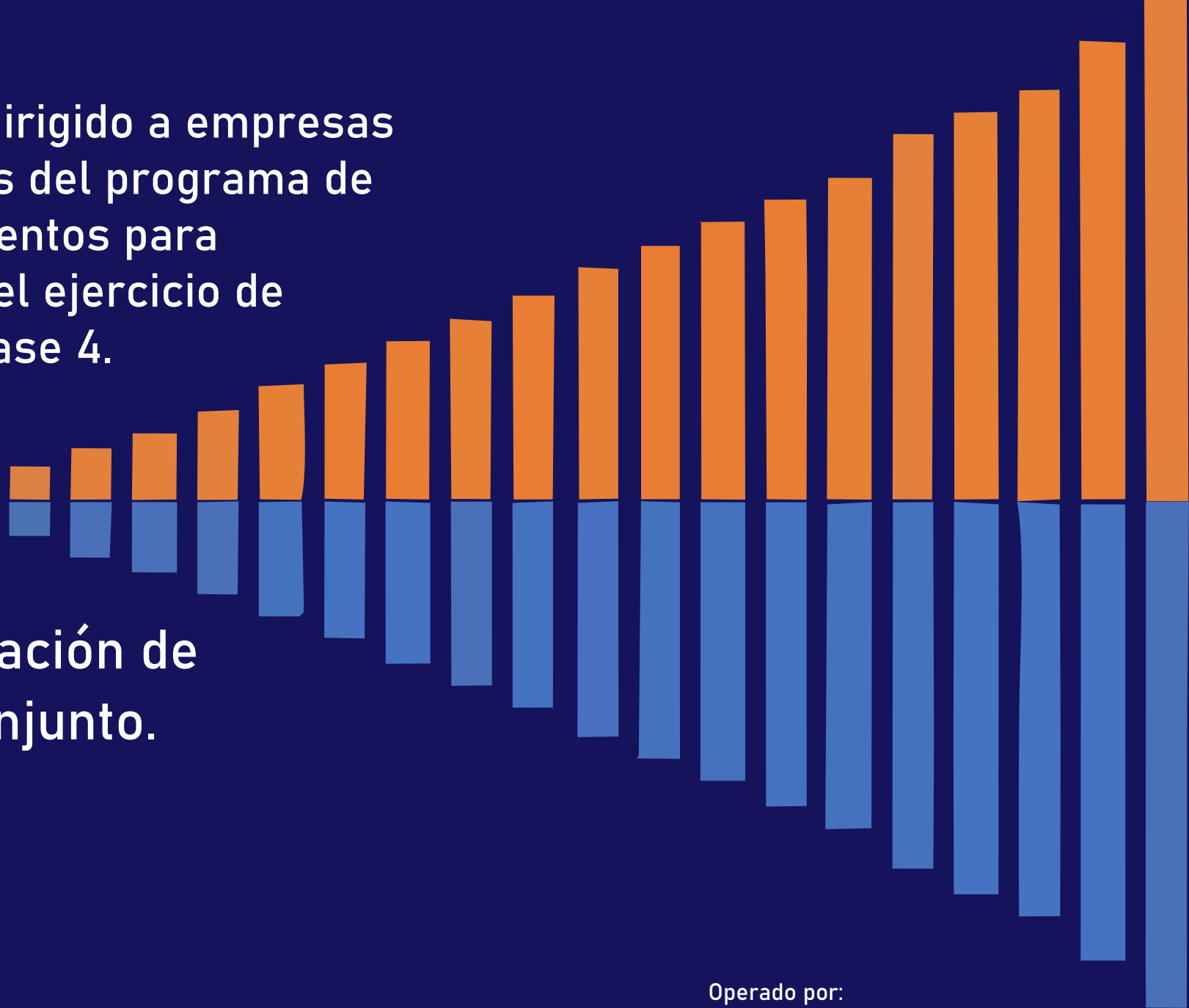


Instructivo dirigido a empresas participantes del programa de encadenamientos para desarrollar el ejercicio de Reunión 2 Fase 4.

Caracterización de Canvas conjunto.



Un proyecto de:

Operado por:



# PRESENTACIÓN DEL MODELO CANVAS

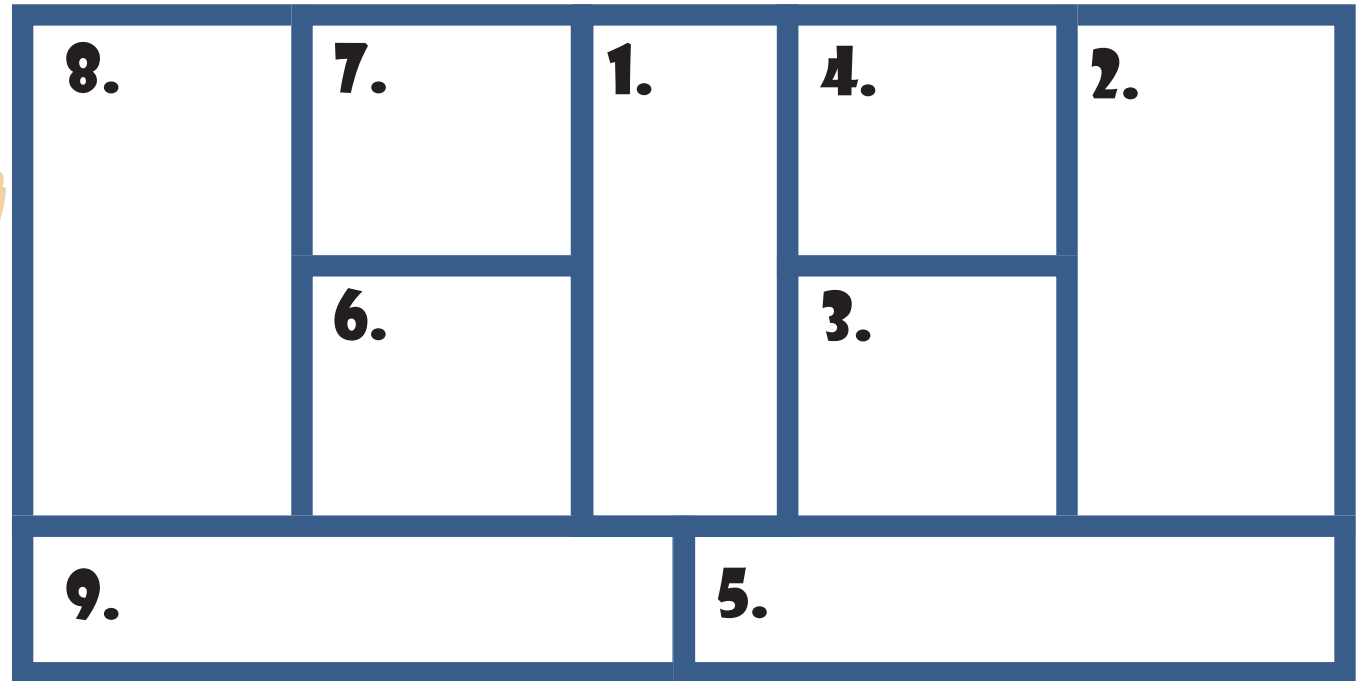


Creado por Alexander Osterwalder, junto con otros consultores internacionales, este modelo consiste en el diligenciamiento de 9 bloques que representan 9 elementos clave de la estructura de un negocio, a saber:

1. Propuesta de valor
2. Segmentos de clientes
3. Canales
4. Relación con los clientes
5. Fuentes de ingresos
6. Actividades Clave
7. Recursos Clave
8. Socios Clave
9. Estructura de costos.

Estos bloques se encuentran interrelacionados y su diligenciamiento secuencializado y lineal permite detectar cualquier incoherencia o vacío en el planteamiento del modelo de negocio.





Para diligenciar de forma lógica el lienzo, primero se deben rellenar los módulos del lienzo de la parte derecha. Estos bloques hacen referencia al ENTORNO o MERCADO (contexto en el que deberá operar la futura empresa o modelo de negocio). El segundo bloque, correspondiente a la parte izquierda del lienzo, responde a preguntas relacionadas directamente con la EMPRESA/NEGOCIO.



**No existe un consenso universal en cuanto a cuál es el primer bloque del CANVAS que debe ser llenado. Algunos expertos recomiendan iniciar conociendo al cliente para luego crear el modelo de negocio entorno a este. En nuestro caso, proponemos iniciar por la creación de la propuesta de valor, puesto que primero priorizamos las necesidades o proyecciones de la empresa y, a partir de estas ideas, construimos el negocio potencialmente encadenable con las empresas participantes del proyecto.**

# CÓMO LLENAR EL CANVAS

# 1. PROPUESTA DE VALOR

Esta parte no se trata de idearse el qué se va a ofrecer, eso ya lo han identificado en los pasos anteriores de este proyecto. En este punto, deben esclarecer cuál es el problema o la necesidad que resuelve su idea de negocio. Deben plasmar los elementos que harán que su producto/servicio se diferencie a los ya encontrados en el mercado, para ello, mantengan la pregunta:

“¿Qué hará que los clientes quieran acceder a nuestro producto/servicio como su primera opción?”.

# 2. SEGMENTO DE CLIENTES

En este espacio, detallen de la manera más precisa posible quiénes son las personas que van a verse beneficiadas con su producto/servicio. Aquí conocerán en detalle a sus clientes (cómo son, dónde viven, cuántos años tienen, son hombres, mujeres, cuál es su perfil).



# 3. CANALES

En este punto es necesario responder dos preguntas principales: “¿cómo establecemos contacto con nuestros clientes?”, y “¿cómo les entregamos el producto?”. Aquí es importante identificar los canales ya establecidos por la empresa, para saber si es necesario abrir nuevos canales más acordes con el tipo de clientes, o utilizar los canales de su posible socio de encadenamiento, especialmente si esta nueva idea de negocio implica explorar un nuevo segmento de clientes para la empresa.



# 4. RELACIONES CON LOS CLIENTES

Esta parte del lienzo garantizará la sostenibilidad del negocio, puesto que aquí se contempla cómo van a relacionarse con los clientes, de tal forma que quieran volver a usar su producto/servicio, a partir del vínculo de satisfacción y afecto que logren desarrollar. Es importante tener claro en este punto cómo van a atraer nuevos clientes, fidelizar los existentes y hacerlos crecer.



# 7.

## ACTIVIDADES CLAVE

Este es el segmento del CANVAS en el que contemplan las acciones indispensables que deben hacer para poder ofrecer el producto/servicio y que este empiece a generar ingresos a la empresa. Revisen los pasos diligenciados anteriormente, de tal manera que puedan analizar y priorizar, o al menos saber, cuáles son las actividades clave en función de la relación con los clientes, las fuentes de ingresos, los canales, y demás aspectos ya contemplados en el lienzo, en las que deben poner mayor empeño.



# 8.

## SOCIOS CLAVE

Este punto es muy importante dentro del ejercicio puesto que es la posibilidad de contemplar el tipo de empresa con la que resultaría estratégico encadenarse para poner en funcionamiento el modelo de negocio y que este funcione a largo plazo, gracias a la sólida relación a establecerse entre las partes. Recuerden que no estamos pensando en proveedores, sino en aliados cuyo *know how* sea esencial para impulsar el negocio y conducirlo al éxito.



# 9.

## ESTRUCTURA DE COSTOS



En el último bloque del lienzo deben hacer una radiografía detallada de todos los costos asociados a la producción del negocio. Esta es una lista de todo aquello que implique gastos para crear y entregar el producto/servicio, por ejemplo: operarios, planta física, sitio web, materia prima, entre otros. Como parte del ejercicio, esta lista debe ordenar los elementos identificados de mayor a menor en función de los gastos para considerar cómo poder reducirlos u optimizarlos.



Como último ejercicio de esta

fase, recibirán una asesoría en ANÁLISIS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

por parte del experto en esta área del proyecto

CEEN. En esta asesoría se hará una revisión jurídica de los aspectos susceptibles de propiedad intelectual y se harán

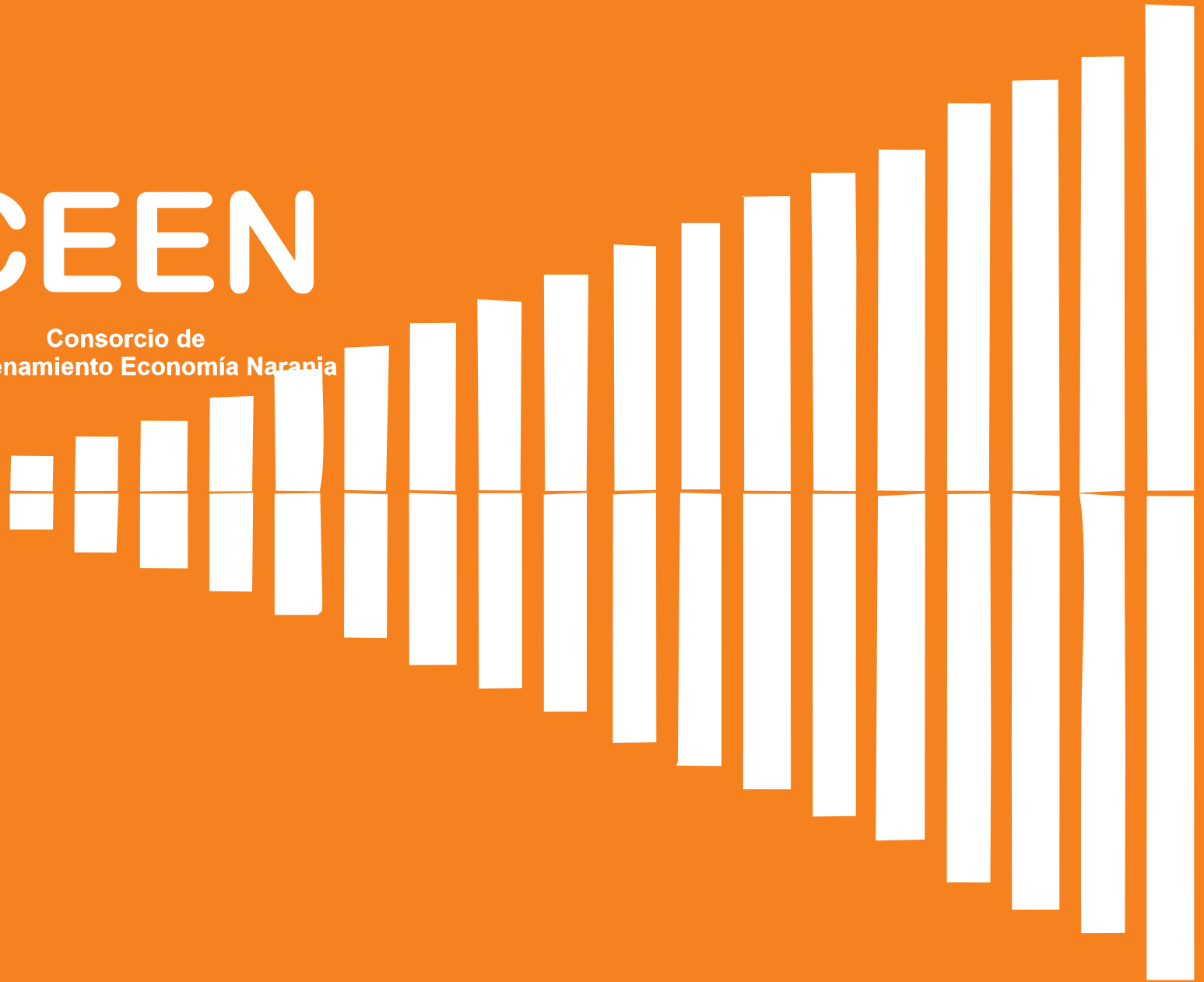
recomendaciones

particulares a partir de las ideas caracterizadas. Acuerden con el líder CEEN de su ciudad las fechas para esta consultoría.



# CEEN

Consortio de  
Encadenamiento Economía Naranja



El progreso  
es de todos

Mincomercio



**Colombia  
Productiva**

PRODUCTIVIDAD • CALIDAD • VALOR AGREGADO



**CEEN**

Consortio Encadenamiento de  
Economía Naranja