

Seminarios virtuales Miércoles del Exportador

Modelos de negocio de la empresa exportadora peruana



Erick Paulet

Consultor de marketing,
comercio exterior y aduanas

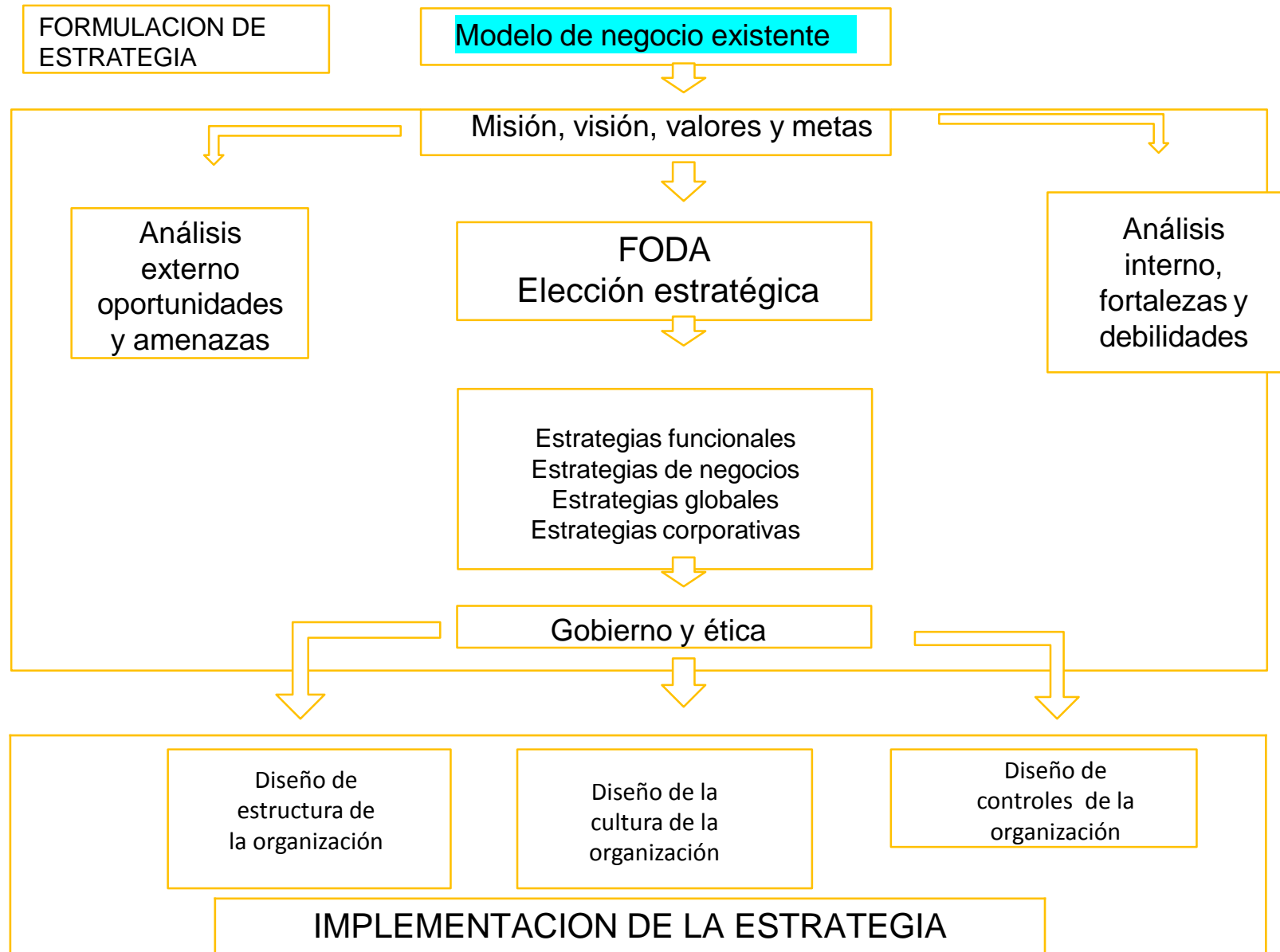
13 de enero de 2021

Lima, Perú

Preguntas

- ¿En qué situación se encuentra la compañía? ¿Es sostenible? ¿Por qué?
- ¿Cómo es el entorno? ¿Hay variables a favor o en contra?
- ¿Cómo es el modelo de negocios? ¿Se sustenta sobre alguna(s) ventaja(s) competitiva(s)?
- ¿Qué opciones estratégicas tiene la compañía? ¿Son todas compatibles con su modelo?

Modelo de Charles Hill- 2011



EL TOP 10 DE LAS STARTUPS PERUANAS



Ranking Global |
 Puntuación: subió bajó |
 Visitas Web |
 Seguidores en redes sociales |
 Ranking país

estilomio

Estilo Mío

1,242
 72,693
 70,049
 15,542
 1



Magnolia

1,302
 71,930
 69,893
 18,932
 2



Papaya

1,548
 69,585
 68,172
 21,381
 3



MiMediaManzana

1,645
 68,455
 66,599
 23,526
 4



BabyCuy

1,754
 66,994
 64,397
 12,171
 5



Cuponidad

1,758
 66,905
 64,847
 22,268
 6



Para Quitarse
el Sombrero - PQS

1,826
 66,032
 63,669
 31,982
 7



Vetplace

2,021
 63,885
 61,600
 7,111
 8



Doomos Perú

2,064
 63,418
 62,689
 11,947
 9



Comparabien

2,225
 61,363
 60,383
 28,936
 10

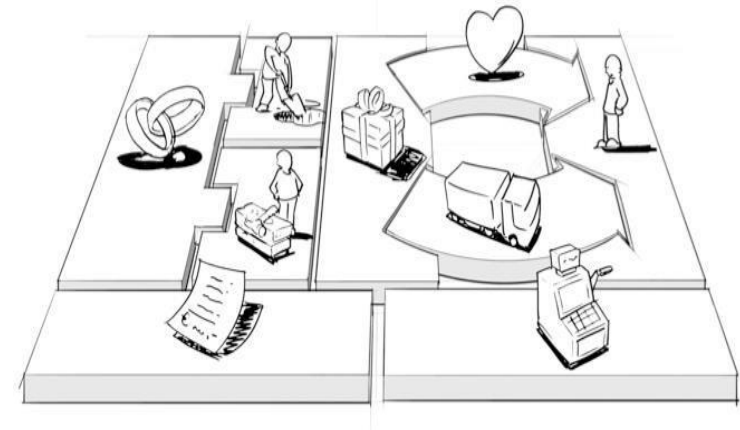
Miércoles del Exportador

**¿Que debes
leer?**



Biz model canvas

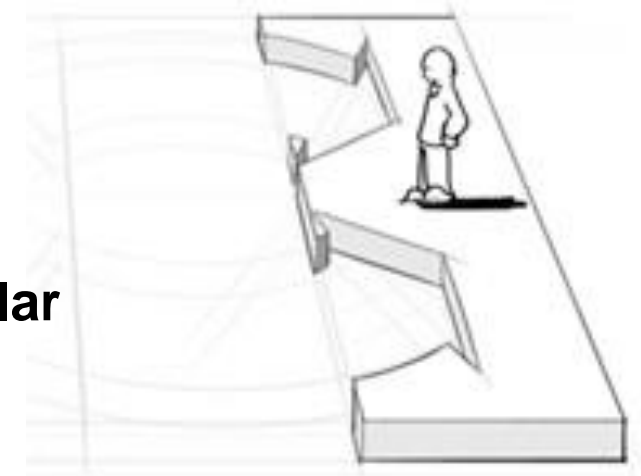
- Formato simplificado para el diseño de modelos de negocio
- Consiste en 9 bloques de negocio
 - Segmentos de Clientes
 - Propuesta de Valor
 - Canales
 - Relaciones
 - Flujos de Ingresos
 - Recursos Clave
 - Actividades Clave
 - Alianzas
 - Estructura de Costos
- Es una abstracción que nos permite ver los actores claves del negocio y poder entender las diferentes implicaciones entre estos a nivel macro.





Segmentos de Clientes

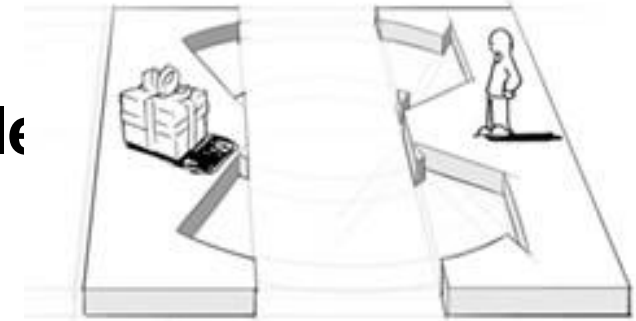
- **¿Cuáles son nuestros clientes (actuales/potenciales)?**
- **¿Cuáles podrían ser clientes indirectos?**
- **¿Existen nichos importantes o es para las masas?**
- **¿En emprendimientos sociales se puede hablar de público meta u objetivo?**





Propuesta de valor

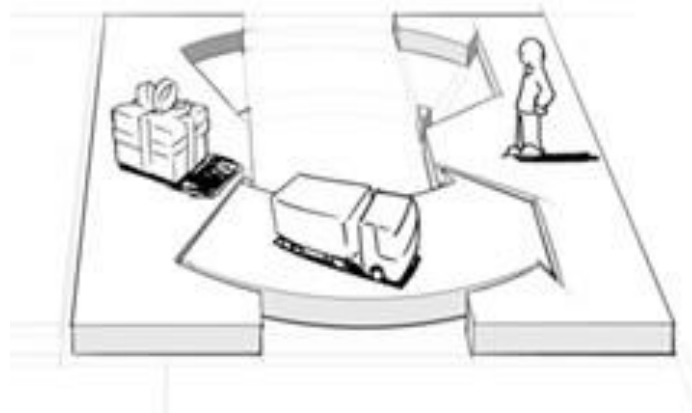
- **¿Cuál es la necesidad/problema/oportunidad que estamos generando?**
 - ¿Diferencia de precio?
 - ¿Calidad del material/proceso?
 - ¿Ahorro de tiempo?
- **Dentro de emprendimientos sociales podríamos utilizarlo también como el impacto a generar.**
- **¿Cual es la diferencia que estamos ofreciendo?**

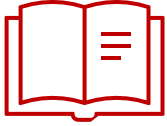




Canal

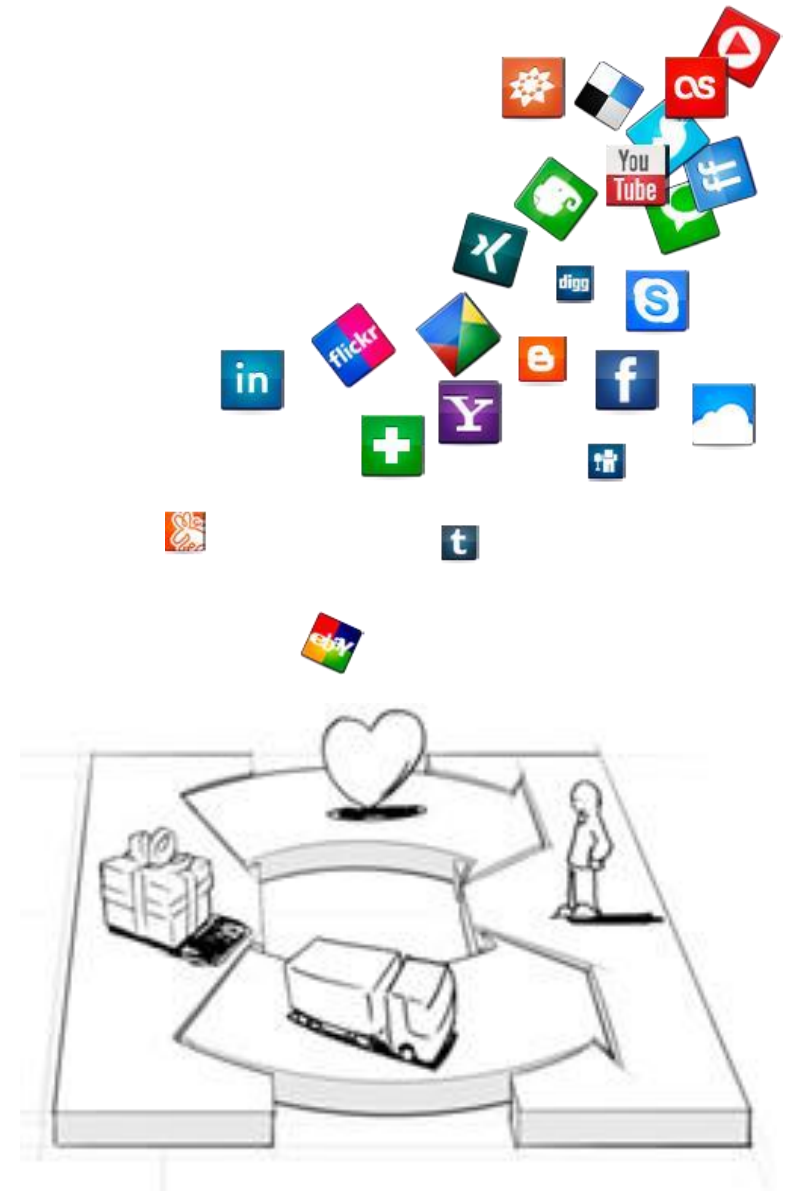
- **¿Cómo se va a entregar la propuesta de valor a nuestro público meta?**
- **El canal es fundamental a la hora de pensar en crear una experiencia para el cliente o público meta.**





Relación

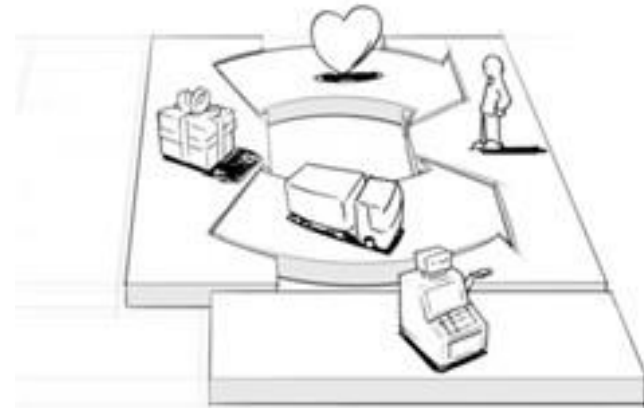
- **Mecanismos para desarrollar una relación con el cliente**
- **Mantenimiento de relación y contacto**
- **Obtención de retroalimentación**





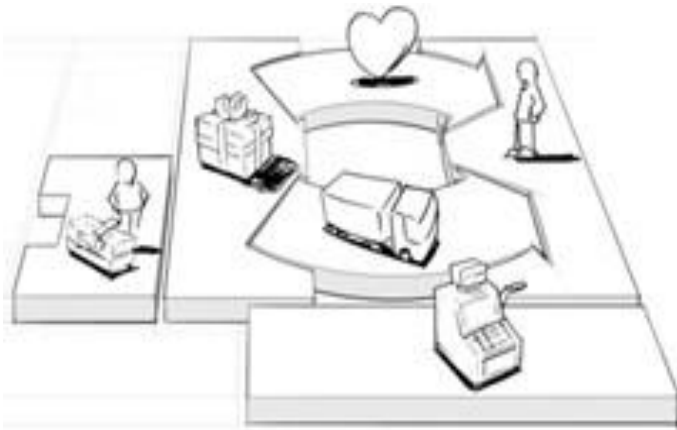
Flujos de Ingreso

- Modelos de negocio actuales y potenciales que generen ingresos al proyecto.





Recursos Clave



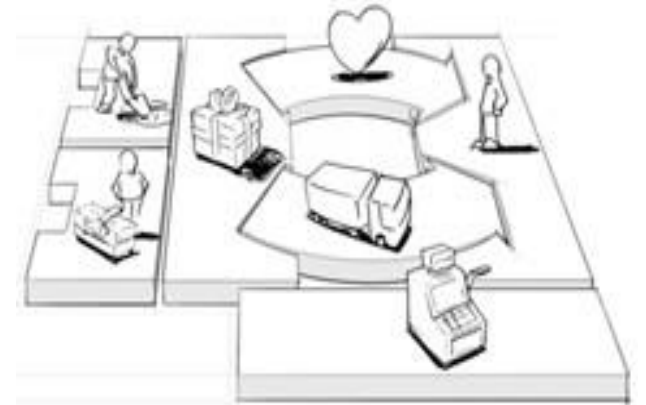
- Recursos necesarios para poder llevar la propuesta al mercado
- ¿Que recursos vamos a consumir, de que tipo, y a que proporciones?





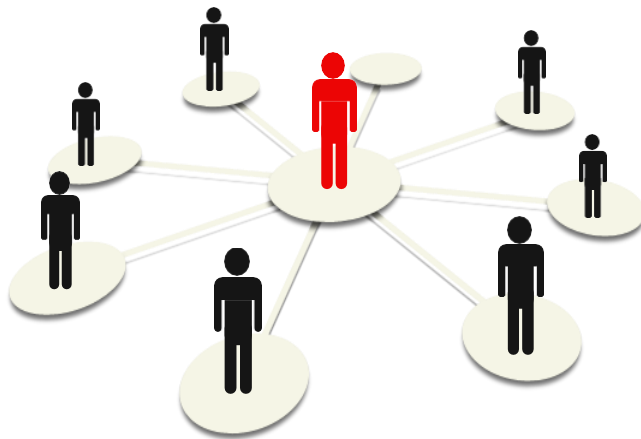
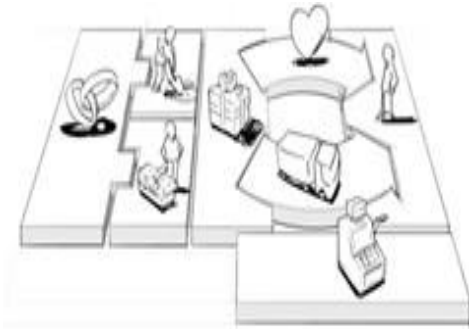
Actividades Clave

- **Significan las actividades internas que nos permiten entregar la propuesta de valor a través de los diferentes canales y con un tipo de relación**
 - **Procesos de producción**
 - **Marketing**
 - **Distribución**





Alianzas

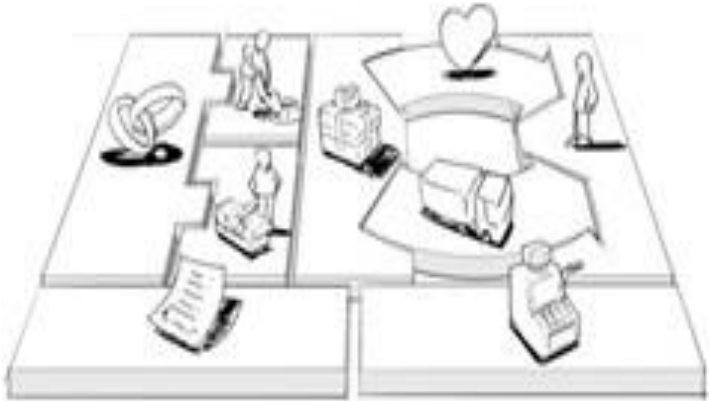


- **Definición de las alianzas necesarias para:**
 - **Complementar actividades**
 - **Optimizar el consumo de recursos**
 - **Apoyar las relaciones o los ingresos**





Estructura de Costos



- Listado de costos fijos y variables
- Se busca innovar y minimizar los costos
- Debe permitir el crecimiento





Miércoles del Exportador

Herramienta










Lienzo De Modelo De Negocios

Diseñado para:

Diseñado por:

En:

Iteración

<h3>Socios Clave</h3>  <p>Quiénes son nuestros socios clave? Quiénes son nuestros proveedores clave? Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave? Que actividades realizan nuestros socios clave?</p> <p>Indicadores para indicar alianzas: Optimización de procesos Mejorar riesgos e incertidumbre Aprovechamiento de recursos y actividades parciales</p>	<h3>Actividades Clave</h3>  <p>Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? Nuestros canales? Nuestras relaciones con los clientes? Nuestras fuentes de ingresos?</p> <p>Indicadores: Eficiencia Satisfacción de clientes Productividad (RPM)</p>	<h3>Propuesta de Valor</h3>  <p>Que valor estamos entregando a los clientes? Cual problema estamos ayudando a resolver? Cual necesidad estamos satisfaciendo? Que paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?</p> <p>Indicador: Diferenciación Personalización Innovación Cualidad "estar en el lugar" Estandarización Precio Relaciones de Calidad Accesibilidad Comentarios y Calidad</p>	<h3>Relación con Clientes</h3>  <p>Que tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes? Que relaciones hemos establecido? Cuan costosas son? Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio?</p> <p>Indicadores: Atención Personal Apoyo al Cliente Dedicado Directiva Administrativa Comunicación</p>	<h3>Segmentos De Clientes</h3>  <p>Para quién estamos creando valor? Quiénes son nuestros clientes mas importantes?</p> <p>Indicadores: Nicho de mercado Diferenciación Rentabilidad Resistencia a copia</p>
<h3>Estructura De Costos</h3> <p>Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio? Cuales recursos clave son los mas costosos? Cuales actividades clave son las mas costosas?</p> <p>Se requiere un pago: Indicador de contribución de cada componente, propuesta de valor de bajo costo, máxima automatización, mucho subcontrato Eficiencia en el uso (eficiencia de recursos de valor) (Proporciones de valor generada)</p> <p>Ejemplo de características: Costos fijos (salarios, renta, alquileres) Costos variables Zonas de escala Zonas de sin escala Zonas de sin escala</p>	<h3>Recursos Clave</h3>  <p>Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? nuestros canales? nuestras relaciones con los clientes? nuestras fuentes de ingreso?</p> <p>Tipos de recursos: Financiero Humano (Maestros, profesores, docentes de aula, etc) Tecnológico Físico</p>	<h3>Fuente De Ingresos</h3>  <p>Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar? Actualmente por que se paga? Como están pagando? Cmo prefieren pagar? Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?</p> <p>Tipos: Venta de bienes Venta de servicios Carga por suscripción Licencias Carga por comisión Patentes Publicidad</p> <p>Formas de pago: CASH DE AVANZO CASH DE CREDITO Pagos por suscripción Pagos por comisión Pagos por comisión</p> <p>Factores de éxito: Reputación Credibilidad del proveedor Método de pago más rápido Beneficio</p>	<h3>Canales</h3>  <p>¿A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados? Como los estamos alcanzando ahora? Como estan integrados nuestros canales? Cuales Funcionan Mejor? Cuales son los mas rentables? Como podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes?</p> <p>Tipos del canal: 1. Canal convencional 2. Canal personalizado (no productos) o servicio al cliente personalizado 3. Canal híbrido (para canales directos indirecto o mixto) 4. Canal digital 5. Canal personalizado (para canales convencionales o canales mixtos) 6. Canal físico 7. Canal mixto</p>	<h3>Fuente De Ingresos</h3> 

www.businessmodelgeneration.com

Traducido por: José Hernán Restrepo Montoya.
joseingemecanico@gmail.com
Medellin, Colombia.

Este modelo está licenciado bajo Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License.
Para ver una copia de la licencia, visite http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/
o envíe una carta a Creative Commons, 11 Second Street, Suite 300, San Francisco, California.

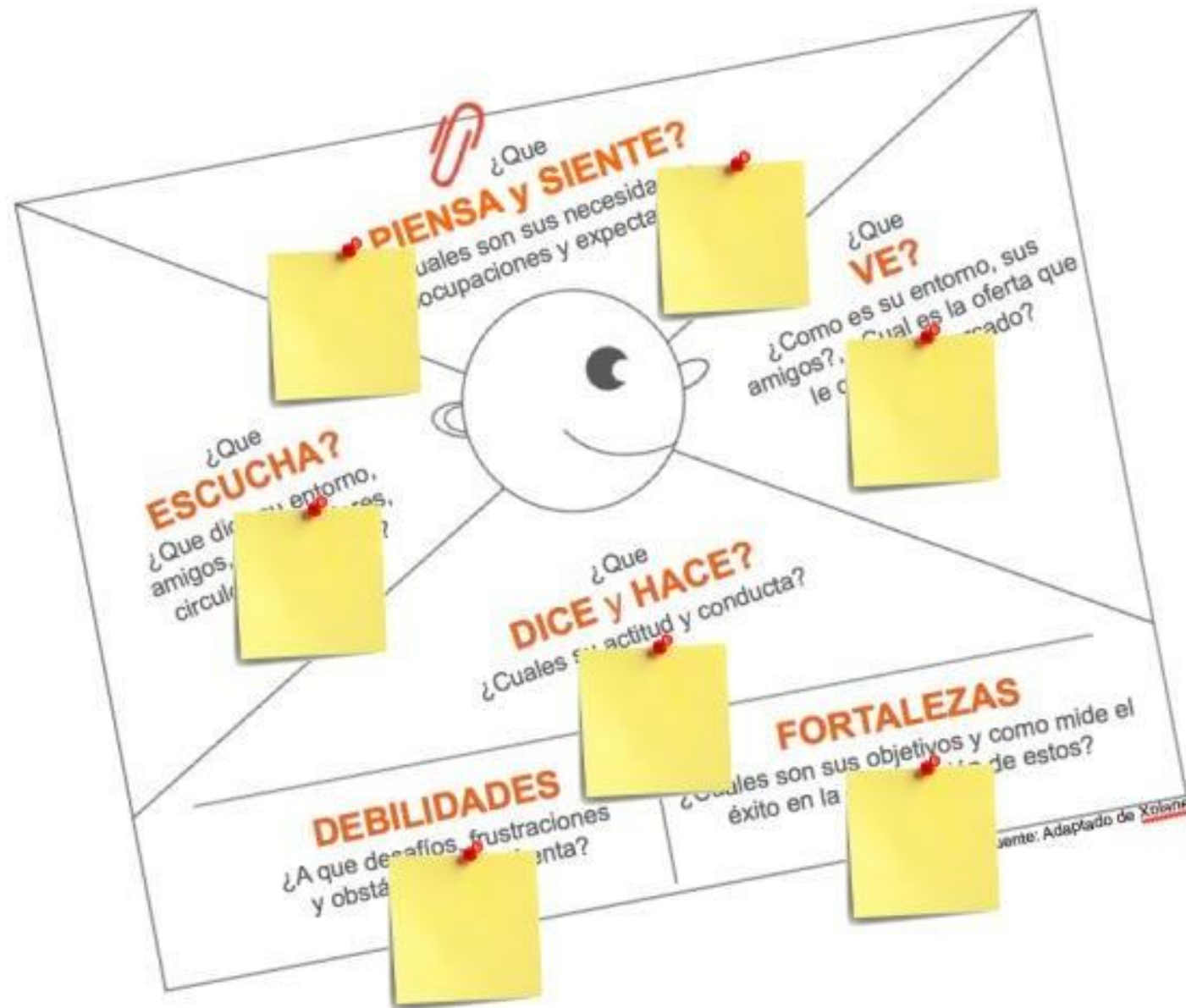


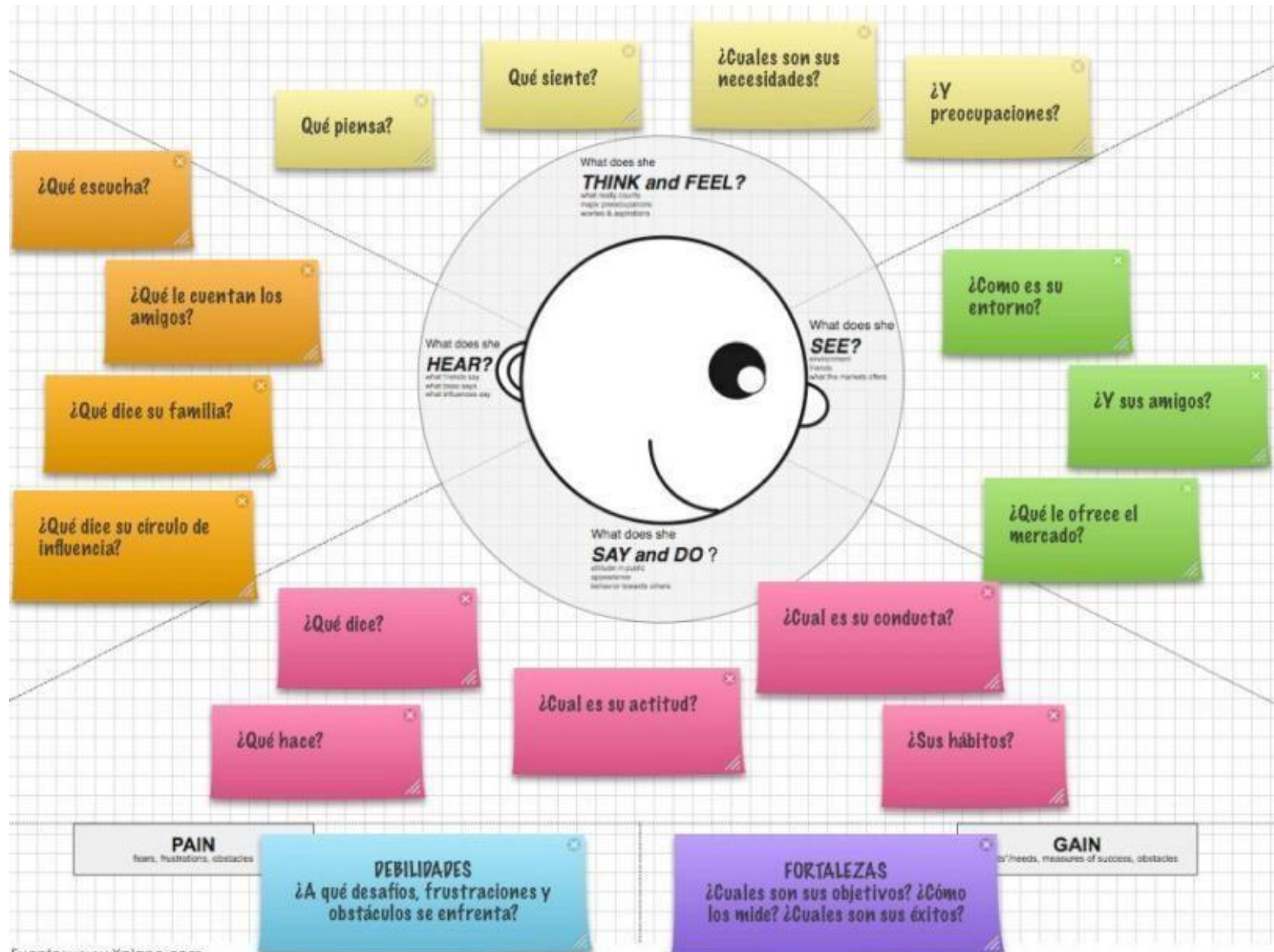
MODELO CANVAS



Miércoles del Exportador

**¿Quién es tu
cliente?**



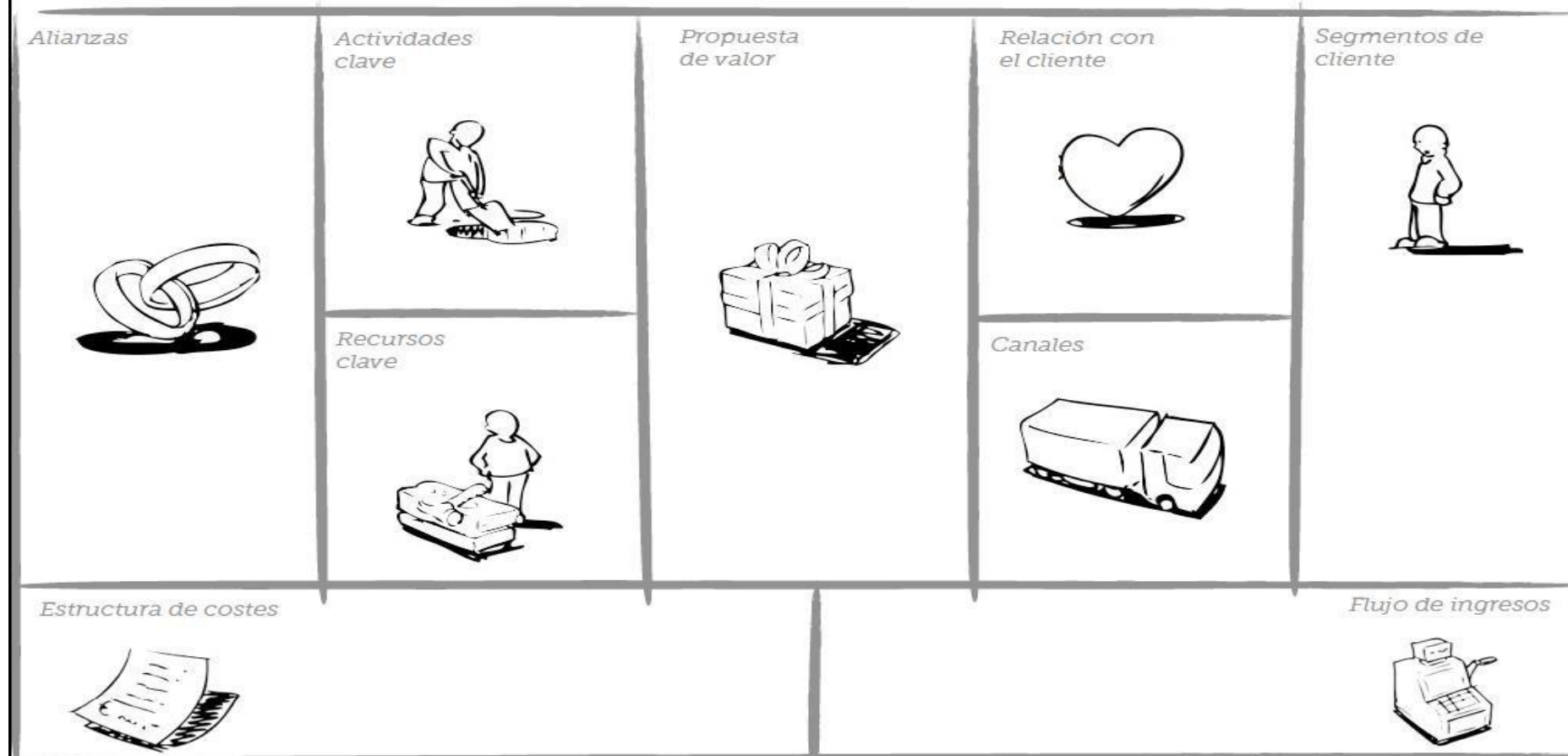


Fuente: www.Yolma.com

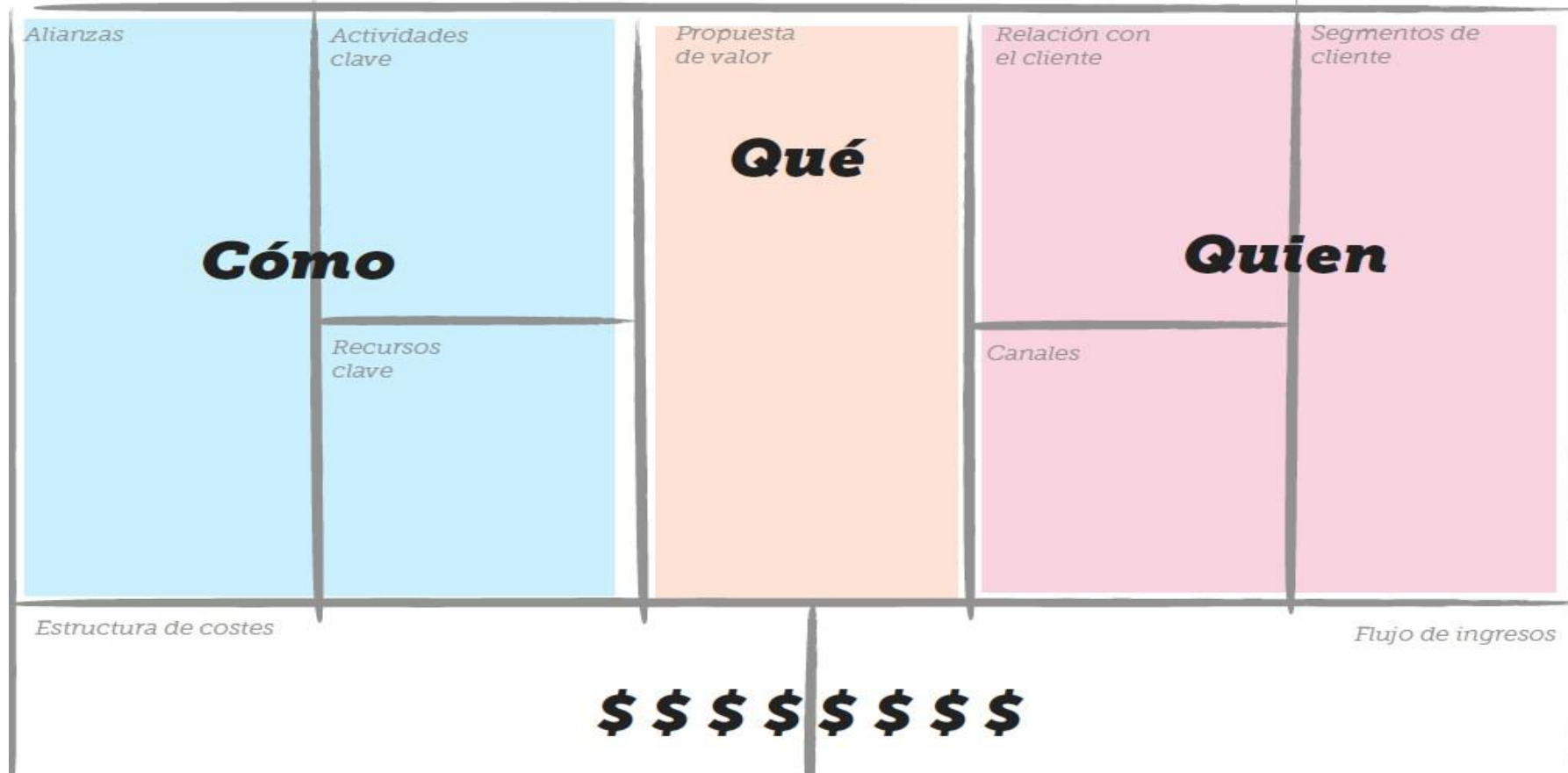
Miércoles del Exportador

**¿Qué tan
complejo es
el desarrollo?**

Modelo Canvas

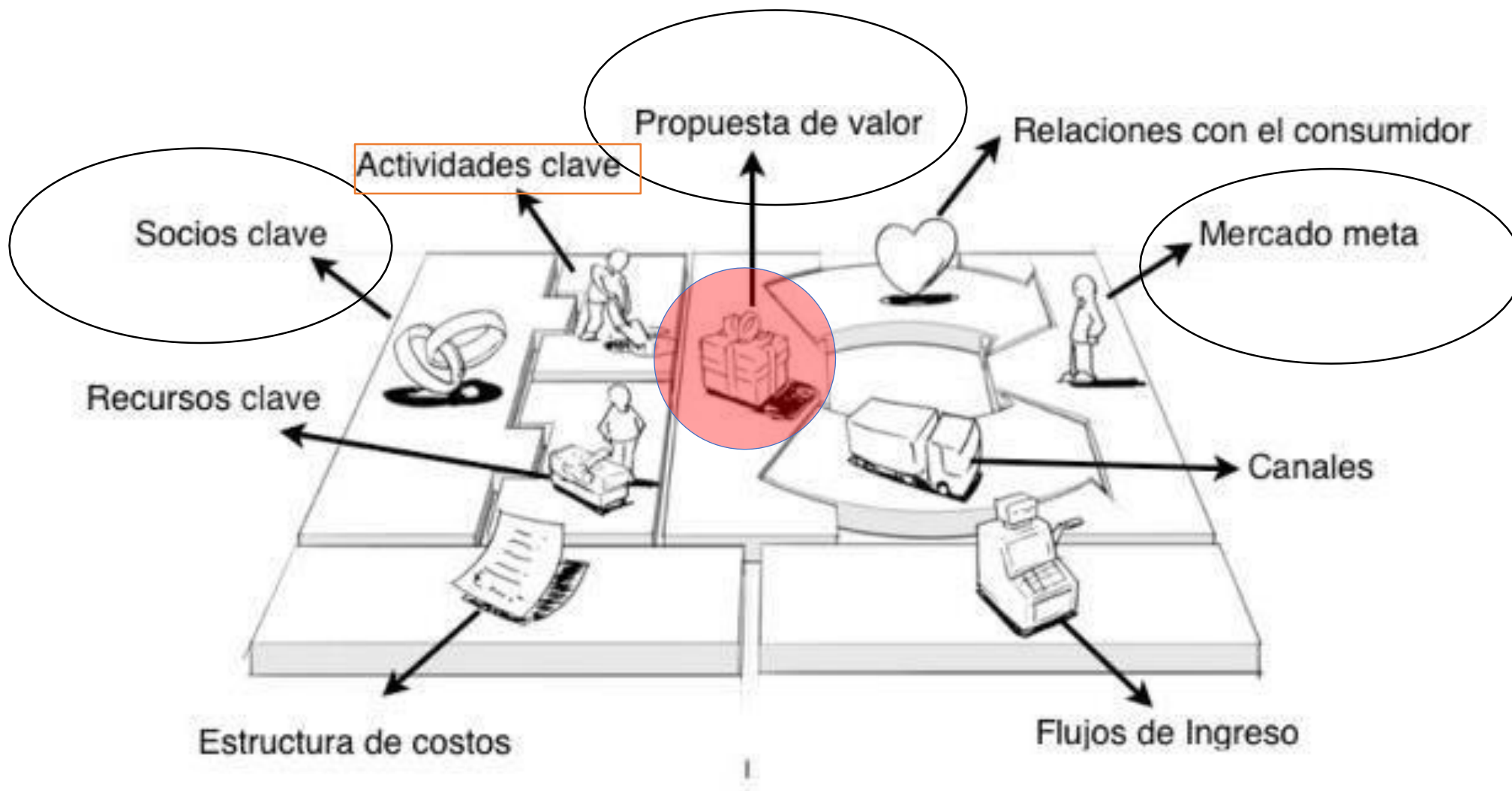


Modelo Canvas



Miércoles del Exportador

**¿Cuál es tu
propuesta?**



Propuesta de valor

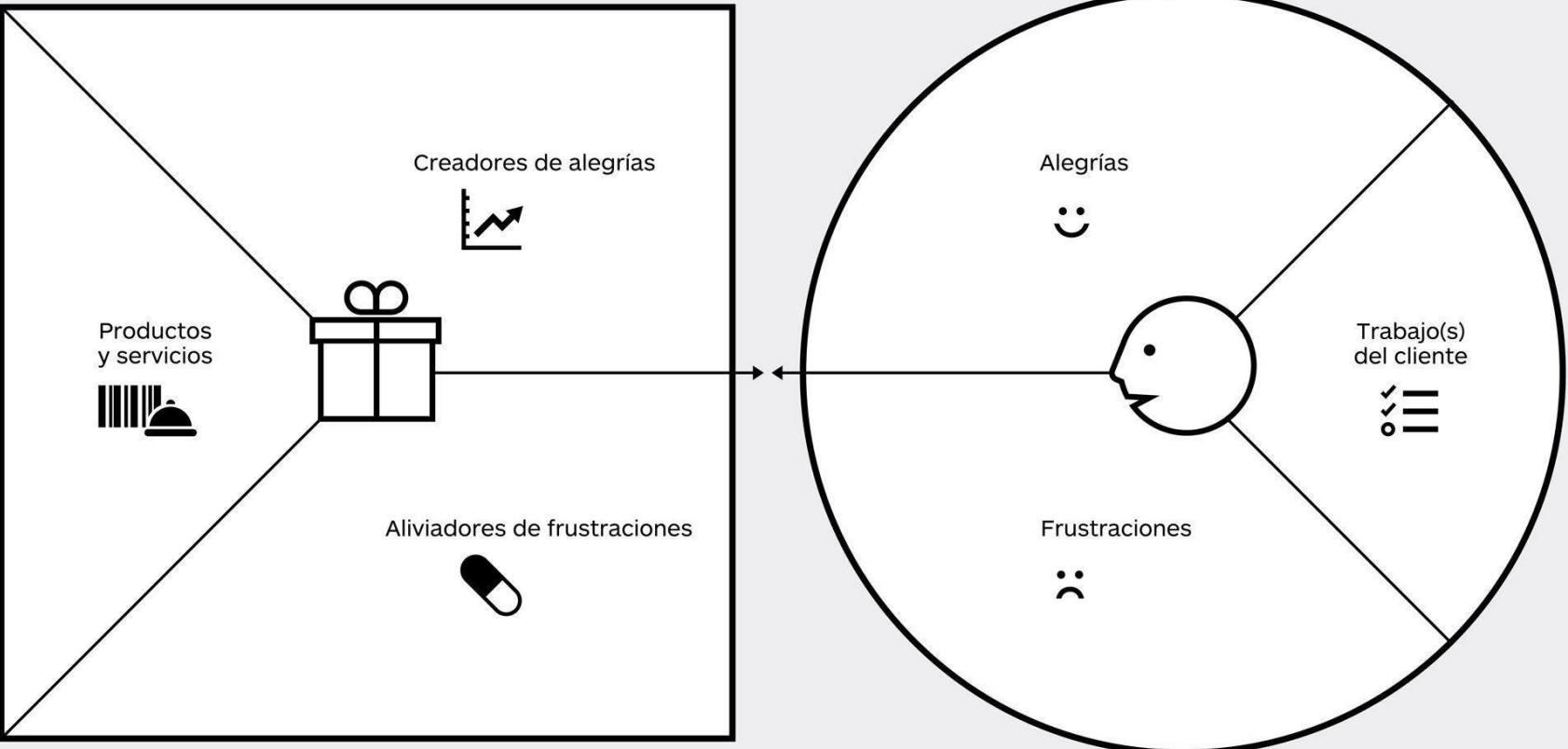
- Novedad (teléfonos inteligentes)
- Mejora del rendimiento (Pentium)
- Personalización
- El trabajo, hecho
- Diseño(modas)
- Marca/estatus
- Precio
- Reducción de costes
- Reducción de riesgos
- Accesibilidad
- Comodidad/utilidad (Ipod)



El lienzo de la propuesta de valor

Propuesta de valor

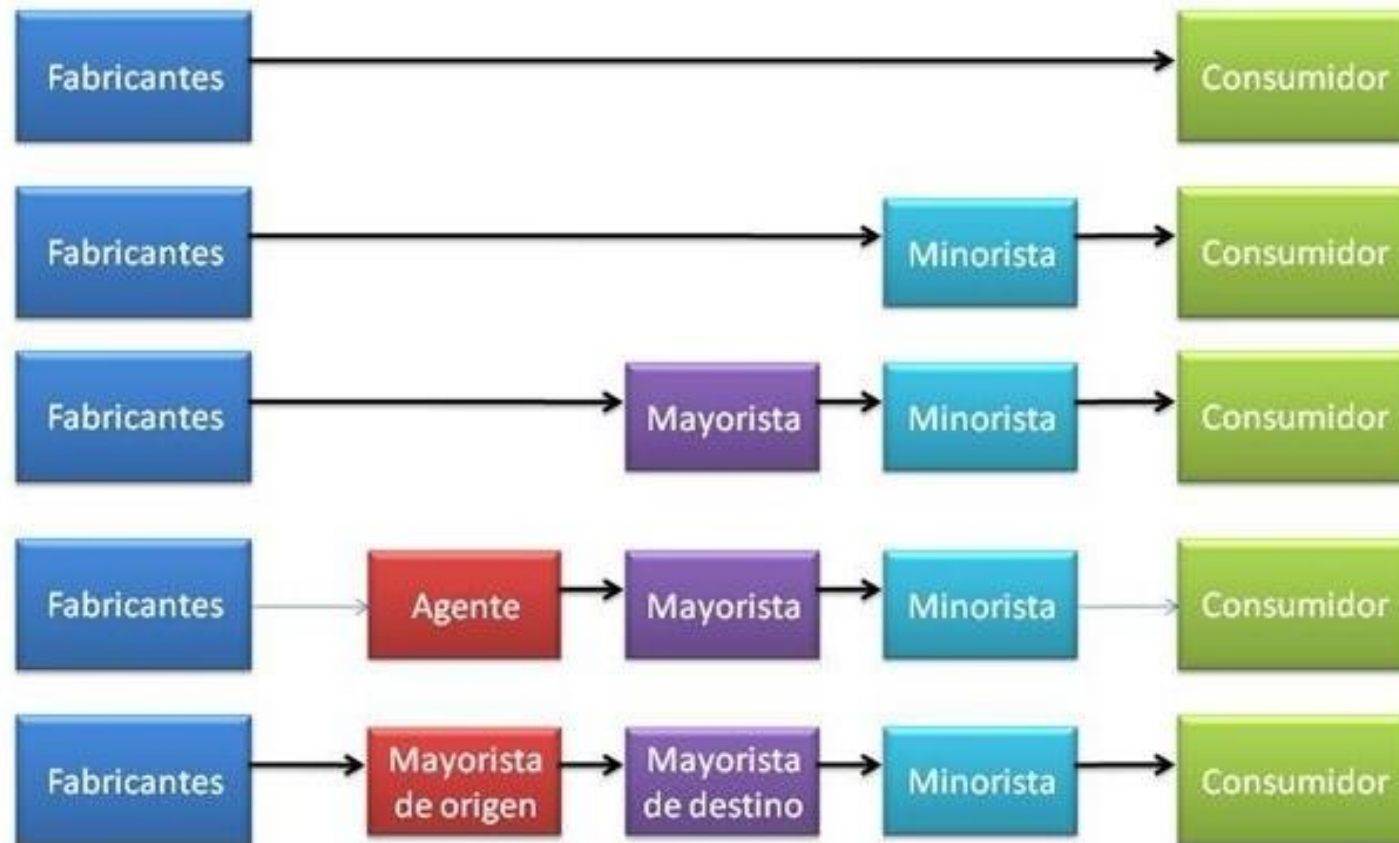
Segmento de mercado



Miércoles del Exportador

**¿Cómo se
ramifican los
canales?**

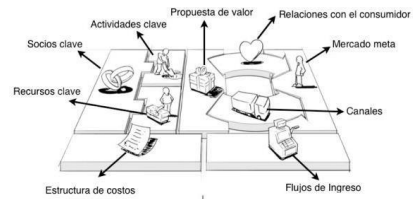
Mercados de Consumo



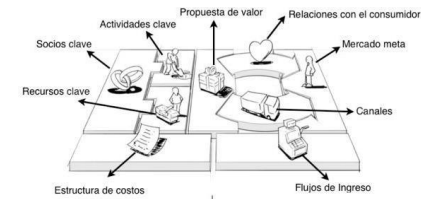
Miércoles del Exportador

**¿Pueden existir
diferentes modelos
de negocios
conviviendo en mi
empresa?**

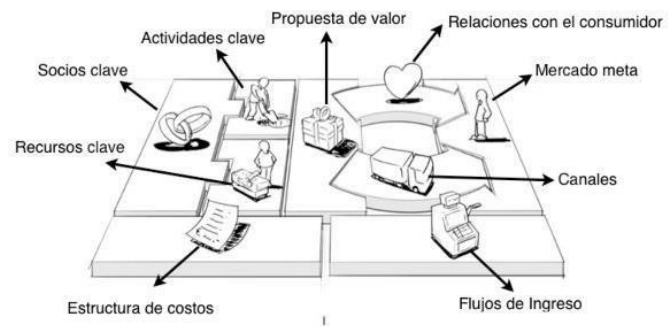
Mi modelo de negocio



El modelo de negocio de mi aliado/socio clave



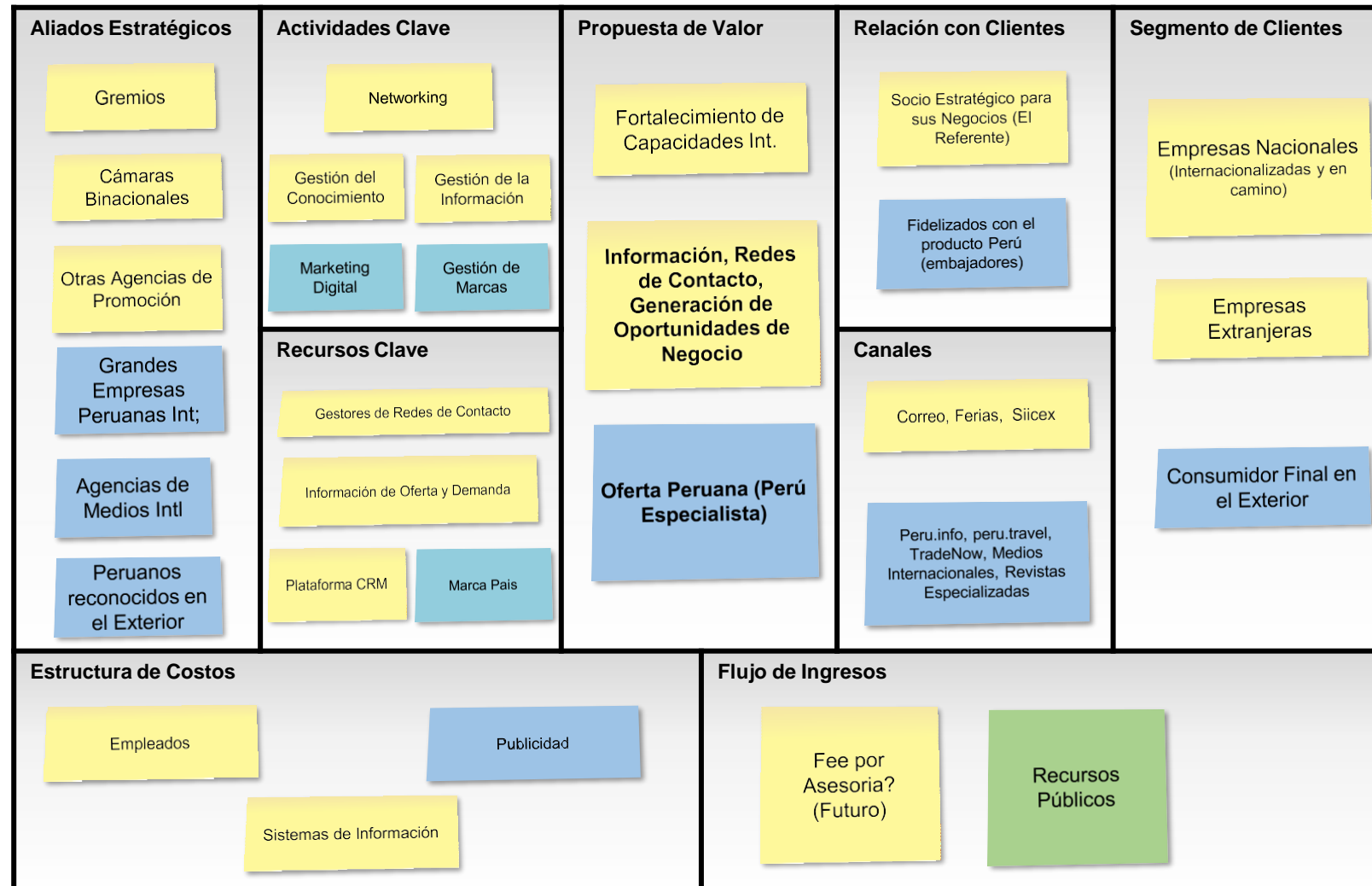
Mi modelo de negocio ampliado



Miércoles del Exportador

Ejemplo institucional

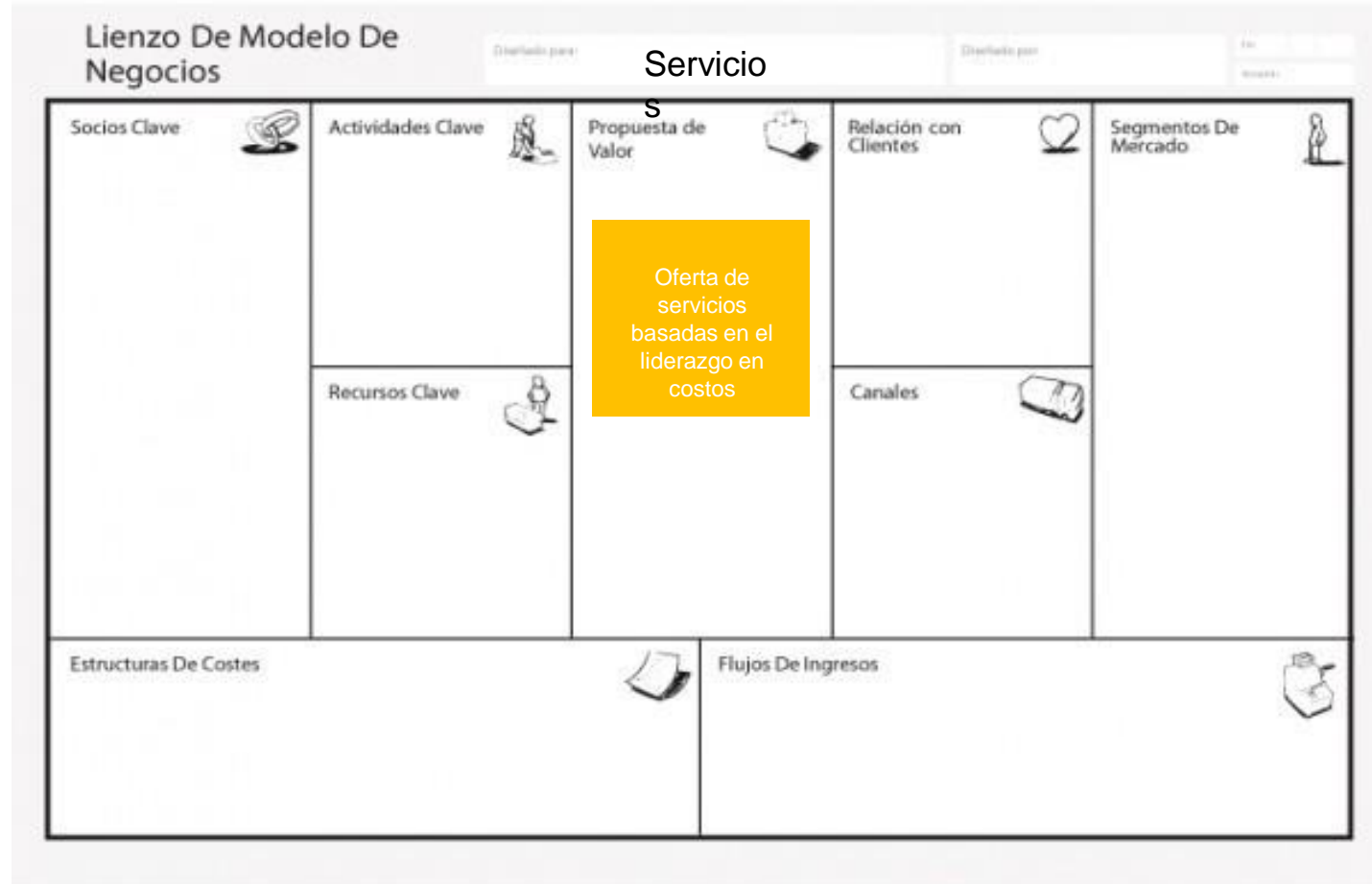
Modelo de negocio



Miércoles del Exportador

Ejemplo Exportación de Servicios

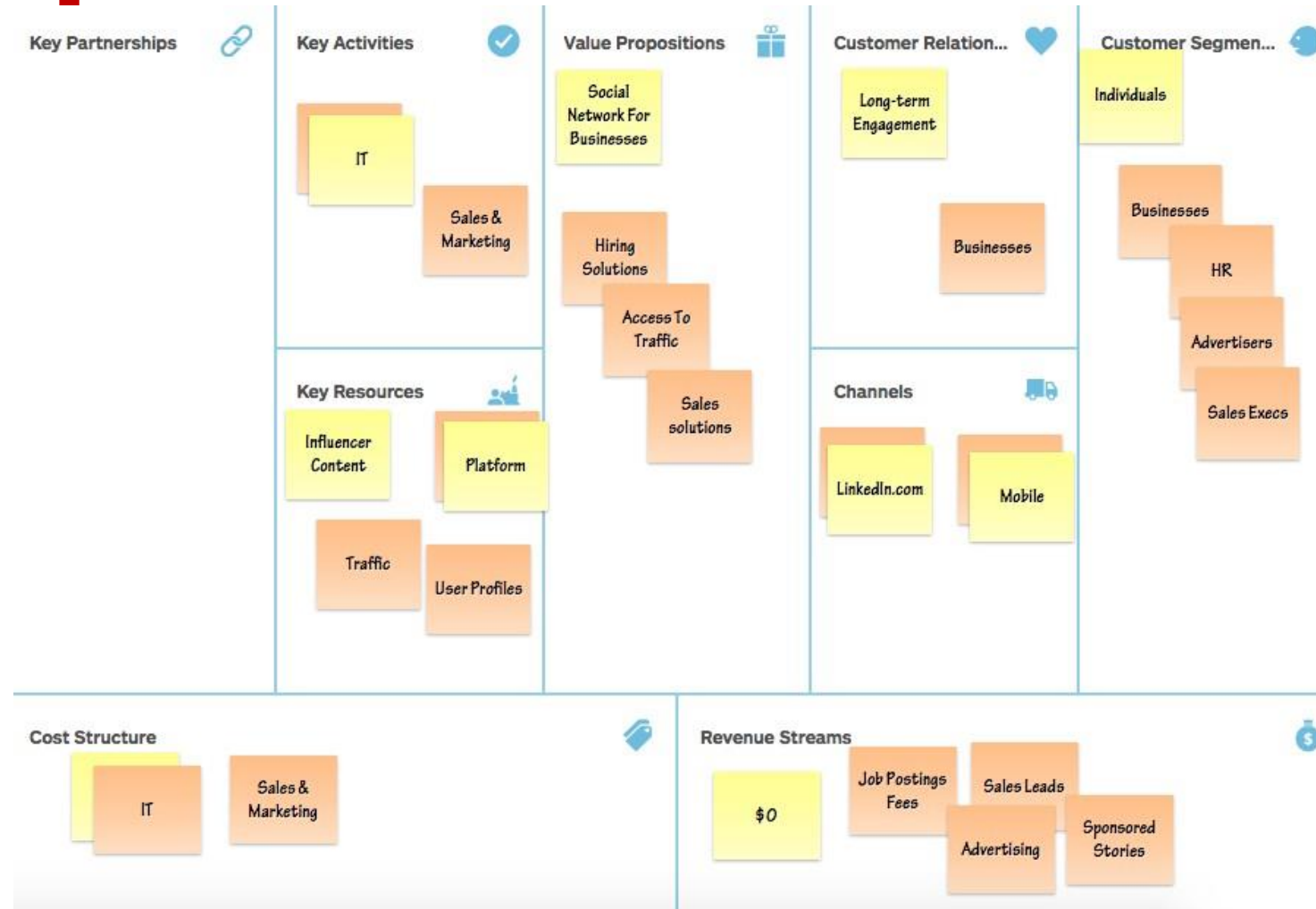
Modelo Canvas



Miércoles del Exportador

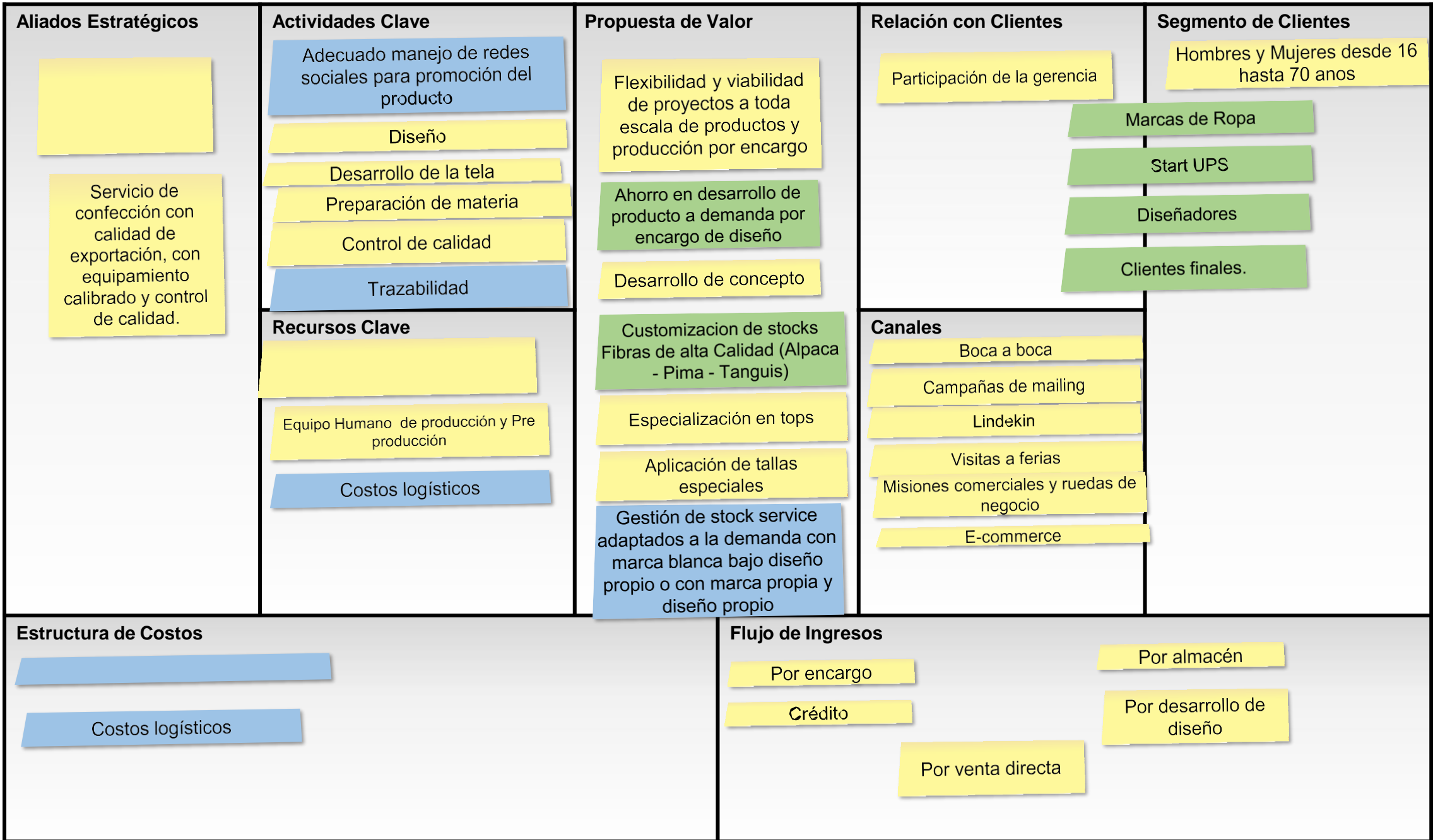
Ejemplo Digital

Modelo Canvas [linkedin]



Miércoles del Exportador

Ejemplo Vestimenta



Infraestructura



Capacidad instalada



Especialización

Think Alpaca ... Think Michell

Welcome to the
MICHELL GROUP



Desarrollo de producto



Desarrollo de producto

Danper



 casa verde

prom
perú

Maquila



PERUVIAN
NATURE®
CONSCIOUSLY WELL DONE



Maquila



Marca



amazon

prom
perú



**Erick
Paulet**

Consultor de marketing,
comercio
exterior y aduanas
evpaulet@aol.com

Seminarios virtuales Miércoles del Exportador

Preguntas y respuestas



Gracias