta tu Business Model Canvas completo, utilizando las partes ya hechas anteriormente, explicando cada bloque y sus decisiones estratégicas.

15

Evaluación y Seguimiento del BMC

Un modelo de negocio debe ser revisado y ajustado constantemente para asegurar su efectividad y adaptación al mercado.

Métodos de evaluación:

- **Feedback de clientes:** Encuestas, entrevistas, observaciones.
- **Métricas clave:** Análisis de ingresos, costos, tasas de conversión.
- **Pruebas de hipótesis:** Validación de cambios en la propuesta de valor.
- **Benchmarking:** Comparación con competidores y referentes de la industria.

Ejercicio final:

- Utilizando el negocio que has pensando anteriormente presenta tu Business Model Canvas completo, utilizando las partes ya hechas anteriormente, explicando cada bloque y sus decisiones estratégicas.

16

Adaptación del BMC a Mercados Emergentes

Los modelos de negocio deben ser flexibles para responder a cambios en el entorno y oportunidades de nuevos mercados.

Factores clave de adaptación:

- Nuevas necesidades del cliente.
- Tendencias tecnológicas y digitales.
- Cambios en la regulación y políticas locales.
- Condiciones económicas y socioculturales.

17

Conclusiones

La clave del éxito en cualquier modelo de negocio radica en su capacidad de adaptación, en la validación constante de hipótesis y en la innovación continua. La implementación del BMC permite a los emprendedores y empresas mantener un enfoque estratégico y orientado a la mejora continua, asegurando una propuesta de valor relevante y sostenible en el tiempo.