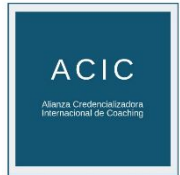


Coaching Para Emprendedores



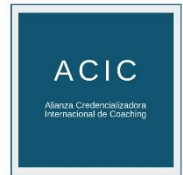
MODELO DE NEGOCIO

Un modelo de negocio es una herramienta previa al plan de negocio que te permite definir 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.

Rentables: Ningún negocio se monta para perder dinero, por tanto debe generar utilidad.

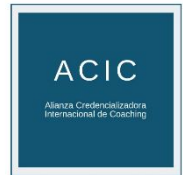
Escalables: El modelo debe contemplar el crecimiento o expansión del negocio sin volver a fase cero.

Repetibles: Que se puedan estandarizar para poder hacerlos replicables en cualquier lugar, o que el modelo contemple estándares para que faciliten la replicación en otro vertical de producto.



¿Para qué sirve un modelo de negocio?

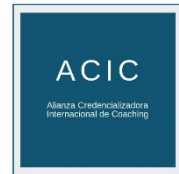
- Conocer mejor tu empresa o proyecto, así como tus propósitos.
- Tener una visión actual de tu empresa/proyecto
- Identificar, eliminar o mejorar aspectos importantes para el desarrollo de tu negocio.
- Generar oportunidades de innovación estratégica.
- Crear un entendimiento común, entre las personas involucradas, para que todos vayan en la misma dirección.





MODELO CANVAS

Es una herramienta para definir y crear modelos de negocio innovadores que simplifica 4 grandes áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica, en un recuadro con 9 divisiones.



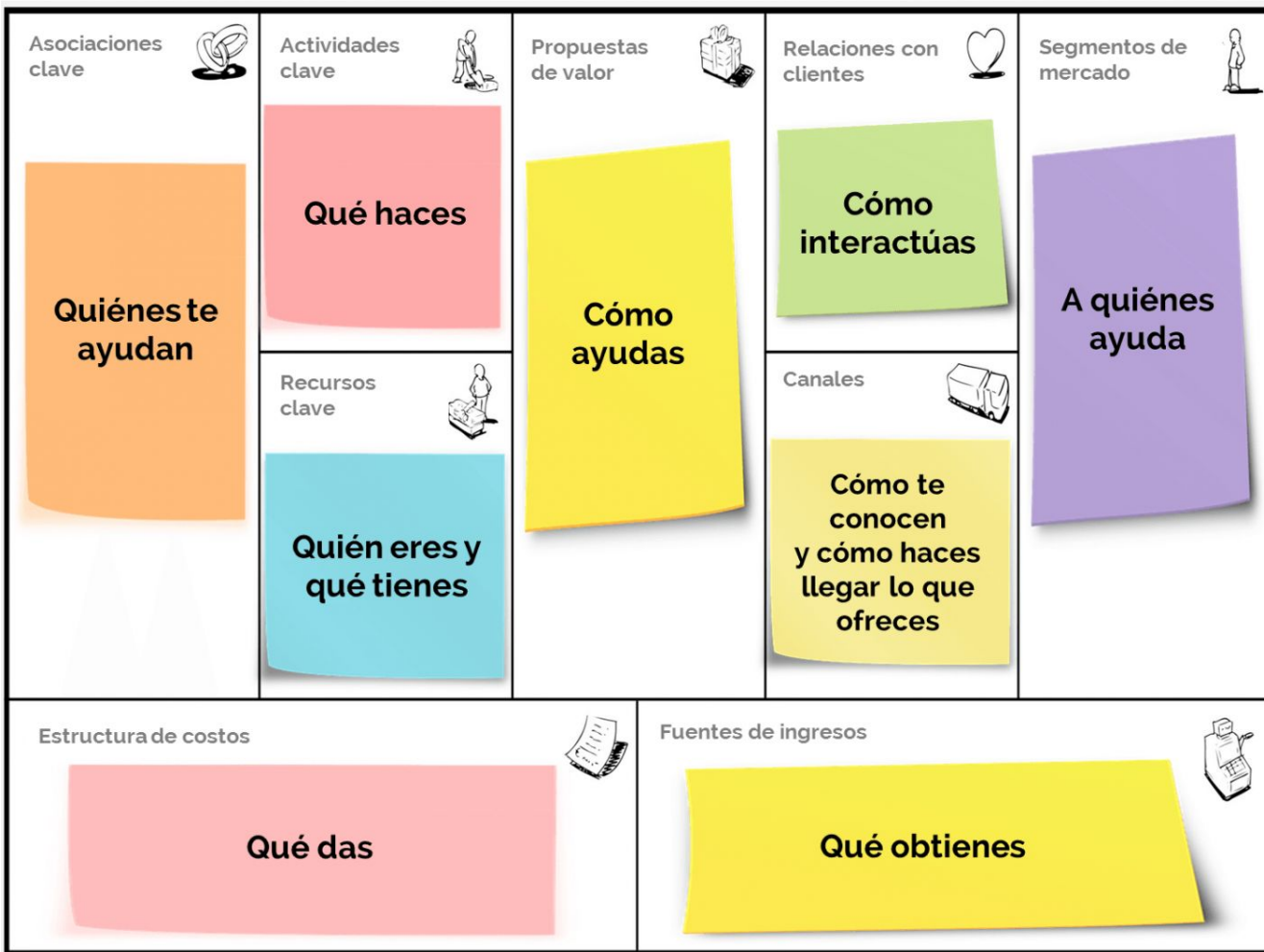
CANVAS

Herramienta (lienzo) muy práctica, ya que te permite modificar todo lo que quieras sobre la misma a medida que vas avanzando en su análisis y testeando.

Te permite trabajar en equipo: trabaja en grupo de una manera muy interactiva y dinámica.

Visual: Te permite ver de manera global TODOS los aspectos importantes que configuran tu modelo de negocios.





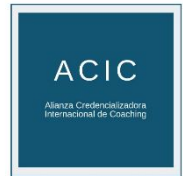
CANVAS

SEGMENTO DE CLIENTES

Tanto la oferta como la demanda son clientes.

Ej: En Uber, los conductores son socios clave. Los pasajeros son los clientes. Pero no está de más ver a los conductores como clientes también.

Cada uno es un segmento y dentro de estos pueden dividirse en más segmentos. El detalle es importante a la hora de definir clientes.



CANVAS

SEGMENTO DE CLIENTES

Tanto la oferta como la demanda son clientes.

Ej: En Uber, los conductores son socios clave. Los pasajeros son los clientes. Pero no está de más ver a los conductores como clientes también.

Cada uno es un segmento y dentro de estos pueden dividirse en más segmentos. El detalle es importante a la hora de definir clientes.



CANVAS

PROPUESTA DE VALOR

¿Qué problema ayudas a solucionar a tus clientes?.

El valor debe ser para ambos lados de los clientes definidos.

Continuando con Uber: del lado de la oferta (conductores) tenemos “Ingresos extras” y de la demanda (pasajeros) “Ahorro de tiempo y dinero”



CANVAS

CANALES

El medio por el que vas a hacer llegar tu propuesta de valor.

Los canales para el conocimiento inicial y la adquisición de clientes pueden ser:

- Tiendas físicas
- E commerce
- Redes Sociales
- Aplicaciones
- Web



FLUJO DE INGRESOS

Los ingresos dependen del modelo de negocio definido.

Todos los ingresos deben estar pensados en base a la capacidad y el valor que estás creando sobre los clientes. ¿Cuánto están dispuesto a pagar?

En modelos físicos es más fácil definir: venta del bien físico sobre margen esperado o comisión por intermediario.

En modelos online la monetización podría ser: descargas, transacción, upgrade, publicidad, comisiones, etc.



RELACIÓN CON LOS CLIENTES

¿Dónde empieza y dónde termina la relación con mis clientes?
¿Que tipo de soporte quiero ofrecer?¿De qué manera los fidelizo?

Ej:

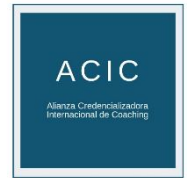
Capacidad de respuesta

Atención y call center

Seguros

Certificaciones y verificaciones

“Debemos hacernos dueña de esa relación”.



RECURSOS Y ACTIVIDADES CLAVES

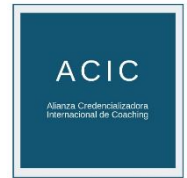
Recursos necesarios para llevar adelante la actividad de tu emprendimiento/empresa y la propuesta de valor.

Los recursos pueden ser físicos, tecnológicos, económicos, humanos e intelectuales.

Actividades para mejorar y optimizar la experiencia. Son las actividades nucleares de una empresa/emprendimiento.

Ej: Análisis y monitoreo, reporting, optimizaciones, definición de métricas.

Al principio es importante entender en dónde concentro los esfuerzos. ¿Que tiene más peso?



SOCIOS CLAVES

¿Quiénes son mis aliados estratégicos para que funcione el circuito?

En este apartado se enumeran los agentes con los que necesitas trabajar para hacer posible el funcionamiento del modelo de negocio (alianzas estratégicas, proveedores, sponsors).

ESTRUCTURA DE COSTOS

Son todos los costos asociados a la puesta en marcha de la actividad.

¿Cuáles son los costos que tiene la empresa/emprendimiento?
Personal, inmovilizado, diseño, tecnología y producción

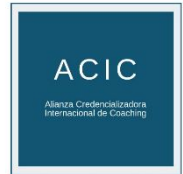


BUSINESS CASE: RENTABILIDAD DEL PROYECTO



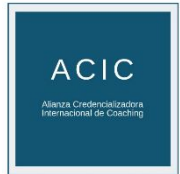
BUSINESS CASE: RENTABILIDAD DEL PROYECTO

- Es una herramienta imprescindible para evaluar proyectos.
- Estudio y detalle de la viabilidad económica documentado.
- Permite evaluar y estudiar diferentes escenarios de actuación.
- Se utiliza como base para la autorización del directorio (ejecutivos superiores) o, como documento para presentar ante una ronda de inversores.



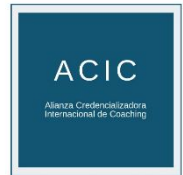
BUSINESS CASE: RENTABILIDAD DEL PROYECTO

- RENTABILIDAD
- UTILIDAD
- PRECIO
- PUNTO DE EQUILIBRIO



BUSINESS CASE: RENTABILIDAD DEL PROYECTO

- Conocer la rentabilidad de una inversión que ya se ha realizado (rentabilidad obtenida) nos permite saber qué porcentaje del dinero o capital invertido se ha ganado o recuperado y, por tanto, qué tan bueno ha sido el desempeño de la inversión.
- Conocer la rentabilidad de una inversión que aún no se ha realizado (rentabilidad ofrecida o esperada), nos permite saber si la inversión es rentable, y qué porcentaje del dinero o capital que se va a invertir se va a ganar o recuperar y, por tanto, qué tan atractiva es.

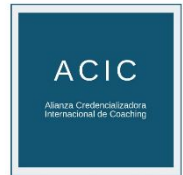


BUSINESS CASE: RENTABILIDAD DEL PROYECTO

Para calcular la rentabilidad de una inversión debemos **dividir** la utilidad o ganancia obtenida (o que se va a obtener) por la inversión realizada (o que se va a realizar), y al resultado **multiplicarlo por 100** para expresarlo en porcentajes:

$$\text{ROI} = [(\text{beneficio obtenido} - \text{inversión}) / \text{inversión}] * 100$$

Por ejemplo: si invertimos US\$100 y luego de un año la inversión nos generó utilidades de US\$30, aplicando la fórmula de rentabilidad: $(30 / 100) \times 100$, podemos decir que la inversión nos dio una rentabilidad de 30% (la inversión o capital tuvo un crecimiento del 30%).



BUSINESS CASE: UTILIDAD

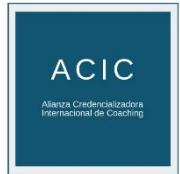
Es el beneficio económico. La utilidad es la diferencia entre los gastos y los ingresos.

Utilidad: Ingreso Total - Costo total

$$Ut = It - Ct$$

Ingreso Total = Ventas

Costo Total = Gastos

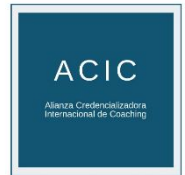


BUSINESS CASE: RENTABILIDAD DEL PROYECTO

La rentabilidad y utilidad son dos conceptos diferentes y complementarios.

Mayor utilidad (ganancia) no siempre significa mayor rentabilidad. Una utilidad de \$1.000 puede ser obtenida con una inversión de \$500 o \$250.

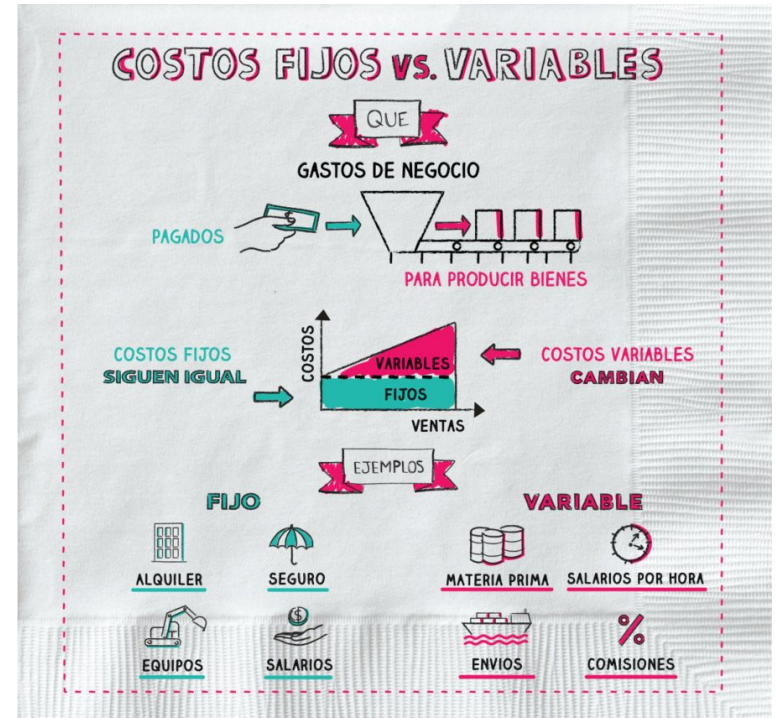
La rentabilidad es la variable más importante que se debe tener en cuenta a la hora de analizar y evaluar un proyecto de negocio.



BUSINESS CASE: COSTOS

Los costos **fijos** son aquellos que permanecen constantes durante un período de tiempo determinado, sin importar el volumen de producción. Se miden por unidad de tiempo, por ejemplo mensual o anual.

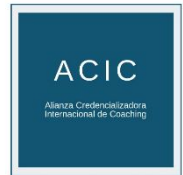
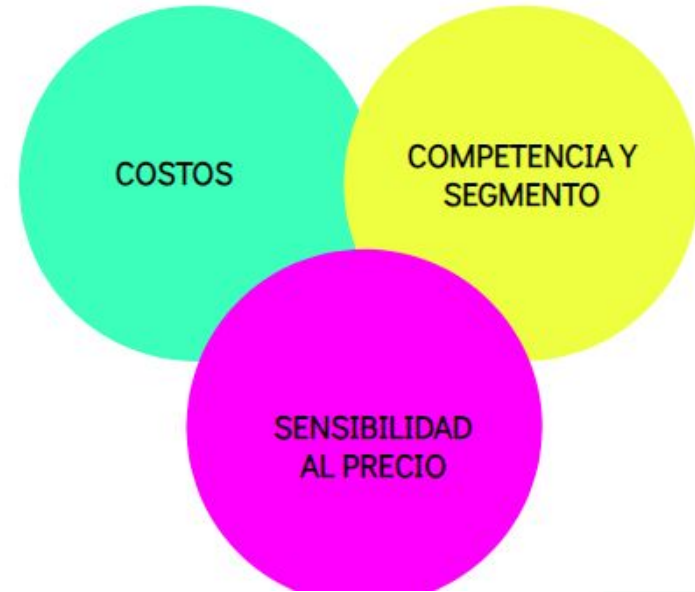
Los costos **variables** son los que sí tienen relación directa con el volumen de producción o venta.



BUSINESS CASE: PRECIO

El valor de mi producto es información al mercado y al cliente.

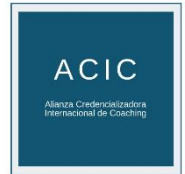
Influido cuantitativa y cualitativamente por:



BUSINESS CASE: PRECIO

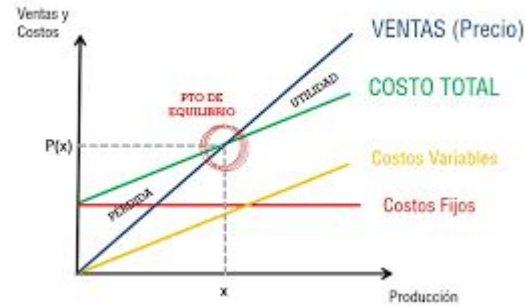
MARK UP: porcentaje adicional sobre un valor determinado, es decir, el costo más el porcentaje de utilidad deseado

MARGEN: porcentaje de ganancia dentro del valor de venta.



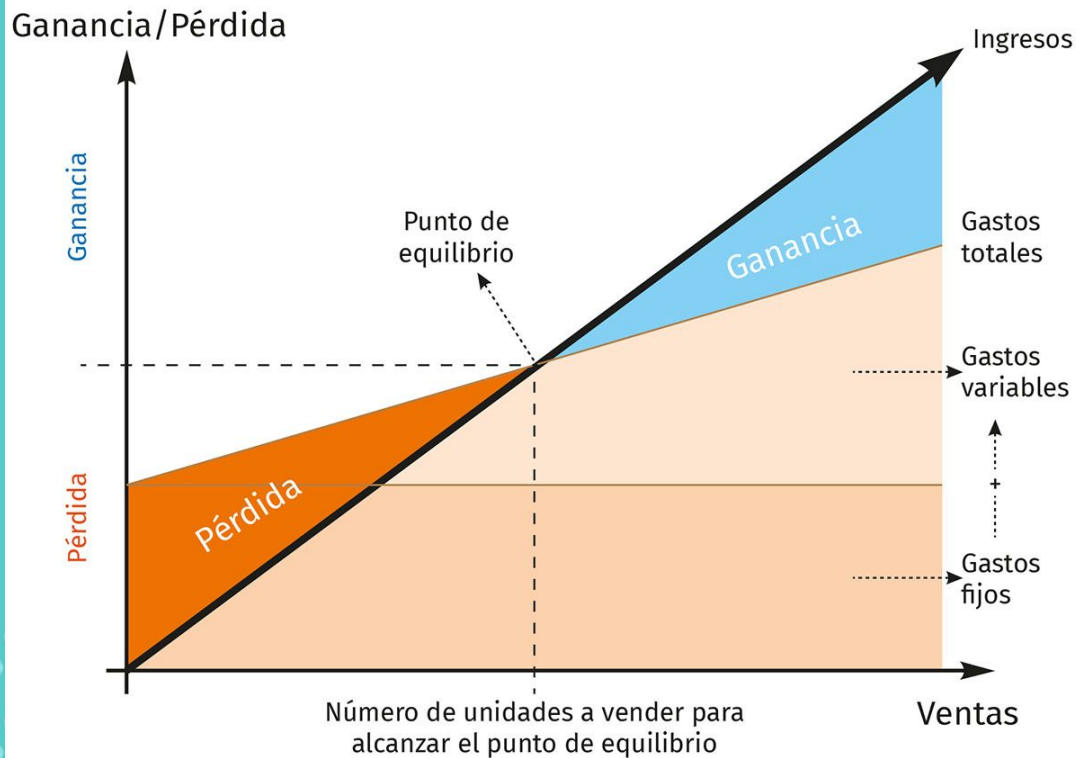
BUSINESS CASE: Punto de Equilibrio

Es el nivel de ventas de una empresa para cubrir costos fijos y variables.
En su punto de equilibrio, contará con un beneficio igual a cero, en donde no perderá dinero, pero tampoco lo ganará



ACIC

Alianza Credencializadora
Internacional de Coaching



$$PEq = CF / PV - CVU$$

De manera anítica: Voy a obtener la cantidad de unidades que debo vender para alcanzar mi punto de equilibrio

