

INS**PY**RAME**UE**



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea



Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay



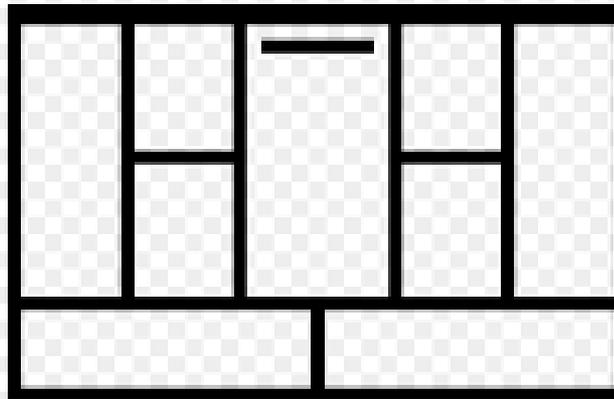
Eurocámara Uruguay

CLASE 2 – Modelo de Negocio

18 de agosto

3

EL MODELO DE NEGOCIO



¿Qué es un Modelo de Negocio?

- ❑ Es una matriz donde se expresen todas las variables que incidirán en una gestión exitosa del futuro negocio.
- ❑ A través del Modelo podemos vislumbrar la capacidad que tenemos de concretar la idea desde el punto de vista operacional.
- ❑ Con la construcción de un Modelo de Negocio alejamos por un momento la lupa del “*Manual de Uso*” de la solución, y nos ponemos los “*lentes de realidad aumentada*” para tener una mirada 360° sobre el futuro negocio.

¿Beneficios de diagramar un modelo de negocio?

- ❑ “Ver” con claridad qué se va a ofrecer al mercado, qué se lo va a ofrecer, para quién, cómo se lo va a entregar y de qué forma se va a generar ingresos, todo en una página.
- ❑ Diseñar formas confiables de hacer llegar la solución a los clientes, generar ingresos y construir una infraestructura que no colapse en el crecimiento.
- ❑ Cada idea de negocio admite modelos específicos, la clave está en encontrar el modelo de negocios apropiado. No importa que tan buena sea la idea, si alguno de los elementos del modelo de negocio falla puede provocar la muerte del emprendimiento.

¿Qué es el Modelo de Negocio **CANVAS**?

(Video)

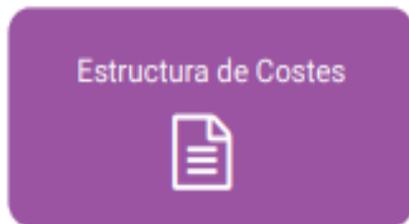


Alexander Osterwalder

Alexander Osterwalder

“Un modelo de negocios describe la forma en que una empresa crea, proporciona y capta valor.”

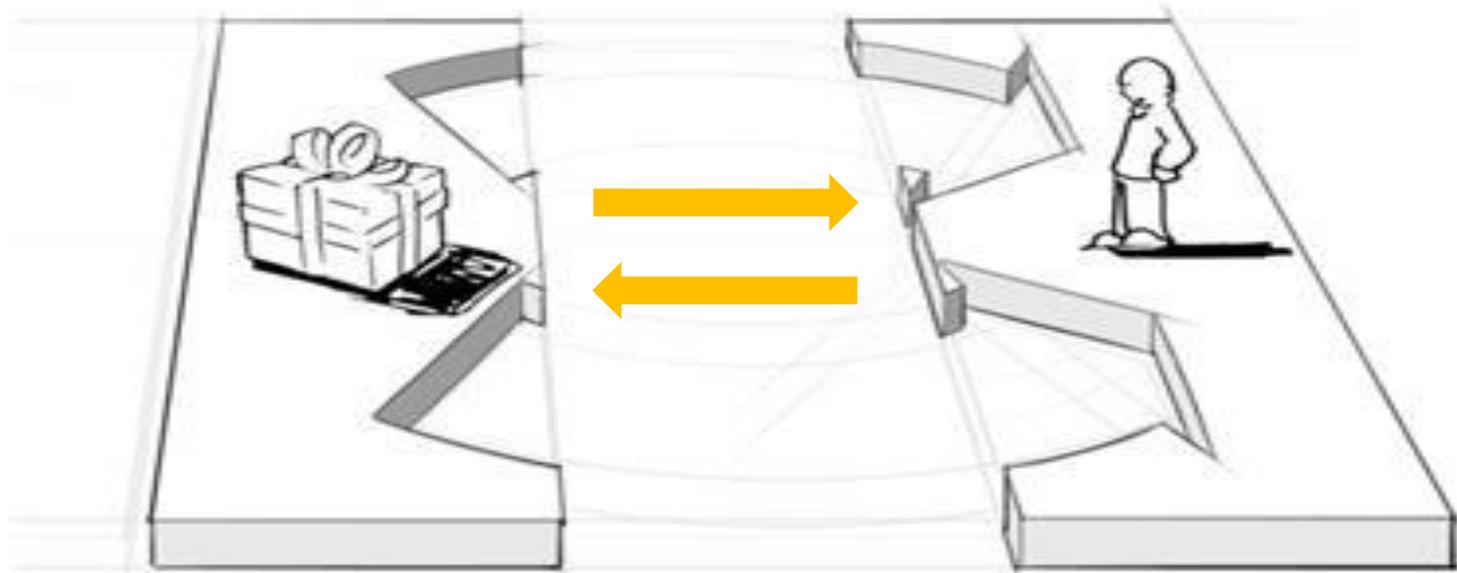




¿CUÁNTO?
MODELO ECONÓMICO



Primera Conexión



Propuesta de valor

Segmento de Clientes

PROPUESTA DE VALOR



- La propuesta de valor es el factor que hace que un consumidor se decante por una u otra empresa.
- Su finalidad es solucionar un problema o satisfacer una necesidad del consumidor.
- En este sentido, la PROPUESTA DE VALOR constituye una serie de ventajas que una empresa ofrece a los consumidores.
- Como valor denominamos la importancia, utilidad, significación o validez que le atribuimos a algo.

Preguntas clave



- ✓ ¿Qué valor proporcionamos a los consumidores?
- ✓ ¿Qué problema de los consumidores ayudamos a solucionar?
- ✓ ¿Qué necesidades de los consumidores satisfacemos?
- ✓ ¿Qué productos o servicios ofrecemos para generar ese valor?

Características que debe tener una Propuesta de Valor



- ✓ Que cumpla su propósito y sea sostenible.
- ✓ Que sea rentable.
- ✓ Que genere conexión emocional con el consumidor.
- ✓ Poseer un diferencial.

A tener en cuenta



- ✓ Las personas siempre están comprando algo. Si no están comprando lo que estás ofreciendo, tú no les estás ofreciendo lo que están comprando.
- ✓ No compran productos o servicios, compran soluciones a sus problemas.
- ✓ No compran características, compran beneficios.
- ✓ Compran lo que el producto hace o lo que les hace sentir.

Ejercicio



SEGMENTO DE CLIENTES



¿Para quién creamos valor?

¿ Qué es un segmento de mercado?



¿ Qué es un segmento de mercado?



SEGMENTO DE CLIENTES



- ❑ Un SEGMENTO es un grupo de personas con necesidades en común y características distintas a las demás.
- ❑ Hay que segmentar el mercado de consumo con una decisión fundamentada y describir a los consumidores a los que se te vas a dirigir y, al mismo tiempo, los que no tendrás en cuenta, ya que una vez definido el segmento/os, la PROPUESTA DE VALOR se concentrará en sus necesidades y características.

A tener en cuenta



Es necesario considerar que si trabajo con más de un SEGMENTO:

- Sus necesidades requieran soluciones diferentes.
- Se llega a ellos a través de distintos canales.
- Requieran distintos tipos de relaciones.
- Brindan al emprendimiento formas de ingreso y rentabilidades distintas.
- Quieren diferentes opciones de los productos o servicios.

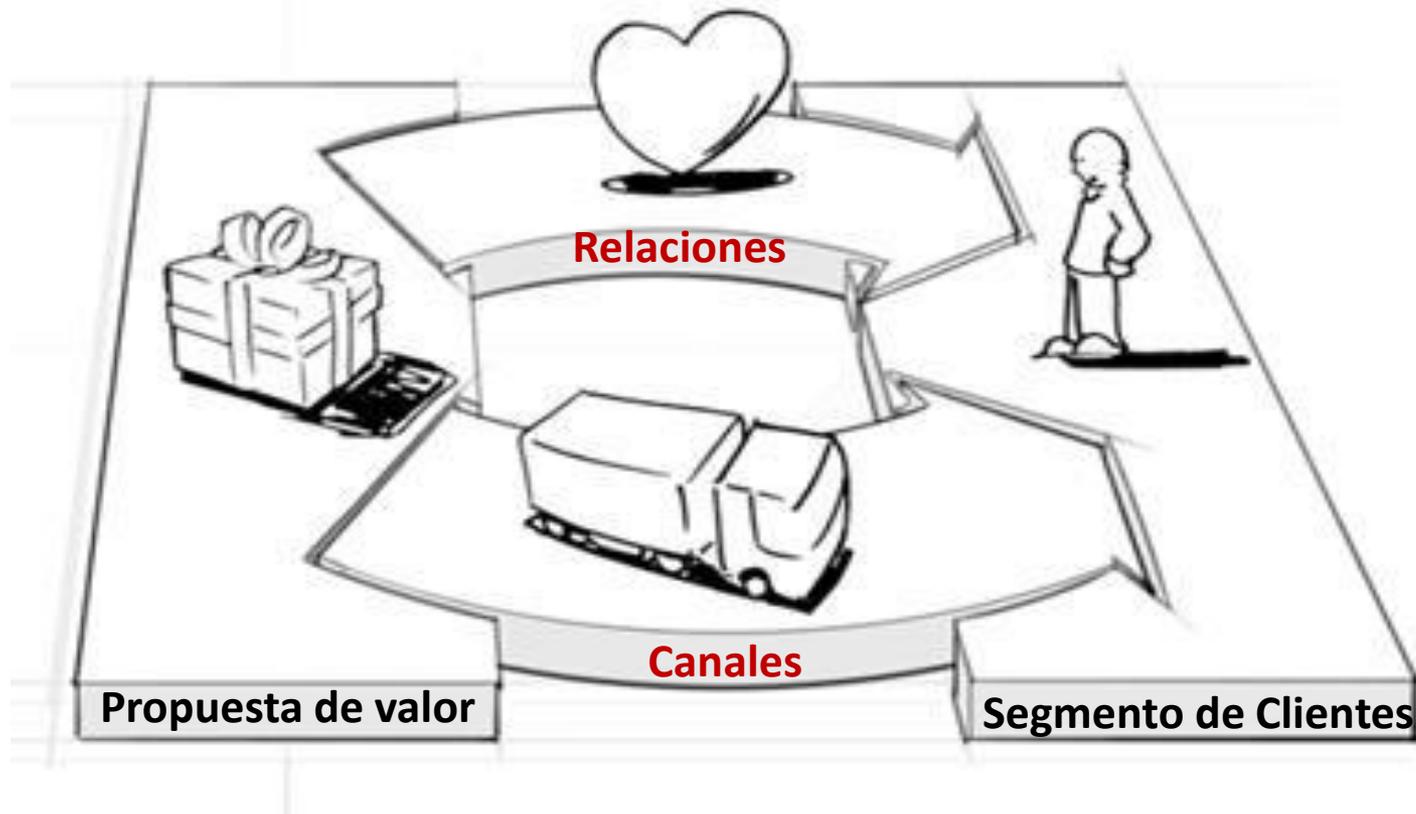
Factores de segmentación



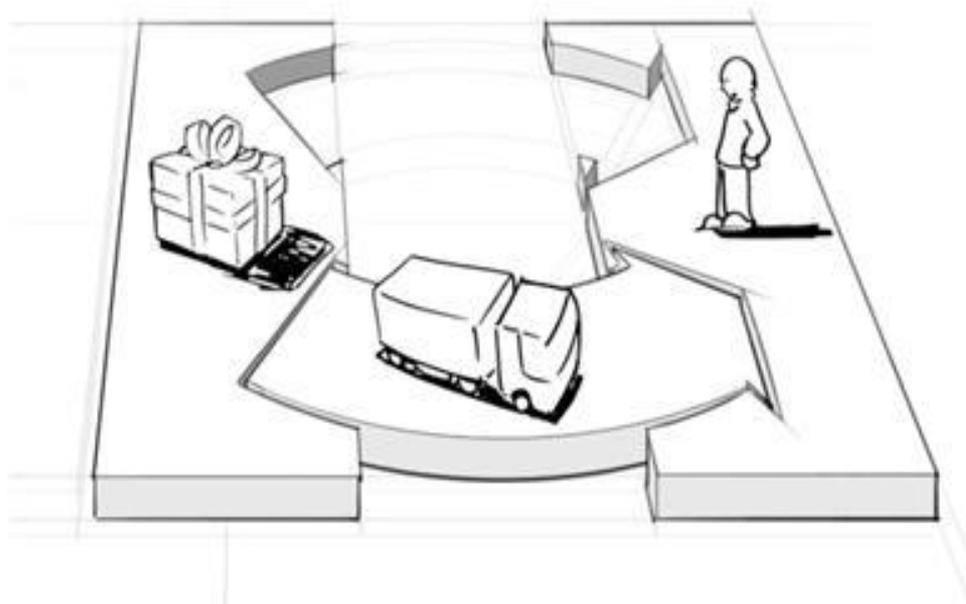
Ejercicio



Segunda Conexión



CANALES



CANALES



Trata de las formas a través de las cuales el emprendimiento se comunica, vende, distribuye y crea relaciones basado en su propuesta de valor.

- ✓ ¿Cómo establecemos el contacto con los consumidores?
- ✓ ¿Qué canales prefieren nuestros clientes?
- ✓ ¿Cómo se conjugan nuestros canales?
- ✓ ¿Cuáles tienen mejores resultados?
- ✓ ¿Cuáles son más rentables?
- ✓ ¿Cómo se integran en sus actividades diarias?

CANALES



Fase de
Información

Fase de
Evaluación

Fase de
Compra

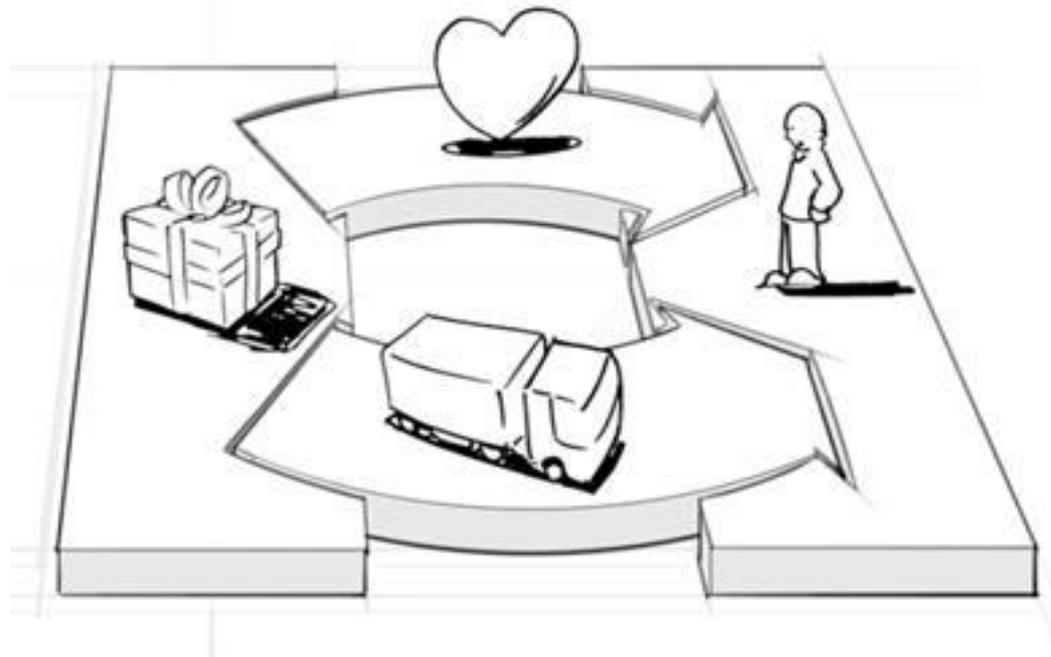
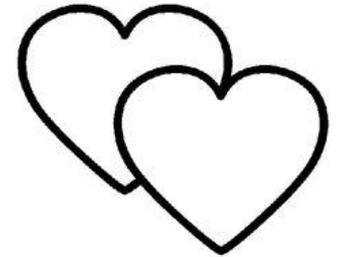
Fase de
Entrega

Fase de
Postventa

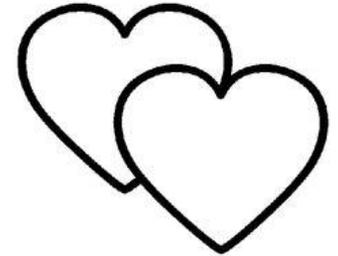
Ejercicio



RELACIONES



RELACIONES



Es el tipo de relación que se busca establecer con cada uno de los segmentos de clientes definidos.

- ✓ Captación de clientes.
- ✓ Fidelización de clientes.
- ✓ Estimulación de las ventas.

Ejercicio



FUENTES DE INGRESO



FUENTES DE INGRESO

FUENTES DE INGRESO



Se trata de definir cómo nos va a entrar dinero.

- ✓ Venta de activos
- ✓ Cuota de suscripción
- ✓ Alquiler
- ✓ Publicidad
- ✓ Cuota por uso

Y por qué sistema vamos a cobrar.

- ✓ Efectivo
- ✓ Tarjetas crédito
- ✓ Débito
- ✓ Cheques
- ✓ Canje

Ejercicio

