

CREACIÓN DE EMPRESAS

GRADO 6



REFLEXIÓN

<https://www.negociosyemprendimiento.org/2020/01/reflexion-emprendedores.html>



EL LIENZO Y EL MODELO DE NEGOCIO (SEGMENTO DE MERCADO Y PROPUESTA DE VALOR)

OBJETIVO

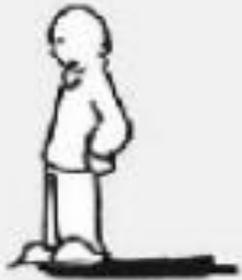
**COMPRENDER EL CONCEPTO DE MODELO DE NEGOCIO Y DESCRIBIRLO A TRAVÉS DEL MÉTODO CANVAS (LIENZO) CON SU PROPIA IDEA DE NEGOCIO.
(SEGMENTACIÓN DE MERCADO Y PROPUESTA DE VALOR)**

MODELO DE NEGOCIO

Un modelo de negocio es una herramienta previa al plan de negocio que te permitirá definir con claridad qué vas a ofrecer al mercado, cómo lo vas a hacer, a quién se lo vas a vender, cómo se lo vas a vender y de qué forma vas a generar ingresos.

Los modelos que están funcionando son aquellos que son capaces de crear valor para el cliente, es decir, que tienen una propuesta de valor clara, que son capaces de llegar al cliente, de diferenciarse, de establecer fuertes lazos con el cliente, de fidelizar y que son capaces de producirlos también de una manera especial.

LOS NUEVE MÓDULOS



SM

1 Segmentos de mercado

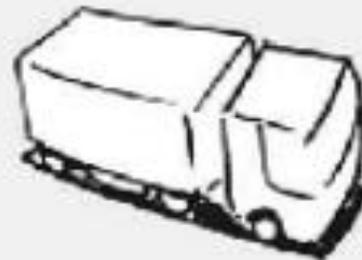
Una empresa atiende a uno o varios segmentos de mercado.



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.



RCI

4 Relaciones con clientes

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



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.

Asociaciones clave



Quiénes te ayudan

Actividades clave



Qué haces

Recursos clave



Quién eres y qué tienes

Propuestas de valor



Cómo ayudas

Relaciones con clientes



Cómo interactúas

Canales



Cómo te conocen y cómo haces llegar lo que ofreces

Segmentos de mercado



A quiénes ayuda

Estructura de costos



Qué das

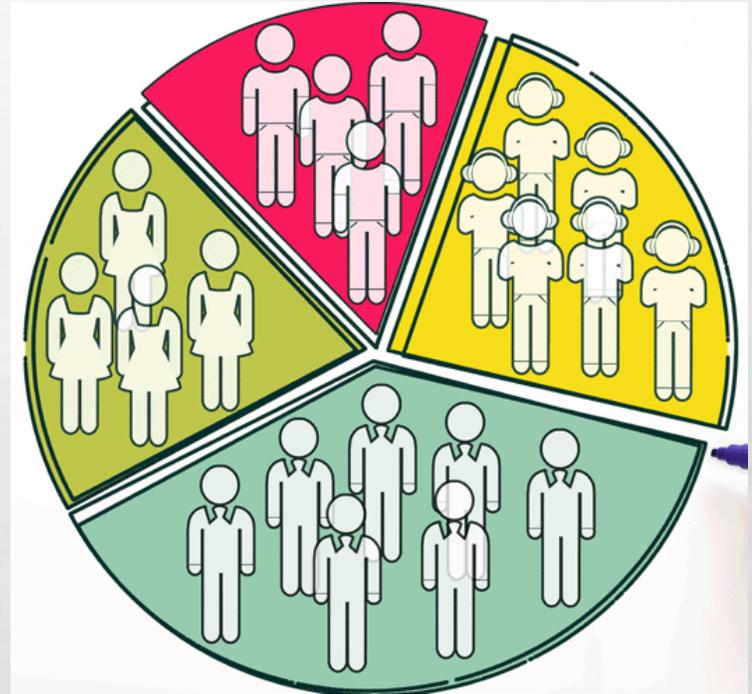
Fuentes de ingresos



Qué obtienes

1. SEGMENTOS DE MERCADO

En este módulo se definen los diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige una empresa. Los clientes son el centro de cualquier modelo de negocio, y es posible aumentar la satisfacción de los mismos agrupándolos en varios segmentos con necesidades, comportamientos y atributos comunes.



EJEMPLOS DE SEGMENTOS

- **Mercado de masas:** Se centran en el público general no distinguen segmentos de mercado, ejemplo: electrónica
- **Nicho de mercado:** Atienden a segmentos específicos y especializados. Por ejemplo, fabricantes de piezas de vehículos
- **Mercado segmentado:** Varios segmentos de mercado con necesidades y problemas ligeramente diferentes.
- **Mercado diversificado:** Atiende a dos segmentos de mercado que no están relacionados y que presentan necesidades y problemas muy diferentes.

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN

- **Demográfico:** edad, sexo, nivel adquisitivo, nivel educativo, etnia, estado civil, profesión
- **Geográfico:** **localización geográfica**, ya sea un barrio, una ciudad, un estado o comunidad.
- **Psicográfico (estilo de vida):** aficiones, actividades, hobbies, etc.
- **Comportamiento:** Tiene en cuenta **cómo se comporta el potencial cliente**. Ejemplo: al precio, lealtad hacia la marca, los beneficios que espera obtener con la compra, cómo y cuándo usa el producto.



PROPUESTAS DE VALOR

Las propuestas de valor son un conjunto de productos o servicios que satisfacen los requisitos o necesidades de un segmento de mercado determinado. En este sentido, la propuesta de valor constituye una serie de ventajas que una empresa ofrece a los clientes. Algunas propuestas de valor pueden ser innovadoras y presentar una oferta nueva, mientras que otras pueden ser parecidas a ofertas ya existentes e incluir alguna característica o atributo adicional.



❑ **Novedad:** Satisfacen necesidades hasta entonces inexistentes y que los clientes no percibían porque no había ninguna oferta similar, ejemplo: tecnología

❑ **Mejora del rendimiento:** El aumento del rendimiento de un producto o servicio. Ejemplo: cargador celular-Carga rápida

❑ **Personalización:** La adaptación de los productos y servicios a las necesidades específicas de los diferentes clientes o segmentos de mercado.



❑ **Diseño:** Un producto puede destacar por la superior calidad de su diseño. Ejemplo: La moda y la electrónica

❑ **Marca/estatus:** Algunos clientes pueden encontrar valor en el sencillo hecho de utilizar y mostrar una marca específica.



❑ **Precio:** Ofrecer un producto/servicio a un precio inferior es una práctica común para satisfacer las necesidades de los segmentos del mercado que se rigen por el precio.

❑ **Reducción de costos:** Ayudar a los clientes a reducir costes.

❑ **Reducción de riesgos:** Reducir el riesgo que representa la adquisición de productos o servicios.

❑ **Accesibilidad:** Productos y servicios a disposición de clientes que antes no tenían acceso a ellos

❑ **Comodidad/utilidad:** Facilitar las cosas o hacerlas más prácticas





ACTIVIDAD

Realice una presentación en PowerPoint donde exponga su idea de negocio, contestando las siguientes preguntas:

1. ¿Para quién creamos valor? – Es decir ¿quiénes serán o son nuestros clientes?
2. ¿Qué problema de nuestros clientes ayudamos a solucionar, o ¿qué necesidades de los clientes satisfacemos?
3. ¿Qué paquetes de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de mercado?
4. ¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes? En este sentido, la propuesta de valor constituye una serie de ventajas que una empresa ofrece a los clientes, lo que la hace diferente y porqué nos prefieren

REFERENCIAS

- <https://innokabi.com/canvas-de-modelo-de-negocio/>
- <https://www.emprendedores.es/estrategia/que-significa-modelo-de-negocio/>
- <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas>
- **Alexander Osterwalder, Yves Pigneur- Generación de modelos de negocio. 2011**