

## UD 10: LIENZO DE NEGOCIO (CANVAS)

Una vez elegida la idea de negocio, es hora de acercarnos a ella, analizando cómo la queremos llevar a cabo desde el punto de vista empresarial, para ello nos basaremos en el modelo **canvas o de lienzo de negocios** que en este caso nos permitirá hacer una primera aproximación a nuestra idea empresarial.

El modelo Canvas de negocio es una plantilla esquemática, donde se puede ver de forma resumida todos los puntos claves de una empresa y que permite añadir modificaciones e ideas rápidamente.

Se estructura en nueve bloques bien diferenciados, donde se sitúa a la derecha la estructura comercial de la empresa y a la izquierda la estructura de producción.



## 1. PROPUESTA DE VALOR

Comenzaremos con la parte central del canvas en este caso con la **propuesta de valor de nuestra empresa**, es decir:

---



**¿Qué ofreces que te haga diferente y especial, siendo mejor que la competencia?**

**¿Por qué el cliente debe elegirte?**

**¿Cuáles van a ser tus ventajas competitivas?**

**¿Qué problemas resuelves a tus clientes?**

**¿Cuál es tu razón de ser?**

---

## 2. CLIENTES

En segundo lugar analizaremos a **nuestros clientes** y dentro de ellos, a cada segmento de clientes claramente diferenciado, debiendo hacer una canvas para cada segmento:

---



**¿Quiénes son tus clientes?**

**¿Cuáles son sus características?**

**¿hay segmentos de clientes claramente diferenciados?**

**¿Los segmentos de clientes se relacionan entre sí?**

---

### 3. CANALES

Pasaremos a analizar **los canales**, es decir cómo vamos a hacer llegar nuestro producto o servicio al cliente:

---



**¿Cómo vas a hacer llegar tu propuesta de valor a cada cliente?**

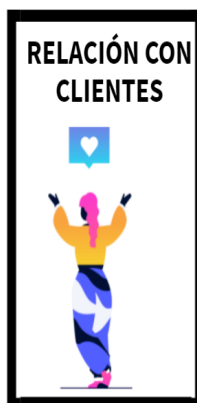
- El canal de distribución es una parte muy importante de la experiencia del cliente:
  - Venta física
    - venta directa
    - Canal intensivo, selectivo o inclusivo
    - Franquicias
    - tiendas propias...
  - Venta online
    - Market place
    - Página web propia
    - aplicación móvil (app)...

---

### 4. RELACIÓN CON EL CLIENTE

En cuarto lugar se analizará la **relación con el cliente**, es decir cómo nos va a encontrar el cliente y cuál va a ser la relación de la empresa con el cliente, antes, durante y después de la compra

---



**¿Qué relación tendrás con los clientes?**

**¿Qué va a inspirar tu marca en los clientes?**

**¿Cómo te vas a dar a conocer?**

**¿Cómo va a poder el cliente contactar con la empresa?**

**¿Cuál va a ser el seguimiento de los clientes?**

## 5. FUENTES DE INGRESOS

Por el lado derecho del lienzo o por el lado comercial nos queda por analizar todas las **fuentes de ingresos** que esperamos tener, así de todas las formas para cobrar esos ingresos:



- ¿Cómo vas a generar ingresos aparte de la venta?
- Ejemplos:
  - Suscripción / afiliación
  - Freemium
  - Mantenimiento
  - Envases
  - Publicidad...
- ¿Cómo vas a cobrar a los clientes?
  - Contado
  - Tarjeta
  - Móvil
  - Bizum
  - Transferencia
  - Contrareembolso...

## 6. ACTIVIDADES CLAVES

Pasamos a analizar el lado izquierdo, es decir la **parte de producción**, para ello comenzamos con las **actividades claves**, o las funciones que son imprescindibles en la empresa para poder funcionar



- ¿Qué procesos son necesarios para que el negocio funcione y hay que prestar una especial atención?
  - Atención al cliente
  - Innovación y desarrollo
  - Calidad
  - Producción
  - Marketing
  - Diseño
  - Programación...

## 7. RECURSOS CLAVES

Pasamos a analizar los **recursos claves** o factores productivos que van a ser necesarios en la empresa:



- Se han de detallar y especificar qué recursos o factores productivos necesitamos:
  - Trabajadores:
    - ¿Cualificados? ¿Qué cualificación? ¿Cuántos?
    - ¿No cualificados? ¿Cuántos?
  - Maquinaria:¿Alguna maquinaria específica?
  - Locales, almacenes
  - Ordenadores, software
  - Patentes
  - Vehículos...

## 8. SOCIOS CLAVES

Continuamos con los **socios clave** es decir aquellas personas, empresas, o instituciones público o privadas con las que la empresa debe contar y en algún caso llegar a acuerdos para poder funcionar.



**Las alianzas permiten crear vínculos y sinergias, consiguiendo beneficios para todos los participantes de la alianza:**

- Posibles alianzas:
  - Proveedores
  - Universidades
  - Otras empresas
  - ONGs
  - Asociaciones...

## 9. ESTRUCTURA DE COSTES

El último apartado del canvas es la **estructura de costes**, aquí indicaremos los principales costes a los que va a tener que hacer frente una empresa:



- Los principales costes de una empresa son:
  - Salarios
  - Alquiler locales
  - Seguros
  - Consumo de materiales
  - Suministros
  - comisiones bancarias e intereses
  - Combustible
  - Publicidad
  - Subcontratas (limpieza, mantenimiento)
  - Comisiones página web/coste alojamiento web...

## EJEMPLO

En la siguiente imagen puedes ver un ejemplo de un modelo canvas realizado por alumnos de FAG de 2º de bachillerato, para una empresa de gadgets tecnológicos para la tercera edad:



Para terminar puedes acceder al tema en modo presentación en genially:

**<https://view.genial.ly/6034f6919d202513976deed2/interactive-content-ud-10-lienzo-de-negocios>**