



ESCUELA
Hispano-Cubana

Proyecto: Generación de capacidades para la agricultura sostenible y seguridad alimentaria en Cuba mediante una escuela de Posgrado Hispano-Cubana

Modelo CANVAS Descripción de la herramienta



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA





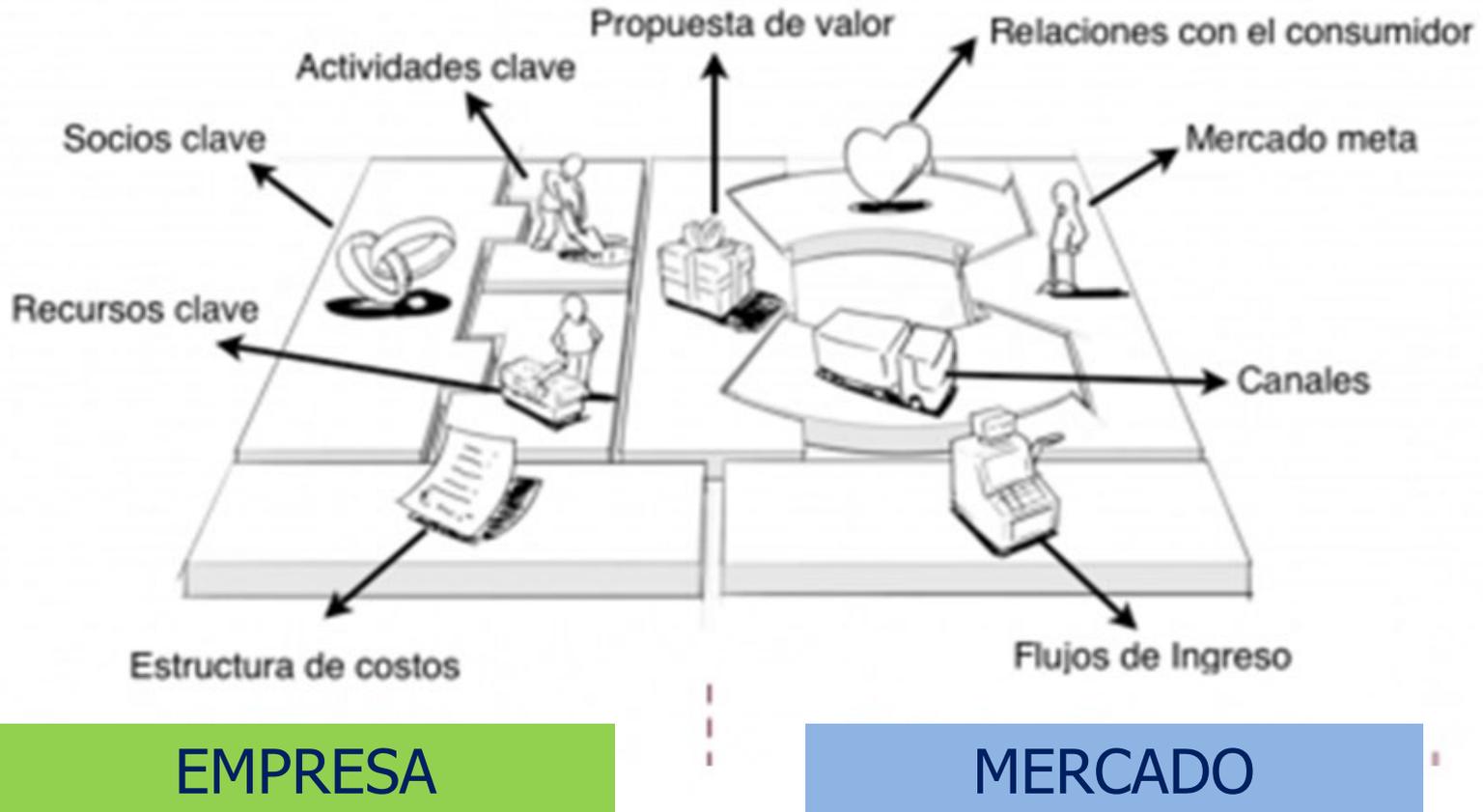
EL MODELO CANVAS

- ❑ Herramienta simplificada para la elaboración de un modelo de negocio. La herramienta se basa en la descripción de un modelo de negocio a través de nueve bloques que reflejan la lógica que sigue una empresa para crear, proporcionar y captar valor.
- ❑ Permite saber qué haremos, cómo lo haremos, a qué coste, con qué medios, quienes serán los clientes, cómo venderemos, qué ingresos son previsibles, etc.
- ❑ Se considera una herramienta dinámica que permite reflexionar sobre la empresa desde su concepción, y según avanza, saber cómo pulirla, qué aspectos necesitan mejorarse, etc.





EL MODELO CANVAS





EL MODELO CANVAS

¿CÓMO?

¿QUÉ?

¿QUIÉN?



¿CUÁNTO?





EL MODELO CANVAS

Segmento de clientes

- Tu propuesta de valor estará orientada a satisfacer las necesidades de uno o varios segmentos de mercado. Por ello es vital conocer a qué público se quiere orientar.
- El público se puede segmentar por distintos criterios, por ejemplo, su procedencia, su edad, comportamiento, etc.

¿Para quién se creará valor?





EL MODELO CANVAS

Propuesta de valor

- Su objetivo deberá ser el de generar valor para los clientes y demás grupos de interés involucrados en la propuesta.
- Es importante destacar los elementos diferenciadores de la misma que puedan despertar el interés.

¿Qué beneficios proporcionará?

¿Qué otros problemas ayuda a resolver?





EL MODELO CANVAS

Canales

- Las propuestas de valor llegan a los segmentos de clientes a través de distintos canales de comunicación, distribución y venta.

¿Qué canales se prefieren para los segmentos de mercado?

¿Cómo se establece actualmente el contacto con los segmentos de clientes?

¿Cómo se conjuga el canal anterior con el canal elegido?





EL MODELO CANVAS

Relaciones con los clientes

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

¿Qué tipo de relación se espera crear con los diferentes segmentos de mercado?





EL MODELO CANVAS

Fuentes de Ingresos

- Las fuentes de ingresos se generan cuando los clientes adquieren o se benefician de la propuesta de valor ofrecida

¿Por qué valor están dispuestos a pagar los clientes?

¿Cuánto reportarán las diferentes fuentes de ingresos?





EL MODELO CANVAS

Recursos clave

- Los recursos clave son los activos necesarios para el buen funcionamiento de la propuesta.
- Es importante identificarlos y clasificarlos.
- Materiales, humanos, económicos, intelectuales, etc.

¿Qué recursos clave requiere esta propuesta de valor?





EL MODELO CANVAS

Actividades clave

- Son aquellas acciones que generan mayor atractivo y que hacen que la propuesta de valor funcione. Se necesitan para convencer a los segmentos de clientes y así poder vender, fidelizar y generar ingresos.

¿Qué actividades clave sustentan la propuesta de valor?





EL MODELO CANVAS

Asociaciones clave

- Algunas actividades se externalizan o determinados recursos se adquieren fuera de la empresa
- Existen personas/empresas con los que es vital mantener una buena relación y colaborar, etc.

¿Quiénes serán los socios clave?





EL MODELO CANVAS

Estructura de costes

- Los diferentes elementos del modelo de negocio conforman la estructura de costes.
- Analiza la propuesta y responde.

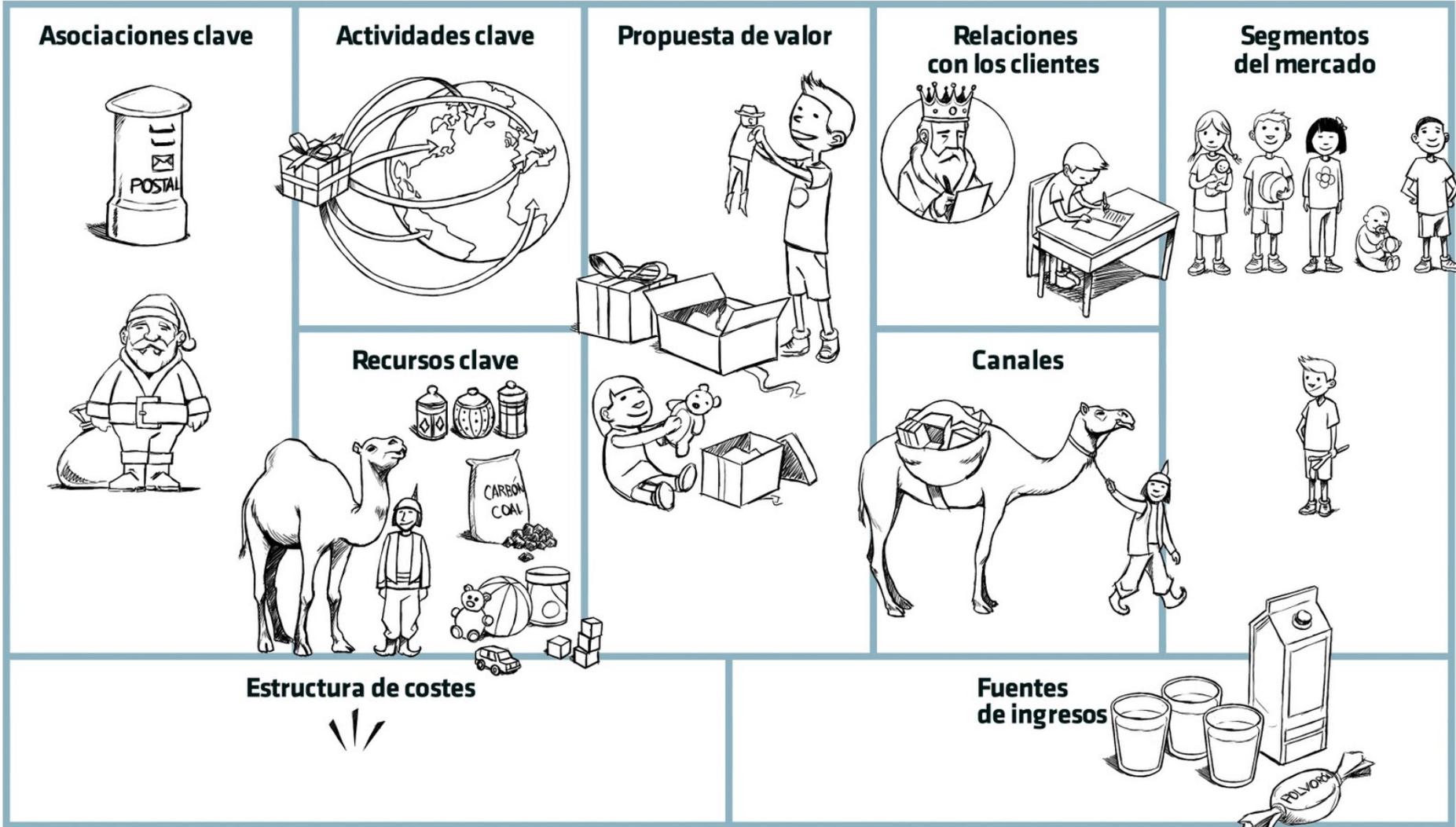
¿Cuál será la prioridad de la propuesta, reducir costes o dar valor al producto/servicio?

¿Cuáles serán los costes más importantes en la propuesta de valor?





EJEMPLO VISUAL





ACTIVIDAD PROPUESTA

- Detallar** la idea integrada de emprendimiento sostenible que han venido desarrollando durante el curso, haciendo uso del CANVAS, sin perder de vista el contexto de la estrategia emprendimiento e innovación propuesta.

