

Modelo Canvas: ¿Qué es, para qué Sirve y como se Utiliza?

Según algunas afirmaciones, 8 de cada 10 personas fracasan en los primeros dos años debido a una planeación de negocios defectuosa. Sin embargo, existen herramientas de apoyo para que el panorama sea diferente. El modelo Canvas te permite concentrarte en tu modelo de negocio segmento por segmento.

Si quieres analizar las oportunidades de tu empresa en proyecto o existente, esta herramienta de gestión estratégica es perfecta para ti. Descubre cómo utilizarla paso a paso, no sin antes entender todos sus componentes.

¿Qué es el modelo Canvas?

Es una herramienta de gestión estratégica que te permite conocer los aspectos clave de tu negocio: cómo se relacionan y compensan entre sí. Hace visible la infraestructura, la oferta, los clientes y la situación financiera de tu organización para que logres reconocer las deficiencias y analices el rendimiento.

Fue desarrollado por el consultor de negocios Alexander Osterwalder y el profesor de sistemas de información y gestión Yves Pigneur. Definieron 9 categorías para el modelo que representan los componentes básicos de una organización.

Importancia del modelo Canvas en las empresas

El modelo Canvas es una herramienta ideal para comprender un modelo de negocio de forma más directa y estructurada. Utilizarlo te ayudará a visualizar la información de tus clientes, las propuestas de valor que ofreces, a través de qué canales y cómo tu empresa gana dinero. Además, puedes usar el modelo Canvas no solo para comprender tu propio modelo comercial, sino también el de tus competidores.

De igual manera, es una herramienta que te permite tener una visión global de tu negocio, esto te facilitará innovar para adaptarte a los cambios del mercado. Además, no solo te ayuda a comprender quiénes son tus clientes y tus productos, también sirve para asegurarte de que todos los miembros de tu organización tienen el mismo enfoque.

Modelo Canvas: ¿Qué es, para qué Sirve y como se Utiliza?

Al ser una herramienta cualitativa, conviene complementarla con modelos cuantitativos como el manejo de datos y números, así como herramientas financieras, contables, de marketing y otras.

Una vez estructurado el modelo Canvas, este es capaz de moldear tu empresa, crear nuevas ideas para implementar e innovar para todos los cambios que desees y necesites.

¿Para qué sirve el modelo Canvas?

1. Te permite identificar lo esencial

Con el modelo Canvas tienes una visión general de cuál es realmente tu modelo de negocio. También muestra qué actividades no son tan relevantes o incluso cuáles se interponen en el camino hacia tus objetivos. Lleva tu visión hacia lo esencial y de esta manera puedes optimizar tu modelo de negocio.

2. Te da la base para la lluvia de ideas

El modelo Canvas es el punto de partida perfecto para dejar que tus ideas y las de tu equipo fluyan libremente. También puedes probar modelos alternativos para complementar tu idea de negocio y encontrar nuevas posibilidades de comercialización.

3. Te brinda una presentación estructurada

El modelo Canvas presenta en términos generales y visuales tu negocio, de una forma más clara y estructurada. Así otros podrán entender y discutir rápidamente tu modelo de negocio y todas las áreas de tu proyecto recibirán rápidamente la información que es importante para ellos y para la empresa.

4. Sienta la base de tus planes de negocios

El modelo Canvas no sustituye un plan de negocios detallado, pero con él obtienes una estructura que funcionará como el esqueleto de tu plan de negocios.

Modelo Canvas: ¿Qué es, para qué Sirve y como se Utiliza?

Los 9 elementos del modelo de Canvas

1. Segmentos de clientes

¿Quiénes son tus clientes? ¿Qué piensan ellos? ¿Qué ven? ¿Qué sienten? ¿Qué hacen?

Identifica cómo son tus clientes más importantes y determina tus buyer personas.

Las organizaciones a menudo brindan servicios a más de un grupo de clientes y resulta una buena táctica dividirlos en segmentos. Identifica las necesidades, requisitos específicos de cada grupo y el valor que le otorgan a tu organización. De esta manera tus productos y servicios podrán orientarse mejor hacia las necesidades y requisitos (así como darles prioridad a los segmentos que más le aportan a tu negocio). Esto conducirá a una mayor satisfacción del cliente y contribuirá a una buena propuesta de valor.

2. Propuesta de valor

¿Qué tan convincente es tu propuesta de valor? ¿Por qué tus clientes consumen tu producto? ¿Por qué compran?

La propuesta de valor es el núcleo de la razón de existir de una empresa y es tu manera de satisfacer las necesidades del cliente.

¿Cómo se distingue tu organización de la competencia? Céntrate en la cantidad, el precio, el servicio, la rapidez y las condiciones de entrega, por un lado; y por el otro, en la calidad (incluido el diseño, el estado de la marca y la experiencia y satisfacción del cliente).

3. Canales

¿Cómo se promueven, venden y entregan tus productos o servicios? ¿Por qué? ¿Están funcionando?

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. La ubicación de compra, la entrega del producto y los servicios provistos también son elementos decisivos. Los canales para los clientes tienen 6 etapas diferentes: conocimiento del producto, compra, entrega, evaluación, satisfacción y posventa.

Modelo Canvas: ¿Qué es, para qué Sirve y como se Utiliza?

Es recomendable que combines canales físicos y digitales para hacer un buen uso de ellos y llegar a tus clientes ideales.

4. Relaciones con clientes

¿Cómo interactúas con el cliente a través de su proceso?

Es esencial interactuar con tus clientes. Cuanto más amplia sea tu base de clientes, más importante será que los dividas en diferentes grupos objetivo.

Cada grupo de clientes tiene necesidades específicas. Al anticipar las necesidades del cliente, sabrás de qué manera y por qué medio te comunicarás con ellos. Un buen servicio garantizará relaciones buenas y estables con tus clientes en un futuro.

5. Fuente de ingresos

¿Cómo genera ingresos tu propuesta de valor?

Estructurar los costes y los flujos de ingresos te proporcionará una visión clara de cómo tu organización obtiene ingresos. Por ejemplo, ¿cuántos clientes necesita tu organización anualmente para generar ganancias? ¿Cuántos ingresos necesitas para alcanzar el punto de equilibrio? ¿Cuál es el coste de tu producto?

Aquí se incluyen los ingresos por la venta de tus productos o servicios, las tarifas de suscripción, ingresos por arrendamiento, licencias, patrocinios, costes de publicidad y otros. Define cuántos ingresos y egresos representan para tu empresa cada uno de estos canales.

6. Actividades clave

¿Qué estrategias únicas tiene tu negocio para entregar su propuesta al cliente?

Al tener un buen conocimiento de las actividades centrales de tu empresa obtendrás una comprensión más completa de la propuesta de valor de tu organización. No se trata solo de producir, sino de enfocarte en la resolución de problemas, en las redes y en la calidad del producto o servicio.

Modelo Canvas: ¿Qué es, para qué Sirve y como se Utiliza?

Cuando una organización tiene claro cuál es el valor que ofrece al cliente puede desarrollar una mejor relación con los clientes existentes, lo cual será útil en el sondeo de nuevos clientes y, por tanto, también para sobresalir entre la competencia.

7. Recursos clave

¿Qué activos estratégicos únicos tiene mi negocio para competir?

Los recursos clave son medios que una empresa necesita llevar a cabo. Se pueden clasificar como recursos físicos, intelectuales, financieros o humanos. Los recursos físicos pueden incluir activos, tales como los equipos comerciales; los recursos intelectuales abarcan, entre otras cosas, el conocimiento, las marcas, las patentes y las certificaciones; los recursos financieros están relacionados con el flujo de fondos, las fuentes de ingresos y los recursos humanos

8. Asociaciones clave

¿Qué actividades puede dejar de realizar la compañía para enfocarse en sus acciones clave?

Es importante crear alianzas con socios, tanto para las organizaciones que inician como para las ya existentes.

Obtendrás información esencial al saber de antemano [qué socios pueden constituir una relación valiosa](#). Ellos pueden aportar recursos que harán más eficiente tu modelo de negocio.

9. Estructura de costes

¿Cuáles son los principales generadores de costes de la empresa? ¿Cómo se vinculan a los ingresos?

Al obtener una idea de la estructura de costes sabrás cuál debe ser el volumen mínimo de tus ventas para obtener ganancias. La estructura de costes considera economías de escala, costes constantes, variables y ganancias.

Modelo Canvas: ¿Qué es, para qué Sirve y como se Utiliza?

Principalmente al comienzo, cuando es normal que debas hacer más inversiones en comparación con los ingresos que llegan, deberás ajustar los costes.

¿Cómo hacer un negocio con el método Canvas?

- 1.- Aprende de tu competencia: Selecciona a tus competidores clave y mapea su modelo de negocio.
- 2.- Haz una lista de verificación: Es el momento en que reúnas los elementos clave y te prepares para una sesión con tus colaboradores.
- 3.- Mapea y vincula los datos: Ten en cuenta los puntos vitales de tu negocio.
- 4.- Identifica tu estadio actual: A nivel organizacional y por departamentos.
- 5.- Revisa: Que cada tipo de cliente esté unido a una propuesta de valor.
- 6.- Clasifica: Revisa el Rendimiento de tu Negocio.

1. Aprende de tu competencia

Elige algunos competidores y mapea sus modelos de negocio. Con esta información tendrás una visión profunda de lo que los clientes quieren y de lo que están dispuestos a pagar. También sabrás más claramente cómo se satisfacen las necesidades de los clientes en tu industria y no solo en tu empresa.

Algunas de las preguntas esenciales que debes hacerte son:

1. ¿Quiénes son tus competidores y cuál es su presencia online?
2. ¿Cuáles son los competidores más populares y más parecidos a tu propuesta de valor?
3. ¿Cuáles son sus ofertas estrella?

Modelo Canvas: ¿Qué es, para qué Sirve y como se Utiliza?

4. ¿Cuáles son sus precios?
5. ¿Cuáles son sus estrategias para captar clientes?
6. ¿Cómo logran fidelizar a sus clientes?

Aunque hay medios de publicidad físicos importantes, es necesario que analices en detalle su estrategia online, ya que es la más relevante en la mayoría de los negocios de hoy en día.

2. Haz una lista de verificación

Para ello necesitarás hacer lo siguiente:

- Reúne a un equipo de 3 a 5 miembros de tu empresa, que cuenten con roles estratégicos, gran experiencia o capacidad de análisis.
- Imprime tu Canvas y utiliza un espacio para colgarlo. Cuanto más amplio sea, mejor.
- Dispón de muchas notas adhesivas y marcadores listos.
- Reserva como mínimo una o dos horas para la actividad.

3. Mapea y vincula los datos

Comienza por mapear tu negocio a gran escala: ten en cuenta solo los aspectos más importantes y vitales de tu modelo de negocio. Trata que los conceptos sean muy claros, de modo que tú y otras personas entiendan lo que significan aun con el pasar del tiempo.

Recuerda que cada propuesta de valor necesita un segmento de clientes y un flujo de ingresos, respectivamente.

Cuando todos los elementos estén en tu Canvas, detente. Date un breve descanso y visualiza después si te perdiste u olvidaste de algo.

Modelo Canvas: ¿Qué es, para qué Sirve y como se Utiliza?

Tip: si tienes múltiples segmentos de clientes, elige un color para cada segmento con tus post-its. De esa manera, podrás identificar fácilmente si para cada segmento hay una propuesta de valor y una fuente de ingresos.

4. Identifica tu estado actual

No mezcles ideas para el futuro con lo que está sucediendo en el momento, y no combines distintos departamentos.

Si trabajas para una organización grande puedes encontrar diferentes propuestas de valor y modelos de negocio. En ese caso, solicita a los diferentes departamentos que tracen sus propios modelos de negocio para compararlos después.

5. Revisa

Da un repaso y asegúrate de que cada segmento de clientes está vinculado a una propuesta de valor y una fuente de ingresos. Verifica que todo lo que se encuentre en el lado izquierdo del Canvas apoye el lado derecho.

6. Clasifica

Clasifica el rendimiento de tu modelo de negocio del 1 al 10 para cada una de las siguientes cuestiones:

- ¿Qué tanto afectarán a tus clientes los cambios en tus costes? ¿Tu modelo previene su reacción?
- ¿Cuán escalable es tu modelo de negocio?
- ¿Tu modelo de negocio produce ingresos recurrentes?
- ¿El negocio gana lo suficiente antes de gastar?
- ¿Cuánto de lo que haces puede ser realizado por otros?
- ¿Tu modelo de negocio está protegido en comparación con el de la competencia?

Modelo Canvas: ¿Qué es, para qué Sirve y como se Utiliza?

Finalmente:

- Toma una foto de tu Canvas para compartir y consultar fácilmente la referencia.
- Fomenta que los miembros del equipo discutan el modelo de negocio con otros integrantes de la empresa.
- Motiva a los miembros de tu equipo a buscar los puntos ciegos.

Referencia:

Calavijo, C. (2021). Modelo Canvas: ¿qué es, para qué sirve y cómo se utiliza? Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas>