

CANVAS

Proyecto

Fecha

8. Colaboraciones clave

Alianzas que ayudarán a desarrollar el negocio.

6. Actividades clave

Actividades necesarias para conseguir la propuesta de valor.

1. Propuesta de valor

Describe el producto o servicio y cuál es el problema o necesidad que soluciona.

3. Relaciones con la clientela

¿Cómo interactúa con cada perfil de la clientela?

2. Segmentos de clientela

Describir las diferentes tipologías de la clientela.

7. Recursos claves

Capacidades, competencias y activos más importantes del negocio.

4. Canales de distribución

¿Cómo se distribuirán los productos o servicios?

9. Estructura de costes

Costes vinculados al funcionamiento del modelo de negocio.

Tipo de ingresos que obtendrá de la clientela.

5. Fuentes de ingresos

10. Impacto social y ambiental

¿Qué buenas prácticas contempla en estos ámbitos?

Persona/s emprendedora/s

Persona técnica asesora

Con el apoyo del Departament d'Empresa i Treball



Servei d'Emprenedoria i Economia Social

emprenedoria@terrassa.cat
terrassa.cat/emprenedoria

Modelo Canvas

1. Propuesta de valor

Explicar el producto o servicio que se ofrece a la clientela. ¿A qué necesidad se da respuesta? ¿Qué problema se soluciona? ¿Qué valor y qué beneficios se proporcionan? ¿Qué diferencias se aportan respecto a la competencia?

2. Segmentos de clientela

Describir los distintos segmentos de la clientela. Un segmento lo forma un grupo de personas o empresas interesadas en el producto o servicio que se ofrece y que al mismo tiempo tienen características y necesidades similares. Se puede segmentar en base a variables como: edad o antigüedad, género, intereses, nivel de ingresos o de facturación, comportamiento de compra, ubicación geográfica, características personales, actividad empresarial, etc. Es necesario diferenciar también entre persona usuaria final y clientela.

3. Relaciones con la clientela

Explicar qué tipo de relación se va a establecer con la clientela: personal, de autoservicio, automatizada, mediante comunidades, colectiva, etc. ¿De qué modo se establecerá la comunicación con la clientela? ¿Cómo se pretende fidelizarla? ¿Qué tipo de relación se tendrá con cada segmento de la clientela?

4. Canales de distribución

¿Cuáles serán los canales por los que la clientela conocerá el negocio, las novedades, los productos o servicios que ofrece? ¿Cómo se llevará a cabo el seguimiento posventa?

¿Cómo se hará llegar el producto o servicio a la clientela: de forma presencial, online, mediante una empresa de logística o un servicio a domicilio?

5. Fuentes de ingresos

¿Cuáles serán las fuentes de ingresos de los diversos segmentos de clientela: ventas, pago por uso, publicidad, cuotas, etc. Especificar si se ofrecerán descuentos, productos o servicios gratuitos o premium.

6. Actividades clave

Enumerar las actividades necesarias para conseguir la propuesta de valor: producción, logística, marketing, investigación, diseño, etc. Se recomienda enumerarlas de la más importante a la menos importante.

7. Recursos clave

Definir las capacidades, competencias y activos propios del negocio para llevar a cabo la propuesta de valor: humanos, financieros, intelectuales (dominios, patentes, marcas, etc.), físicos (maquinaria, local, etc.), etc.

8. Colaboraciones clave

Describir las alianzas necesarias para llevar a cabo el modelo de negocio con garantías de forma que complementen las capacidades y que optimicen la propuesta de valor: alianzas con entidades que aporten clientela, colaboración con la competencia, relación con las empresas proveedoras, etc.

9. Estructura de costes

Se deben detallar todos los costes vinculados al funcionamiento del modelo de negocio. Por ejemplo: materias primas, recursos humanos, marketing, gastos financieros, alquileres, I+D, etc.

Será interesante preguntarse qué procesos se pueden externalizar y cuáles no. También es necesario conocer cuáles son los costes fijos y variables, intentando minimizar los costes fijos.

10. Impacto social y ambiental

Es importante describir, en su caso, el conjunto de acciones, voluntarias y solidarias, que quieran realizarse más allá de lo establecido en la legislación, en diferentes ámbitos como el laboral, social, medioambiental, clientela, empresas proveedoras, etc., basados en el buen gobierno de la empresa, la responsabilidad laboral, el impacto sobre el entorno y la proyección exterior.

Con el apoyo del Departament d'Empresa i Treball: