



COMUNIDAD DE MADRID +EMPRENDIMIENTO

MODELO CANVAS

El Modelo Canvas que es un documento esquemático en el que se delimita perfectamente nuestro Modelo de Negocio mostrándonos de manera muy estructurada todas las actividades que son relevantes, puntos de mejora y posibles alternativas al modelo existente.



Financiado por la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación y Resiliencia



Comunidad
de Madrid

PRESENTACIÓN DE LA GUÍA

Comunidad de Madrid, + Emprendimiento es un proyecto que se consiste en la realización de acciones de asesoramiento, información, formación, sensibilización y divulgación en materia de emprendimiento y desarrollo empresarial abordando así, el reto demográfico y facilitando la transformación productiva hacia una economía verde y digital.

Con ello se pretende generar un crecimiento de la cultura emprendedora, un crecimiento exponencial de las iniciativas empresariales ya constituidas, así como potenciar iniciativas que generen nuevas líneas de emprendimiento basadas en una economía verde y digital, mejorando así las competencias profesionales del tejido empresarial de la Comunidad de Madrid, en particular las del ámbito rural y pequeños municipios de la región.

Todos los asesoramientos y actuaciones del proyecto son totalmente gratuitas ya que el programa para el desarrollo de proyectos de emprendimiento y microempresas se financia con cargo a los Fondos Europeos procedentes del Mecanismo para la Recuperación y Resiliencia, alineado los objetivos del Componente 23 Inversión 4 (C23.I4) del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Publicado el 29 de diciembre de 2021 en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid. Impulsado por la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo de la Comunidad de Madrid al amparo de sus competencias atribuidas y del Real Decreto Ley 36/2020, de 30 de diciembre, por el que se aprueban las medidas urgentes para la modernización de la Administración Pública y para la ejecución del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, que prevé una serie de instrumentos jurídicos para la ejecución de proyectos con cargo a los Fondos Europeos.

Una de nuestras líneas de trabajo se centra en la elaboración de guías interactivas que puedan aportar informaciones para nuestros usuarios en las materias centrales del programa: digitalización, economía verde, a nuevos emprendedores, creación de nuevas empresas a autónomos y microempresas consolidada.

Por ello, les presentamos el modelo canvas.

MODELO CANVAS

Una empresa es una gran cadena compuesta por pequeñas actividades (fabricación, elaboración, contacto con los clientes, envío de pedidos, etc...) que están interrelacionadas entre sí. Es decir, las decisiones de cada actividad repercuten o tienen efectos en otras actividades.

Tener una visión 360° de nuestra empresa implica ser conscientes y tener controladas cada una de las actividades.

Podemos considerar cada una de esas actividades como los eslabones de la cadena empresarial, y, cuando uno de ellos se rompe, la actividad global de la empresa se resiente.

Actualmente, 8 de cada 10 empresas fracasan en sus dos primeros años de vida debido a la inexistencia de una planificación de sus actividades en el medio plazo y a que no contemplan una visión 360° de la empresa. Es decir, no contemplan la interrelación de las actividades que llevan a cabo y tampoco están controlando lo que ocurre en ellas.

Sin embargo, existen herramientas de apoyo para la gestión de nuestro negocio de tal forma que podamos tener una visión global de lo que estamos haciendo y no desviarnos con otras cuestiones que nos pueden hacer perder el tiempo.

Una de esas herramientas es el **Modelo Canvas** que es un documento esquemático en el que se delimita perfectamente nuestro **Modelo de Negocio** mostrándonos de manera muy estructurada todas las actividades que son relevantes, puntos de mejora y posibles alternativas al modelo existente. De igual manera nos mostrará qué actividades no son tan importantes o incluso que se interponen en la consecución de nuestros objetivos.

Pero **¿qué es un modelo de negocio?** Se trata de la estructura que te permite ver con claridad qué vas a ofrecer al mercado, cómo lo vas a hacer, a quién se lo vas a vender, cómo se lo vas a vender y de qué forma vas a generar ingresos. Es decir, te permitirá saber quién eres, cómo lo haces, a qué coste, con qué medios y qué fuentes de ingresos vas a tener.

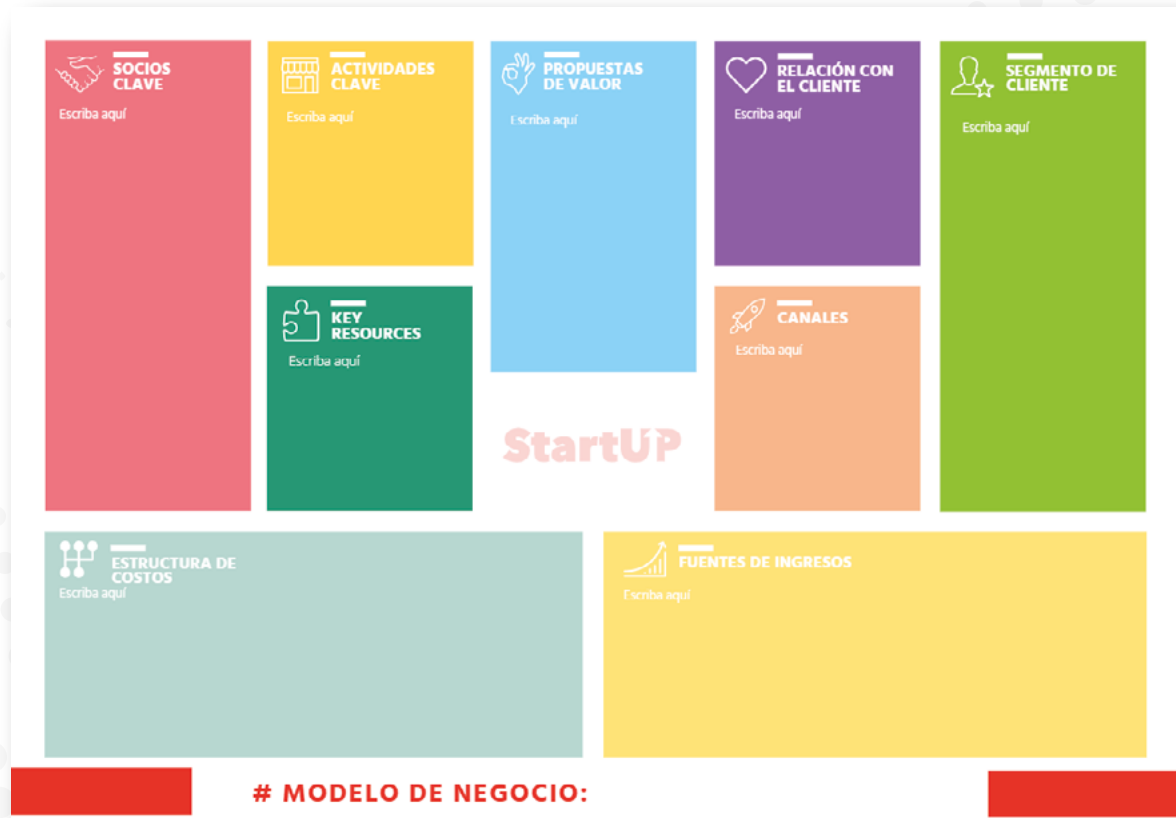
ACTIVIDADES O ELEMENTOS DEL MODELO CANVAS:

Los “eslabones” que antes mencionamos y que dibujan perfectamente nuestro modelo de negocio son los siguientes:

- | | | | |
|----|--------------------------|----|-----------------------|
| 1. | Segmentos de clientes. | 6. | Actividades clave. |
| 2. | Propuesta de valor. | 7. | Recursos clave. |
| 3. | Canales. | 8. | Asociaciones clave. |
| 4. | Relaciones con clientes. | 9. | Estructura de costes. |
| 5. | Fuente de ingresos. | | |



La representación gráfica del documento Canvas es la siguiente:



INSTRUCCIONES PARA ELABORAR UN DOCUMENTO CANVAS:

Debemos describir, elemento por elemento, en el orden numérico en que se detallan, cada una de las actividades de nuestra empresa. La mejor forma de describir cada elemento es responder a las cuestiones que yo ya he elaborado para ti:

1

Segmentos de clientes.

¿Quiénes son tus clientes? ¿Qué piensan ellos? ¿Qué ven? ¿Qué sienten? ¿Qué hacen? Agrúpalos por segmentos (por edad, capacidad económica, estatus social, sexo...)

2

Propuesta de valor.

¿Qué necesidad satisfaces, qué problema solucionas, qué beneficios aportas? ¿Por qué tus clientes consumen tu producto, por qué compran? ¿Qué obtienen con tu producto que no obtienen con la competencia? La propuesta de valor es la manera de satisfacer las necesidades del cliente. Es lo que estás ofreciendo al mercado. Procura que tu propuesta de valor sea única y se diferencie de la competencia.

3

Canales.

¿A través de qué medios contactarás y atenderás a tus clientes? ¿Cómo se promueven, venden y entregan tus productos o servicios? ¿Por qué? ¿Están funcionando? ¿Esos medios son adecuados al perfil/perfiles de tus clientes? (hecho en el punto 1). Ocúpate de los canales de comunicación, distribución y ventas. No se trata solo del contacto con el cliente y la forma en que tu organización se comunica con tus clientes.


4**Relaciones con clientes.**

¿Cómo interactúas con el cliente a través de su proceso? ¿Qué tipo de relación esperan tus clientes que mantengas con ellos? Hoy en día el trato y la forma en que interactúas con tus clientes está muy valorado pues dependiendo de la segmentación que hayas hecho (en el punto 1) sabrás de qué manera y por qué medio te comunicarás con ellos, ya que cada grupo de clientes tiene necesidades específicas (p.ej.: un segmento de clientes de avanzada edad preferirá un trato más físico, un segmento más joven preferirá interactuar de una forma más rápida a través de redes sociales...)

5**Fuente de ingresos.**

¿Cuánto están dispuestos a pagar tus clientes por tu propuesta de valor? ¿Qué formas de facturación consideran? ¿Qué márgenes obtienes? ¿cuántos ingresos necesitas para alcanzar el punto de equilibrio? ¿Cuántos clientes necesita tu organización anualmente/mensualmente para generar beneficios?

6**Actividades clave.**

¿Qué actividades RELEVANTES realiza tu empresa para producir y vender? (Ej.: producción, distribución, publicidad, networking...)

7**Recursos clave.**

Los recursos son los medios con los que una empresa lleva a cabo su actividad. Se pueden clasificar como recursos naturales, físicos, intelectuales, financieros o humanos.

- i. Recursos Naturales: lana, madera, campo de cultivo, aceites, materiales reciclables... Si tienes un proveedor, anótalo aquí.
- ii. Recursos físicos: equipos comerciales...
- iii. Recursos intelectuales: conocimiento, formación, patentes, certificaciones...
- iv. Recursos financieros: las fuentes de ingresos.
- v. Recursos humanos: las personas empleadas.

8**Asociaciones clave.**

¿Qué actividades puede dejar de realizar la compañía para enfocarse en sus acciones clave? ¿Qué pueden hacer distintos colaboradores mejor que tú o con un coste menor y por tanto rentabilizar tu modelo de negocio? (P.ej.: empresa de marketing digital que subcontrato para que lleven la gestión de mis redes sociales, un gestor para estar al día de mis obligaciones tributarias...)

9**Estructura de costes.**

¿Cuáles son los principales generadores de costes de la empresa? ¿Cuál es el coste de tu producto? El coste es el desembolso económico que inviertes para producir o elaborar tus productos (un coste para un restaurante puede ser lo que paga por los alimentos para elaborar sus menús). Puede ser interesante vincular los costes de este apartado a los ingresos del punto 5 teniendo en cuenta que: $\text{Ingresos} - \text{Costes} = \text{Beneficios}$. Ten en cuenta que los $\text{Ingresos} = \text{PVP} + \text{Margen}$.





COMUNIDAD DE MADRID +EMPRENDIMIENTO



Financiado por la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación y Resiliencia



Comunidad
de Madrid