

**MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA**  
Dirección de Educación Técnica y Capacidades Emprendedoras

**Departamento de Gestión de Empresas y Educación Cooperativa**



**Guía para la presentación escrita de Modelos de Negocio  
2021**

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>PRESENTACIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>ASPECTOS A CONSIDERAR EN EL MODELO DE NEGOCIO .....</b>	<b>2</b>
<b>A. Portada.....</b>	<b>2</b>
<b>B. Tabla de contenido.....</b>	<b>2</b>
<b>C. Idea de Negocio.....</b>	<b>2</b>
<b>D. Modelo de Negocio.....</b>	<b>3</b>
Segmentos de mercado (SM) .....	4
Propuesta de valor (PV).....	4
Canales (C) .....	4
Relaciones con clientes (RCI).....	5
Fuentes de ingresos (FI).....	5
Recursos clave (RC).....	5
Actividades clave (AC).....	6
Alianzas clave (AsC).....	6
Estructura de costos (EC).....	6
<b>E. Referencias bibliográficas .....</b>	<b>6</b>
<b>F. Anexos .....</b>	<b>7</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>8</b>

## PRESENTACIÓN

Este documento es una guía para la elaboración del trabajo escrito de Modelos de negocio con el cual los estudiantes participantes de todos los centros educativos deben dirigirse, con el apoyo del o los tutores, para su participación en las etapas institucional y regional de ExpoJovEm Virtual 2021.

Es importante que lean cuidadosamente este documento y se guíen para la presentación de su modelo de negocio y se apeguen en su presentación a cada una de las partes aquí expuestas, debido a que es la base con la que se realizará la evaluación tanto del documento escrito, como de la exposición.

## ASPECTOS A CONSIDERAR EN EL MODELO DE NEGOCIO

### Exposición institucional y regional Modelos de Negocio

### ExpoJovEm Virtual 2021

Para las partes del documento escrito del Modelo de Negocio ExpoJovEm Virtual 2021 en las etapas institucional y regional, se deben considerar los siguientes aspectos:

#### A. Portada

La portada debe incluir: Nombre del centro educativo, nombre del proyecto, nombre de los estudiantes participantes, nombre del tutor (es) y el año.

#### B. Tabla de contenido

Debe indicarse todos los apartados del documento (títulos y subtítulos) con su respectiva página de ubicación.

#### C. Idea de Negocio

Una idea de negocio es una descripción breve y precisa de la operación básica de la potencial empresa. Su idea de negocio debe establecer:

- ¿Qué productos (bienes o servicios) venderá su empresa?
- ¿A quién venderá su empresa? ¿Va a tratar de vender únicamente a un tipo específico de cliente o todos los clientes de una zona? Es importante tener claro a quién tiene la intención de vender (segmento del mercado).
- ¿Cómo venderá su empresa sus productos o servicios? Se puede vender de muchas maneras diferentes. Un fabricante puede, por ejemplo, vender ya sea directamente a los clientes o a minoristas o mayoristas.
- ¿Qué necesidad satisfará su empresa? ¿Qué problema solucionará su empresa? Su idea de negocio siempre debe tener presente al cliente y sus necesidades o problemas.
- ¿Qué impacto tendrá su empresa en la comunidad y el medio ambiente? Su actitud y la percepción que la gente tenga de su negocio determinarán su

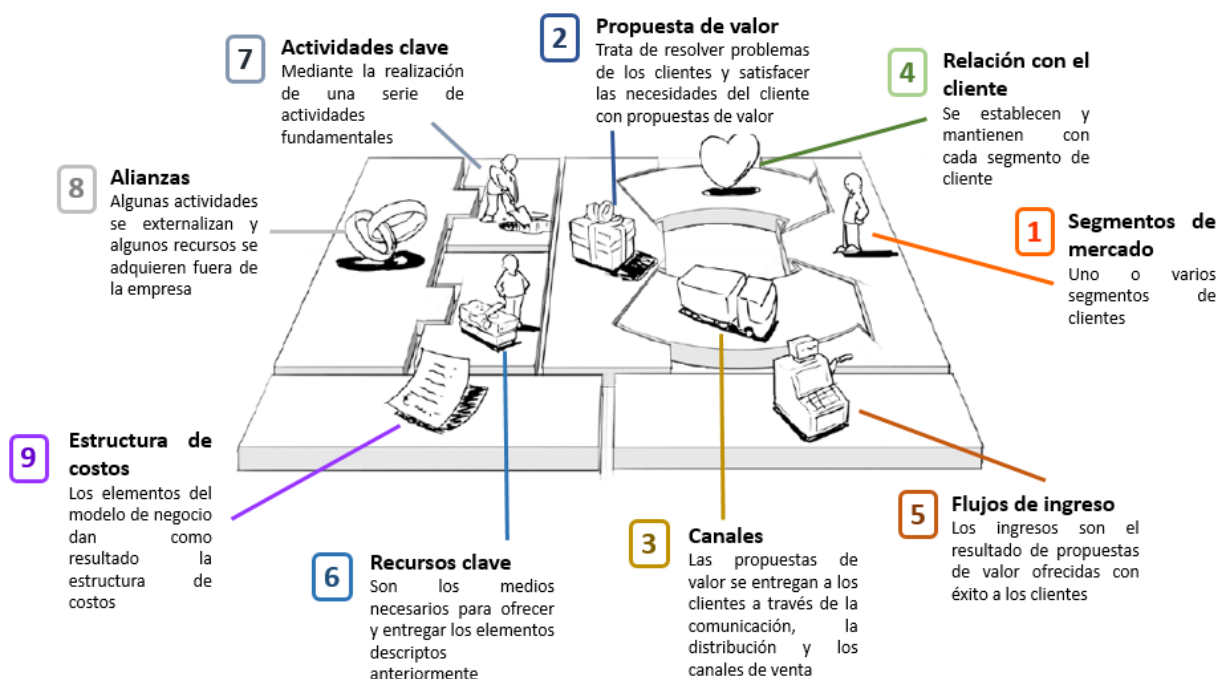
éxito. Si usted explota a los trabajadores y daña el medio ambiente (generando residuos, desperdiciando el agua, deforestando) las personas podrían incluso evitar su negocio.

## D. Modelo de Negocio

Un modelo de negocio es una representación que describe la generación de un bien o servicio que cubre las cuatro áreas principales: cliente, oferta, infraestructura y viabilidad económica. Alrededor de estas cuatro áreas se establecen nueve módulos básicos para comprender y para representar adecuadamente la lógica que sigue la empresa para conseguir recursos. Se utilizará el modelo CANVAS como lienzo que facilite la presentación gráfica de las distintas interacciones.

Los nueve módulos se representan en la siguiente figura:

**Figura No. 1. Representación de los nueve módulos del modelo CANVAS**



**Fuente: Adaptado de Generación de Modelos de Negocio**

En cuanto al formato a utilizar para la presentación del Modelo de Negocio CANVAS, cabe indicar que los espacios dentro del lienzo visual son puntos de

referencia pequeños por lo que es necesario utilizar **palabras claves** en su descripción en el documento.

Además de la representación gráfica del Modelo Canvas se deben desarrollar en el documento escrito los siguientes aspectos:

**Segmentos de mercado (SM).** Como su nombre lo indica, identifica a los grupos particulares de clientes a los cuales la empresa se va a dirigir.

Los clientes son la base principal del modelo de negocio. Se debe saber perfectamente ¿A quién va dirigida la propuesta de valor y que necesidades tienen?, ¿Cuáles son nuestros clientes más importantes?

Se debe analizar el grupo de clientes que alcanzará y reflexionar sobre aquellas necesidades a cubrir con la compra del producto o servicio.

**Propuesta de valor (PV).** Presenta los aspectos particulares de la empresa que permiten solucionar los problemas de los clientes, satisfacer sus necesidades y hacer el producto o servicio valioso para ellos. En este módulo se debe describir la propuesta a los clientes basándose en los siguientes puntos: problemas que resuelva el cliente al usar el producto o servicio, necesidades que va cubrir, características del producto o servicio que lo diferencien en el mercado, y ofrecer a los clientes algo único. ¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes?, ¿Qué problemas de nuestros clientes ayudamos a solucionar?, ¿Qué necesidades de los clientes satisfacemos?, ¿Qué paquetes de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de mercado?

**Canales (C).** Es la forma en la cual la empresa hace llegar a los clientes los productos y servicios, y les comunica el valor de ellos. Debe incluir en este apartado cómo se va a distribuir el producto o servicio para que llegue al cliente final de la forma más efectiva y segura. Se debe identificar los canales de distribución que funcionarán mejor, tomando en cuenta los costos. También, se debe tomar en cuenta la estrategia de comunicación para promocionar el producto. ¿Cómo darse a conocer a nuevos clientes?, ¿Qué canales prefiere nuestro segmento de mercado?, ¿Cómo hacemos para que el cliente reciba nuestra propuesta de valor?

**Relaciones con clientes (RCI).** Hace referencia a la forma en que la empresa se relaciona con los clientes en los diversos segmentos de mercado. En este punto se debe analizar el tipo de vínculo que se establecerán con el cliente en el momento de adquirir el producto o servicio. Se trata de identificar cual es la forma más agresiva y creativa para establecer una vinculación a largo plazo con el cliente. ¿Cómo crear un vínculo con los clientes para que funcione de forma armoniosa el modelo de negocio?, ¿Qué buscan los clientes y qué esperan de la propuesta?, ¿Cómo integrar al cliente en nuestro modelo de negocio?, ¿Cómo hacemos para que el cliente se mantenga ligado a nuestra propuesta?

**Fuentes de ingresos (FI).** Hace relación a los mecanismos mediante los cuales se adquieren ingresos para la empresa cuando los clientes adquieren las propuestas de valor que la empresa les ofrece. En este módulo se evaluará el valor monetario que el cliente esté dispuesto a pagar por la compra del producto o servicio, resolviendo las siguientes interrogantes de cómo obtener ingresos con este modelo de negocio: ¿Cuánto pagarán por el producto o servicio?, ¿Cuánto pagan actualmente por un producto o servicio similar?, ¿Cuánto se debe percibir de ingresos para obtener los márgenes de beneficios deseados?

**Recursos clave (RC).** Hace relación a los diversos activos y recursos que son necesarios para poder elaborar, ofrecer y entregar los productos y servicios que constituyen la propuesta de valor. En este punto se deberá identificar la estructura necesaria para operar el modelo de negocio, ¿Cuáles son los activos indispensables para llevar a cabo todo el proceso? debe referirse tanto a los recursos físicos, intelectuales, financieros, y humanos, que no pueden faltar para el éxito de la propuesta de valor en el mercado. ¿Qué elementos tenemos para construir la propuesta de valor?

**Actividades clave (AC).** Hace relación a la identificación de todas aquellas actividades fundamentales para la operación de la organización. Se definen las actividades internas que serán claves para permitir entregar la propuesta de valor a los clientes: procesos de producción, publicidad y marketing, entre otros. De manera que se dé a conocer la propuesta de valor estableciendo estrategias potenciales. ¿Qué hacemos para ofrecer nuestra propuesta?, ¿Qué actividades y procesos deben llevarse a cabo para producir la oferta de valor?

**Alianzas clave (AsC).** Hace relación a la identificación de los vínculos y las redes que la organización tendrá y que le permitirán subcontratar actividades o recursos. Este punto es una pieza para Networking, debido a que cuantos más contactos se tenga en la propuesta de mercado mejores resultados se obtendrán. ¿Quiénes serán tus socios comerciales o proveedores?, ¿Qué alianzas estratégicas debe tomar en cuenta?, ¿Qué recursos clave adquirimos de nuestros socios?, ¿Qué actividades clave realizan los socios?

**Estructura de costos (EC).** Hace relación a la identificación de los diversos elementos que implicarán inversiones, costos y gastos. Se deben establecer los recursos necesarios para llevar a cabo el modelo de negocio, calculando los gastos de inversión y la rentabilidad de la propuesta, tratando de aprovechar al máximo los beneficios. Se debe definir entre mantener los costos bajos o enfocarse en crear valor a precio alto, para ello se debe evaluar los siguientes puntos: ¿Cuáles son los recursos claves más caros y como se pueden reducir?, ¿Qué actividades claves son las más caras?, ¿Cuáles son los costos más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?

## E. Referencias bibliográficas

Se deben anotar todas aquellas referencias de los libros, revistas, páginas de internet, videos y cualquier otro material que se haya empleado para la creación de su



---

modelo de negocio. Se debe utilizar el formato de referencias según las normas APA séptima edición.

## F. Anexos

En este apartado se agrega toda aquella información que complemente su proyecto como imágenes explicativas, fotografías, encuestas, entre otros.

## ANEXOS

Ejemplo de representación gráfica del Modelo CANVAS

