

stilljobs ;)

BUENOS AIRES, Mayo 2025

PROGRAMA EMPRENDER + 45

MODULO IV

stillJobs ;)



MODELO DE NEGOCIO

Metodología Canvas



Omar Nievas

Especialista en Modelos de Negocios, Comunicación y Marketing | Potenciando Líderes y Equipos en búsqueda de su Propósito | Mentor de Emprendedores y Empresas en crecimiento | Speaker | Mentor | Entusiasta de la Economía 4.0

LinkedIn: @Omar Nievas

FB e Instagram: @omar.nievas.mentor

onievas@gmail.com

Wpp: 11 5711 0199

¿QUIENES NECESITAN UN **MODELO DE NEGOCIOS**?

Desarrollar un modelo de negocios es esencial para varios tipos de emprendedores y empresas. Aquí te explico quiénes lo necesitan y por qué:

1. **Emprendedores que buscan financiamiento:** Los inversores necesitan entender cómo una startup planea generar ingresos y escalar. Un modelo de negocios claro y bien definido muestra el potencial de rentabilidad y ayuda a los inversores a decidir si vale la pena invertir.
2. **Startups en etapa temprana:** Estas empresas necesitan un modelo de negocios para definir su propuesta de valor, identificar sus clientes objetivo y trazar un camino claro para el crecimiento. Es una guía esencial para evitar desvíos y mantener el enfoque en las metas principales.
3. **Pymes que desean escalar:** Las Pymes que buscan expandirse a nuevos mercados o diversificar sus productos necesitan un modelo de negocios actualizado que contemple la nueva estrategia. Esto les permite anticipar desafíos y aprovechar oportunidades con mayor eficacia.
4. **Empresas que están pivotando:** Cuando una empresa decide cambiar su enfoque o mercado objetivo, necesita reconfigurar su modelo de negocios para alinearlo con la nueva dirección. Esto es crucial para asegurar que la nueva estrategia sea viable y sostenible.
5. **Negocios tradicionales que buscan innovación:** Las empresas establecidas que desean innovar o incorporar nuevas tecnologías necesitan revisar y adaptar su modelo de negocios. Esto les permite integrar nuevas formas de operar y ofrecer valor a sus clientes en un entorno cambiante.
6. **Emprendedores sociales:** Los negocios con fines sociales o medioambientales deben equilibrar sus objetivos de impacto con la sostenibilidad financiera. Un modelo de negocios bien diseñado les ayuda a cumplir con ambas metas, asegurando que puedan continuar operando y generando impacto.
7. **Empresas que enfrentan cambios regulatorios:** Los cambios en la regulación pueden afectar la viabilidad de un modelo de negocios. Adaptar el modelo para cumplir con las nuevas leyes es esencial para evitar sanciones y mantenerse competitivo.

Cada uno de estos actores necesita un modelo de negocios para asegurar que sus operaciones no solo sean viables, sino también sostenibles y alineadas con sus objetivos a largo plazo.

¿PORQUE UN MODELO DE NEGOCIOS?

Las empresas, emprendimientos y startups necesitan un modelo de negocio por varias razones fundamentales:

1. **Claridad en la Propuesta de Valor:** Un modelo de negocio define claramente qué valor ofrece la empresa a sus clientes y cómo se diferencia de la competencia. Esto es esencial para atraer y retener a los clientes al satisfacer sus necesidades de manera única.
2. **Guía para la Toma de Decisiones:** Sirve como una hoja de ruta que ayuda a los fundadores y líderes a tomar decisiones estratégicas alineadas con los objetivos de la empresa. Esto incluye decisiones sobre expansión, contratación, marketing y más.
3. **Atracción de Inversiones:** Los inversores quieren ver un modelo de negocio sólido que demuestre cómo la empresa planea generar ingresos y crecer. Un modelo bien diseñado aumenta la confianza de los inversores en la viabilidad del proyecto.
4. **Sostenibilidad Financiera:** Un modelo de negocio ayuda a las empresas a entender cómo generarán ingresos de manera sostenible. Permite planificar el flujo de efectivo, identificar fuentes de ingresos y manejar los costos eficientemente.
5. **Adaptabilidad y Resiliencia:** Las empresas que cuentan con un modelo de negocio bien pensado pueden adaptarse mejor a los cambios del mercado, como fluctuaciones en la demanda, nuevas tecnologías o cambios regulatorios. Un modelo flexible permite ajustes rápidos sin perder de vista los objetivos a largo plazo.
6. **Eficiencia Operativa:** Al definir claramente los procesos y recursos necesarios para operar, un modelo de negocio ayuda a mejorar la eficiencia. Las empresas pueden identificar áreas donde se puede optimizar, reducir costos y mejorar la productividad.
7. **Mitigación de Riesgos:** Al mapear todos los aspectos del negocio, desde los ingresos hasta la estructura de costos y las relaciones con socios, un modelo de negocio permite identificar posibles riesgos. Esto permite anticipar y mitigar problemas antes de que se conviertan en amenazas serias.
8. **Comunicación Interna y Externa:** Facilita la comunicación de la estrategia y los objetivos de la empresa tanto al equipo interno como a los socios, inversores y otros stakeholders. Esto asegura que todos estén alineados y trabajen hacia un mismo fin.
9. **Establecimiento de Metas y KPI:** Un modelo de negocio permite definir metas claras y los indicadores clave de rendimiento (KPI) necesarios para medir el progreso. Esto es crucial para monitorear el éxito y ajustar la estrategia según sea necesario.,

Tener un modelo de negocio es esencial para cualquier empresa, emprendimiento o startup que busque no solo sobrevivir, sino también prosperar en un entorno competitivo. Proporciona la estructura necesaria para crecer de manera sostenible y enfrentar los desafíos con mayor confianza y preparación.

¿CUANDO ES BUENO CONTAR CON UN MODELO DE NEGOCIOS?

Adoptar un modelo de negocio es crucial en varios momentos clave del ciclo de vida de un negocio. A continuación, te detallo cuándo o en qué momentos específicos se debe desarrollar o revisar un modelo de negocios:

- 1. En la Fase de Conceptualización (Antes del Lanzamiento):** Antes de lanzar un negocio o una startup, es fundamental desarrollar un modelo de negocio. En esta etapa, se define cómo la empresa generará valor para los clientes y cómo obtendrá ingresos. Un modelo bien estructurado es esencial para validar la idea, atraer inversión inicial y trazar un camino claro hacia el lanzamiento.
- 2. Durante el Desarrollo del Producto Mínimo Viable (MVP):** Mientras se desarrolla el MVP, es necesario ajustar el modelo de negocio. Esta etapa permite probar y refinar la propuesta de valor con los primeros clientes. El feedback recibido puede llevar a ajustar el modelo para alinearlo mejor con las necesidades del mercado.
- 3. Antes de Buscar Financiamiento:** Al preparar una ronda de financiamiento, ya sea semilla, serie A o posterior. Inversores potenciales necesitan ver un modelo de negocio claro y sólido que justifique el valor de su inversión. El modelo debe mostrar cómo se usará el capital para generar crecimiento y retornos.
- 4. Al Escalar el Negocio:** Cuando la empresa está lista para expandirse a nuevos mercados, lanzar nuevos productos o aumentar su base de clientes. Escalar un negocio implica desafíos únicos que pueden requerir un modelo de negocio adaptado para manejar el crecimiento, asegurando que la expansión sea sostenible y rentable.
- 5. Después de un Cambio Importante en el Mercado o en la Empresa:** Tras eventos como cambios regulatorios, crisis económicas, o una reestructuración significativa en la empresa. Estos cambios pueden alterar las condiciones en las que opera la empresa. Revisar y adaptar el modelo de negocio asegura que la empresa pueda seguir siendo competitiva y ajustarse a las nuevas realidades.
- 6. Durante una Fase de Innovación o Diversificación:** Al introducir innovaciones significativas, nuevas tecnologías, o diversificar las líneas de productos. Estas iniciativas pueden requerir nuevos canales de distribución, cambios en la estructura de costos, o nuevas formas de generar ingresos, lo que hace necesario un ajuste en el modelo de negocio.
- 7. Al Identificar Problemas de Rentabilidad o Sostenibilidad:** Si la empresa enfrenta dificultades para mantener la rentabilidad o la sostenibilidad a largo plazo. Un análisis del modelo de negocio puede identificar fallos o áreas de mejora, permitiendo realizar los cambios necesarios para restaurar la salud financiera de la empresa.
- 8. Antes de una Venta, Fusión o Adquisición:** Al considerar vender la empresa, fusionarse con otra, o adquirir otra compañía. Un modelo de negocio sólido y claro facilita el proceso de valoración, negociación, y transición, asegurando que todas las partes entiendan cómo la operación afectará el negocio.

El modelo de negocio debe desarrollarse desde el inicio y revisarse en cada momento clave del crecimiento o cambio del negocio. Esto asegura que la empresa esté siempre alineada con sus objetivos estratégicos y preparada para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades.

DEFINICIÓN

Un Modelo de Negocios describe las bases sobre la que una empresa crea, proporciona y capta valor.

Alexander Osterwalder

METODOLOGÍA DE MODELO DE NEGOCIOS CANVAS

El **Modelo Canvas** fue propuesto por **Alexander Osterwalder** como una herramienta para describir, diseñar, desafiar, inventar y re implementar modelos de negocios. Su primera versión fue presentada en el libro *"Business Model Generation"* en 2010. Desde entonces, se ha convertido en un marco de referencia ampliamente utilizado en mundo empresarial actual. Este modelo simplifica la representación de los nueve bloques clave que componen cualquier modelo de negocios.

- Segmento de Clientes. ¿A quién nos dirigimos?
- Propuesta de Valor. ¿Qué ofrecemos y por qué es único?
- Canales. ¿Cómo llegamos a nuestros Clientes?
- Relaciones con los Clientes. ¿Cómo interactuamos con ellos?
- Flujo de Ingresos. ¿Cómo generamos ganancias?
- Estructura de Costos. ¿Cuales son nuestros gastos y egresos?
- Recursos Claves. ¿Qué necesitamos para operar?
- Actividades Claves. ¿Qué acciones son fundamentales?
- Asociaciones Claves. ¿Con quienes generamos Alianzas?

La flexibilidad, simplicidad y agilidad del Modelo Canvas lo convierten en una herramienta valiosa para la planificación estratégica y la comunicación interna en empresas como Airbnb, Netflix o Google.

LOS MÓDULOS DEL MODELO DE NEGOCIOS

Segmento de Mercado - Una empresa atiende a uno o varios segmentos de mercado.

Propuesta de Valor - El objetivo es solucionar los problemas de los clientes y satisfacer sus necesidades mediante propuesta de valor.

Canales - La propuesta de valor llega a los clientes a través de canales de comunicación, distribución y ventas.

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

Fuente de Ingresos - Las fuentes de ingresos se generan cuando los clientes adquieren la propuesta de valor ofrecida.

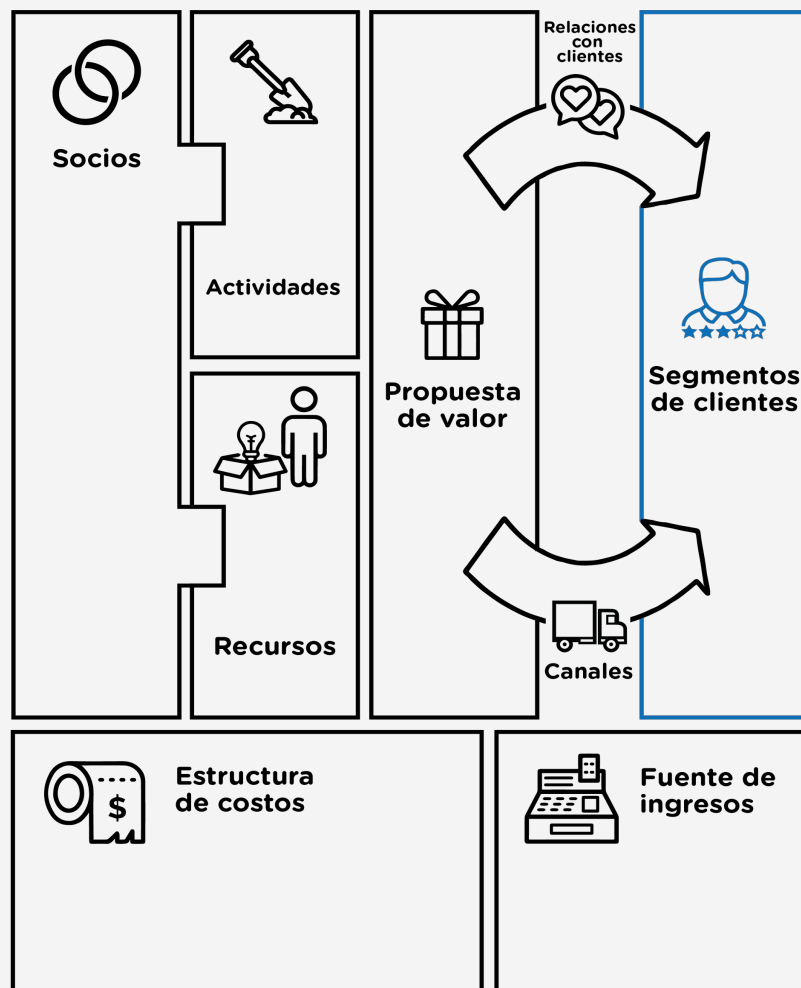
Estructura de Costos - Los diferentes elementos del modelo de negocios conforman la estructura de costos fijos y variables.

Recursos Claves - Los recursos claves son los activos necesarios para ofrecer y proporcionar los elementos requeridos.

Actividades Claves - Las actividades que necesitamos realizar de manera que el negocio pueda funcionar.

Asociaciones Claves - Algunas actividades se externalizan y determinados recursos se adquieren fuera de la empresa.

CLIENTES



¿Quiénes y por qué nos eligen/elegirían?

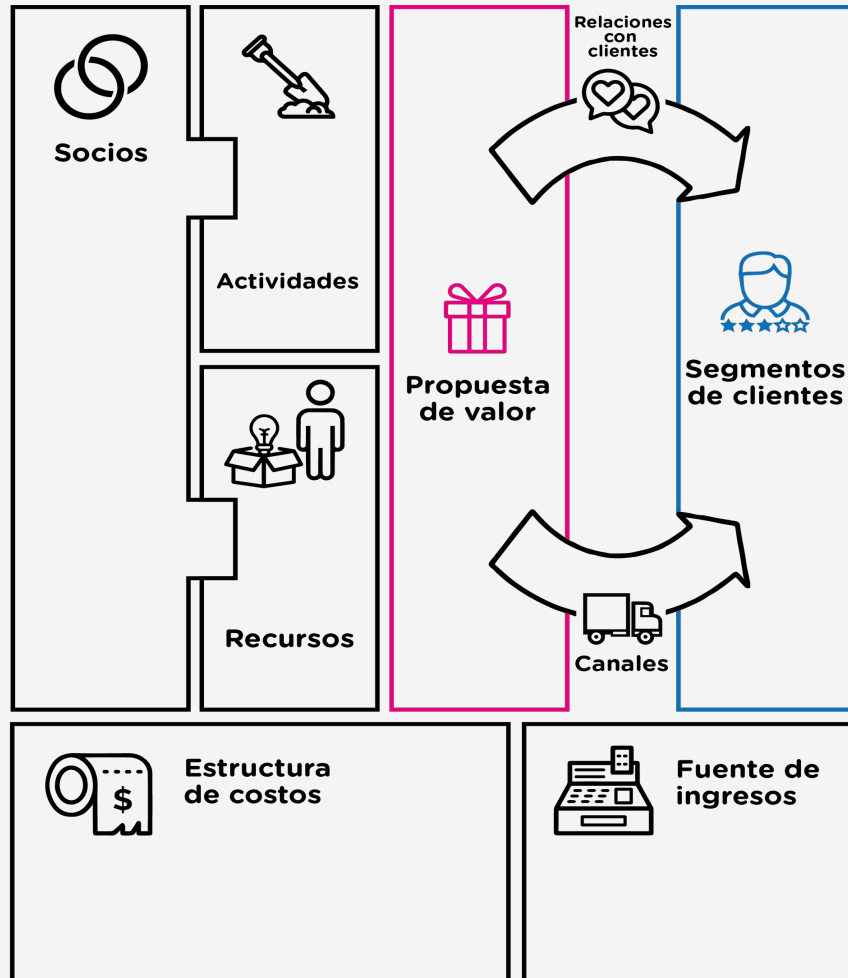
¿Son los que quiero que me elijan?

¿Puedo ofrecerles una solución?

¿Qué característica tienen en común los que conforman este segmento? ¿Cómo son? (¿Qué hábitos tienen, con quiénes se relacionan y qué factores son importantes para ellos?)

¿En qué se diferencian de otros segmentos?

PROPUESTA DE VALOR



¿Qué esperan los usuarios de nuestro producto o servicio?

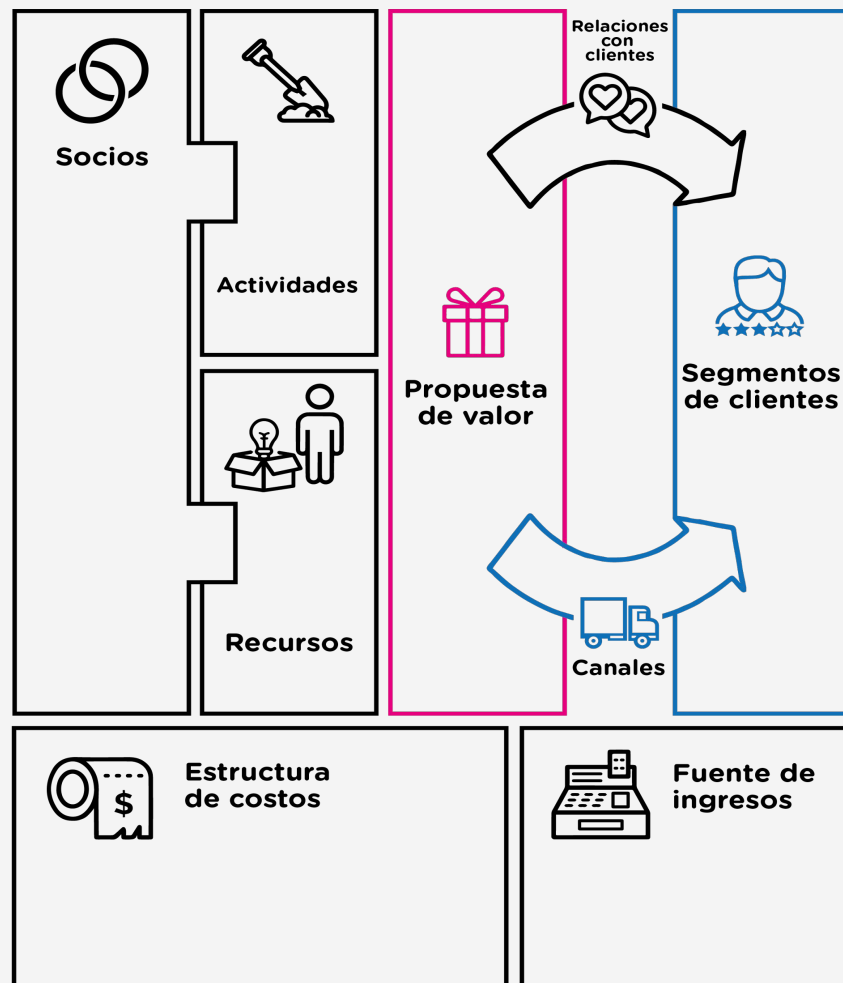
¿Cómo agregamos valor o brindamos una solución innovadora o diferencial?

¿Por qué deberían elegirnos?

¿Qué beneficios genero?

¿Qué problemas o dolores de cabeza evito?

CANALES



¿Cuáles son los canales/medios de comunicación con nuestros clientes?

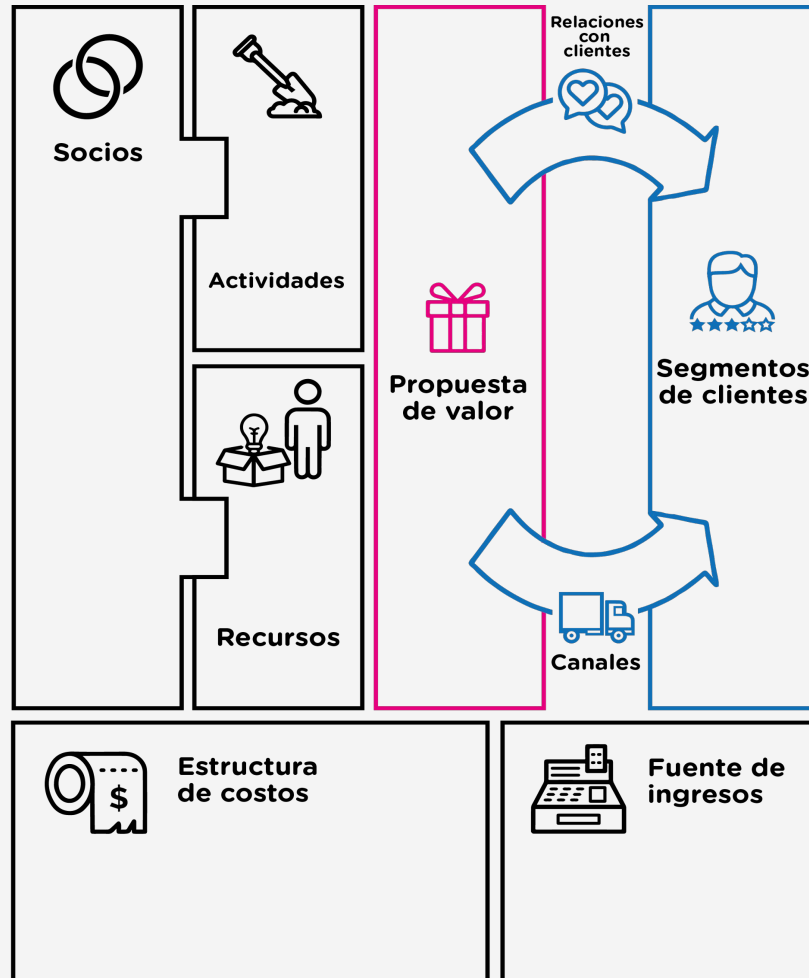
¿Cómo se integran nuestros canales y cuáles funcionan mejor?

¿Nuestros canales responden al valor que espera el cliente?

¿Responden a la afinidad con su perfil y al modelo de legitimación y compra?

¿Cuál es la logística necesaria para que mi producto/servicio llegue al segmento de clientes?

RELACIÓN CON EL CLIENTE



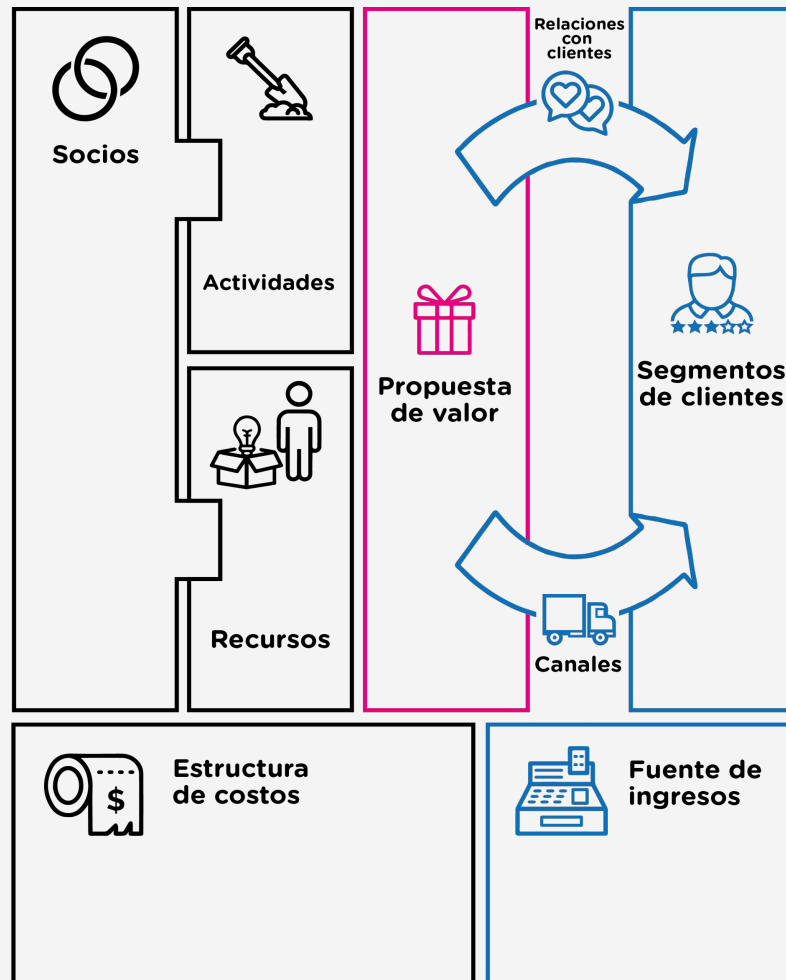
¿Qué tipo de relaciones esperan los clientes que se establezcan y se mantengan con ellos?

¿Qué relaciones hemos establecido/prentendo establecer con ellos?

¿Cuál es nuestra estrategia de fidelización? /

¿Cómo voy a mantener el vínculo fuerte con mi cliente?

FUENTE DE INGRESOS



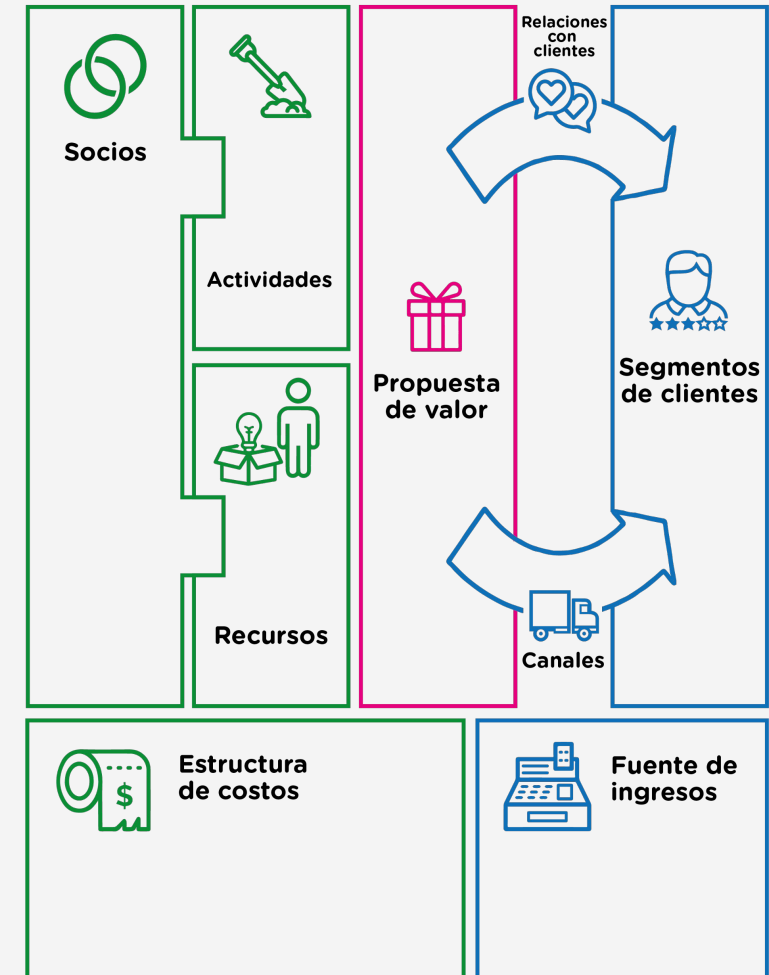
- ¿Qué valor están dispuestos a pagar los clientes?
- ¿Cuáles son los métodos y modalidades de pago?
- ¿Cual es/sería nuestra estrategia para poner precio al producto/servicio?

ESTRUCTURA DE COSTOS

¿Cuál es la estructura de costos que sustenta nuestro negocio?

¿Cuáles son los costos variables?

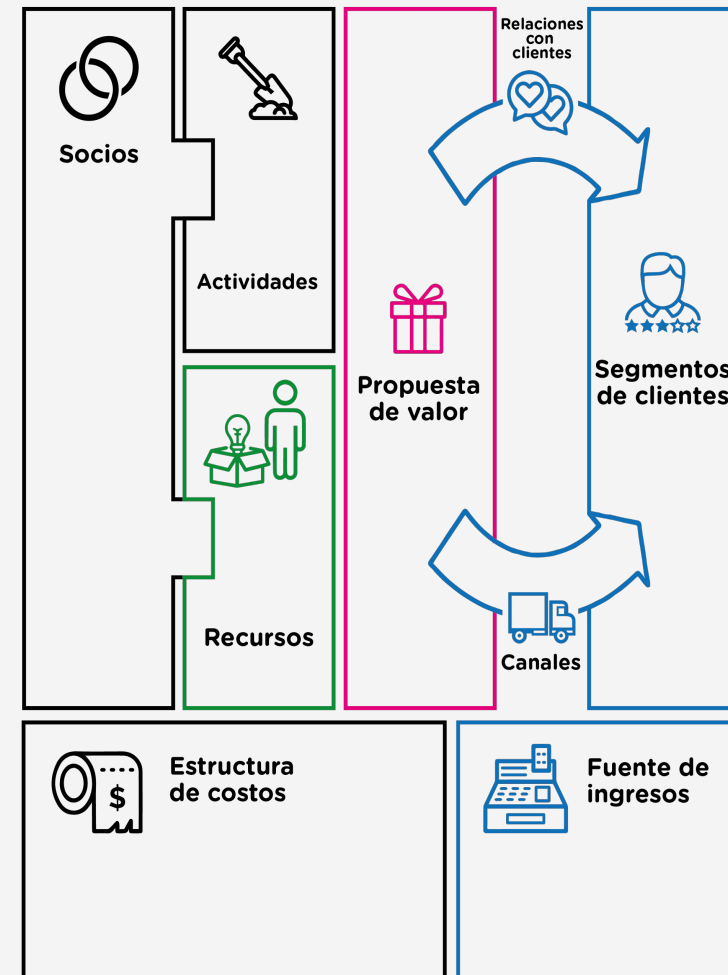
¿Cuáles son los costos fijos?



RECURSOS CLAVES

¿Qué recursos clave requiere este modelo de negocio?

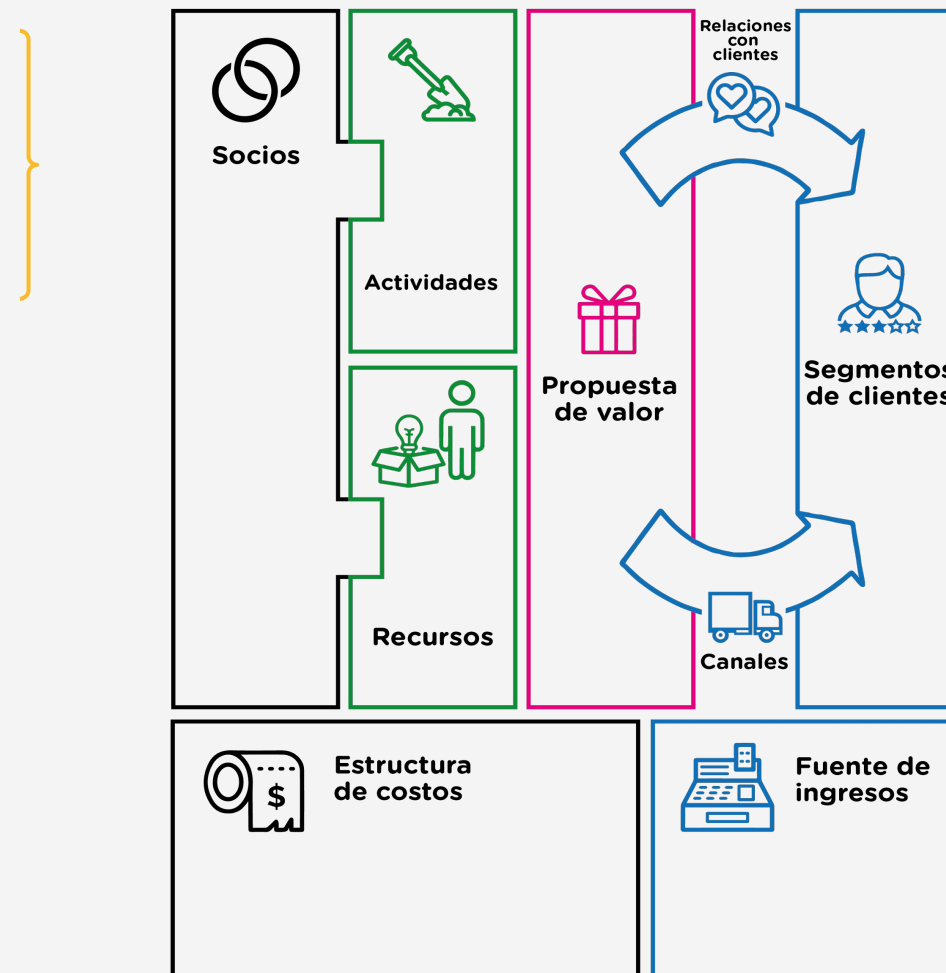
Analizar personal, infraestructura, tecnología y competencias.



ACTIVIDADES CLAVES

¿Cuáles son las actividades clave para que funcione el modelo de negocio?

¿De qué manera se llevan a cabo?

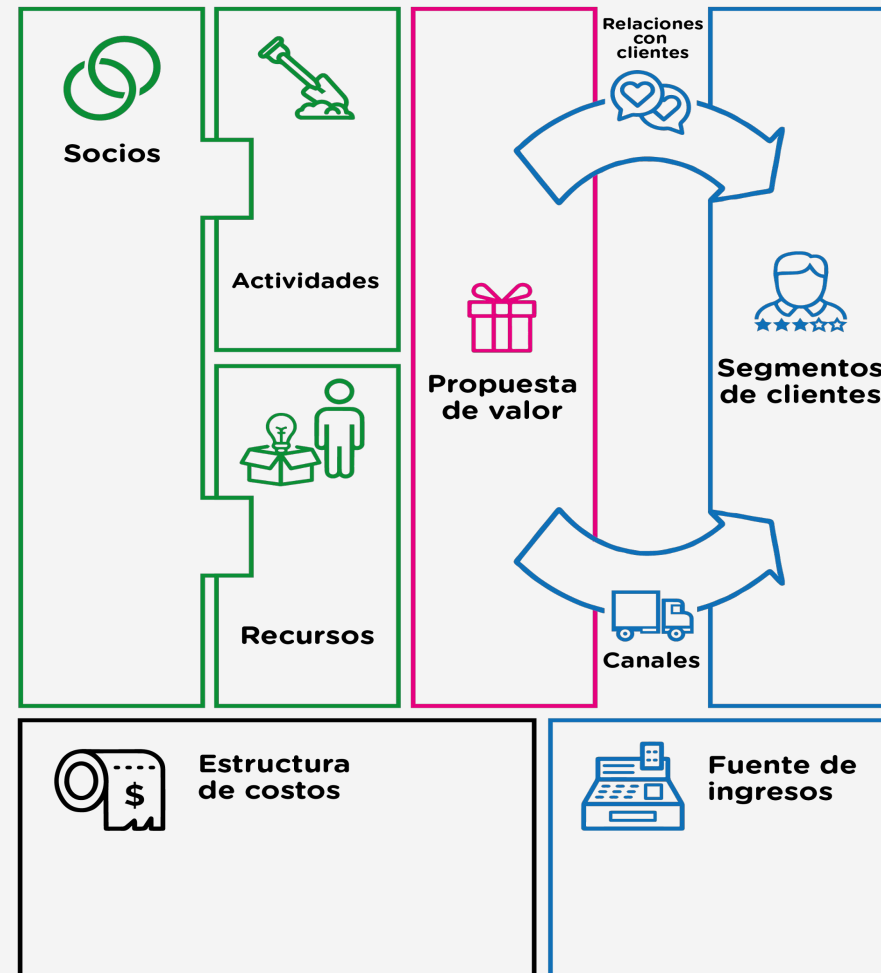


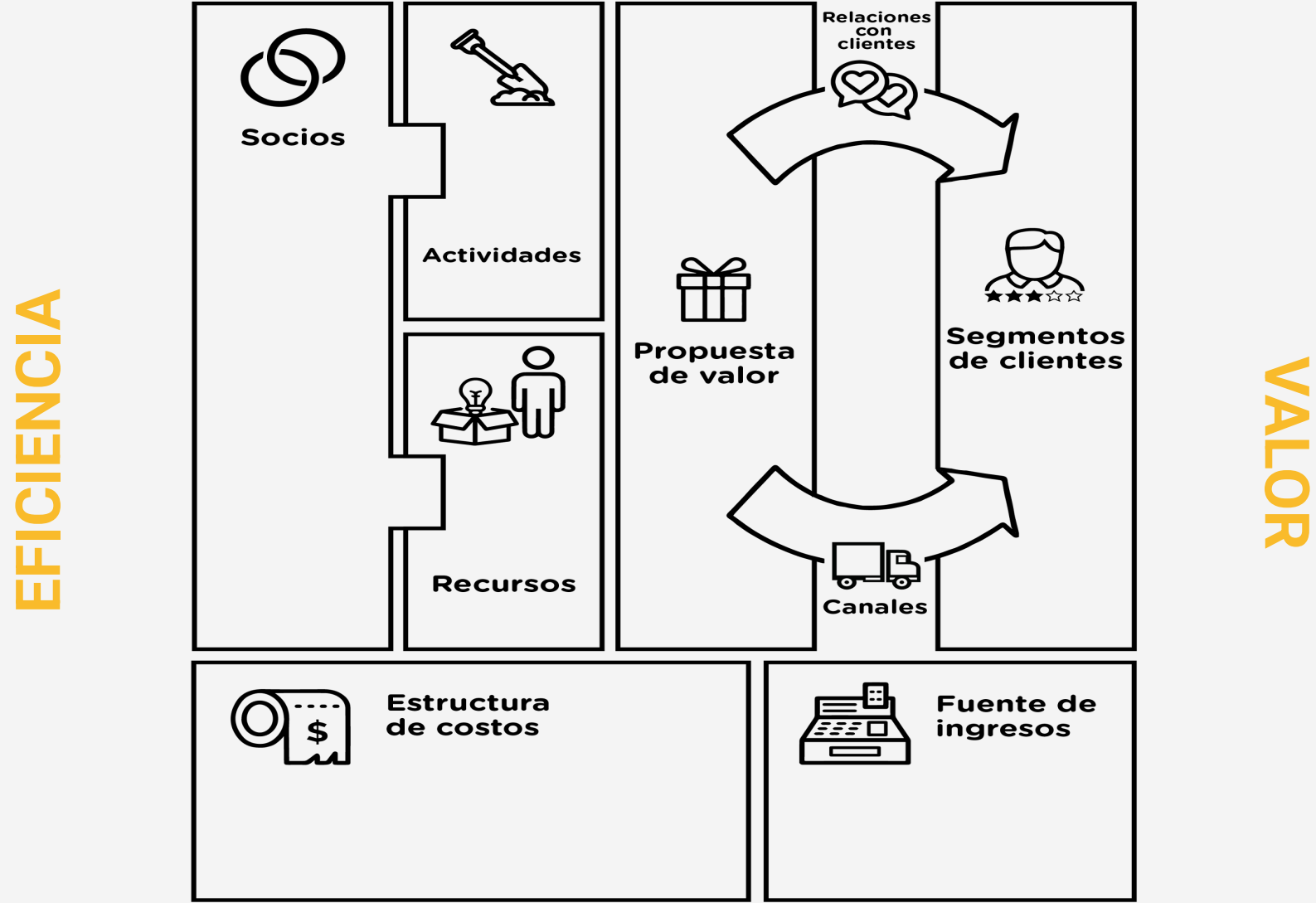
ALIANZAS CLAVES

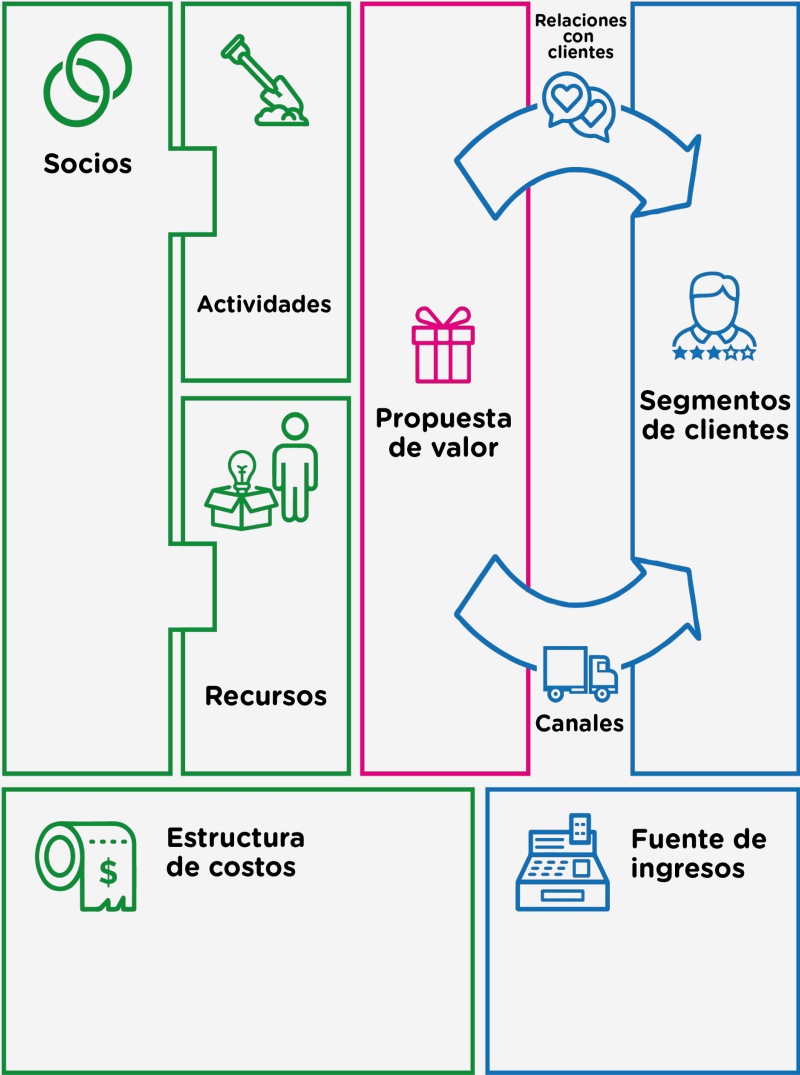
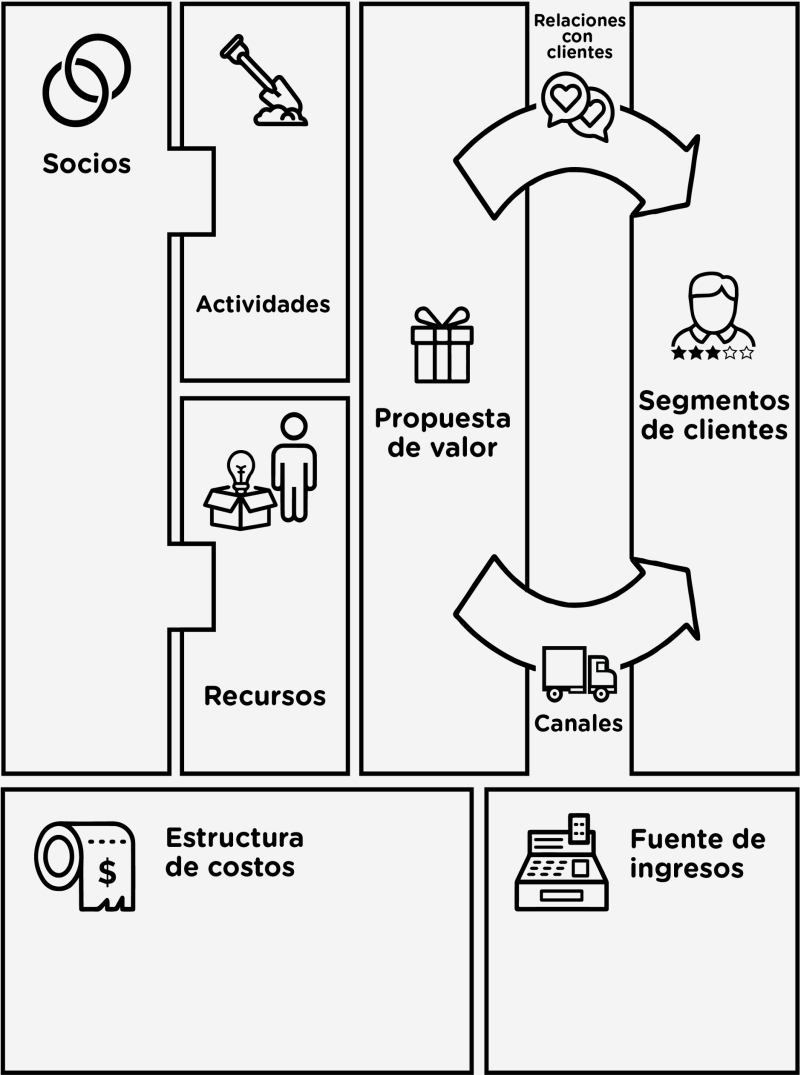
¿Quiénes son nuestros socios estratégicos?

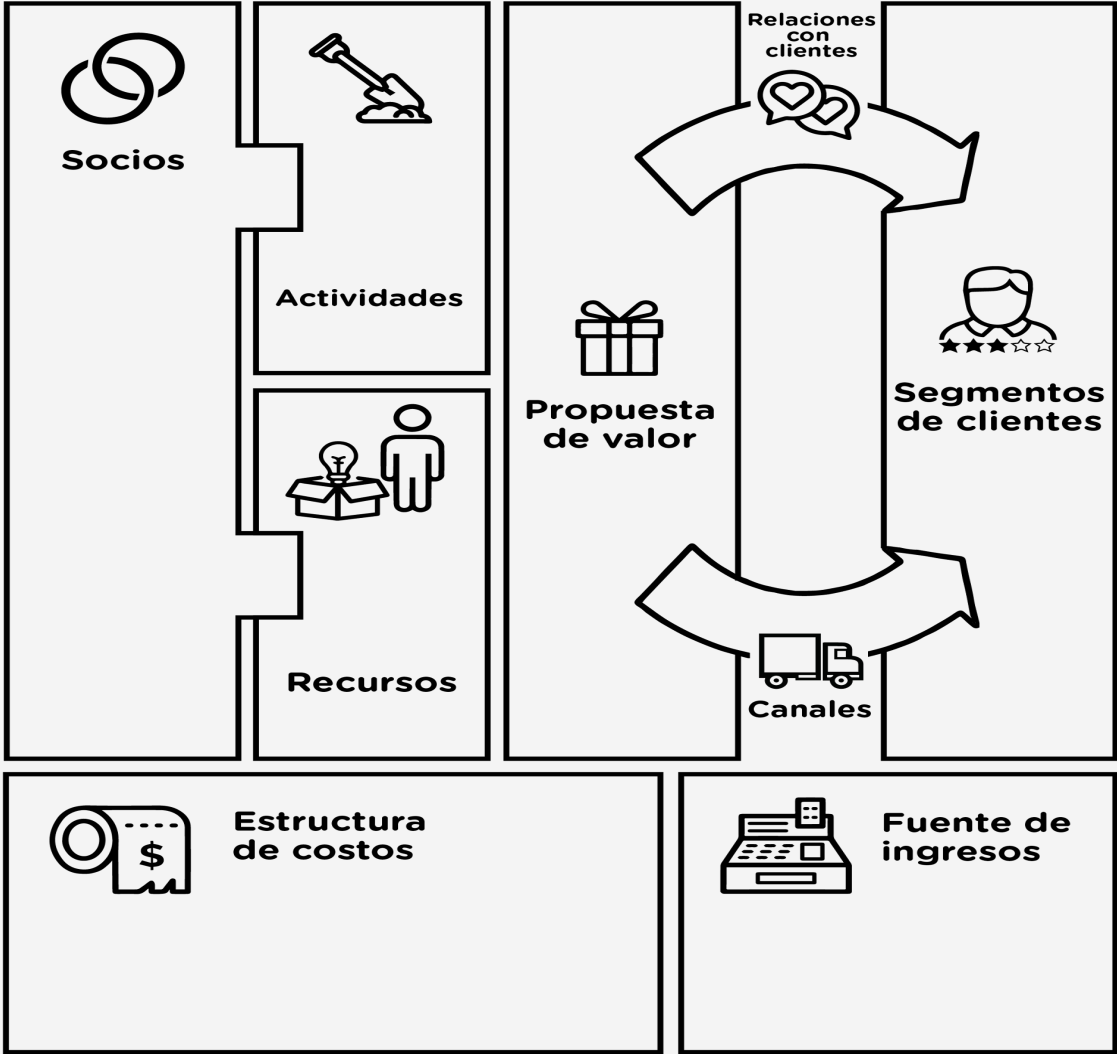
¿Quiénes son nuestros proveedores clave?

¿Con quién necesitamos tener alianzas?









ALGUNOS MODELOS DE NEGOCIOS

Desagregación de Modelo de Negocios - Tres focos relaciones con los clientes, innovación de productos e infraestructura. Lo ideal es desagregarlos en entidades independientes. Empresas de Telecomunicaciones y Bancos.

La Larga Cola - Es vender menos de más, centrada en la venta de productos especializados. Netflix, eBay, YouTube, Facebook.

Plataformas Multilaterales - Reúne a dos o más grupos de clientes distintos pero independientes. La plataforma crea valor al permitir la interacción entre los diferentes grupos. Basada en el crecimiento del número de usuarios. Visa, Google, Microsoft Windows, LinkedIn.

GRATIS como Modelo de Negocios - En este modelo una parte de los usuarios se benefician de una oferta gratuita. Otra parte del segmento financia los productos que se ofrecen gratuitamente, también conocido como FREEMIUM. Spotify, Canva,

Modelos de Negocios Abiertos - Estos modelos se pueden utilizar para crear y captar valor con la colaboración sistemática de socios externos. P&G, GlaxoSmithKline.

¡MUCHAS GRACIAS!

TODO ES POSIBLE EN LA MEDIDA QUE **TÚ CREAS** QUE ES **POSIBLE**

LinkedIn @Omar Nievas
FB e Instagram @omar.nievas.mentor
onievas@gmail.com | Wpp 11 5711 0199

stillJobs ;)

¡GRACIAS!

WWW.STILLJOBS.COM

+5491160923014

CONTACTO@STILLJOBS.COM