

# Módulo 1: Emprendimiento

Unidad 3: Lienzo de modelo de negocio

Módulo 1: Emprendimiento	
Unidad 3	Esquema de modelo de negocios
Tema 1	Propuestas de valor
Tema 2	Socios clave
Tema 3	Actividades clave
Tema 4	Recursos clave
Tema 5	Estructura de costo
Tema 6	Segmentos de clientes
Tema 7	Canales de clientes
Tema 8	Relaciones del cliente
Tema 9	Flujos de ingresos

# Módulo: Resultados del aprendizaje

Módulo XXX

Texto de introducción: escriba un breve texto de introducción a la sección, debe indicar de qué trata esta sección. Debe estar escrito de forma motivadora y atractiva. Deben estar dirigidas a los beneficiarios (migrantes/refugiados), lo que significa que también se puede utilizar el formato de discurso directo.

**Conocimiento**

Declaraciones de lo que sabe un alumno:

**Habilidades**

Declaraciones de lo que es un estudiante  
entender:

**Competencias**

Declaraciones de lo que un alumno es capaz de hacer  
hacer al finalizar un proceso de aprendizaje:

# Vídeo introductorio

Gracias por tomar este curso. Me gustaría darle la bienvenida en nombre del equipo del Proyecto Erasmus+ YOU-GO.

Diseño de un proyecto para ayudar a las mujeres jóvenes de la industria artesanal a desarrollar sus habilidades empresariales y de marketing.

En esta unidad descubriremos el Modelo de Negocio "Canvas", que es una plantilla compacta que ayuda a los emprendedores a visualizar gráficamente su plan de negocios en una sola hoja de papel. Esta valiosa herramienta fue desarrollada por Alexander Osterwalder como parte de su trabajo de doctorado en ontología de modelos de negocio.

Business Model Canvas consta de nueve bloques que se pueden agrupar en tres categorías:

1. Infraestructura
2. Clientes
3. Finanzas

A través de este módulo analizaremos cada uno de los nueve bloques y elaboraremos cómo y con qué podemos llenarlos para crear un resultado sólido que pueda guiarnos en la toma de decisiones sobre nuestro negocio.

\_\_\_\_\_

## Unidad 3: Modelo de Negocio Canva




# The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

Key Partners 	Key Activities 	Value Propositions 	Customer Relationships 	Customer Segments 
	Key Resources 		Channels 	
Cost Structure 			Revenue Streams 	



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

# Tema 1: Propuestas de valor

“La propuesta de valor es lo que distingue a su empresa de sus competidores” -  
Alexander Osterwalder

Su propuesta de valor debe

- Explique el valor que ofrece al cliente.
- Explique la necesidad que satisface, cómo su producto o servicios son “analgésicos”.
- Cómo facilitar la vida de los clientes
- Cómo superar las expectativas de los clientes

# Tema 1: Propuestas de valor

La propuesta de valor puede ser

- Cuantitativo: producir grandes cantidades o atender a muchos clientes por un precio bajo o con una buena relación calidad-precio.
- Cualitativo: producir productos personalizados, centrándose en la experiencia del cliente.

# Tema 1: Propuestas de valor

Para comenzar a definir tus propuestas de valor sigue los siguientes pasos:

- Defina los perfiles de sus clientes (lo analizaremos en el Tema 6: Cliente Segmentos)
- Piensa en el valor que creas

Combine los dos para lograr el éxito en un producto/servicio y ajuste al mercado.

# Tema 1: Propuestas de valor

Las siguientes preguntas te ayudarán a pensar y ser más específico en tus propuestas de valor.

- ¿Qué valor entregamos al cliente?

¿Cuál de los problemas de tus clientes estás ayudando a resolver?

- ¿Qué paquetes de productos y servicios ofrece a cada cliente?

Segmento

- ¿Qué necesidades de los clientes está satisfaciendo?

# Tema 2: Socios clave

Los socios clave son otras personas o empresas que le ayudan a mantenerse centrado en su actividad principal, proporcionándole material o servicios.

Esos podrían ser

- Proveedores de materias primas,
- Proveedor de servicios de entrega,
- Gerentes de marketing externos

Piense en ellos como las personas o empresas que le quitan de encima algunas de las responsabilidades de administrar un negocio.

## Tema 2: Socios clave

Las siguientes preguntas le ayudarán a identificar a sus socios clave.

- ¿Quiénes son sus socios clave?
  - ¿Qué recursos clave está adquiriendo de los socios?
  - ¿Qué actividades clave realizan sus socios?
- ¿Quiénes son sus proveedores clave?

## Tema 3: Actividades clave

Las actividades clave son aquellas necesarias para realizar su propuesta de valor. Son las actividades necesarias a realizar para atender o satisfacer una necesidad de sus clientes.

Algunos ejemplos son:

- Comunicación con los clientes para comprender sus necesidades.
- Fabricar/producir un producto final.
- Impartir un taller

## Tema 3: Actividades clave

Las siguientes preguntas le ayudarán a identificar sus actividades clave.

- ¿Qué actividades clave requieren sus propuestas de valor?
- Piense en varios aspectos de su empresa.
  - Relaciones con el cliente
  - Producción
  - Investigación y Desarrollo

# Tema 4: Recursos clave

Los recursos clave son aquellos que son necesarios para satisfacer una necesidad o crear valor para sus clientes.

Los recursos pueden ser

- Su gente, como expertos en su campo, personal de ventas, etc.
- Su capital, como dinero, edificios, maquinaria.
- Su propiedad intelectual, como ideas y patentes.
- Los materiales que necesita, como pinturas, tóner, perlas, etc.

## Tema 4: Recursos clave

Las siguientes preguntas le ayudarán a identificar sus recursos clave.

- ¿Quiénes son las personas en las que puede confiar para dirigir su empresa?
- ¿Qué recursos clave está adquiriendo de los socios?
- ¿Qué posee y si lo pierde podría necesitar cerrar su empresa?

## Tema 5: Estructura de costos

La estructura de costos es donde usted enumera sus mayores gastos, tomando en consideración las cantidades que gasta, la frecuencia con la que gasta y cómo esto se refleja en sus ventas y ganancia.

Estos podrían ser:

- Materias primas
- Salarios
- Comercialización
- Alquiler

## Tema 5: Estructura de costos

Las siguientes preguntas le ayudarán a construir su estructura de costos.

- ¿Cuáles son los costos más importantes de su empresa?
- ¿Qué recursos clave son los más caros?
- ¿Qué actividades clave son las más caras?
- ¿Qué podría adquirir para minimizar significativamente los gastos?

## Tema 6: Segmentos de clientes

Los segmentos de clientes son los grupos de personas a los que cree que puede atender. Aquellos cuyas necesidades puedes satisfacer o aquellas para las que puedes generar valor.

Los dos extremos son:

- Mercado masivo: sin segmentación específica, tiene una visión muy amplia del potencial clientes
- Nicho de mercado: identificar un grupo específico de personas con características específicas. y necesidades y creado soluciones especializadas

## Tema 6: Segmentos de clientes

Los segmentos de clientes son los grupos de personas a los que cree que puede atender. Aquellos cuyas necesidades puedes satisfacer o aquellas para las que puedes generar valor.

Otras segmentaciones importantes de clientes son:

- Segmentado: identificar un grupo de clientes con características específicas y segmentarlos aún más en función de otras características como edad, sexo, lugar de vida, etc.
- Diversificada: su empresa puede atender a varios grupos de personas, cada uno con diferentes necesidades y características.

Podrías caer en uno de los dos extremos o en uno intermedio. Sólo necesita estar seguro de que puede atender a los segmentos de clientes que elija.

## Tema 6: Segmentos de clientes

Las siguientes preguntas le ayudarán a identificar sus segmentos de clientes.

- ¿Qué necesidades puedes satisfacer?
- ¿Para quién estás creando valor?
- ¿Quién podría comprar sus productos/servicios?

# Tema 7: Canales de clientes

Los canales de clientes son la forma de llegar a sus clientes y de entregar sus propuestas de valor.

Puede llegar a los clientes utilizando varios canales. Al diseñar y seleccionar canales asegúrese de que a través de ellos pueda llegar a sus clientes rápidamente y en una ecuación equilibrada de costo-beneficio.

Los canales de atención al cliente pueden ser:

- Tu tienda física y/o tu mercado online
- Lugares de reventa y distribuidores.
- Marketing y publicidad

# Tema 7: Canales de clientes

Las siguientes preguntas le ayudarán a seleccionar los canales de clientes que necesita

- ¿A través de qué canales desea llegar a sus segmentos de clientes?
- ¿Cómo llega a ellos ahora?
- ¿Cuáles funcionan mejor?
- ¿Cuáles son más rentables?
- ¿Cómo los integra con las rutinas de los clientes?

## Tema 8: Relaciones con los clientes

Las relaciones con los clientes son las relaciones que le gustaría tener con sus clientes y específicamente con los segmentos de clientes que ha seleccionado.

Necesitas concentrarte en tres importantes

- ¿ Cómo conseguirá nuevos clientes?
- ¿ Cómo conservará a los clientes que le compraron un producto o servicio?
- ¿ Cómo aumentará los ingresos de sus clientes actuales?

## Tema 8: Relaciones con los clientes

Las siguientes preguntas le ayudarán a seleccionar las relaciones con los clientes que necesita.

- ¿Qué tipo de relación espera cada segmento de clientes de su compañía? – ¿Cómo se establece y se mantiene?
- ¿Cómo integra el establecimiento y mantenimiento de la relación con el cliente en sus actividades?
- ¿Qué tan costoso es mantener cada tipo de relación?

# Tema 9: Flujos de ingresos

Las corrientes de ingresos son cualquier cosa que genere ingresos para la empresa. Al identificarlos trate de considerar también los montos y la frecuencia de percepción de esos ingresos.

Al enumerar sus fuentes de ingresos, intente también contrastarlas con

- Los gastos con los que están relacionados
- El segmento de clientes con el que están relacionados.
  - Identificar compradores únicos, clientes recurrentes y grandes gastadores
  - Identificar los productos/servicios que se venden rápido y los que no.

## Tema 9: Flujos de ingresos

Las siguientes preguntas le ayudarán a construir sus fuentes de ingresos.

- ¿Cuáles son los costos más importantes de su empresa?
- ¿Qué recursos clave son los más caros?
- ¿Qué actividades clave son las más caras?
- ¿Qué podría adquirir para minimizar significativamente los gastos?

# Actividad de aprendizaje 1: Construyendo su negocio

## Modelo Lienzo

Educativo meta	Tipo de actividad	Contenido	Materiales adicionales
Conocimiento y habilidades relacionadas con Modelo de negocio Lienzo creación	Ejercicio individual Descargar el Negocio	Modelo Canvas de la material del curso. Intenta completar el cajas con la guía de las preguntas incluido en cada tema de este módulo.	<a href="https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas">https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas</a>

# Evaluación

## Pregunta 1:

¿Cuáles son los pasos iniciales para comenzar a definir sus propuestas de valor?

- a) Identificar competidores potenciales en el mercado.
- b) Realizar un análisis financiero detallado
- c) Definir perfiles de clientes y analizar segmentos de clientes.
- d) Lanzar el producto o servicio inmediatamente

Respuesta correcta: c) Definir perfiles de clientes y analizar segmentos de clientes

## Pregunta 2:

¿Quiénes son los socios clave de una empresa y qué papel desempeñan?

- a) Los socios clave son clientes que compran sus productos o servicios.
- b) Los socios clave son competidores que desafían a su negocio a mejorar.
- c) Los socios clave son personas responsables de la gestión financiera.
- d) Los socios clave son otras personas o empresas que proporcionan materiales o servicios, ayudándole a centrarse en su actividad principal.
- e) Los socios clave son inversores que proporcionan financiación para el crecimiento de su negocio.

Respuesta correcta: d) Los socios clave son otras personas o empresas que proporcionan materiales o servicios, ayudándole a centrarse en su actividad principal.

### Pregunta 3:

¿A qué se refieren las actividades clave en un negocio?

- a) Actividades que no están relacionadas con las necesidades del cliente.
- b) Actividades que se centran únicamente en esfuerzos de marketing.
- c) Actividades necesarias para servir o satisfacer las necesidades del cliente.
- d) Actividades que no son esenciales para las operaciones comerciales
- e) Actividades que involucran únicamente gestión financiera

Respuesta correcta: c) Actividades necesarias para atender o satisfacer las necesidades del cliente.

## Pregunta 4:

¿Qué implica la estructura de costos de una empresa?

- a) Enumerar todos los gastos posibles, independientemente de su relevancia para las ventas y los ingresos.
- b) Identificar los gastos más pequeños del negocio.
- c) Centrarse únicamente en gastos únicos.
- d) Enumerar los principales gastos, considerando su cuantía, frecuencia e impacto en las ventas e ingresos.

Respuesta correcta: d) Enumerar los principales gastos, considerando su monto, frecuencia e impacto en las ventas e ingresos.

## Pregunta 5:

¿Qué representan los segmentos de clientes en una empresa?

- a) Grupos aleatorios de personas sin características específicas.
- b) Las personas físicas que tengan mayores ingresos.
- c) Grupos de personas cuyas necesidades pueden ignorarse.
- d) Grupos de personas cuyas necesidades una empresa puede satisfacer o para quienes puede generar valor.

Respuesta correcta: d) Grupos de personas cuyas necesidades una empresa puede satisfacer o para quienes puede generar valor.

## Pregunta 6:

¿Cuál es el papel de los canales de clientes en una empresa?

- a) Son aspectos innecesarios que pueden ignorarse en la planificación empresarial.
- b) Determinan la estrategia de precios de productos o servicios.
- c) Se refieren únicamente a la ubicación de tiendas físicas.
- d) Se utilizan para llegar a los clientes y entregar propuestas de valor.

Respuesta correcta: d) Se utilizan para llegar a los clientes y entregar propuestas de valor.

## Pregunta 7:

¿Qué aspectos es importante considerar al desarrollar relaciones con los clientes en una empresa?

- a) El número de ubicaciones de tiendas físicas
- b) Centrarse únicamente en conseguir nuevos clientes
- c) Cómo reducir costos para los clientes
- d) Cómo mantener y atraer nuevos clientes, retener los existentes y aumentar los ingresos de los clientes actuales

Respuesta correcta: d) Cómo mantener y atraer nuevos clientes, retener los existentes y aumentar los ingresos de los clientes actuales

## Pregunta 8:

¿Qué abarcan los flujos de ingresos en una empresa?

- a) Únicamente los gastos ocasionados por la empresa.
- b) Fuentes de ingresos sin considerar montos y frecuencia.
- c) Todo lo que genere ingresos para la empresa, considerando su monto, frecuencia y gastos relacionados y segmentos de clientes.
- d) Gastos que no estén relacionados con segmentos de clientes.

Respuesta correcta: c) Todo aquello que reporte ingresos a la empresa, considerando montos, frecuencia y gastos relacionados y segmentos de clientes.

# Referencias

Ejemplos de referencias de la séptima edición de APA:

Para artículos:

Apellido, AA (Año). Título de la obra. Título de la publicación en cursiva, volumen en cursiva(número), páginas. doi o enlace

Oliver, KL y Lalik, R. (2004). Investigación crítica sobre el cuerpo en las clases de educación física de niñas: una perspectiva postestructural crítica. *Revista de Enseñanza de Educación Física*, 23(1), 162-195. <https://doi.org/10.1123/jtpe.23.2.162>

Para libros:

Apellido, AA (Año). Título en cursiva. Editor.

Spiegel, D. (1981). *Leer por placer: Pautas*. Asociación Internacional de Lectura.

Para capítulos de libros:

Apellido, AA, & Apellido, AA (Año). Título del capítulo. En A. Surname & AA Surname (Eds.), Título del libro en cursiva (págs. xx-xx). Editor.

Aron, L., Botella, M. y Lubart, T. (2019). Artes culinarias: El talento y su desarrollo. En RF Subotnik, P. Olszewski-Kubilius y FC Worrell (Eds.), *La psicología del alto rendimiento: desarrollar el potencial humano en talento de un dominio específico* (págs. 345–359). Asociación Americana de Psicología. <https://doi.org/10.1037/0000120-016>

---

# Citas en el texto

Ejemplos de citas de la séptima edición de la APA:

Si hay 1 o 2 autores, la primera y sucesivas veces que se cite se deberá mencionar a todos los autores.

Si hay 3 o más autores, el apellido del primer autor y “et al.” desde la primera vez que se citan (en referencias SE CITA TODOS LOS AUTORES).

## PARAFRASEANDO

Si bien se han demostrado mejoras en la capacidad aeróbica después de 8 a 12 semanas de entrenamiento (Eather et al., 2016; Goins, 2014; Heinrich et al., 2014; Murawska-Cialowicz et al., 2015; Smith et al., 2013), solo Goins (2014) obtuvo resultados significativos. Mejoras en la capacidad anaeróbica después de 6 semanas del programa CrossFit.

## COTIZACIONES

Díaz y Hernández (2010), consideran que el aprendizaje cooperativo es “el uso pedagógico de una pequeña comunidad, en la que los estudiantes trabajan juntos para incrementar su formación y la de los demás miembros” (p. 87).