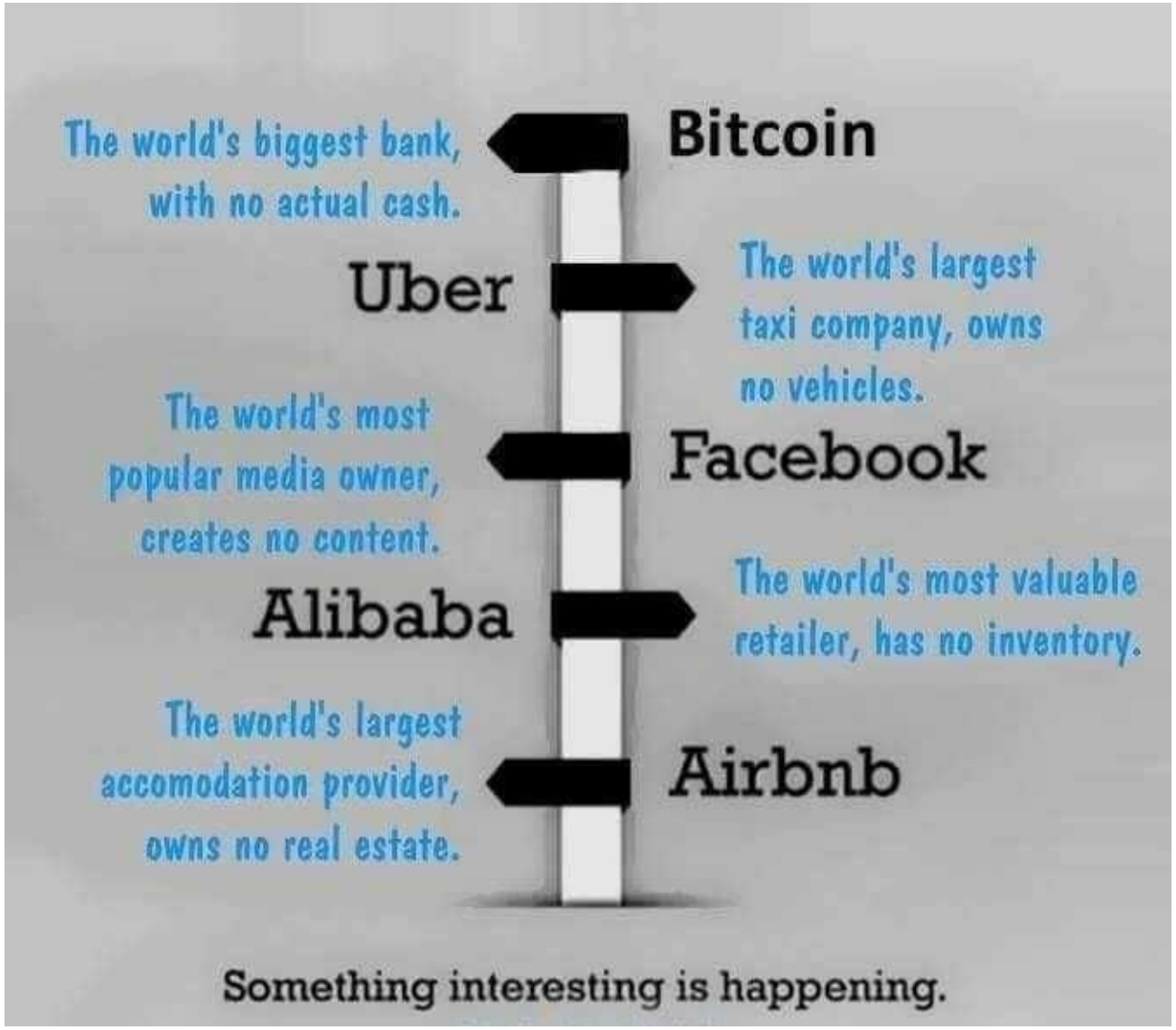
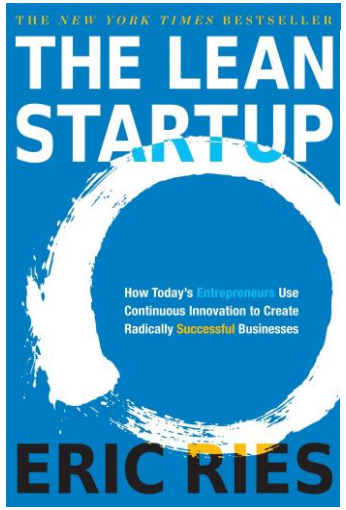
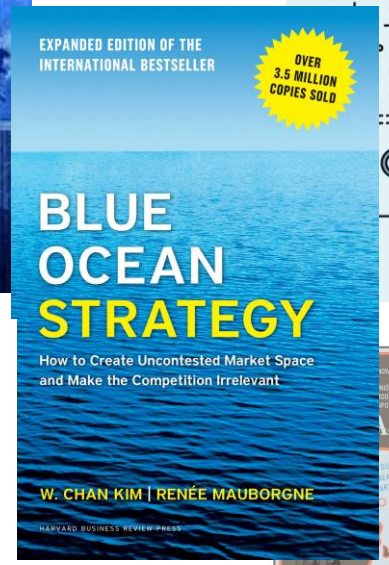
Generación de Modelo de Negocio CANVAS Aplicado a la formulación de Proyectos

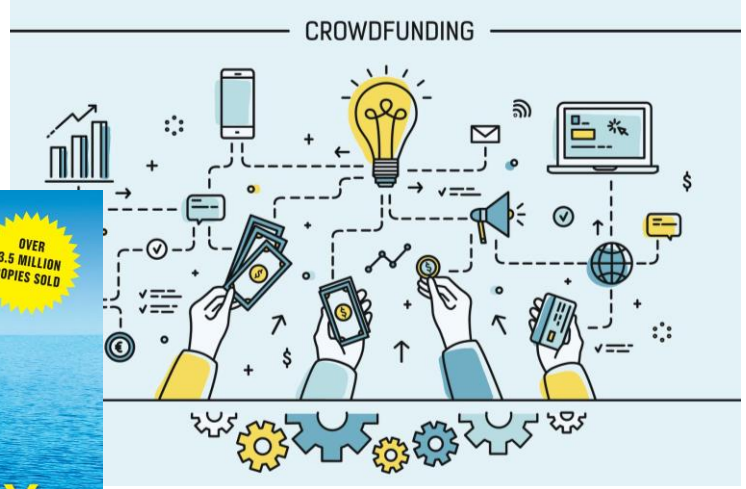
Reunión Panel TIC OIMA
Enero de 2020

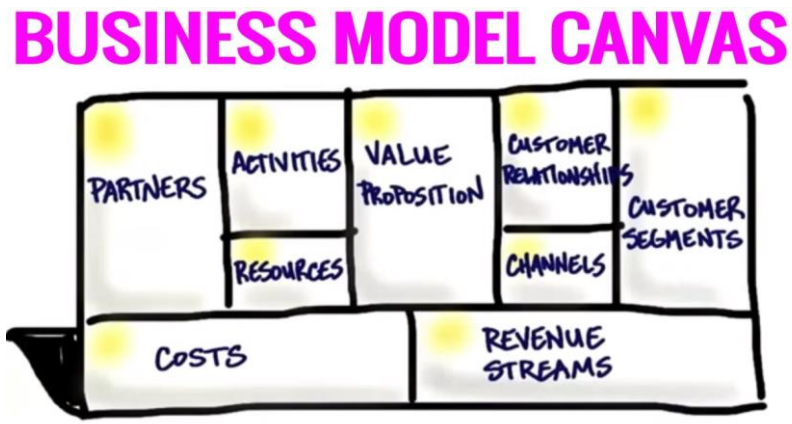

The world's biggest bank, with no actual cash.
Bitcoin
Uber
The world's largest taxi company, owns no vehicles.
The world's most popular media owner, creates no content.
Facebook
Alibaba
The world's most valuable retailer, has no inventory.
The world's largest accomodation provider, owns no real estate.
Airbnb
Something interesting is happening.

Nuevas metodologías desde la innovación









Generación de modelos de negocio

Alexander Osterwalder & Yves Pigneur

Nueve módulos

SM

1 Segmentos de mercado

Una empresa atiende a uno o varios segmentos de mercado.

PV

2 Propuestas de valor

Su objetivo es solucionar los problemas de los clientes y satisfacer sus necesidades mediante propuestas de valor.

C

3 Canales

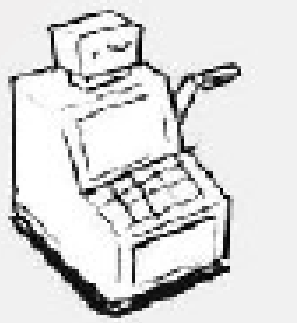
Las propuestas de valor llegan a los clientes a través de canales de comunicación, distribución y venta.

RCl

4 Relaciones con clientes

Las relaciones con los clientes se establecen y mantienen de forma independiente en los diferentes segmentos de mercado.

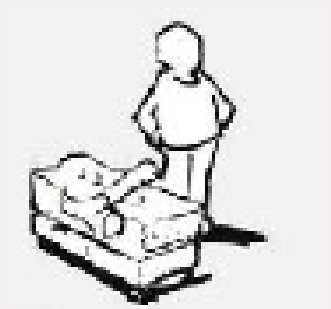
Nueve módulos



FI

5 Fuentes de ingresos

Las fuentes de ingresos se generan cuando los clientes adquieren las propuestas de valor ofrecidas.



RC

6 Recursos clave

Los recursos clave son los activos necesarios para ofrecer y proporcionar los elementos antes descritos...

AC

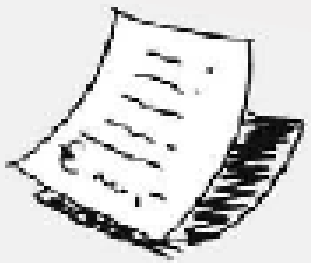
7 Actividades clave

... mediante una serie de actividades clave.

AsC

8 Asociaciones clave

Algunas actividades se externalizan y determinados recursos se adquieren fuera de la empresa.

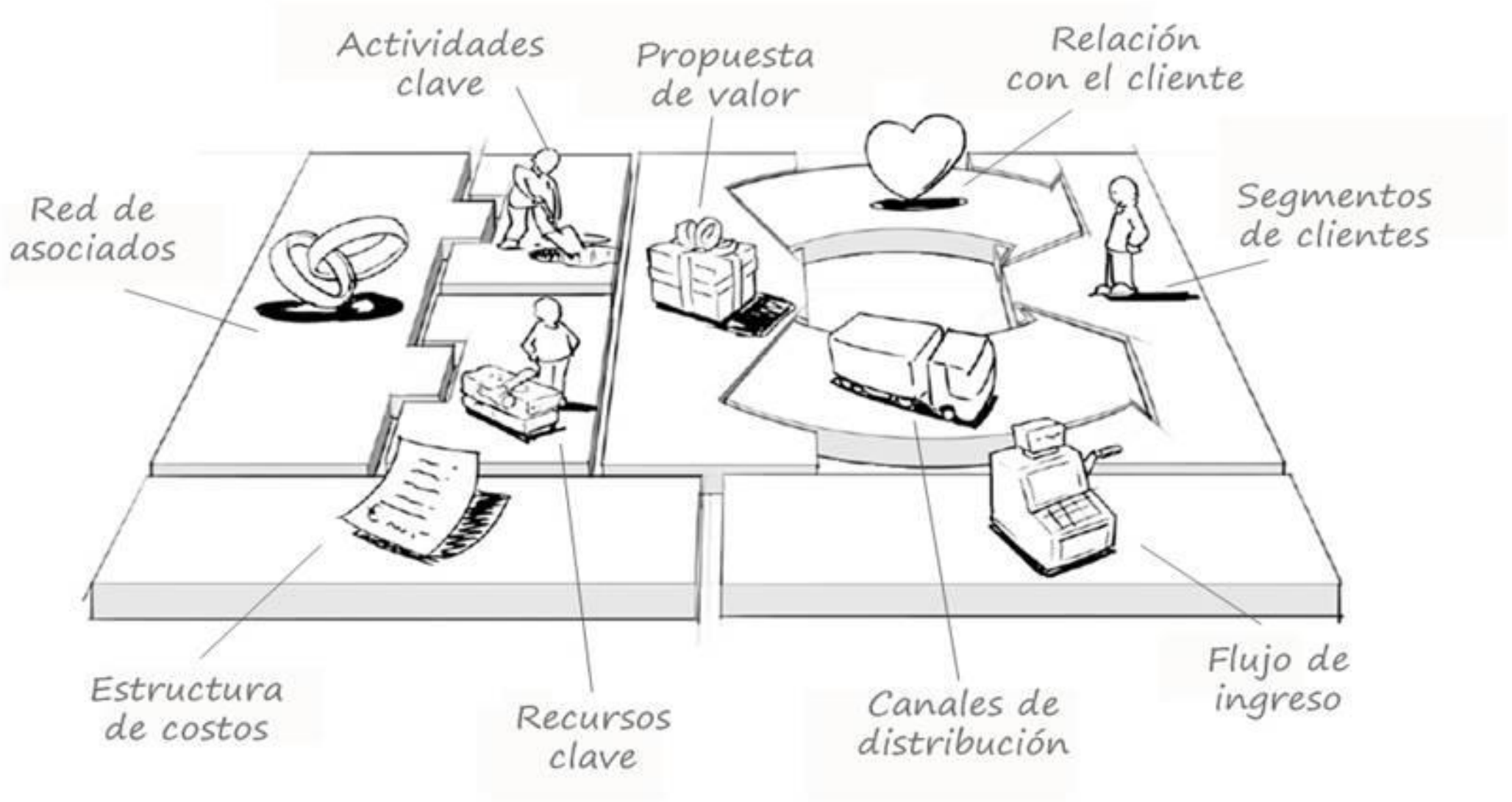


EC

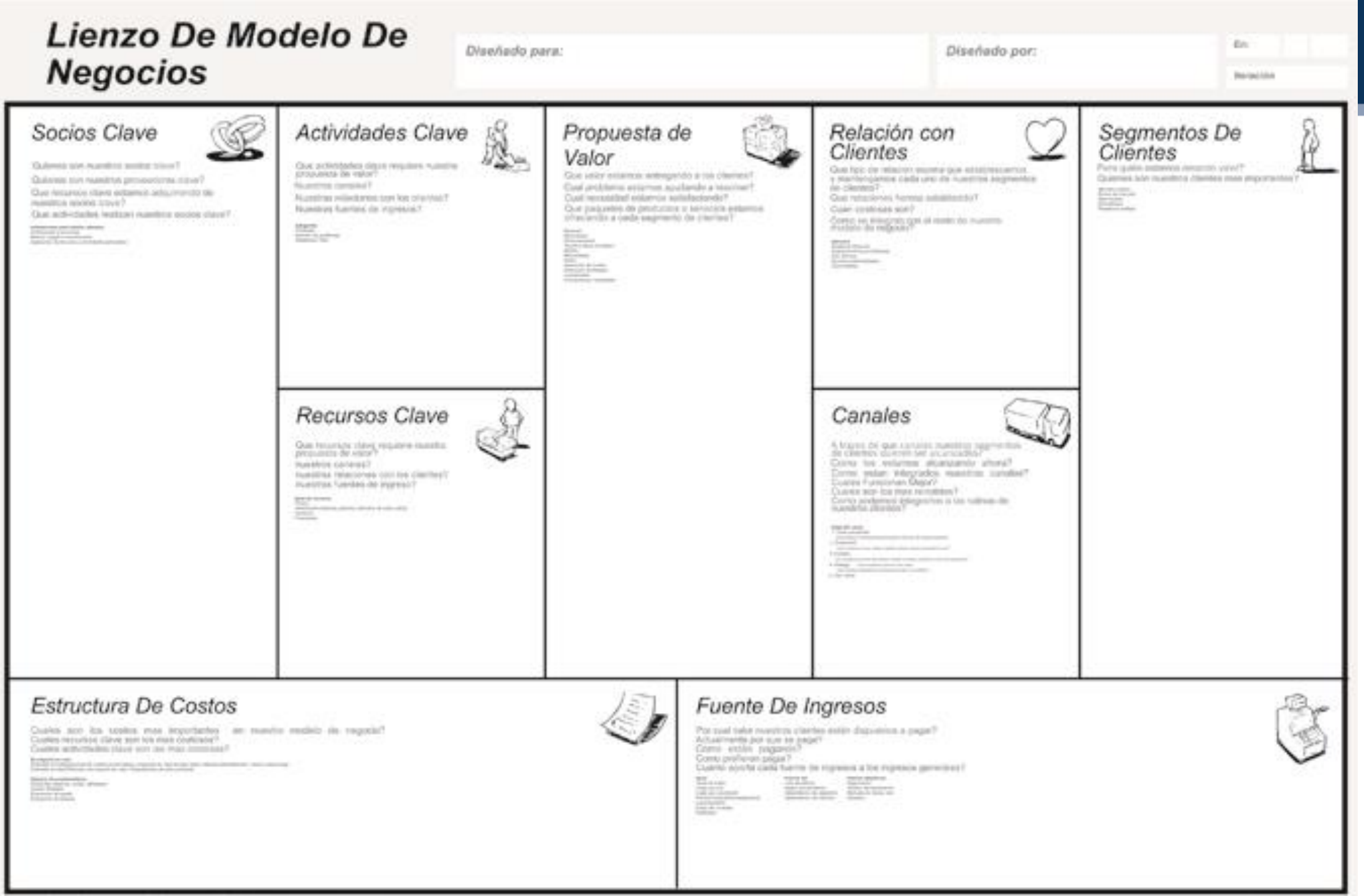
9 Estructura de costes

Los diferentes elementos del modelo de negocio conforman la estructura de costes.

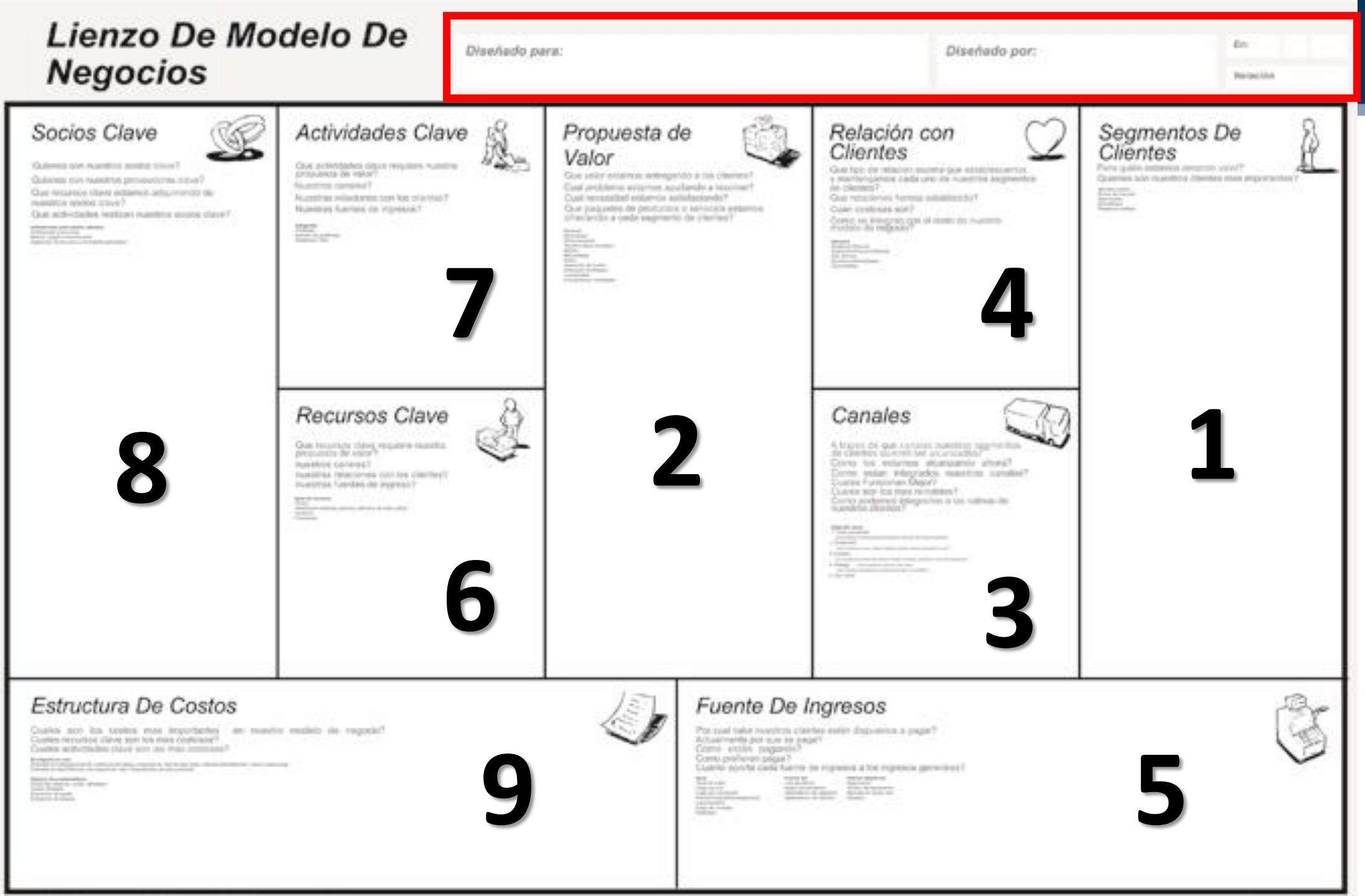
Lienzo de CANVAS:



Lienzo de CANVAS:



Lienzo de CANVAS, Orden de llenado



Lienzo de CANVAS:

1 *Segmentos De Clientes*

Para quién estamos creando valor?
Quienes son nuestros clientes mas importantes?

Mercado masivo
Nichos de mercado
Segmentado
Diversificado
Plataforma múltiple

Lienzo de CANVAS:

2 Propuesta de Valor

Que valor estamos entregando a los clientes?

Cual problema estamos ayudando a resolver?

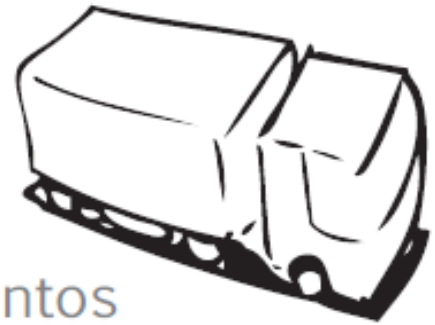
Cual necesidad estamos satisfaciendo?

Que paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?

Novedad
Desempeño
Personalizacion
"Ayuda a hacer el trabajo"
Diseño
Marca/Status
Precio
Reduccion de Costos
Reduccion de Riesgos
Accesibilidad
Conveniencia / Usabilidad

Lienzo de CANVAS:

3 Canales



A traves de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados?

Como los estamos alcanzando ahora?

Como estan integrados nuestros canales?

Cuales Funcionan Mejor?

Cuales son los mas rentables?

Como podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?

fases del canal:

1. *Crear conciencia*
   Como creamos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañia?
2. *Evaluación*
   Como ayudamos a que nuestros clientes evaluen nuestra propuesta de valor?
3. *Compra*
   Como podemos permitir que nuestros clientes compresn productos o servicios específicos?
4. *Entrega* *Como proveemos servicio Post venta?*
   Como estamos entregando la propuesta de valor a los clientes?
5. *Post Venta*

Lienzo de CANVAS:

4 *Relación con Clientes*

Que tipo de relación espera que establescamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes?

Que relaciones hemos establecido?

Cuan costosas son?

Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?

ejemplos

Asistencia Personal
Asistencia Personal Dedicada
Auto Servicio
Servicios Automatizados
Comunidades

Lienzo de CANVAS:

5 *Fuente De Ingresos*

Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?
Actualmente por que se paga?
Como están pagando?
Como prefieren pagar?
Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

tipos:
Venta de activo
Cargo por uso
Cargo por suscripción
Prestamo/Alquiler/Arrengamiento
Licensiamiento
Cargo de corretaje
Publicidad

Precios fijo
Lista de precios
Según caracteristicas
Dependiendo del segmento
Dependiendo del volumen

Precios dinámicos
Negociación
Gestión del rendimiento
Mercado en tiempo real
Subastas

Lienzo de CANVAS:

6 *Recursos Clave*

Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?

nuestros caneles?

nuestras relaciones con los clientes?

nuestras fuentes de ingreso?

tipos de recursos

Físicos

Intelectuales (Marcas, patentes, derechos de autor, datos)

Humanos

Financieros

Lienzo de CANVAS:

7 *Actividades Clave*

Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?

Nuestros caneles?

Nuestras relaciones con los clientes?

Nuestras fuentes de ingresos?

categorias

Produción

Solución de problemas

Plataforma / Red

Lienzo de CANVAS:

8 *Socios Clave*

Quienes son nuestros socios clave?

Quienes son nuestros proveedores clave?

Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?

Que actividades realizan nuestros socios clave?

motivaciones para realizar alianzas:
Optimización y economia
Reducir riesgos e incertidumbre
Adquisicion de recursos y actividades particulares

Lienzo de CANVAS: 9

Estructura De Costos

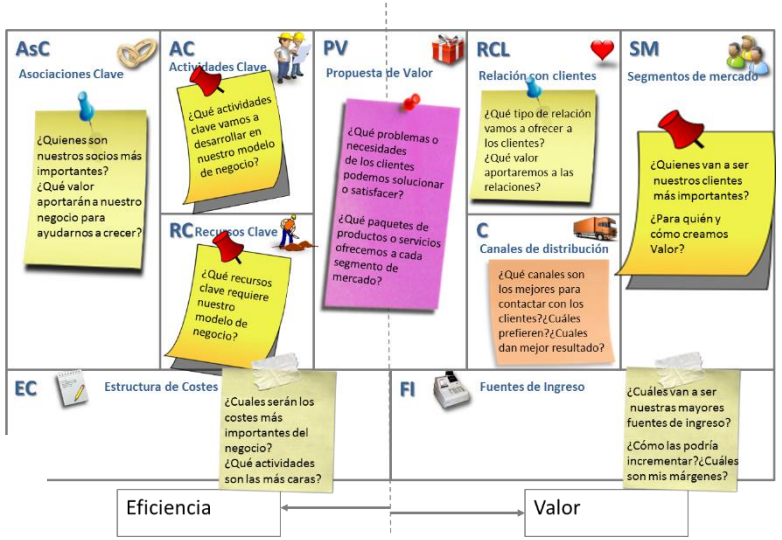
Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?
Cuales recursos clave son los mas costosos?
Cuales actividades clave son las mas costosas?

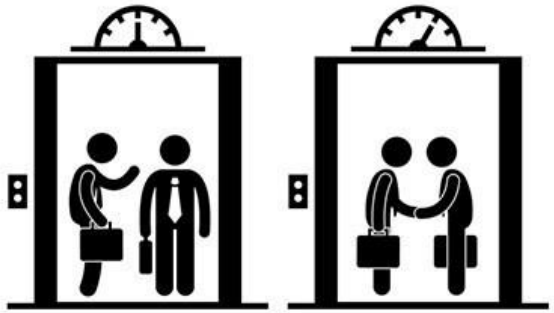
Su negocio es mas:
Enfocado al costo(estructura de costos conservadora, propuesta de valor de bajo costo, máxima automatización, mucho outsourcing)
Enfocado al valor(Enfocado a la creación de valor, Proposiciones de valor premium)

Ejemplo de características:
Costos fijo (Salarios, rentas, Utilidades)
Costos Variables
Economías de escala
Economías de alcance

Lienzo de CANVAS: Taller

- Proponer una idea para desarrollo
- Delinear un Lienzo de CANVAS
- Revisar su coherencia
- Construir un *Elevator Pitch* de máximo 2 minutos
- Plenaria y socialización



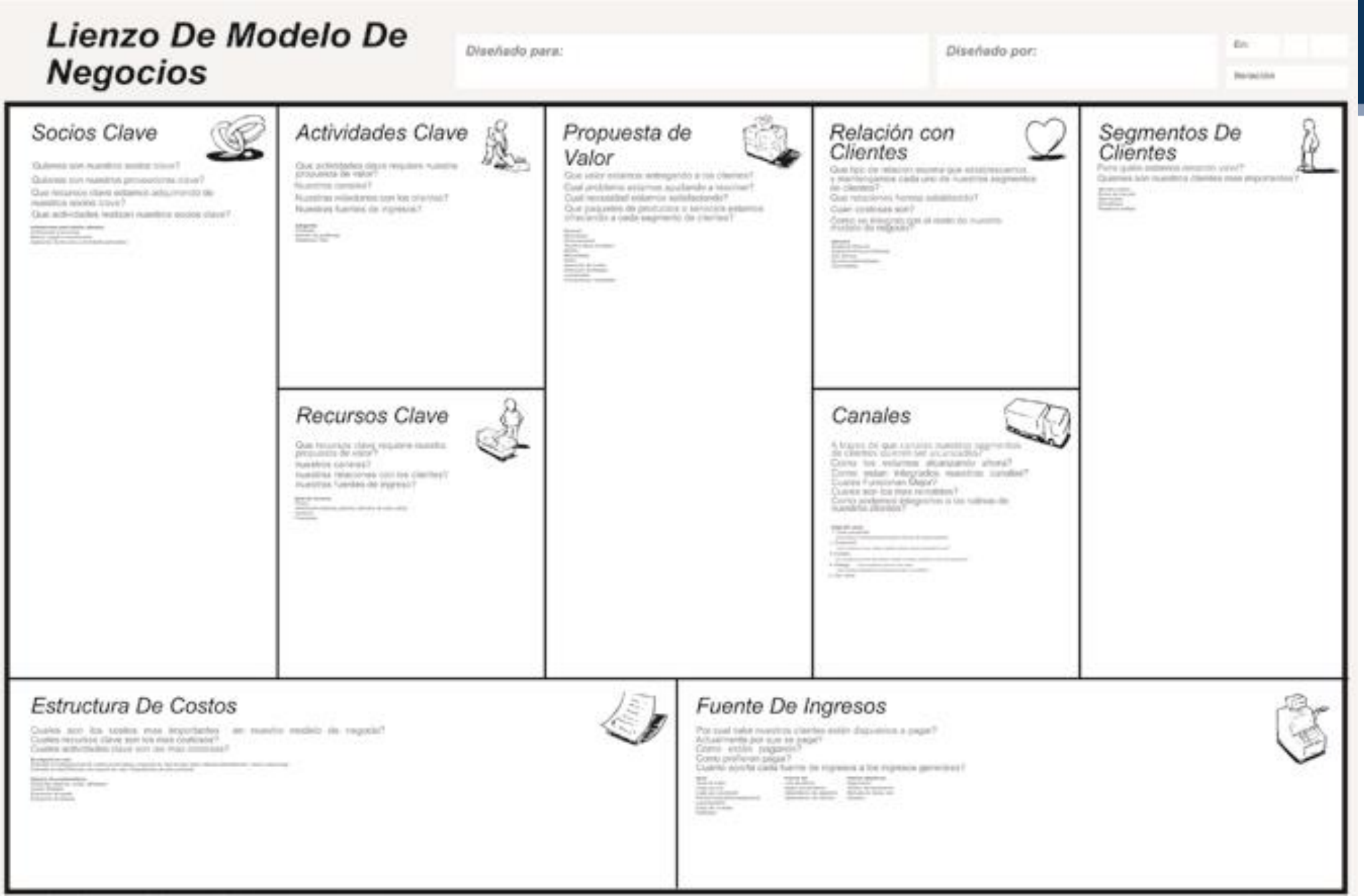


[redacted]

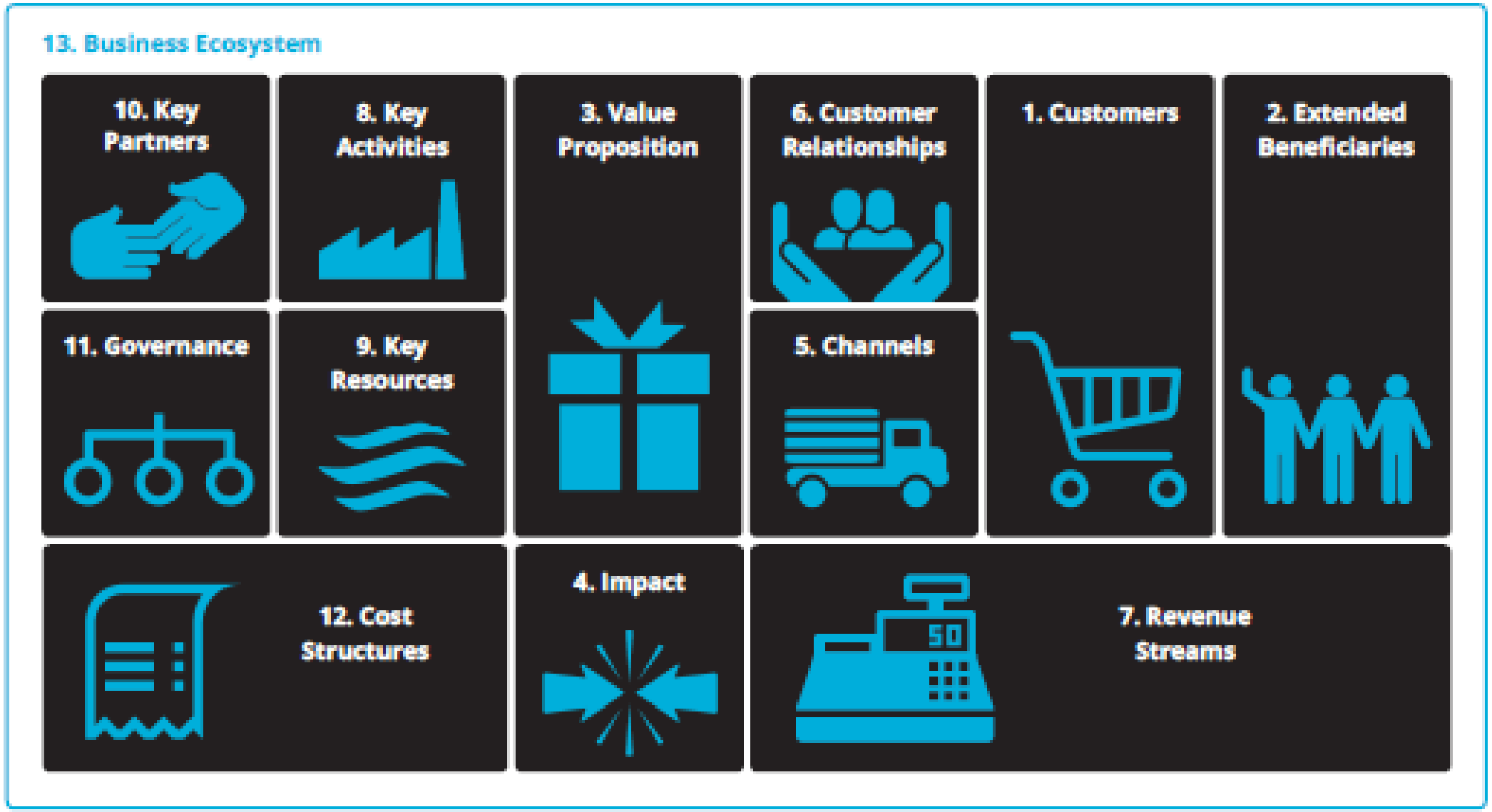
PPP CANVAS

Una versión para el trabajo en Asociaciones Publico Privadas, ideal para proyectos públicos

Lienzo de CANVAS:



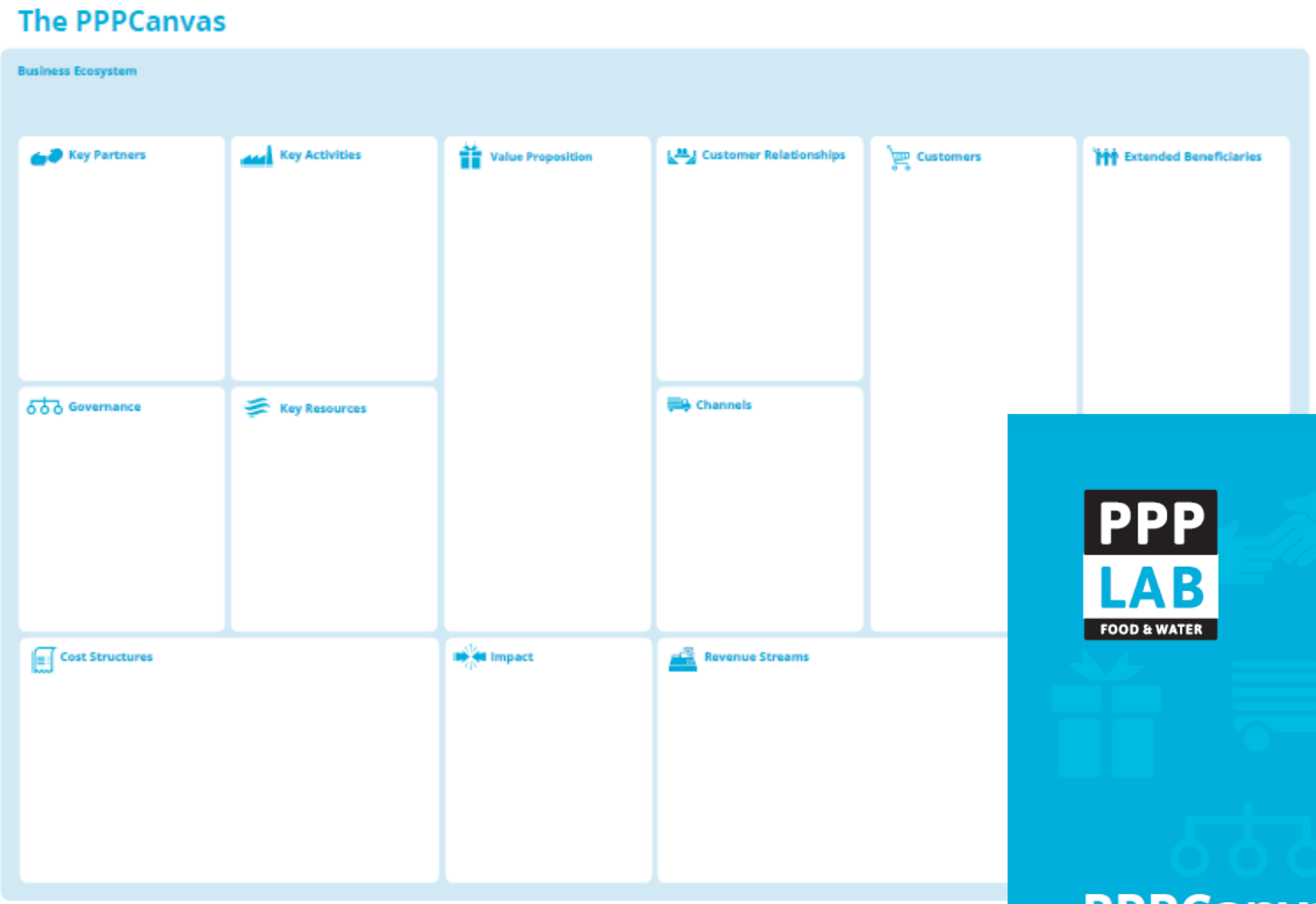
PPP CANVAS:

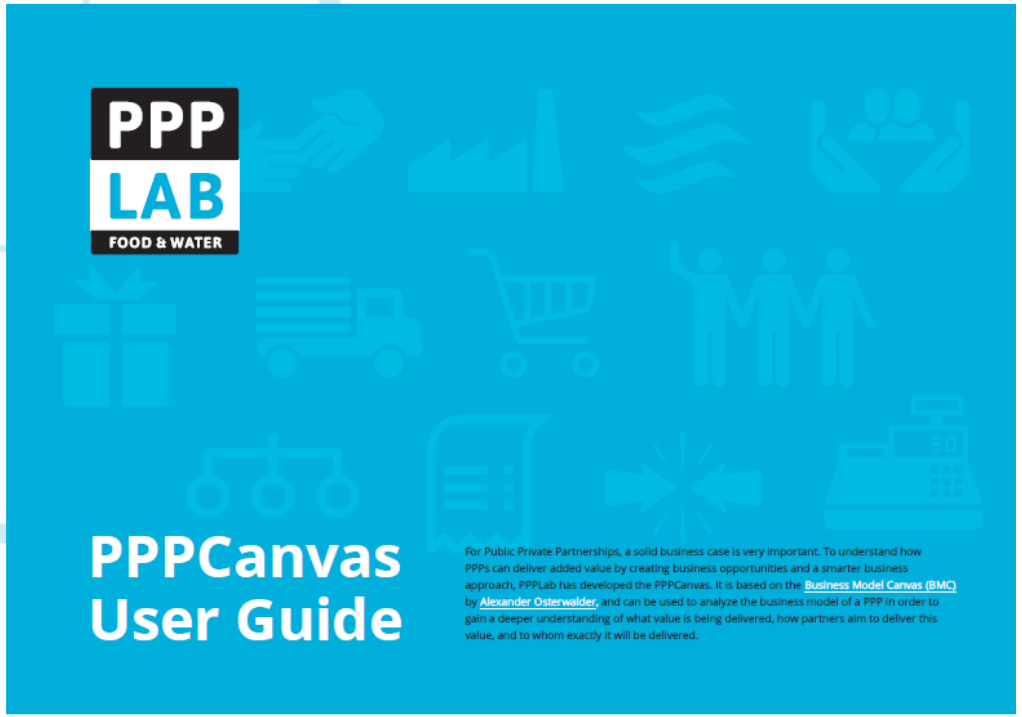

13. Business Ecosystem
10. Key Partners
8. Key Activities
3. Value Proposition
6. Customer Relationships
1. Customers
2. Extended Beneficiaries
11. Governance
9. Key Resources
5. Channels
12. Cost Structures
4. Impact
7. Revenue Streams

PPP CANVAS:

13. Business Ecosystem
10. Key Partners
8. Key Activities
3. Value Proposition
6. Customer Relationships
1. Customers
2. Extended Beneficiaries
11. Governance
9. Key Resources
5. Channels
12. Cost Structures
4. Impact
7. Revenue Streams

PPP CANVAS:


The PPPCanvas
Business Ecosystem
Key Partners
Key Activities
Value Proposition
Customer Relationships
Customers
Extended Beneficiaries
Governance
Key Resources
Channels
Cost Structures
Impact
Revenue Streams


PPP
LAB
FOOD & WATER
PPPCanvas
User Guide
For Public Private Partnerships, a solid business case is very important. To understand how PPPs can deliver added value by creating business opportunities and a smarter business approach, PPPLab has developed the PPPCanvas. It is based on the Business Model Canvas (BMC) by Alexander Osterwalder, and can be used to analyze the business model of a PPP in order to gain a deeper understanding of what value is being delivered, how partners aim to deliver this value, and to whom exactly it will be delivered.