

Guía 4.

Generación de modelos de negocio competitivos





¿Conoces el Business Model Canvas?

¿Cómo puedes construir un modelo de negocio de éxito?

¿Cuándo se produce innovación de valor?

¿Cómo detectar y analizar los factores críticos en los que basar nuestra estrategia?

Las iniciativas empresariales que se sostienen en modelos de negocios claros y bien definidos son las que tienen mayores posibilidades de identificar los valores estratégicos diferenciados para afianzar su éxito

Analizar las áreas clave de la empresa es una actuación imprescindible para definir el modelo de negocio de un proyecto empresarial. Una herramienta que permite este proceso es el Business Model Canvas.

Se trata de un instrumento que facilita la comprensión y el trabajo con el modelo de negocio de manera integrada, ya que entiende a la empresa como un todo. Nos permite entender las interrelaciones entre los distintos elementos del modelo y así poder valorar distintos escenarios y su impacto.

El Business Model Canvas se compone de 9 bloques que representan las áreas clave de una empresa. Se trata de los siguientes:

- **Segmentos de clientes.** ¿Cuales son nuestros segmentos de clientes? ¿Nos dirigimos hacia el gran público o a un nicho muy concreto?
- **Propuesta de valor.** ¿Qué problema solucionamos al cliente y cómo le damos respuesta con nuestros productos/servicios? ¿Cuál es nuestra estrategia competitiva?
- **Canal.** ¿Cómo vamos a entregar nuestra propuesta de valor a cada segmento de clientes?
- **Relación con nuestros clientes.** ¿Hemos diseñado nuestros servicios adaptándonos a las necesidades del cliente? ¿Entendemos su comportamiento, necesidades y motivaciones?



- **Flujos de ingresos.** ¿Cuál es nuestra estrategia de ingresos? Low-cost, afiliados, aplicaciones móviles, servicios/consultoría, franquicias, suscripción, etc.
- **Recursos clave.** ¿Qué recursos necesitamos y en qué dimensión para llevar nuestra propuesta al mercado?
- **Actividades clave (internas).** ¿Qué actividades nos permiten nos permiten entregar a nuestro cliente la propuesta de valor?
- **Alianzas.** ¿Necesitamos “socios” o colaboradores que complementen nuestras capacidades y potencien nuestra propuesta de valor?
- **Estructura de costes.** ¿Cómo conocer y optimizar nuestros costes e intentar diseñar un modelo de negocio escalable?

Definir correctamente el Modelo de Negocio de una iniciativa empresarial permite identificar en qué es competitiva la empresa. La innovación en valor es la clave esencial para lograr la Estrategia del océano azul. Actualmente, ampliar los horizontes del mercado y generar valor a través de la innovación, dejar a un lado la competencia destructiva entre las empresas, etc., es una necesidad si el objetivo es crear una empresa de éxito.

Entre estos factores de éxito se encuentra la innovación de valor. Ésta se produce cuando las compañías alinean innovación con utilidad, precio y costes. Esto es una nueva manera de pensar y ejecutar la estrategia, que trae como resultado la creación de un océano azul y una ruptura con la competencia.

Con todo ello se facilita la consecución de la Estrategia del océano azul. Los océanos azules se caracterizan por la creación de mercados en áreas que no están explotadas en la actualidad y que generan oportunidades de crecimiento rentable y sostenido a largo plazo. Cuando aparecen los océanos azules, la competencia se torna irrelevante, pues las reglas del juego están esperando a ser fijadas.

Para detectar y analizar los factores críticos en los que basar la estrategia de tu proyecto empresarial puedes utilizar alguna de las siguientes herramientas:

El Lienzo estratégico

<http://www.slideshare.net/ManagersMagazine/lienzo-estrategico-y-tunel-del-precio>



Se trata de una herramienta que permite conocer a la competencia, los factores que considera para competir (producto, servicio, entrega), las necesidades de los clientes, etc.

Análisis DAFO

<http://ceeialcoi.emprenemjunts.es/index.php?op=13&n=3459>

Se trata de una herramienta que nos permite analizar la situación de nuestra empresa en el entorno competitivo, los pilares en que nos debemos apoyar para aprovechar mejor nuestras fortalezas, evitar o superar las debilidades, cómo evitar o suavizar las amenazas y aprovechar al máximo las oportunidades, etc.