



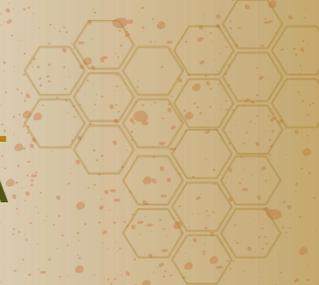
Medio Ambiente
Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales

MODULO 2. MODELO DE NEGOCIOS SOCIAL

Edgar Rogelio Álvarez Reyes



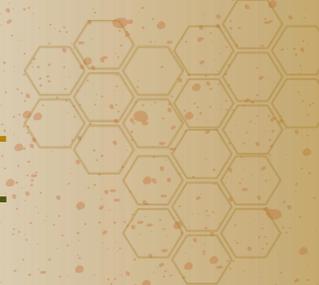
**Territorios
Productivos
Sostenibles**



Objetivos

- Comprender la dimensión productiva del CANVAS social.
- Identificar los elementos que comprenden la dimensión productiva.
- Plantear y redactar ejemplos de cada uno de elementos que comprenden la dimensión productiva.
- Relacionar la dimensión productiva con la dimensión social.





Repaso

- Antecedentes del CANVAS Social-Bussines Model Canvas.
- Dimensiones del CANVAS Social
 - Dimensión Social
 - Dimensión Productiva
 - Dimensión Financiera
- Características de los Proyectos Sociales
- Dimensión Social
 - Problemática
 - Objetivo
 - Visión Utópica
 - Impactos



**Territorios
Productivos
Sostenibles**



Subtema 2: Componentes del CANVAS Social

Dimensión Social

Dimensión Productiva

Dimensión financiera



Subtema 3.1: Usuarios

Para quién creamos valor?

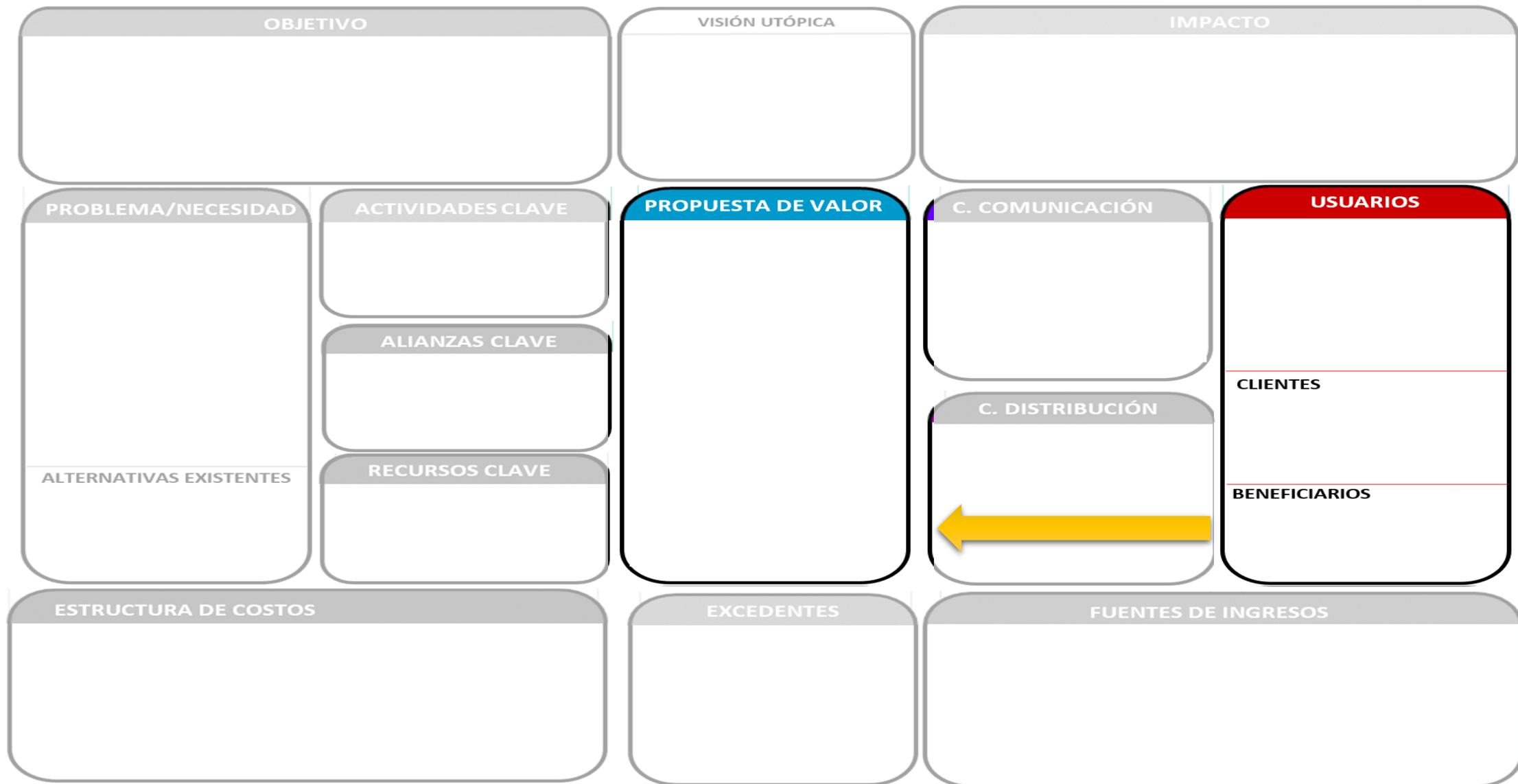
¿Cuáles son nuestros clientes más importantes?

¿Qué clase de personas u organizaciones serán los que paguen por tus productos o servicios?

¿Quiénes se benefician?



Subtema 3.2: Propuesta de Valor



Subtema 3.2: Propuesta de Valor

Es el factor que hace que un cliente se decante por una u otra empresa; su finalidad es solucionar un problema o satisfacer una necesidad del cliente.

- ¿Qué obtiene el cliente que paga por tu producto o servicio?
- ¿Qué problema ayudamos a solucionar?
- ¿Qué necesidades satisfacemos?
- ¿Qué se quiere vender/producir/ofrecer?
- ¿Qué productos o servicios ofrecemos a cada tipo de clientes/beneficiarios?
- ¿Con lo que proponemos atendemos el problema/necesidad?
- ¿De qué otra forma se podría atender el problema/necesidad?
- ¿Qué hace único y diferente al proyecto?
- ¿Qué tan fácil es copiarlo/replicarlos?



Subtema 3.2: Propuesta de Valor

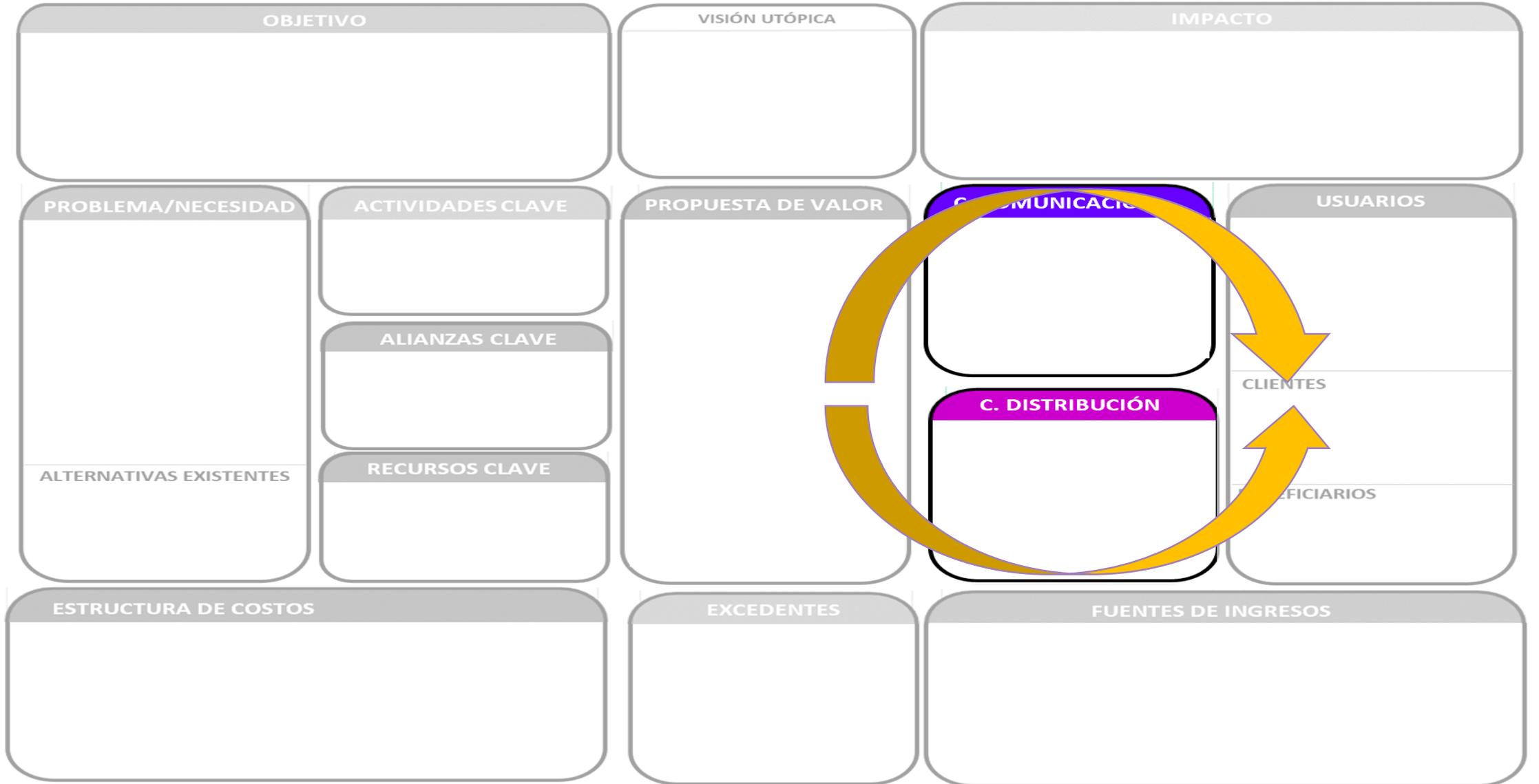
- Novedad
- Mejora del rendimiento
- Personalización
- Forma de producción
- Diseño
- Marca/estatus
- Precio
- Reducción de costes
- Reducción de riesgos
- Accesibilidad
- Comodidad/utilidad



**Territorios
Productivos
Sostenibles**



Subtema 3.3: Canales





Subtema 3.3: Canales

Explica el modo en que una empresa se comunica con los diferentes segmentos de clientes para llegar a ellos y proporcionarles una propuesta de valor

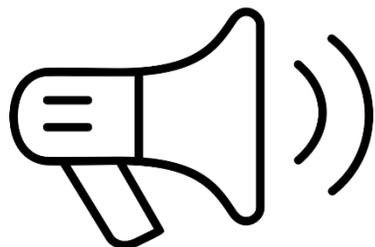
- ¿Cómo damos a conocer nuestros productos y servicios?
- ¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluar nuestra propuesta de valor?
- ¿Qué medios se utilizarán para dar a conocer el proyecto?
- ¿Cómo se mantendrán informados a los usuarios, clientes y beneficiarios del proyecto?
- ¿Cómo pueden comprar los clientes nuestros productos y servicios?
- ¿Qué servicio de atención posventa ofrecemos?



**Territorios
Productivos
Sostenibles**



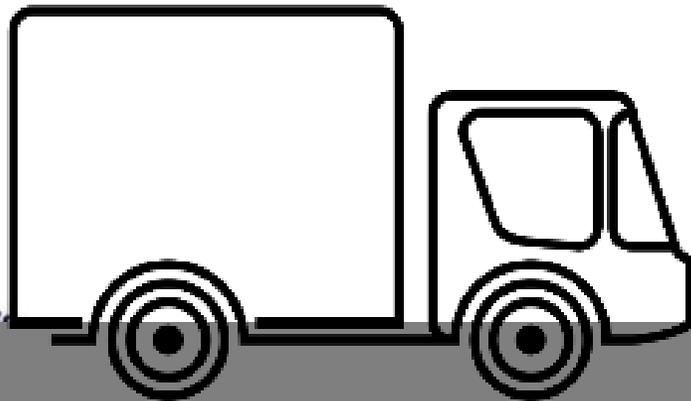
Subtema 3.3: Canales de Comunicación



Subtema 3.3: Canales de Distribución

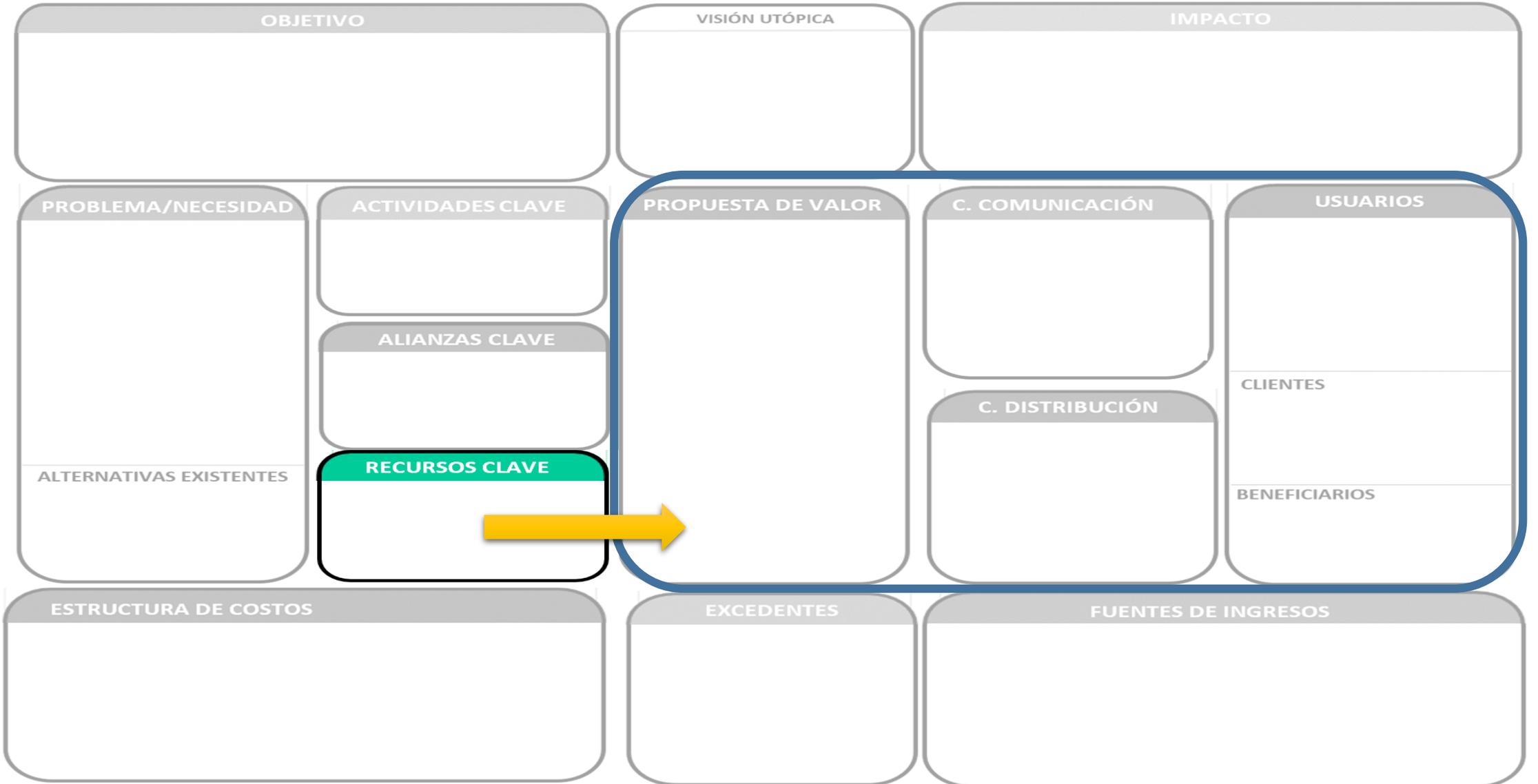
- ¿Cómo entregamos a los clientes nuestra propuesta de valor?
- ¿Cómo se harán llegar los productos o servicio a los clientes?
- ¿ En donde pueden comprar los clientes nuestros productos y servicios?

- Tiendas propias-Venta Directa
- Tiendas de Socios
- Ventas por Internet
- Mayoristas
- Minoristas
- Afiliación
- Franquicias





Subtema 3.4: Recursos Clave

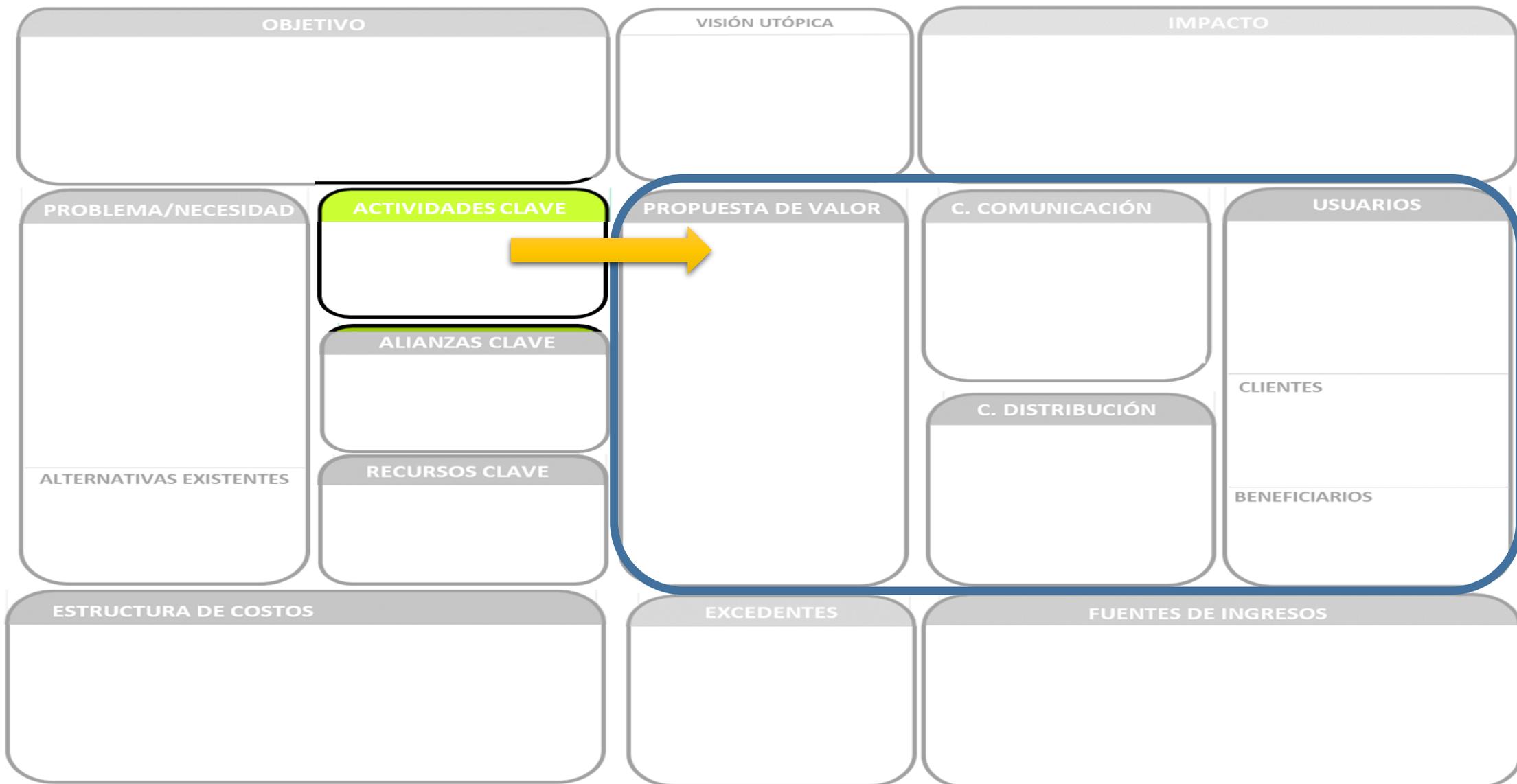


Subtema 3.4: Recursos Clave

- Se describen los activos más importantes para que un modelo de negocio funcione.
- Los recursos clave pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos.
- Además, la empresa puede tenerlos en propiedad, alquilarlos u obtenerlos de sus socios clave.



Subtema 3.5: Actividades Clave

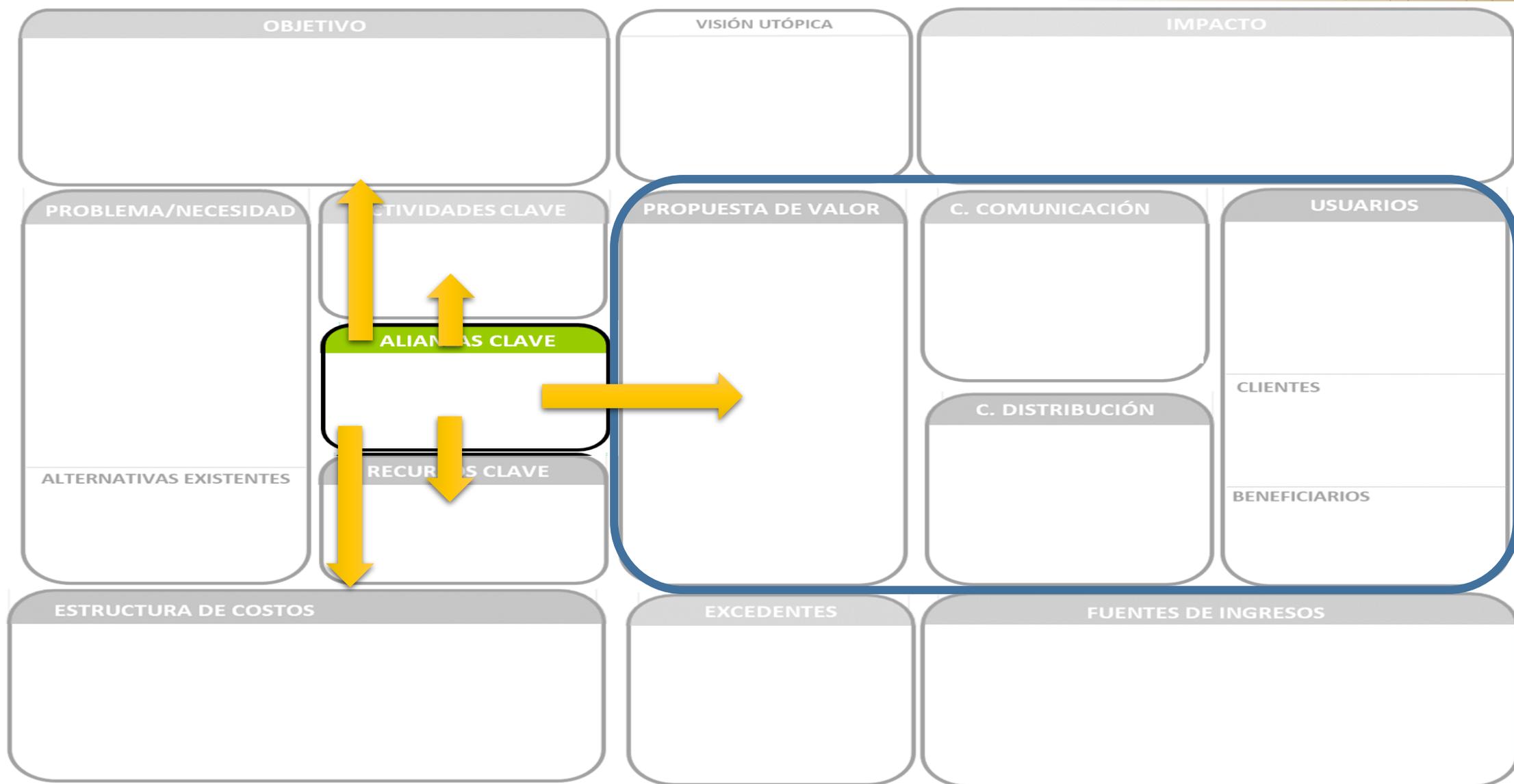


Subtema 3.5: Actividades Clave

- Se describen las acciones más importantes que debe emprender una empresa para que su modelo de negocio funcione. Aquellas actividades que son necesarias para crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con clientes y percibir ingresos.



Subtema 3.6: Alianzas Clave



Subtema 3.6: Alianzas Clave

- Describe la red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento de un modelo de negocio.
- Podemos hablar de :
 1. Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras;
 2. Coopetición: asociaciones estratégicas entre empresas competidoras;
 3. Joint ventures: (empresas conjuntas) para crear nuevos negocios;
 4. Relaciones cliente-proveedor para garantizar la fiabilidad de los suministros.
 5. Redes de colaboración



**Territorios
Productivos
Sostenibles**



Evaluación



**Territorios
Productivos
Sostenibles**



Medio Ambiente
Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales

¡Gracias por su atención!



**Territorios
Productivos
Sostenibles**