Universidad Autónoma del Estado de México

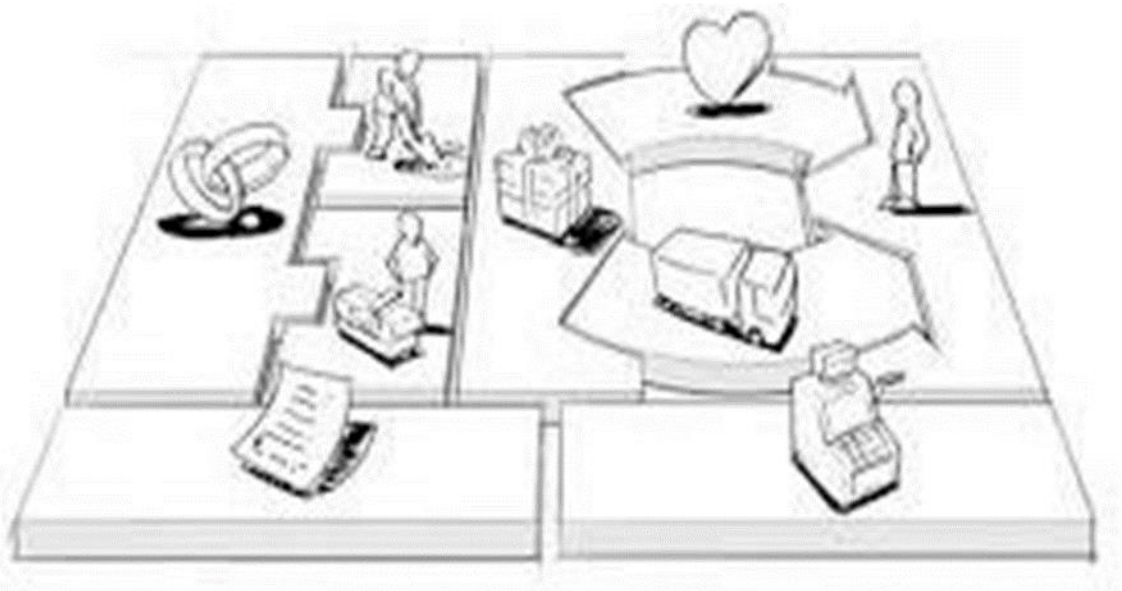
Modelo de Negocios Canvas

Centro Universitario Valle de México

Administración 2025-2029

Universidad Autónoma del Estado de México

Modelo de Negocios Canvas



Este describe la forma como la empresa **genera valor** o **produce ingresos**, un buen modelo lleva al mercado un buen **producto** o **servicio** de manera atractiva que se **diferencia** de lo que ya existe, se integra por 9 elementos que deberás definir con claridad.

Universidad Autónoma del Estado de México

1. Segmento de Mercado.

Uno de los **aspectos más importantes** es entender ¿Quiénes son los clientes?, ¿Para quién se esta creando valor?, Entre mejor identifiques las **características y tamaño** del mercado que has elegido será más fácil generar una propuesta adecuada.

Segmentar y conocer a tu público objetivo es uno de los principales pasos para generar estrategias, por lo que entre mas completa la información, será más sencillo que identifiques los problemas que resolverá el producto o servicio que estas desarrollando.

Esta **información debe estar sustentada** en fuentes oficiales, estadísticas públicas, estudios o artículos que puedan ser verificados.

Universidad Autónoma del Estado de México

1. Segmento de Mercado.



Conocer el **tamaño** de tu mercado y la **oportunidad de tu negocio** que representa identificando sus principales características y dando evidencia de que conoces las **necesidades reales**, da oportunidad a la creación del producto o servicio que vas a presentar

“Si no hay clientes, No hay negocio”.

Universidad Autónoma
del Estado de México

2. Propuesta de Valor.

Describe el **valor que estas entregando** al cliente, para **resolver la necesidad** que has identificado en la segmentación de mercado, ¿Qué problemas estas solucionando? Y ¿Cómo es diferente a lo que ya existe?.

En este punto es importante definir con claridad las **ventajas de tu producto o servicio** comparando con lo que hoy usan los clientes debes ser capaz de comunicar de manera sencilla las razones por las cuales tu propuesta es mejor, enfatizando algunas cualidades como su desempeño, novedad, personalización, precio, reducción de riesgos, accesibilidad, conveniencia, diseño, entre otros.

Universidad Autónoma
del Estado de México

2. Propuesta de Valor.



Recuerda destacar el impacto de tu propuesta enfatizando por qué es mejor comparado con lo que ya existe y la forma en la que facilita la vida de los clientes deseados o existentes, deberás dejar muy clara su viabilidad en el mercado apoyándote con todos los factores del modelo de negocios.

“Genera una propuesta por la que el cliente este dispuesto a pagar”

- Incluso un poco más.

Universidad Autónoma del Estado de México

3. Canales de comunicación y distribución.

Define con claridad los canales que usaras que **tu producto o servicio llegue a los clientes**, ¿Cómo se enteran que existen?, ¿Cómo lo pueden adquirir?.

Considera el uso de **canales propios o de socios/aliados**, que pueden ser **directos** como cuando se tiene un equipo de ventas o **indirectos** cuando se gestionan a través de intermediarios.

En este punto deberás encontrar una **combinación adecuada** que te permita llevar tu propuesta de valor de manera efectiva al mercado que has elegido en el primer punto.

Universidad Autónoma del Estado de México

3. Canales de comunicación y distribución.



Los canales pueden ser parte de tu oferta de valor, en muchos casos la diferencia más importante en la propuesta aportan estos elementos dándole a tu producto o servicio un valor adicional de alta importancia para el mercado, al punto incluso de que algunos canales son el corazón del modelo de negocio

“Define la mejor estrategia para dar a conocer tu proyecto y hacerlo llegar a tu clientes.”

Universidad Autónoma
del Estado de México

4. Relación con los Clientes.

Describe la forma de **como mantendrás la relación con tus clientes**, considera que la retroalimentación del mercado es lo que permite mantener un producto o servicio vigente y actual, por lo que es fundamental definir una **estrategia de comunicación** que te de la posibilidad de **mantenerte en contacto**, ofrecer nuevos productos o servicios y escuchar lo que se espera de tu proyecto.

Observa las estrategias que utilizan las empresas que actualmente ofrecen algo similar, **analiza su costo/beneficio** y plantea una **propuesta que aporte valor** a lo que tú estas ofertando.

Universidad Autónoma del Estado de México

4. Relación con los Clientes.



Construye una estrategia que te permita estar **cerca de tus clientes**, basada en la confianza de qué **conoces sus necesidades** y atiendes sus inquietudes, lo que permitirá ofrecer un producto o servicio que realmente **aprovecha las oportunidades** por las que fue creado.

¿CÓMO TE GUSTARÍA ESTAR EN CONTACTO CON LAS EMPRESAS DE TU PREFERENCIA?

Universidad Autónoma
del Estado de México

5. Fuentes de Ingreso.

En este punto deberás determinar **por cual valor el cliente estará dispuesto a pagar**, es decir, cual es la ventaja de tu producto o servicio que le diferencia de los existentes y que dan sentido a que pagué por el.

Puedes considerar una mezcla de diversas formas de generar ganancias, por ejemplo, la venta de activos, cargo por uso, pago de suscripción, alquiler, licenciamiento, entre otros.

Universidad Autónoma
del Estado de México

5. Fuentes de Ingreso.



Prevé la creación de **diversas formas** de **ganar dinero** con tu modelo de negocios, de acuerdo a las temporadas, incremento de la oferta y otros factores externos que pegan en tu sector.

“Aprovecha al máximo todo el potencial de tu infraestructura y aliados para que tengas opciones si alguna fuente no opera como pensabas”.

Universidad Autónoma del Estado de México

6. Actividades Clave.

Define con claridad cuales son las **acciones fundamentales para que todo opere** la propuesta de valor, los canales, la relación con los clientes y **todo aquello** que genera ingresos, las actividades se clasifican en:

PRODUCCIÓN: que tienen que ver con aquellas que permiten llevar tu producto o servicio al mercado.

Solución de problemas: son las necesarias para desarrollar alternativas.

ATENCIÓN A CLIENTES: aquellas que son obligadas para satisfacer sus necesidades.

RED: estás actividades están enfocadas en la gestión de la plataforma que conecta diversos clientes, proveedores, etc.

Universidad Autónoma
del Estado de México

6. Actividades Clave.



Todos los modelos de negocio requieren una serie de **actividades** clave que **deben** realizarse para crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar al mercado, establecer relaciones, generar ingresos y alcanzar los objetivos.

“Es importante que tengas claridad sobre lo que es necesario realizar para que tu proyecto sea realidad”

Universidad Autónoma
del Estado de México

7. Recursos Clave.



Recuerda que debes incluir todo lo que es indispensable para lograr tus objetivos, realizar tu producto o servicio y llevarlo al mercado, siendo congruente con todos los puntos que hasta ahora se han abordado.

“Todo lo que consideres en este punto ha de tener sentido con los bloques anteriores y dar evidencia de que conoces como construir tu modelo de negocios”.

Universidad Autónoma
del Estado de México

7. Recursos Clave.

Describe puntualmente los requerimientos para que tu propuesta de valor logre llegar al segmento de mercado que has elegido, considerando los canales de comunicación, la relación con los clientes, fuentes de ingreso y todo aquello que has incluido en tu modelo de negocio.

FÍSICOS: instalaciones, infraestructura, vehículos, maquinaria, puntos de venta y redes de distribución.
INTELECTUALES: marcas, patentes, derechos de autor, bases de datos, certificaciones.
HUMANOS: personal.
FINANCIEROS: recursos económicos para la etapa de arranque.

Universidad Autónoma
del Estado de México

8. Aliados Clave.

En este punto debes de explicar con mucha claridad **¿Quiénes son los socios y proveedores clave?**, ¿Qué recursos aportan a tu proyecto?, y ¿Cómo podrían integrarse en tu equipo?.

Considera que las empresas se asocian por múltiples motivos y esas alianzas les dan mayor fortaleza, debes ser capaz de identificar el potencial de ellas para optimizar tu modelo de negocios, reducir los riesgos o adquirir recursos y conocimientos.

En este punto debes dar evidencia de que conoces a las empresas y especialistas que pueden contribuir a la generación de tu propuesta de valor.

Universidad Autónoma
del Estado de México

8. Aliados Clave.



En la actualidad **puedes crear un proyecto** o **consolidar una empresa** con más agilidad si sabes **hacer alianzas** y delimitar correctamente la aportación de cada una, para potenciar tu **capacidad, ideas, recursos** y cobertura, enriqueciendo con ello la propuesta de valor.

“Con los aliados correctos, reduces el riesgo e incertidumbre”.

Universidad Autónoma del Estado de México

9. Estructura de Costos.

En este punto deberás mencionar **cuales son los costos más importantes** en tu modelo de negocios, considerando los recursos y actividades clave, todo aquello que **contribuye a la creación de tu propuesta de valor**, lo anterior debe ser congruente con todo lo que has descrito hasta el momento.

Puede estar enfocada:

AL COSTO: considerando una estructura conservadora, una propuesta de valor de bajo costo, uso de outsourcing etc.

AL VALOR: basada en la creación de valor, target Premium, segmentos o nichos muy especializados, etc.

Universidad Autónoma del Estado de México

9. Estructura de Costos.



Identifica todo aquello que requiere inversión para hacer funcionar tus fuentes de ingreso, el contraste de ambos te permite determinar el margen de utilidad.

TIENES QUE SER MUY CLARO SOBRE CUÁNTO REQUIERES Y EN QUÉ LO INVERTIRAS PARA GANAR DINERO.

Universidad Autónoma del Estado de México

¡CONTACTO!

Lic. Gilda Miranda Herrera

Coordinadora de Desarrollo Empresarial

gmirandah@uaemex.mx

5558270703 ext 1176

Desarrollo Empresarial Uaeméx Valle de México

https://www.facebook.com/profile.php?id=100073417524712