

# VIABILIDAD DE MI IDEA DE NEGOCIO



# Analiza tú Idea: Lienzo Canvas

## Instrucciones Básicas

- El lienzo Canvas se presenta como un boceto de lo que será nuestro Plan de Empresa al resumir sus 9 puntos más importantes
- Se parte de una Idea a analizar que debe;
  1. Solucionar un problema o mejorar en algún aspecto un problema ya existente.
  2. Ser realista y alcanzable con recursos limitados.
  3. Aplicar conocimientos o habilidades que tú ya conozcas o sepas como conseguir.





# Lienzo Canvas. Tormenta de Ideas

Grupos;

1. Presentarnos:

Nombre

Formación

Experiencia laboral más relevante

**TIEMPO 5 MINUTOS**

2. Exponer diversas ideas de negocio a analizar en función de: nuestra experiencia, formación, conocimiento del mercado, etc.

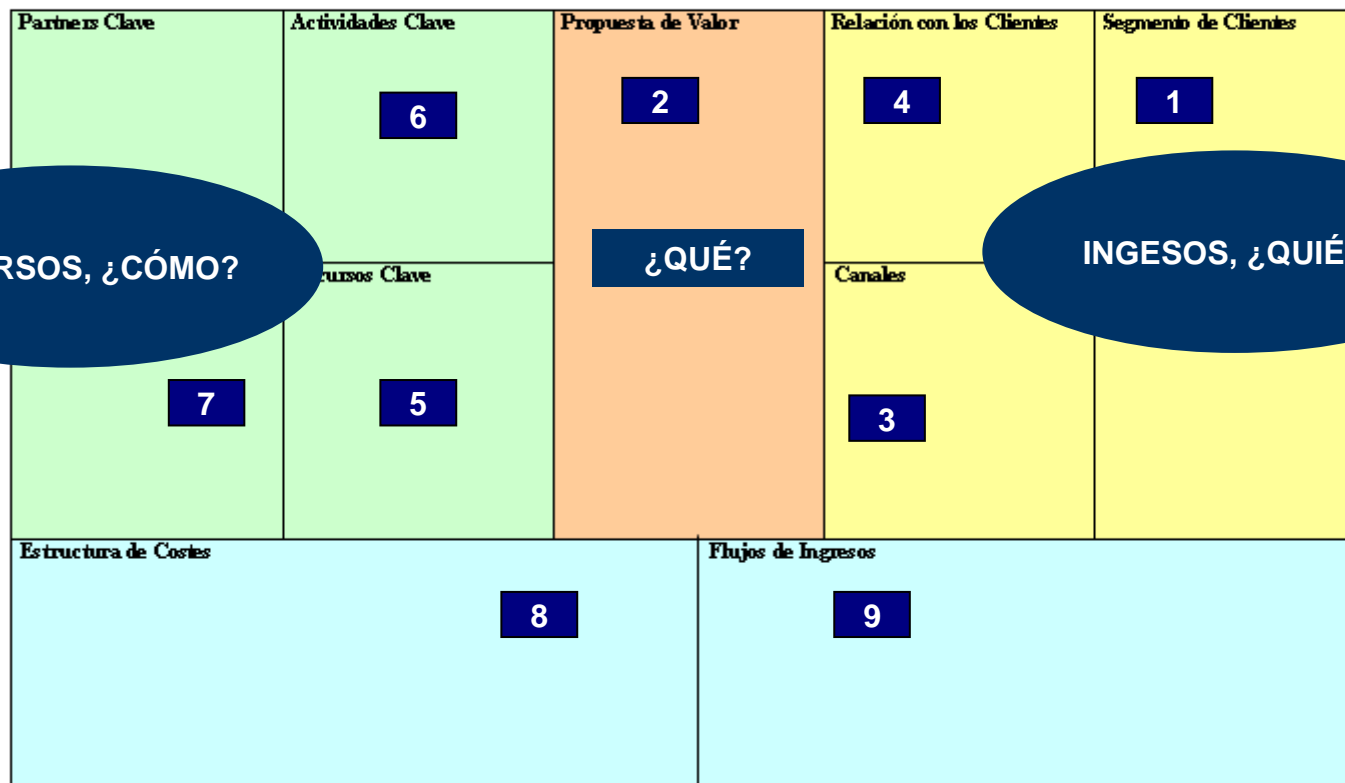
**TIEMPO 5 MINUTOS**

2. Elección de una de las ideas propuestas.

**TIEMPO 5 MINUTOS**

# Analiza tú Idea: Lienzo Canvas Presentación

LIENZO CANVAS



RECURSOS, ¿CÓMO?

INGESOS, ¿QUIÉN?

# Lienzo Canvas.

## Bloque: I, II, III, IV. Ingresos

### ● Bloque I. Segmento de Clientes.

¿Quiénes serán mis clientes? Imaginad un grupo de personas y empresas que consideréis que pueden ser vuestros clientes potenciales (posibles clientes) e identificad las razones por las que creéis que os elegirán.

Con los resultados de la lista anterior agrupa cada cliente potencial en pequeños grupos para obtener como resultado un grupo de clientes potenciales lo más homogéneo posible.

**OJO** tomaros todo el tiempo necesario para contestar a esta pregunta puesto que es una de las principales preguntas que debéis realizaros.

**TIEMPO 7 MINUTOS**

# Lienzo Canvas.

## Bloque: I, II, III, IV. Ingresos

### ● Bloque II. Propuesta de Valor

Declaración de principios de porque queréis que os elijan vuestros clientes.

La propuesta de valor es aquello que ofrecemos a nuestros clientes (producto) a cambio de lo que estos nos pagan (valor monetario que estimamos de nuestros productos).

Para una correcta Propuesta de Valor debemos tener en cuenta **lo que hacemos, cómo lo hacemos, la variedad de lo que hacemos y la calidad de nuestro servicio. DIFERENCIACIÓN.**

**TIEMPO 10 MINUTOS**

# Lienzo Canvas.

## Bloque: I, II, III, IV. Ingresos

### Bloque III. Canales de comunicación y venta.

#### CANALES DE COMUNICACIÓN

Los canales de comunicación que elijamos deben ser apropiados para llegar a los segmentos de clientes que hemos seleccionado.

Boca a boca    Teléfono    Internet

Redes Sociales    Web    Radio

Periódicos    Televisión    Conferencias

Vallas Exteriores    Presencia en foros

Recomendaciones de usuarios o expertos

Correspondencia    Presentaciones

Inserciones en Guías Especializadas

Newsletter    Folletos

#### CANALES DE VENTA

Debéis utilizar de los canales de venta que vais a utilizar para materializar las transacciones.

Venta en tienda    Venta a domicilio

Venta por Internet

Venta por mayoristas

Venta por distribuidor

Venta por televisión

Venta por teléfono

Venta por franquicias

Venta por plataformas

Venta por comisionista

Venta en grandes almacenes

Venta por intermediarios en otros sectores

Venta por catálogo

**TIEMPO 7 MINUTOS**

# Lienzo Canvas.

## Bloque: I, II, III, IV. Ingresos

### Bloque IV. Relación con los Clientes.

- ¿Qué tipo de relación queremos mantener con cada uno de nuestros segmentos de cliente?
- ¿Qué tipo de relación espera cada uno de nuestros segmentos de clientes que establezcamos con ellos?

Para poder responder a estas cuestiones tenéis que saber que tipo de relaciones se pueden establecer con cada segmento;

1. **Asistencia personal:** relación entre cliente y dependiente de venta y postventa; centro de atención al cliente, por correo electrónico, teléfono, punto de venta etc.
2. **Asistencia dedicada:** un responsable para cada cliente. Se mantiene una relación a lo largo del tiempo. (Servicios de lujo).
3. **Autoservicio:** no se mantiene una relación directa con el cliente pero se debe proporcionar todos los medios necesarios para que el cliente realice su compra sin problemas.
4. **Automatizada:** proceso simulado de atención personal.
5. **Comunidades:** crear comunidades en las que buscar y entender mejor a sus clientes. RRSS
6. **Co-creación:** crear valor junto con el cliente dejando que este participe en algún proceso.  
[www.wobybi.es](http://www.wobybi.es)

**TIEMPO 7 MINUTOS**



# Lienzo Canvas.

## Bloque: V, VI, VIII. Recursos

### Bloque V. Recursos Clave.

Es hora de preguntarnos por aquellos recursos necesarios para desarrollar la actividad. Debéis centraros no solo en los recursos propios sino también en aquellos recursos ajenos para desarrollar la actividad.

Plan de Inversiones Iniciales		
Concepto	Importe	%
<b>Inmovilizado material</b>		
Edificios, locales y terrenos		#DIV/0!
Instalaciones		#DIV/0!
Elementos de transporte		#DIV/0!
Mobiliario y útiles de oficina		#DIV/0!
Maquinaria y herramientas		#DIV/0!
Existencias		#DIV/0!
Equipos y aplicaciones informáticas		#DIV/0!
<b>Inmovilizado inmaterial</b>		
Derechos de traspaso		#DIV/0!
Marcas y patentes		#DIV/0!
Depósitos y fianzas		#DIV/0!
Estudios previos		#DIV/0!
Gastos de constitución y puesta en marcha		#DIV/0!
Otros gastos		#DIV/0!
Provisión de fondos		#DIV/0!
<b>Total</b>	0	#DIV/0!

**TIEMPO 7 MINUTOS**

# Lienzo Canvas.

## Bloque: V, VI, VIII. Recursos

### ● Bloque VI. Actividades Clave.

Ahora debemos responder las siguientes preguntas,

¿Qué actividades clave hay que desarrollar para llevar a cabo nuestro modelo de negocio?

¿De qué manera las llevareis a cabo?

Pensad en cuales serán las competencias de cada uno de vosotros a desarrollar y desempeñar en la empresa. Es importante tener en cuenta vuestras capacidades.

Centraros en lo que sabéis hacer y cómo lo vais a desarrollar.

**Ojo!!!** se debe detectar aquellas funciones importantes para el buen funcionamiento de la empresa: las que realizaremos nosotros y las que necesitamos que realicen otros. Aliados Clave

**TIEMPO 7 MINUTOS**

# Lienzo Canvas.

## Bloque: V, VI, VII. Recursos

### ● Bloque VII. Partners Clave. = Colaboradores

Contestad las siguientes cuestiones:

- ¿Qué colaboradores necesitamos para desarrollar nuestro negocio?
  - ¿Qué pueden hacer mejor que nosotros?
  - ¿Qué pueden hacer con un coste menor?
1. Identificar con que recursos no contáis.
  2. Debéis ser capaces de externalizar sin degenerar vuestra propuesta de valor.
  3. Conseguir socios estratégicos.
  4. Diferenciar el negocio.

**TIEMPO 7 MINUTOS**

# Lienzo Canvas.

## Bloque: VIII Estructura de costes

### Bloque IX. Estructura de Costes

- Una vez analizada la viabilidad de la idea como concepto vamos a centrarnos en el análisis de su viabilidad económica.
- Es fundamental para cualquier negocio conocer previamente cual será su estructura de costes.
- Partimos pues para el cálculo de la viabilidad económica de nuestra idea de una estructura de costes fijos;

**TIEMPO 12 MINUTOS**

CONCEPTO	COSTE
Retribuciones Propias	
Retribuciones personal	
Seguridad Social	
Suministros: agua, luz, teléfono	
Gastos Exteriores	
Transporte	
Gastos Diversos	
Alquileres	
Seguros	
Cuota Préstamo	

# Lienzo Canvas.

## Bloque: IX Flujo de Ingresos

- **Bloque IX. Flujo de Ingresos.**

Llega el momento de realizar una estimación de nuestros ingresos.

- ¿Cuántos ingresos estimo tener?
- ¿Cuántos ingresos necesito para no ganar pero tampoco perder dinero?

Beneficio = 0

$$\text{Ingresos} = \text{Precio} \times \text{Clientes}$$

$$\begin{aligned} \text{Costes Fijos} &= \text{Ingresos} \\ \text{Costes Fijos} &= \text{Precio} \times \text{Clientes} \\ \text{Clientes} &= \frac{\text{Costes Fijo}}{\text{Precio (beneficios medios)}} \end{aligned}$$

# Lienzo Canvas.

## Bloque: IX Flujo de Ingresos

### ● El precio

¿Cuál será o debe ser el precio de nuestros productos / servicios? Aquel que están dispuestos a pagar mis clientes.

¿Qué márgenes obtendremos? Aquel que nos permita cubrir nuestros costes fijos y obtener un beneficio.

Realizad la siguiente tabla

<b>Producto (lista de todos mis productos)</b>	<b>Precio Sin IVA</b>	<b>Coste Variable Sin IVA</b>	<b>Margen</b>
...			
TOTAL =			SUMA =