

---

# **APEC: CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS INDÍGENAS A TRAVÉS DEL COMERCIO (FASE 3) 2024**

---

**El Lienzo del Modelo de  
Negocio y la Consideración  
de los Modelos de Negocio de  
Innovación**

---



# El Lienzo del Modelo de Negocio y la Consideración de los Modelos de Negocio de Innovación

# The Business Model Canvas (BMC)

## El Lienzo del Modelo de Negocio

- El BMC examina 9 pilares relacionados con el negocio.
- El objetivo principal es identificar cómo las funciones empresariales aparentemente separadas dependen y se interrelacionan entre sí.
- Por ejemplo, la propuesta de valor debe ser atender directamente a sus segmentos de clientes a través de canales específicos como resultado de su relación con el cliente, que fluyen en flujos de ingresos.



# Los 9 pilares del BMC

1. **Propuesta de valor:** Su oferta comercial fundamental que crea valor para sus clientes. Resaltar claramente las necesidades, deseos o problemas del cliente que la empresa aborda a través del valor que crea.
2. **Segmentos de clientes:** Clientes objetivo distintos para los que está creando valor.
3. **Canales:** Los puntos de contacto donde los clientes interactúan y compran su oferta. Esto podría ser completamente digital, a través de representantes de ventas o vendedores de terceros.
4. **Relaciones con los clientes:** El tipo de relación establecida con sus clientes.

# Los 9 pilares del BMC

5. **Flujos de ingresos:** Describe las formas en que la empresa está capturando el valor en términos monetarios.
6. **Recursos clave:** Los activos indispensables para entregar la propuesta de valor.
7. **Actividades clave:** Las tareas que se deben completar para realizar la propuesta de valor.
8. **Alianzas clave:** Las partes externas a tu negocio que te ayudan a entregar tu propuesta de valor.
9. **Estructura de costos:** Todos los costos involucrados para entregar tu propuesta de valor, tanto fijos como variables.



# Modelos de Negocio Alternativos

# Modelo de cebo y anzuelo

- Similar a conceptos como 'navaja y cuchillas' y 'líder de pérdidas'.
- El modelo de "cebo y anzuelo" implica la oferta de un producto barato para atraer la venta de un producto relacionado que es más caro o requiere compras repetidas.
- Algunos ejemplos son
  - Gillette donde la venta de la afeitadora es independiente de las cuchillas desechables
  - Nespresso donde la venta de la máquina de café se complementa con creces con la venta de las cápsulas de café.

# Modelo de suscripción

- Cuando un cliente paga una tarifa durante un período definido para acceder o utilizar un producto, y luego debe renovar esa suscripción para acceder a ese producto en el futuro.
- Este es un modelo generalizado por las empresas editoriales, incluidos los proveedores de software.
- El mismo modelo es evidente en los servicios de streaming digital (por ejemplo, Netflix) y en los gimnasios o clubes de fitness.



# Modelo gratuito

- Con el modelo 'gratuito', el producto se proporciona al cliente sin cargo.
- Una forma de que el proveedor gane dinero con este modelo es hacer publicidad.
- Por ejemplo, el diario impreso Metro está disponible de forma gratuita, distribuido a través de estanterías de autoservicio en zonas concurridas como centros comerciales y estaciones de autobuses o trenes.
- Gigantes digitales como Google y Facebook ganan dinero a través de la publicidad dirigida.

# Modelo peer-to-peer

- Este modelo de negocio consiste en proporcionar un servicio que conecte la oferta y la demanda de un producto o servicio, utilizando principalmente una plataforma tecnológica.
- Piensa en Uber y AirBnB.
- Ninguna de las empresas es propietaria de los vehículos o propiedades que paga el cliente.
- Los mercados de comercio electrónico también realizan una función similar.



# Questions (Preguntas)

## Disclaimer

The information contained in this presentation reflects publicly available information, or information supplied by individuals and organisations in Australia. All due care has been taken to ensure that the training material is free from errors or omission. However, the ECA does not guarantee or warrant the accuracy, reliability, completeness or currency of the information in this presentation, nor its usefulness in achieving any purpose, commercial or otherwise.

Delegates are responsible for assessing the relevance and accuracy of the content of this training material. Delegates who choose to engage directly with a presenter following sessions, are responsible for assessing the suitability of the presenter for the engagement, and for conducting all necessary due diligence. No responsibility whatsoever can be accepted by the presenters, publishers, editor, researchers, or any other person or company involved in the preparation of this presentation for accuracy or usefulness of any information contained herein or as a result of any subsequent engagement between the delegate and any presenter. Any consequential loss or damage suffered as a result of reliance on this information is the sole responsibility of the delegate. No warranty, express or implied, is given and no legal responsibility is assumed by the ECA, its servants or contractors.



Think Global Trade  
Think ECA

---

[export.org.au](https://export.org.au)

---

+61 2 8243 7400 | [info@export.org.au](mailto:info@export.org.au)