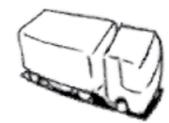


[UTNEMPRENDE.COM.AR](http://UTNEMPRENDE.COM.AR)

- Modelos de negocios
- Ejemplos
- Grupos
- Listado de ideas

# LIENZO MODELOS DE NEGOCIO (BMC)

<p><b>Socios clave</b></p> 	<p><b>Actividades clave</b></p> 	<p><b>Propuesta de Valor</b></p> 	<p><b>Relaciones con clientes</b></p> 	<p><b>Segmentos de cliente</b></p> 
	<p><b>Recursos clave</b></p> 		<p><b>Canales</b></p> 	
<p><b>Estructura de costes</b></p> 		<p><b>Fuentes de ingresos</b></p> 		

# MODELOS DE NEGOCIO- DEFINICIÓN

Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor.

El modelo de negocio es una especie de anteproyecto de una estrategia que se aplicará en las estructuras, procesos y sistemas de una empresa.

# ¿QUIÉN LO CREÓ?

El modelo de Alexander Osterwalder ofrece un **concepto simple, relevante y fácilmente comprensible** que al tiempo simplifica en exceso el complejo funcionamiento de una empresa.

Necesidad de construir un **lenguaje compartido** que permita fácilmente **describir y gestionar modelos de negocio** con el fin de desarrollar **nuevas alternativas estratégicas**.

# MODELOS DE NEGOCIO

El modelo de OSTERWALDER describe el modelo de negocio en **9 módulos básicos** que reflejan la lógica que sigue una empresa para generar ingresos.

Estos 9 módulos cubren las **4 áreas principales** de un negocio:

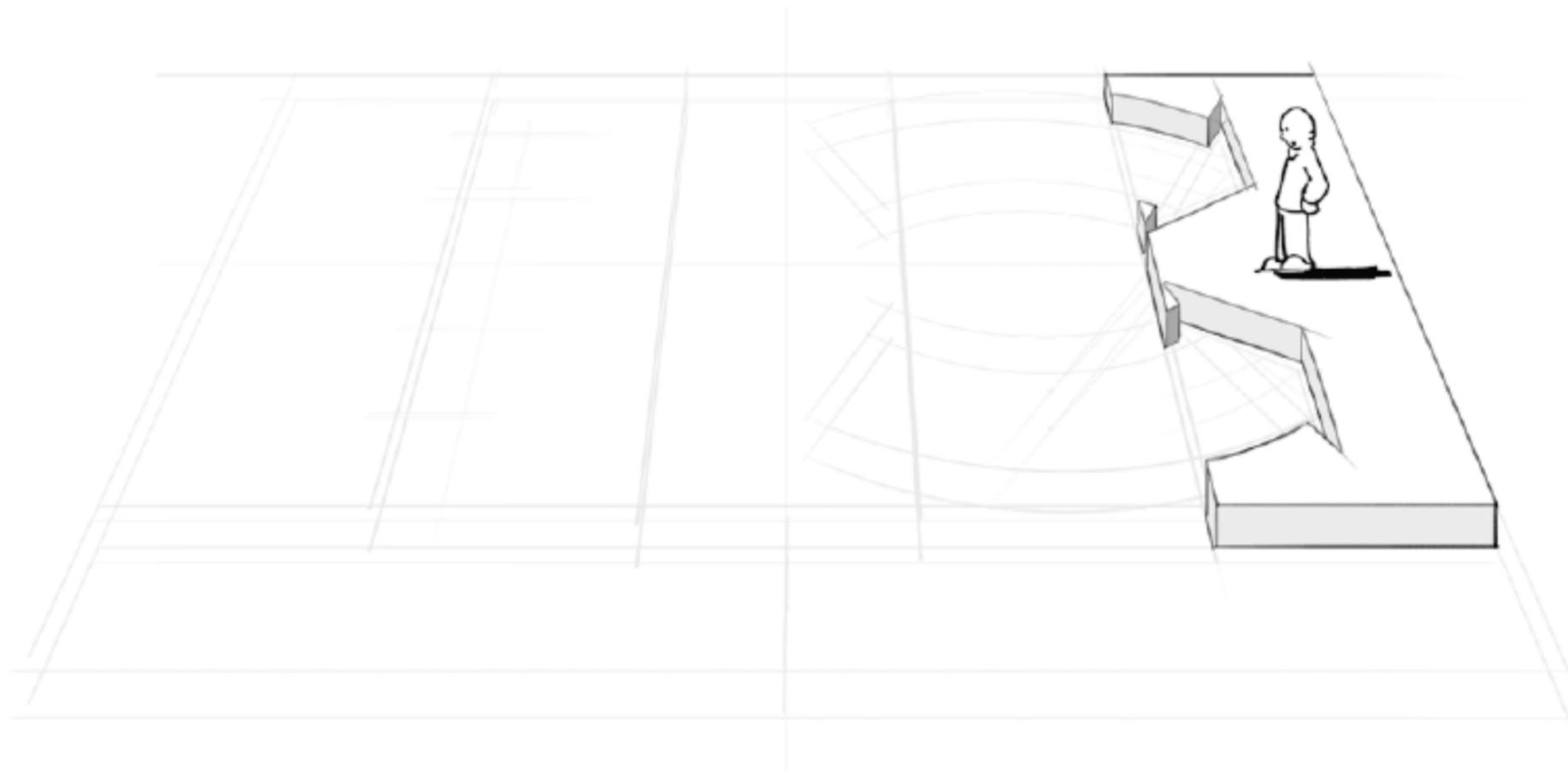
- Clientes
- Oferta
- Infraestructura
- Viabilidad económica

# 4 ÁREAS PRINCIPALES



# MODELOS DE NEGOCIO

## SEGMENTOS DE CLIENTES



# 1. SEGMENTOS DE CLIENTES

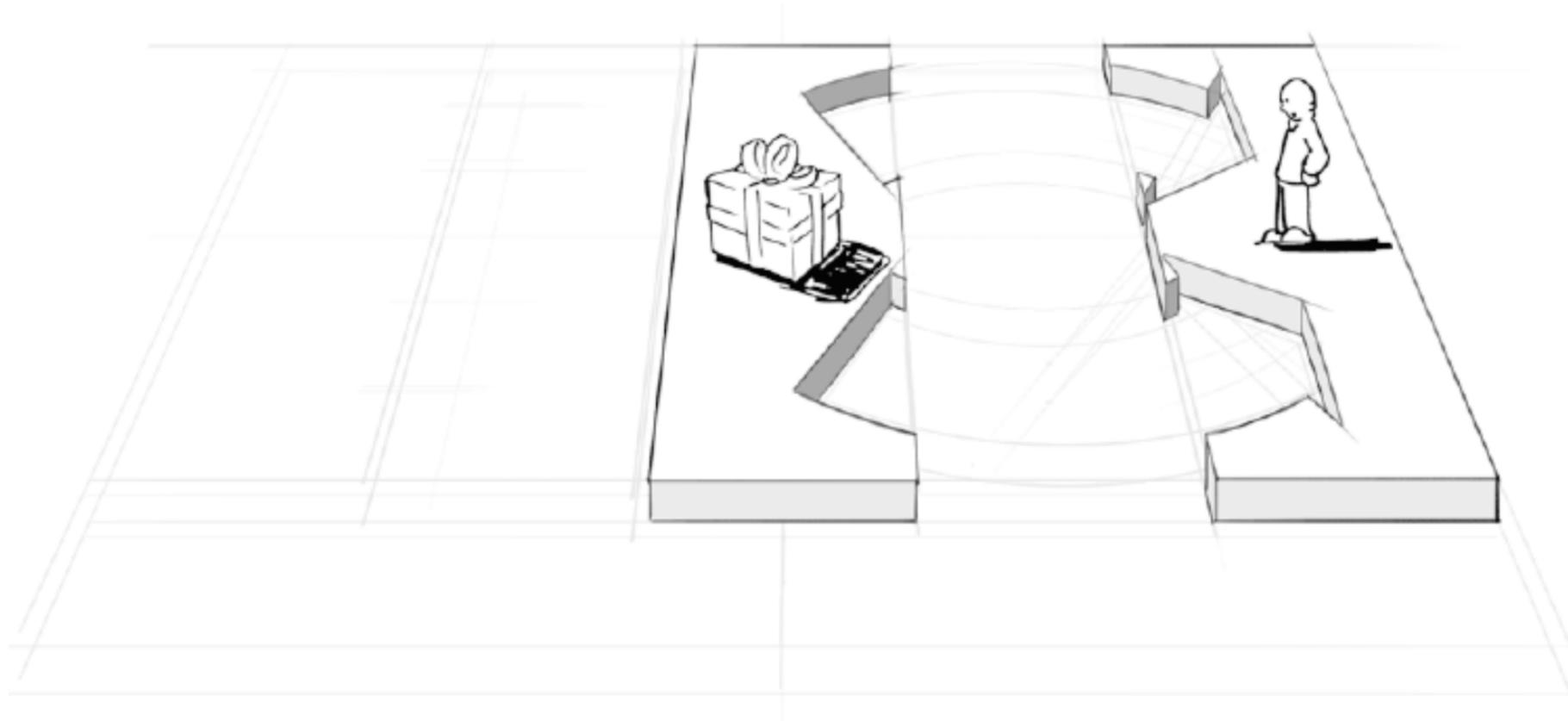
Define los diferentes grupos de personas o organizaciones a los que una empresa trata de llegar para prestarle un servicio.

Distintos tipos de segmentos:

- Mercado masivo
- Mercado de nichos
- Segmentado
- Diversificado
- Plataformas múltiples (tarjetas de crédito: clientes y empresas que aceptan el pago a través de esa vía)

# MODELOS DE NEGOCIO

## PROPUESTA DE VALOR



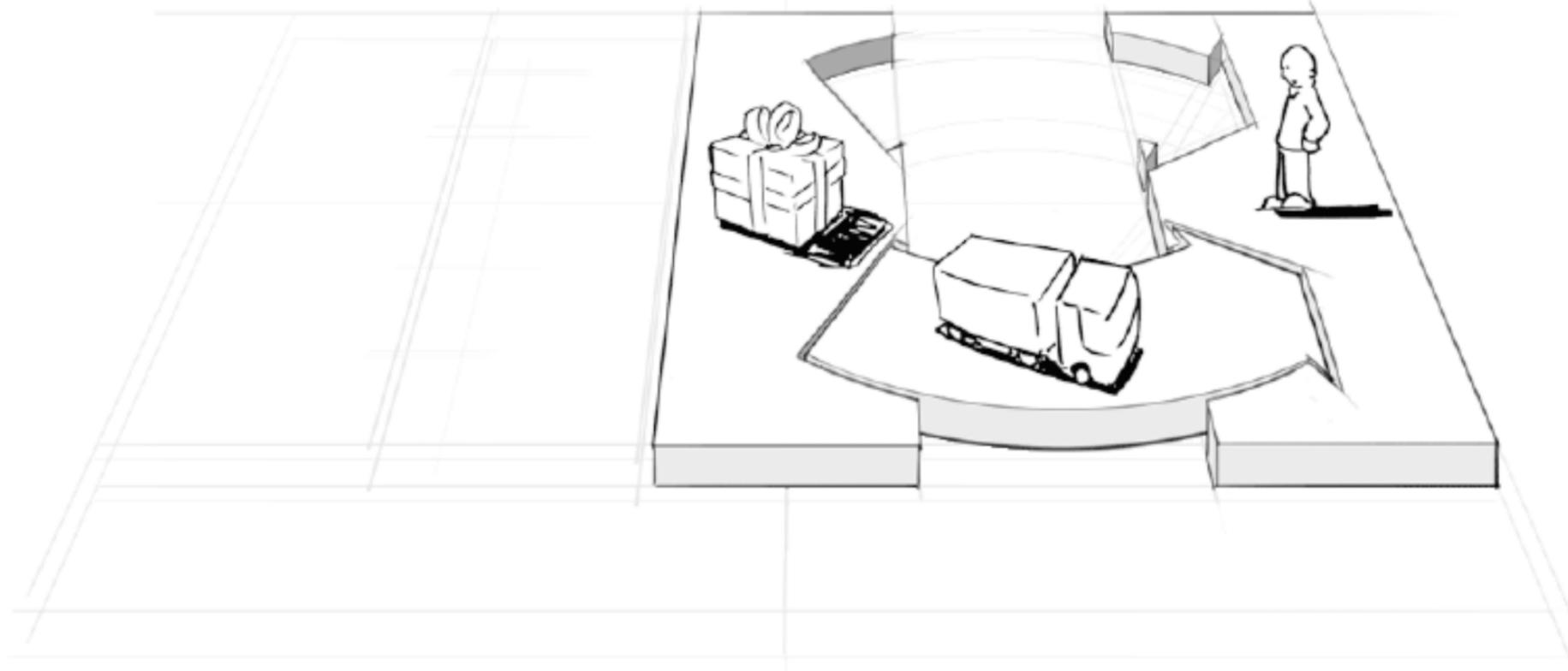
## 2. PROPUESTA DE VALOR

Elementos que contribuyen a la creación de valor:

- Novedad
- Rendimiento
- Personalización
- Efectividad realizando el trabajo
- Diseño
- Marca / status
- Precio
- Reducción de costos
- Reducción de riesgos
- Accesibilidad

# MODELOS DE NEGOCIO

## CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN



# 3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Descripción de cómo una empresa se comunica con su cliente para hacerle llegar su propuesta de valor.

Los canales tienen entre otras las siguientes funciones:

1. Dar a conocer a los clientes los productos y servicios de una empresa
2. Ayudar a los clientes a evaluar la propuesta de valor de la empresa
3. Permitir que los clientes compren productos y servicios específicos
4. Proporcionar a los clientes una propuesta de valor
5. Ofrecer a los clientes un servicio de atención posventa.

# 3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Los canales pueden ser:

## - Directos

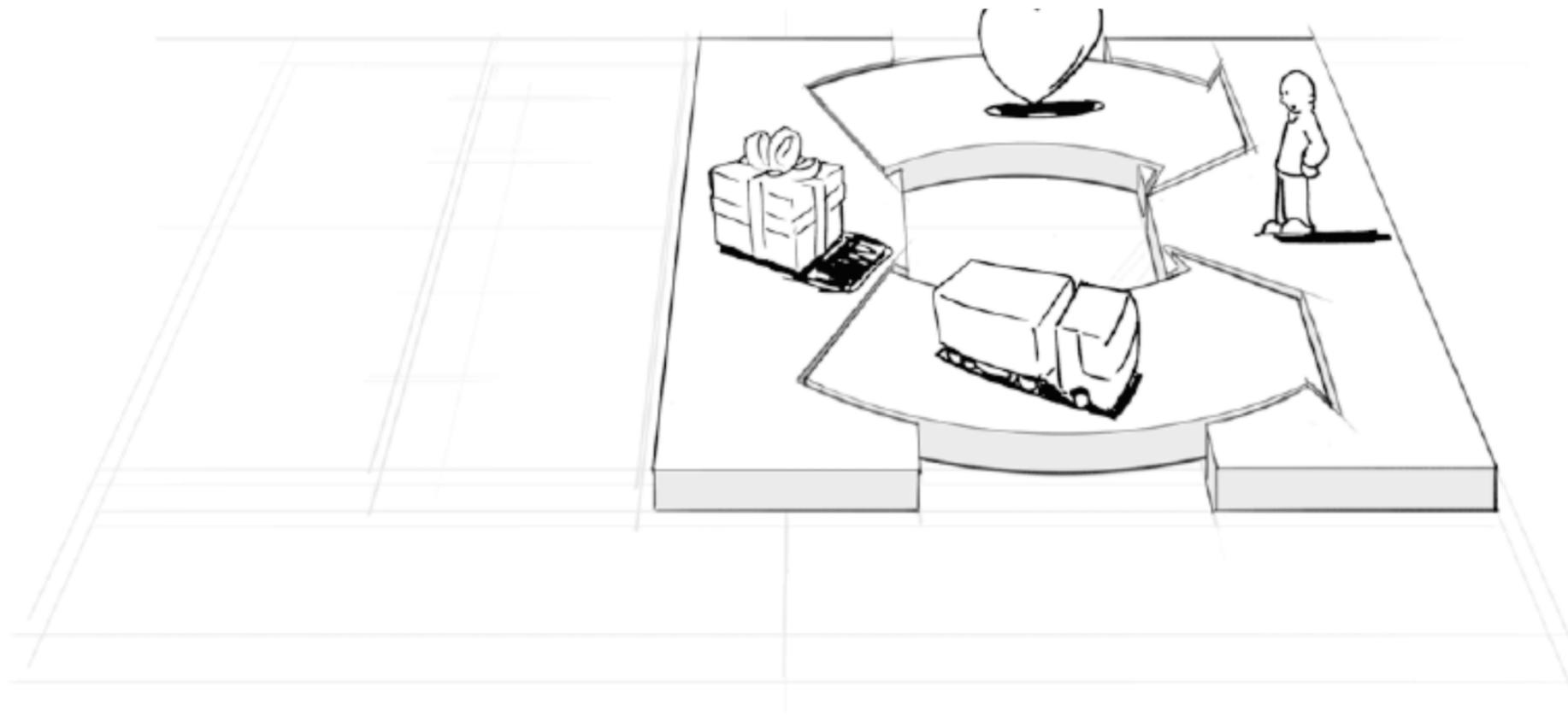
- Equipo comercial
- Ventas en internet

## - Indirectos

- Tiendas
- Mayoristas

# MODELOS DE NEGOCIO

## RELACIONES CON CLIENTES



# 4. RELACIÓN CON LOS CLIENTES

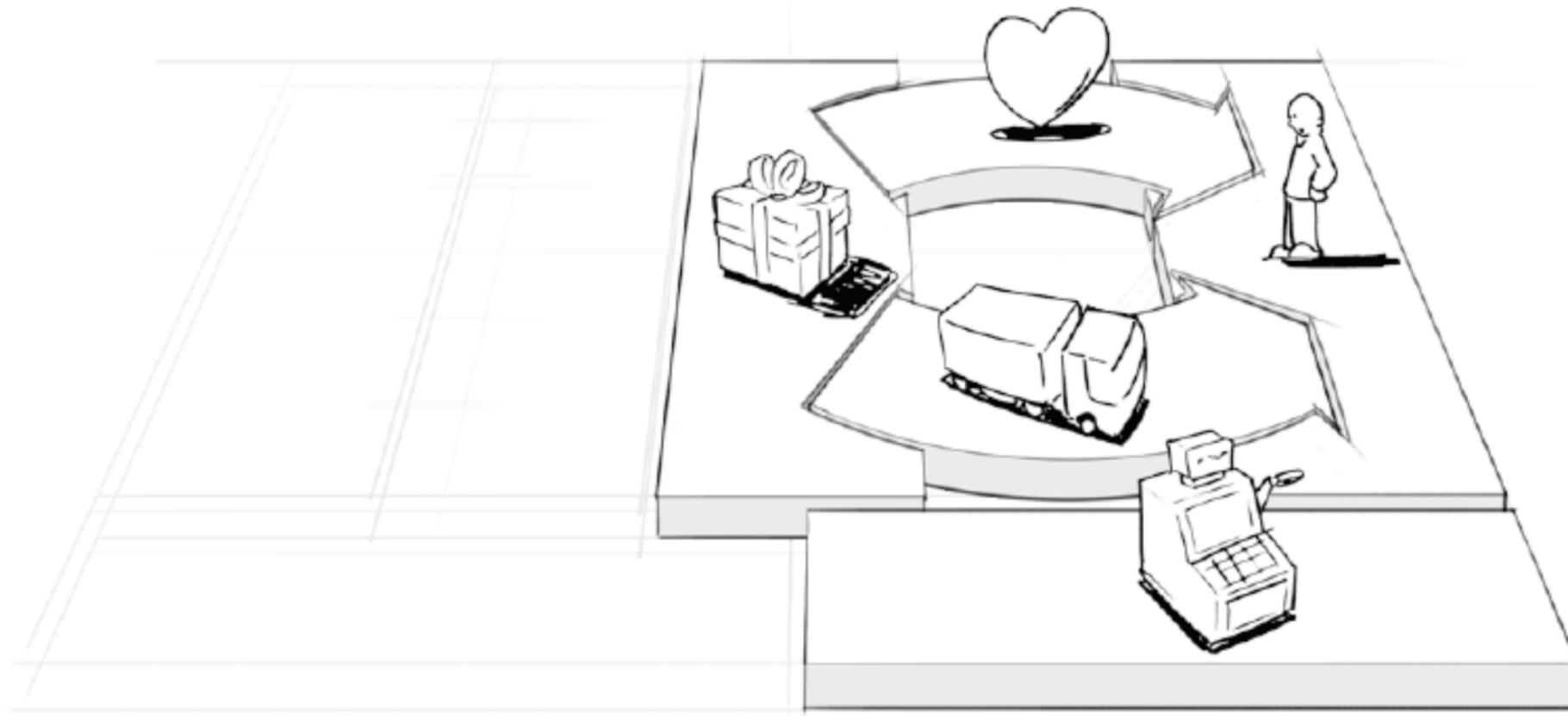
Descripción del tipo de relaciones que una compañía tiene con sus clientes.

Ejemplos:

1. Asistencia personal
2. Asistencia personal dedicada
3. Servicios automatizados
4. Comunidades

# MODELOS DE NEGOCIO

## FUENTES DE INGRESOS



## 5. FUENTE DE INGRESOS

Las fuentes de ingresos representa la forma en que la empresa genera los ingresos para cada cliente. La obtención de ingresos puede ser de un solo pago o de un pago recurrente. La generación de estos ingresos puede ser de diferentes tipos:

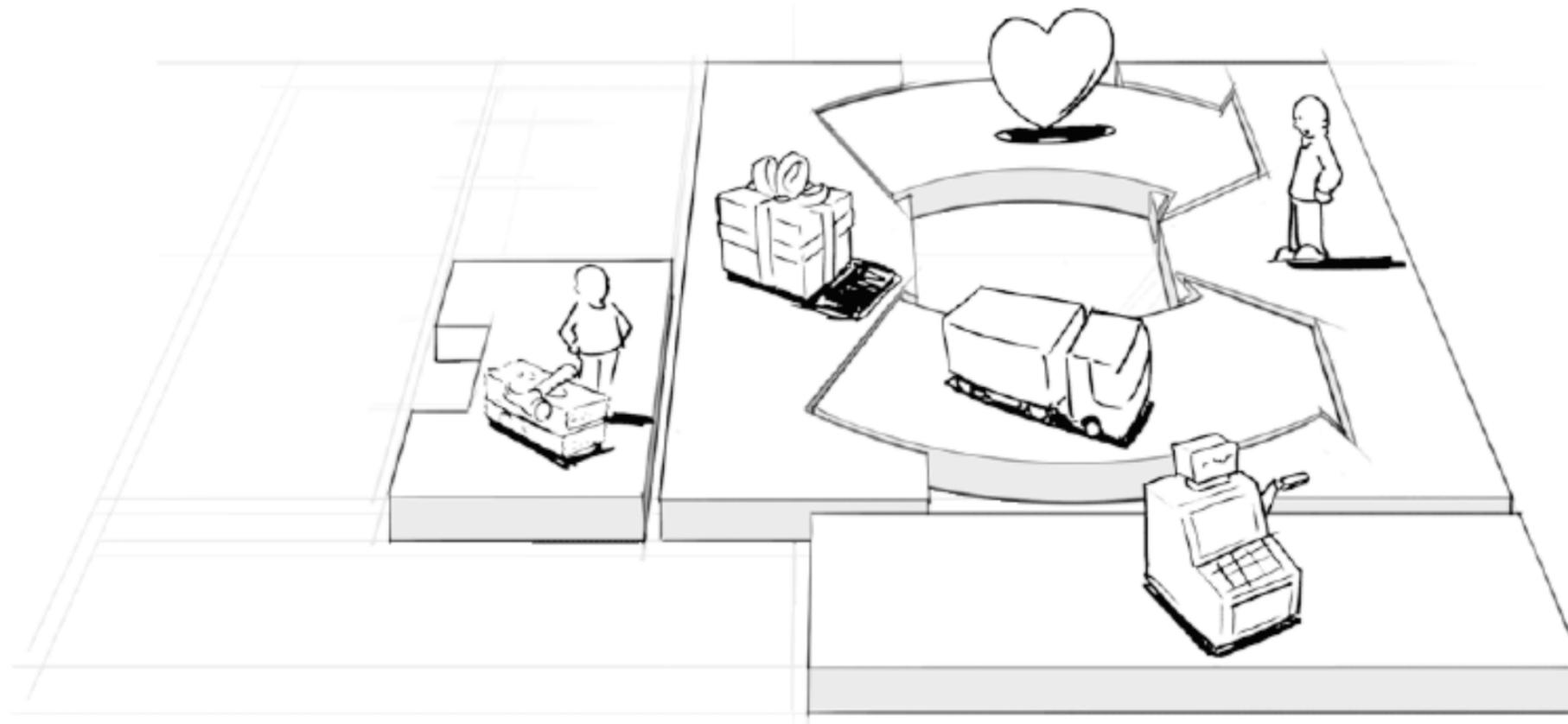
**Venta:** es la más típica de las fuentes de ingresos. La compañía vende un producto a un cliente por el que recibirá un único pago.

**Pago por uso:** se paga por el uso que se hace del servicio, mayor uso mayor pago.

**Suscripción:** pago recurrente por usar un servicio.

# MODELOS DE NEGOCIO

## RECURSOS CLAVE



# 6. RECURSOS CLAVE

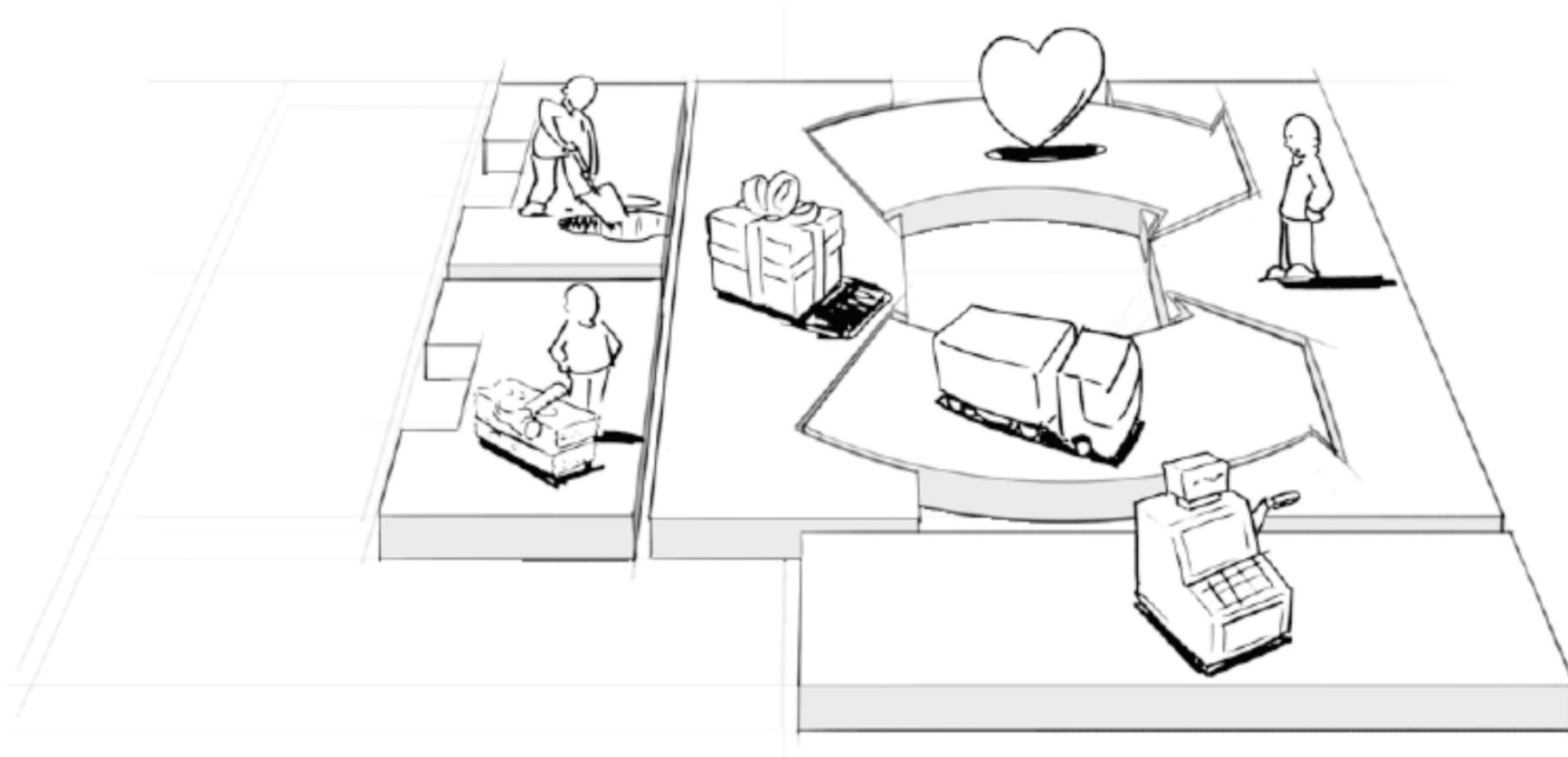
Recursos necesarios para que el modelo de negocios funcione:

**Ejemplos de activos:**

1. Físicos
2. Intangibles
3. Humanos
4. Financieros

# MODELOS DE NEGOCIO

## ACTIVIDADES CLAVE



# 7. ACTIVIDADES CLAVE

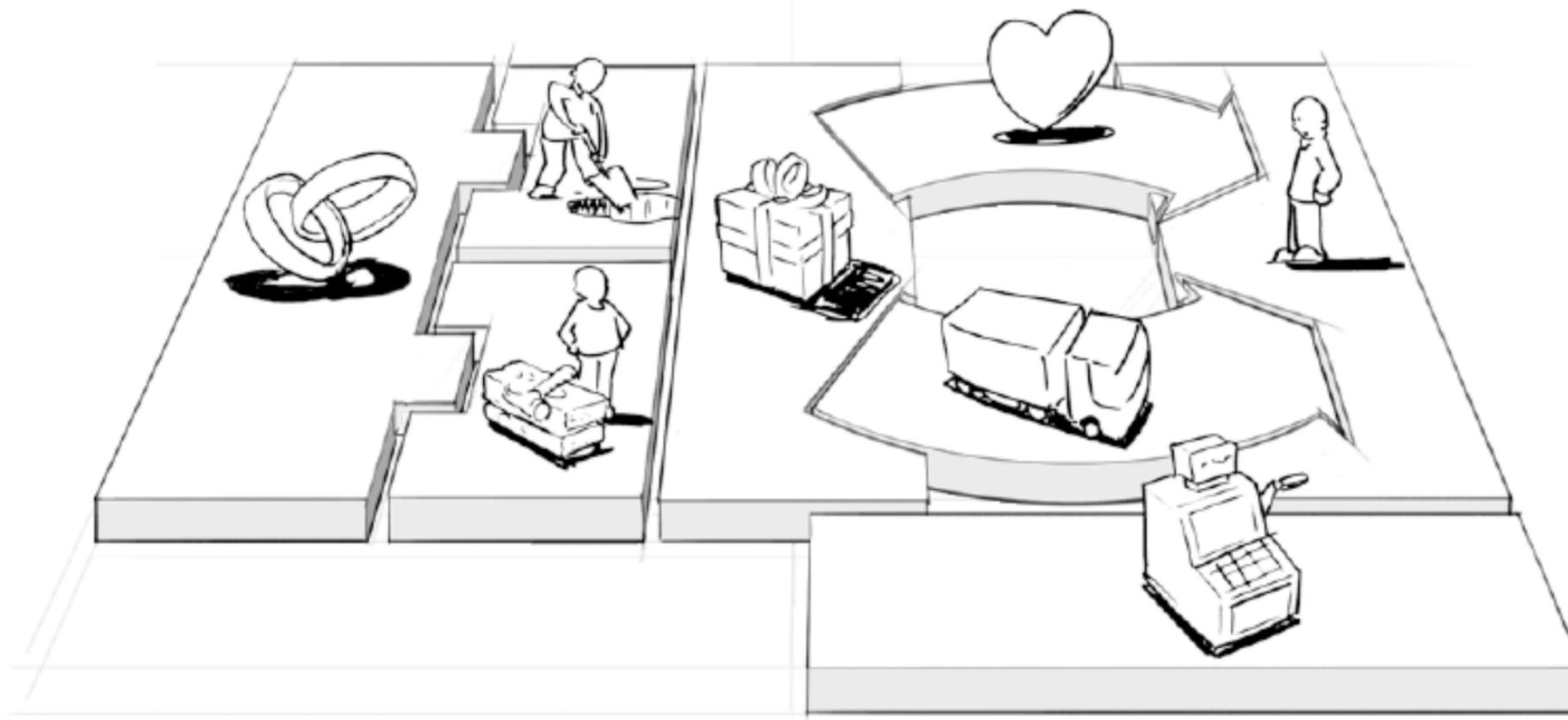
Descripción de las actividades críticas que la empresa debe realizar para que la proposición de valor funcione.

**Ejemplos de actividades clave:**

1. Producción / manufactura
2. Resolución de problemas
3. Plataforma / red

# MODELOS DE NEGOCIO

## SOCIOS CLAVE



## 8. SOCIOS CLAVE: RED DE ASOCIADOS

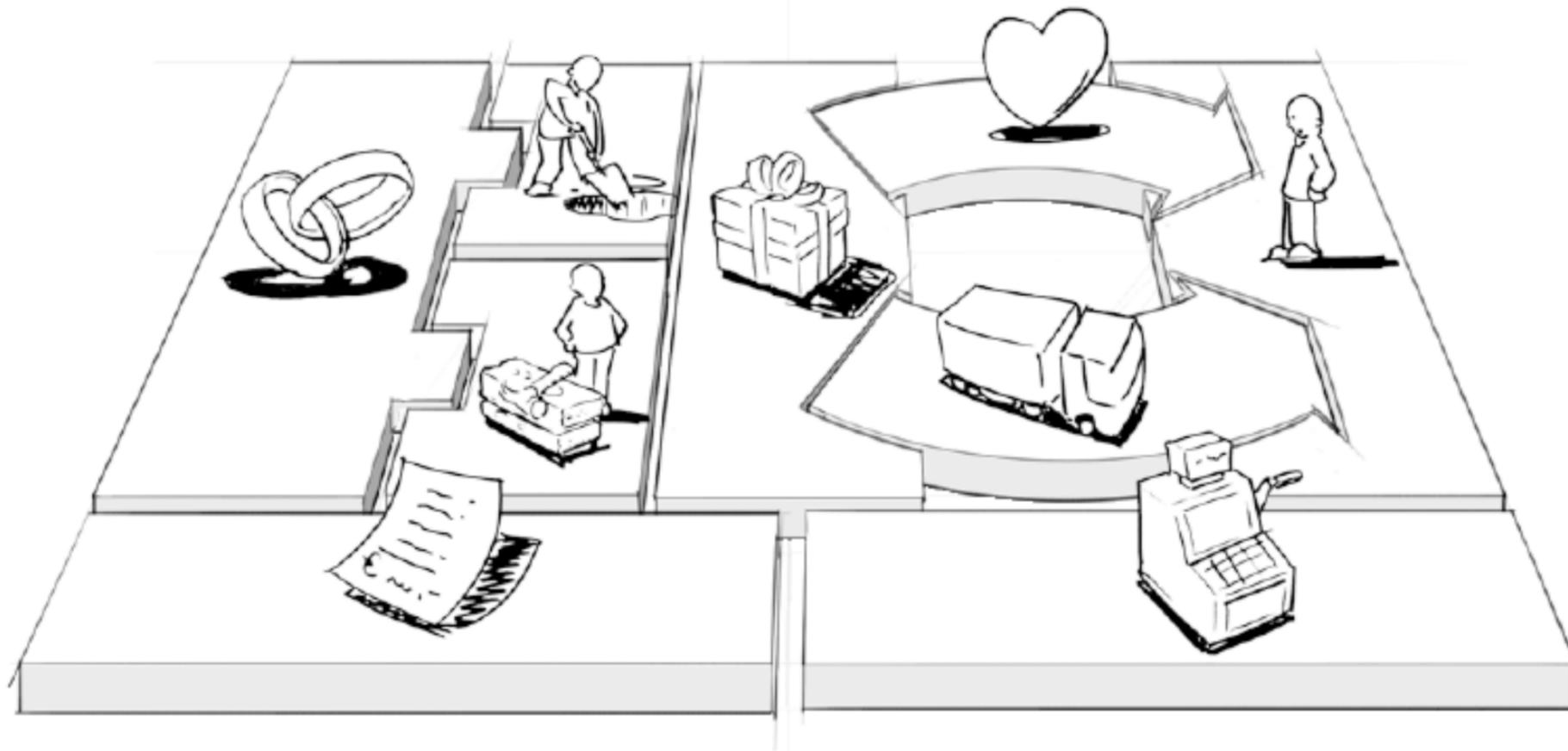
Descripción de la red de proveedores y socios que hacen que el modelo de negocios funcione.

### Tipos de relaciones:

- Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras.
- Coopetición: alianzas estratégicas entre competidores.
- Empresas conjuntas para desarrollar nuevos negocios.
- Relaciones comprador – proveedor para asegurar líneas de aprovisionamiento confiable.

# MODELOS DE NEGOCIO

## ESTRUCTURA DE COSTOS



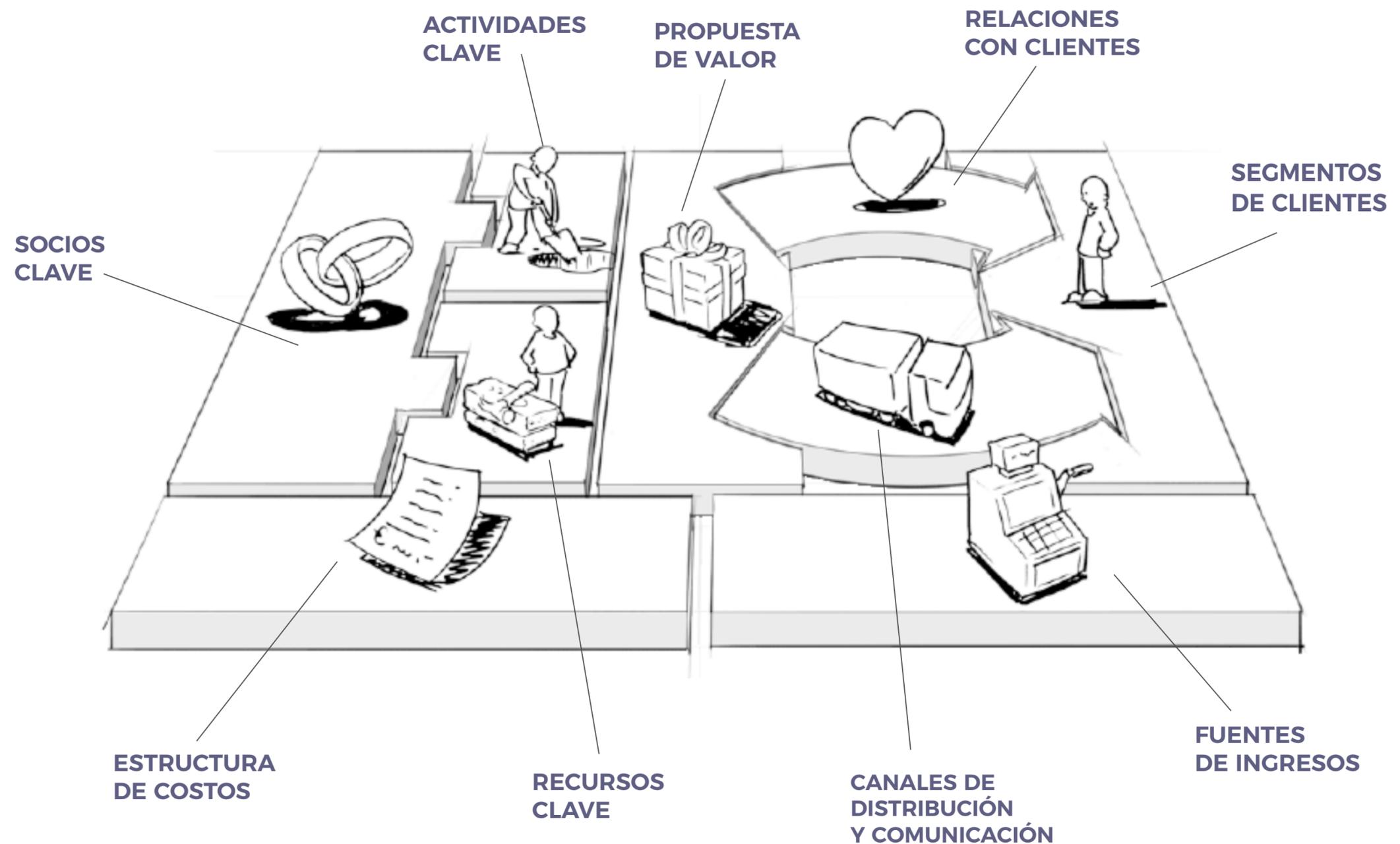
# 9. ESTRUCTURA DE COSTOS

Descripción de todos los costes en los que incurre una empresa que afecta a su modelo de negocios:

## Costos:

1. Orientada por el producto.
2. Sistemas de costeo por absorción.
3. Costes fijos.
4. Costes variables.

# MODELOS DE NEGOCIO - CANVAS



# LIENZO MODELOS DE NEGOCIO (BMC)



# LIENZO MODELOS DE NEGOCIO (BMC)



# MIRADA MACRO

## START UP EN ARGENTINA

Hasta dónde llegar el modelo emprendedor

# MIRADA MICRO

Podrá San Rafael transformarse en una usina  
de nuevas compañías.

(qué condiciones existen y qué falta para lograrlo)

# EJEMPLOS



Compañías que ofrezcan servicios de catering para empresas.  
Compañías que organicen fiestas de cumpleaños.  
Centros de impresión 3D  
Servicio de transporte rápido



Atención al cliente.  
Asesoría en el diseño de las tazas.  
Servicio de cafetería y catering para fiestas y reuniones de negocio.



Personal.  
Local.  
Vitrinas, mobiliario.  
Insumos  
Máquinas 3D  
|  
Plataforma tecnológica p  
Mantenimiento



Experiencia personalizada en el diseño e impresión 3d de la taza donde el cliente va a tomar el café.

El cliente se llevará la taza a su casa.



Ofertas especiales los días festivos (Madre, Padre, Navidad, del Amor, Cumpleaños etc.)  
El cliente se lleva la taza de recuerdo.  
Posibilidad de celebrar cumpleaños de manera original.



Ubicación a pie de calle.  
Página web, para que los clientes diseñen y adquieran la taza en línea.  
Cuentas en redes sociales.  
Contactos corporativos



Particulares que deseen personalizar su experiencia en la degustación del café o que deseen hacer un regalo diferente a familiares y amigos.

Empresas que deseen hacer reuniones de negocio y como valor quieran obsequiar la taza a los asistentes de la sesión.

Personas que deseen celebrar cumpleaños



Adquisición de todos los activos.  
Pago de personal.  
Pago de servicios públicos.  
Pago de impuestos.  
Adquisición de materia prima.



Cualquier forma de pago.  
Virtualmente pre-pagarán su taza .  
Cuando es un cliente particular, así será el pago.  
Cuando es un cliente corporativo, pasaré mi factura .  
Cuando es celebración, se realizará un contrato de servicio.

STRATEGIC PARTNERS



KEY ACTIVITIES



KEY RESOURCES



VALUE PROPOSITION



CUSTOMER RELATIONSHIP



DISTRIBUTION CHANNELS



CUSTOMER SEGMENT



# The Business Model Canvas

Disculando Por:

**UBER**



Disculando por:

Ricardo Aguilar Osorio

04 07 2016

1



# EJEMPLO “LO TRABAJAMOS”



El precio del aire 14 a 20 dolares.

 [utnemprende.com.ar](https://utnemprende.com.ar)

