



Programa de formación y mentorías para micro y pequeñas empresas B2B.

Proyecto apoyado por **CORFO**

MODELO DE NEGOCIO

Este documento ha sido elaborado con el fin de entregar un modelo más sencillo y práctico que el Business Model Canvas.

Un modelo de negocios describe el racional por medio del cual una organización crea, entrega y captura valor.

Triángulo: Business Model Navigator

El triángulo o Business Model Navigator fue creado en la Universidad de St Gallen Suiza (2010). Es un método simple, estructurado que busca ser claro respecto a los drivers o a los puntos que impulsan los modelos de negocios del éxito y, más allá de ser una herramienta para definir un modelo de negocio, es una metodología muy útil para de forma estructurada poder seguir pasos que nos ayuden a llegar a conclusiones sobre cómo cambiar el modelo.

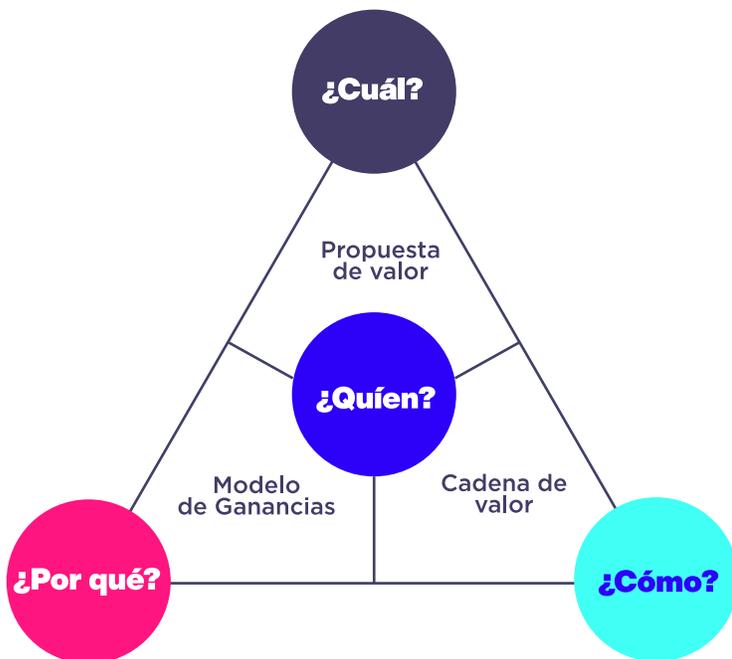
El triángulo nos ayuda a dar respuesta a cuatro preguntas clave para definir el modelo de negocio:

¿Quién? Es la identificación del cliente y audiencia. Quién es mi cliente, quién es mi segmento, a quién voy a dirigir el modelo de negocio.

¿Cuál? El cuál, lo contesto con mi propuesta de valor, cuál es ese valor que le voy a entregar al cliente.

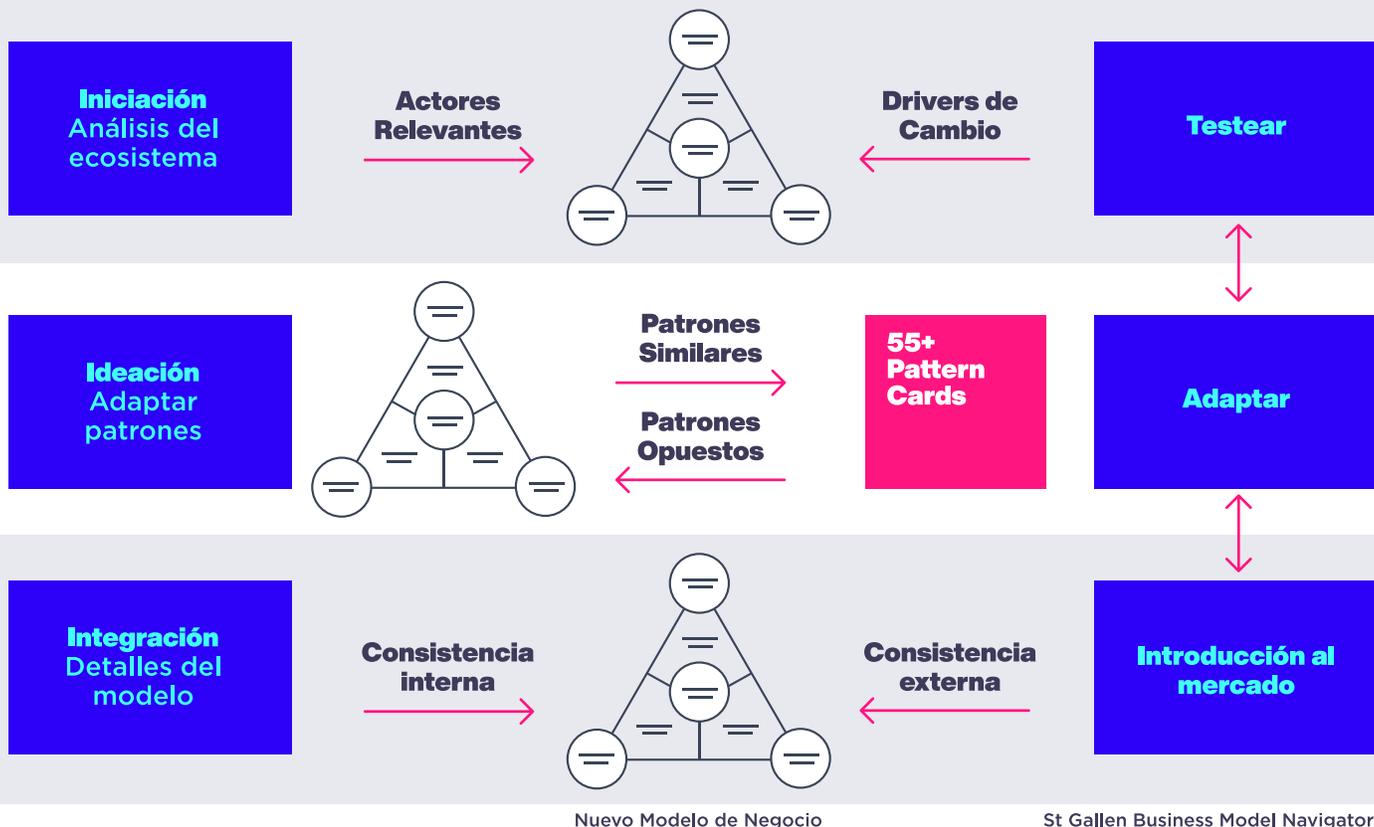
¿Cómo? La manera y los procesos de la empresa para entregar la propuesta de valor. Cómo lo voy a entregar, cuál es la cadena de valor que tiene que existir.

¿Por qué? La razón por la que la propuesta genera ingresos, lo que la vuelve rentable y financieramente viable. Por qué esto es de valor para ellos y por qué lo estoy haciendo. ¿Soy yo el que está entregando ese valor? Tiene que ver con el modelo de ganancias, tanto para el cliente como para la empresa.



Los investigadores que elaboraron el método identificaron que podían clasificar el 90% de los negocios del mundo en 55 modelos diferentes, a raíz de las respuestas para las cuatro preguntas clave. Así también, la metodología de St Gallen busca impulsar que a través de cuatro pasos puedas llegar a tener distintos modelos de negocios definidos.

BMI LAB (2018). <https://bmlab.com/blog/2018/5/30/new-version-of-the-bmi-pattern-cards>



Iniciación: En este paso cuestiono el modelo actual, entiendo el ecosistema en que estoy inmerso, así también cuáles son los actores relevantes que están influyendo sobre mi modelo. Cuáles son los drivers de cambio principales con que cuento y cómo esto afecta el modelo de negocios actual.

Ideación: Propone empezar a pensar cosas nuevas, desafiar este modelo. En este paso se incorporan los 55 patrones, puedo elegir algunos y desafiarme, seleccionar los que sean similares a la forma en que trabajo, y otros opuestos con el fin de analizar qué pasaría si lo hago de esta manera. Estas respuestas pueden ayudar a cambiar la respuesta a las preguntas de mi propuesta de valor: quién, cómo, cuál y por qué.

Integración: Una vez que tengo nuevas ideas y desafíos, después de tener conversaciones, sesiones de brainstorming y de ideación con los equipos de trabajo, aterrizo esas ideas en la fase de integración. En esta etapa selecciono los detalles que quiero que formen parte de ese nuevo modelo de negocios, basado en todas las preguntas que me hice antes. Se debe chequear la consistencia, hacia dentro, hacia los procesos que tengo definidos y hacia afuera, si esto tiene sentido con lo que mi cliente espera de mí.

Implementación: El ejercicio conducirá a un modelo de negocios, esto se puede repetir en reiteradas ocasiones para luego llegar a la fase de implementación, pero que sea iterativo, donde se probará y validará cada modelo de negocio en el segmento. Se irá adaptando acorde al feedback recibido y finalmente, se tomará la decisión de introducirlo al mercado.

Business Model Canvas:

Modelo creado por Alexander Osterwalder, en 2008. El lienzo de modelo de negocios consiste en un template que te ayuda a diseñar nuevas plantillas de negocios o que ya existen. El mapa visual se divide en nueve partes: segmentos de clientes, propuesta de valor, canales, relación con el cliente, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, socios clave y estructura de costos. Cada una de ellas describe uno de los elementos que conforman una empresa.