

FORMATO DE MODELO DE NEGOCIO CANVAS

El Modelo CANVAS (The Business Model Canvas) es una metodología, desarrollada por Alexander Osterwalder, traducido como lienzo de modelo de negocio dividido en 9 módulos. Esta herramienta de gestión estratégica permite conocer los aspectos clave de un negocio; valida, diseña o reinventa modelos de negocios, además de poder analizar la competencia interna y externa en el mercado.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **8**  **Socios clave** | **7**  **Actividades clave** | **2**  **Propuesta de**  **valor** | | **4**  **Relación con clientes** | **1**  **Segmentos**  **de clientes** |
| **6**  **Recursos clave** | **3**  **Canales** |
| **9**  **Estructura de costos** | | | **5**  **Flujo de ingresos** | | |

|  |  |
| --- | --- |
| Módulo | Objetivo |
| 1. Segmentos de clientes | Identificar y describir en qué tipos de clientes se enfoca el proyecto, partiendo de los siguientes segmentos; masivo, plataforma múltiple, diversificación, segmento, nicho de mercado. |
| 2. Propuesta de valor | Reconocer aquellos elementos diferenciales que tiene el proyecto con respecto a la competencia. Algunos de estos diferenciales se basan en aspectos como: personalización, diseño, marca, precio, accesibilidad, usabilidad e innovación. |
| 3. Canales | Establecer los medios que tiene el proyecto para hacer llegar la propuesta de valor a sus clientes potenciales. Se pueden considerar: canales propios, a través de distribuidores o una combinación de estos. |
| 4. Relación con clientes | Definir qué tipo de relación se tiene y se desea con cada segmento de mercado. Éstas pueden ser: self service, servicios automatizados, asistencia personal, asistencia personal dedicada, comunidades y co-creación. |
| 5. Flujo de ingresos | Conocer detalladamente cuál es el flujo de caja que genera cada segmento de mercado y qué ingreso se reciben, a través de los diferentes tipos: venta de activos, cuota por uso, cuota por suscripción, préstamo/alquiler/leasing, concesión de licencias, gastos de corretaje y publicidad. |
| 6. Recursos clave | Establecer cuáles son los recursos necesarios y cuáles se tienen para crear y ofrecer las propuestas de valor, distribuirlas y comunicarlas. Estos pueden ser físicos, intelectuales, humanos y económicos. |
| 7. Actividades clave | Determinar las actividades básicas necesarias para llevar a cabo la propuesta de valor que el proyecto ofrece a sus segmentos de clientes, se pueden clasificar en 3 categorías: producción, investigación y desarrollo y actividades de mercadotecnia. |
| 8. Socios clave | Analizar a todos aquellos actores que proporcionan los recursos clave para ofrecer a los segmentos de clientes la propuesta de valor. Está conformado principalmente por proveedores, alianzas estratégicas con terceros. |
| 9. Estructura de costos | Identificar el soporte financiero que requiere la puesta en marcha y la operación de la empresa. Los elementos más importantes de la estructura de costos son: costo de inversión en maquinaria y equipo, costo de fabricación del producto y costos fijos. |

## MODELO DE NEGOCIOS

## El Modelo de Negocios del proyecto que se registre en el SISTEMA InnovaTecNM deberá considerar la siguiente información plasmada en el formato correspondiente: