



**Mg. Enzo Raúl
Puente Custodio**

Lima-Perú

Seminarios Virtuales Miércoles del Exportador

Plan de negocios para
la exportación
utilizando el modelo
Canvas

Lima, 19 de mayo de 2021

Temario

1. Inicio

1.1 Presentación personal.

2. Plan de negocios para la exportación

2.1 ¿Qué es un plan de negocios?

2.2 Plan de Negocios de exportación.

3. Emprendimiento

3.1 Concepto

3.2 Características

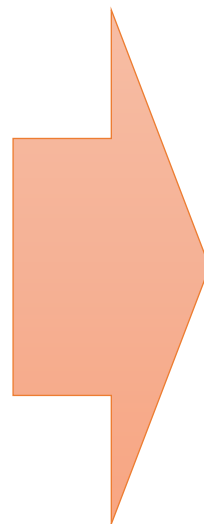
4. Lienzo de Canvas

¿Qué es un Plan de Negocio?

El Plan de Negocio

Resumen detallado de la empresa, que sirve para ayudar a conocer el negocio, sus antecedentes, los factores de éxito, las estrategias y metas¹.

Todo parte de una idea



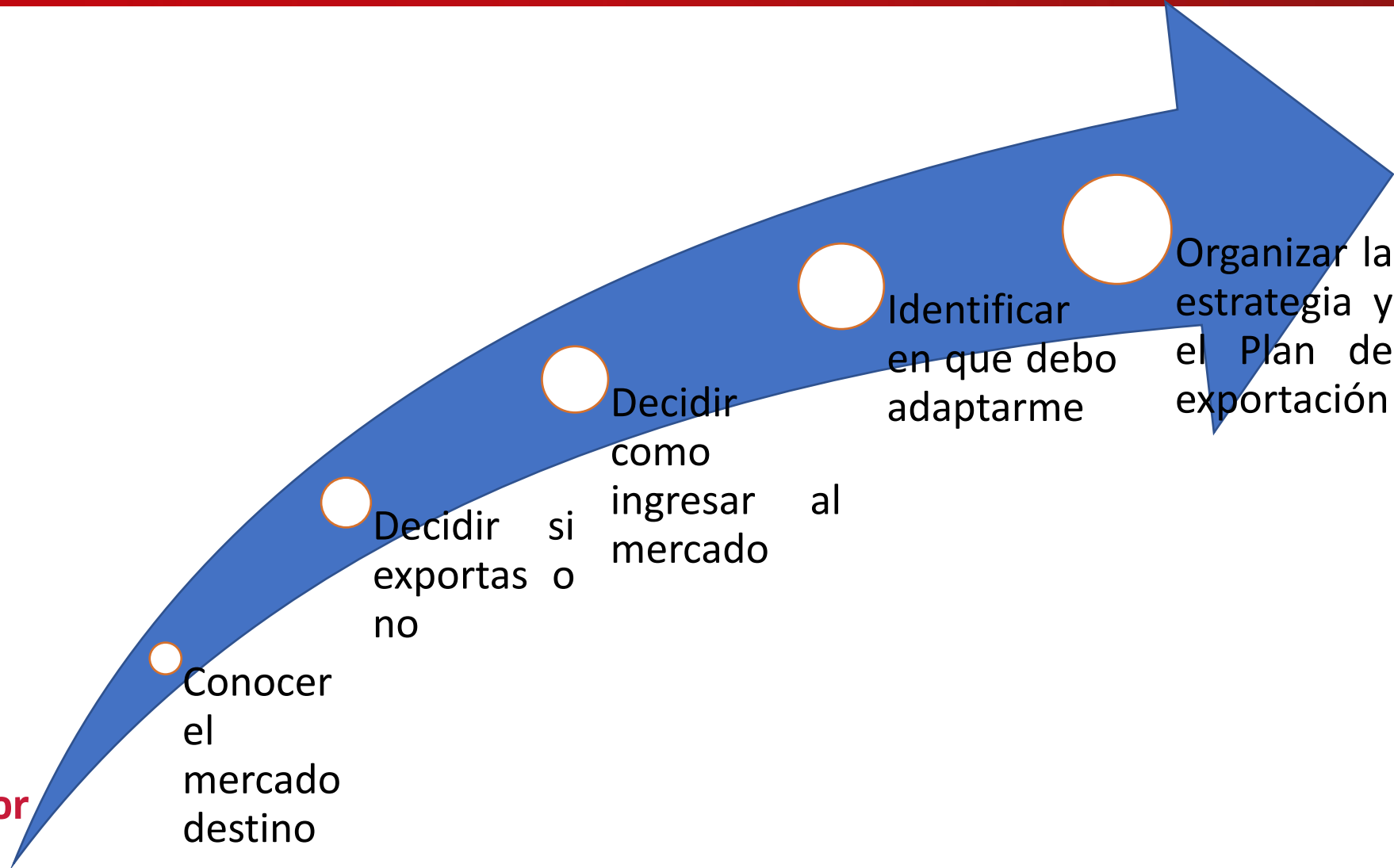
A esto le llamamos: **PROPUESTA DE VALOR**

Plan de Negocios de Exportación

- ✓ Lleva la idea de negocio hacia el ámbito internacional.
- ✓ Busca el producto de la empresa seleccionado para exportar.
- ✓ Selecciona un país como mercado objetivo.

Plan de Negocios de Exportación

Webinar
Exportador



Emprendimiento

- Es una manera de pensar, razonar y actuar que es obsesionada con una oportunidad. Se asume riesgos con el propósito de generar y captar valor².



Características de un Emprendedor

- ✓ Iniciativa.
 - ✓ Capacidad de decisión.
 - ✓ Asume riesgos.
 - ✓ Liderazgo.
- ✓ Confianza.
 - ✓ Habilidades organizativas y de coordinación.
 - ✓ Adaptación a los cambios.



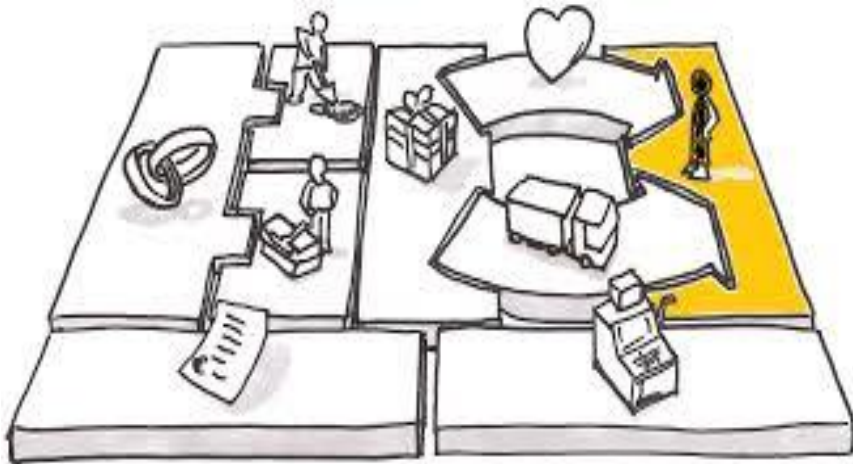
Características de un Emprendedor

- ✓ Aptitudes negociadoras.
- ✓ Competitividad.
- ✓ Amor por lo que hace.
- ✓ Resistencia física.
- ✓ Conocimiento Global de una empresa.
- ✓ Actitud ganadora.



Lienzo de Canvas





Segmento de mercado

Segmentación de mercado

Los clientes son el centro de cualquier modelo de negocio, ya que ninguna empresa puede sobrevivir durante mucho tiempo si no tiene clientes (**rentables**)³.

Para aumentar la satisfacción de los mismos debemos agruparlos en varios segmentos con necesidades, comportamientos y atributos comunes.



5 formas de segmentar



Nicho de mercado para la exportación



Asia

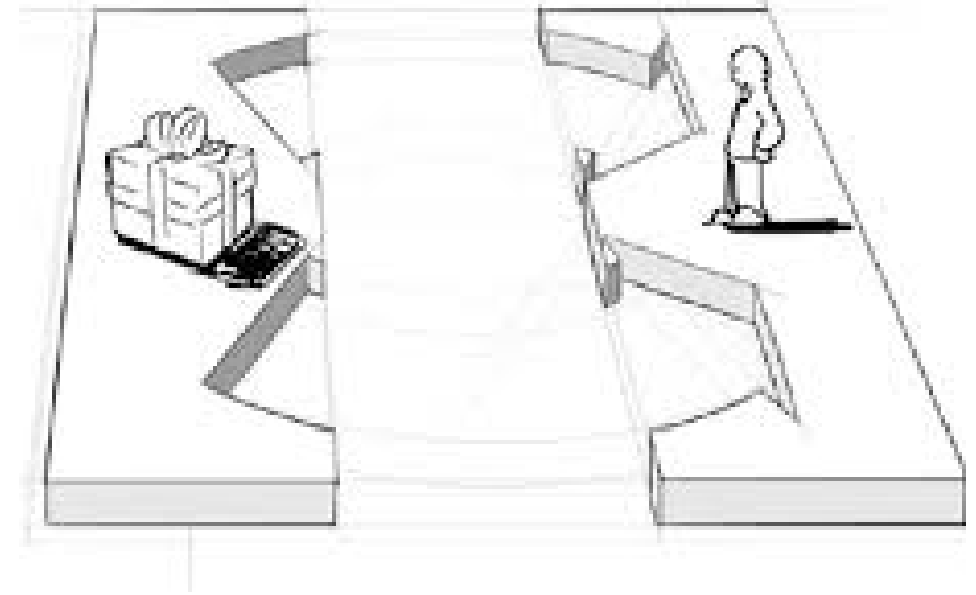


Propuesta de valor

Propuestas de valor

La PV 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 cliente⁴.

Las propuestas de valor son un conjunto de productos o servicios que satisfacen los requisitos de un segmento de mercado determinado.



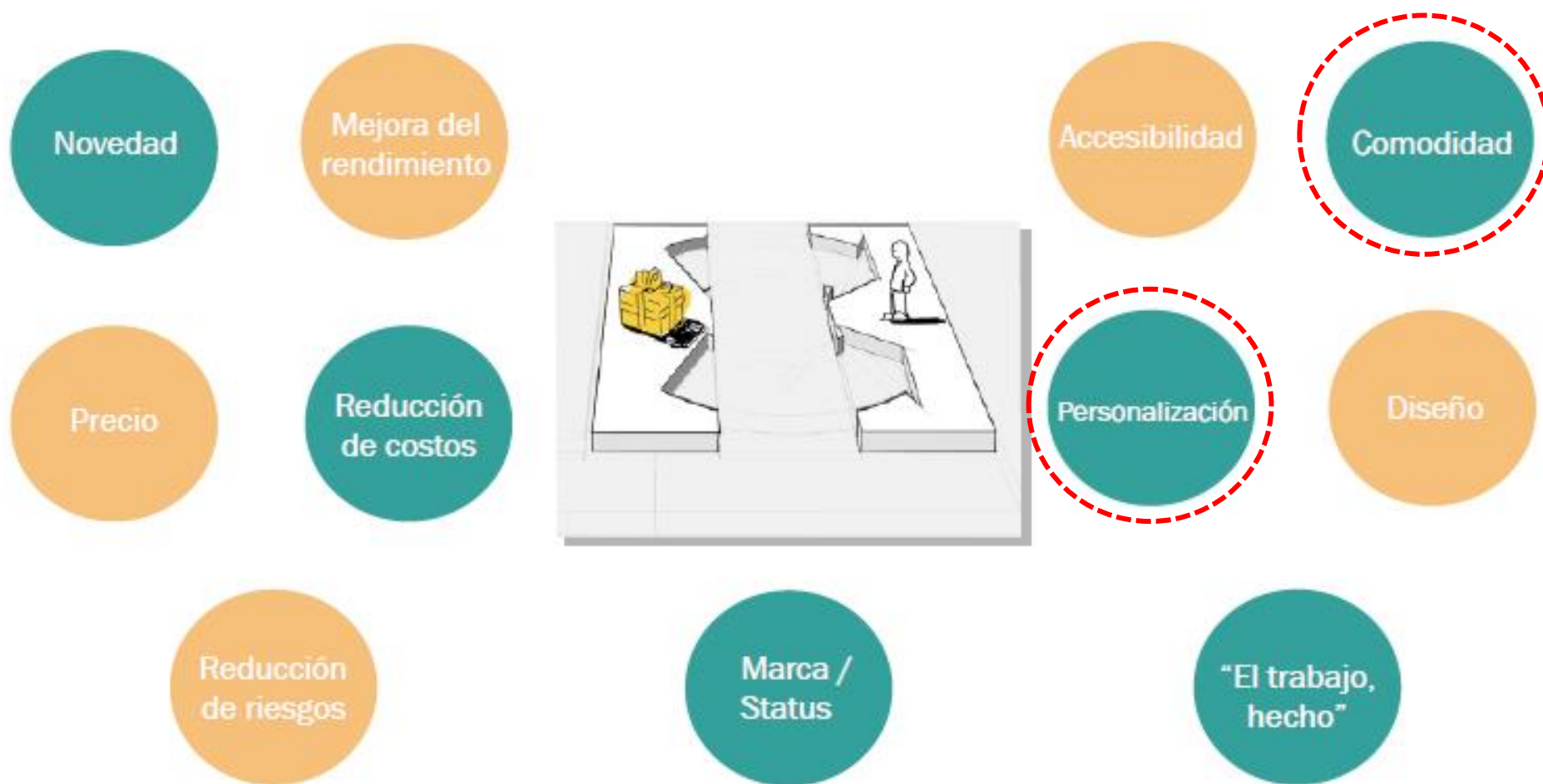
Algunas propuestas de valor pueden ser innovadoras y presentar una oferta nueva o rompedora, mientras que otras pueden ser parecidas a ofertas ya existentes e incluir alguna característica o atributo adicional.

Webinar
Exportador



4. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona: Deustos SA Ediciones.

Propuestas de valor



Personalización

La adaptación de los productos y servicios a las necesidades específicas de los diferentes clientes o segmentos de mercado crea valor.

La empresa, el producto o el servicio se tiene que adaptar al mercado donde va a operar.

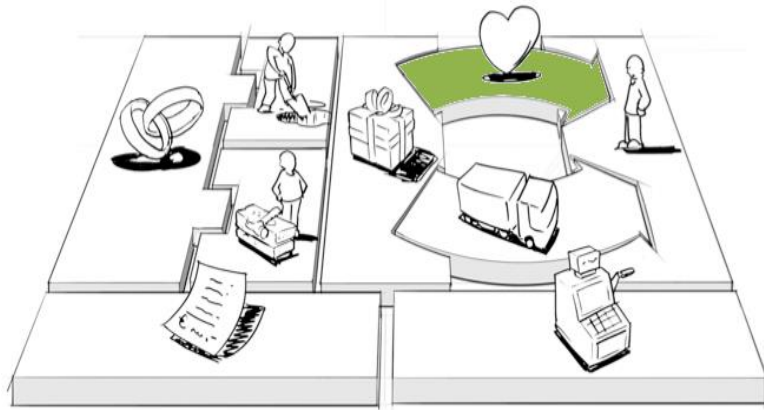


Comodidad

Características de la PV:



- ✓ Velocidad.
- ✓ Mejor servicio.
- ✓ Más y mejores alianzas con comercios.
- ✓ Pagos en efectivo, tarjeta de debito o crédito y Grability.
- ✓ Programa de fidelización (Bronce, Plata y Oro).
- ✓ Cliente hace mandado del supermercado, comida, y medicamentos de farmacias.
- ✓ Permite enviar dinero en efectivo a alguien, o que un corredor retire dinero de su cuenta bancaria de un cajero automático y entregárselo.
- ✓ Los corredores hasta pueden pasear los perros del cliente, entre otros.



Relación con los clientes

Relaciones con el cliente

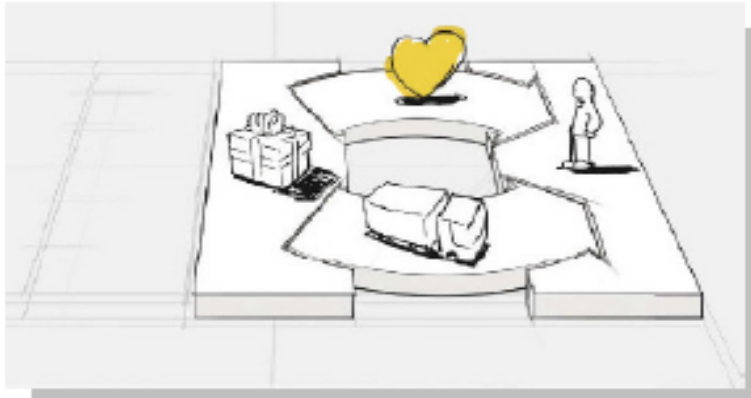
Las empresas deben definir el tipo de relación que desean establecer con cada segmento de mercado.

La relación puede ser personal o automatizada. Las relaciones con los clientes pueden estar basadas en los fundamentos siguientes:

- *Captación de clientes.*
- *Fidelización de clientes.*
- *Estimulación de las ventas (venta sugestiva).*



Relación con clientes



La relación puede ser personal o autorizada.
Puede basarse en:

- Captación de clientes
- Fidelización de clientes
- Estimulación de las ventas (upselling)

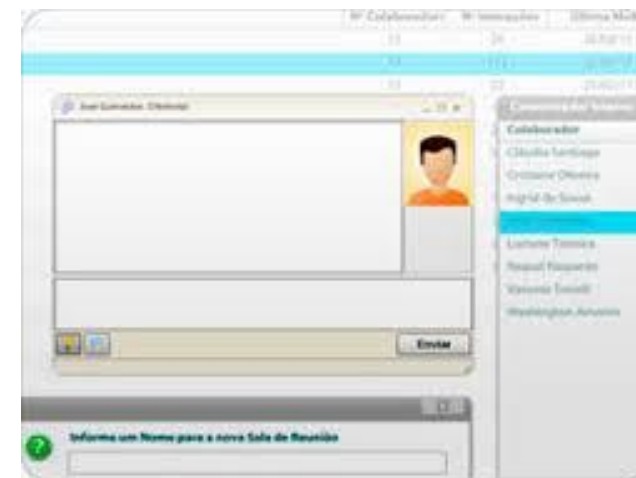


Relaciones con el cliente

Asistencia personal

Esta relación se basa en la interacción humana.

- El cliente puede comunicarse con un representante real del servicio de atención al cliente para que le ayude durante el proceso de venta o posteriormente.

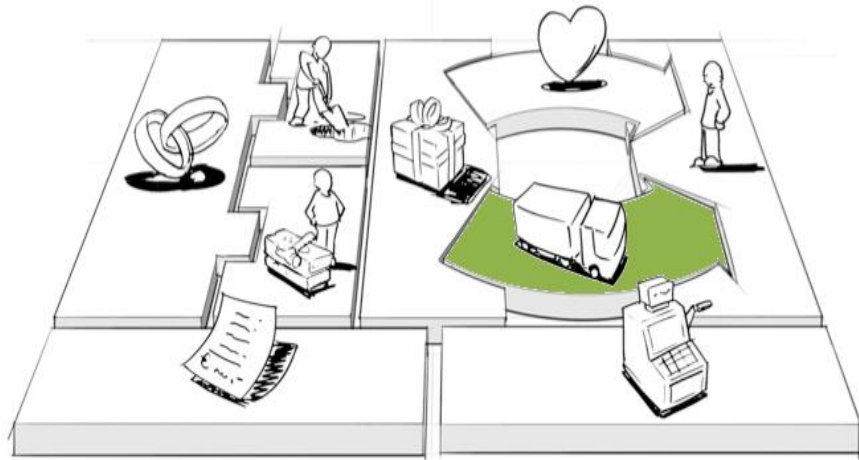


Relaciones con el cliente

Comunidades

- El uso de redes sociales hace que la interacción entre cliente-empresa sea mucho más fluida, además las empresas buscan atraer y retener a clientes a través de programas de fidelización.





Canal

Canales

Los canales de comunicación, distribución y venta establecen el contacto entre la empresa y los clientes.

Son puntos de contacto con el cliente que desempeñan un papel primordial en su experiencia.



Fases de canales

- **Canales directos:** Tiendas Propias, Equipo Comercial y Ventas por Internet.
- **Canales indirectos:** Tienda de socios y Mayoristas.

CANAL DIRECTO

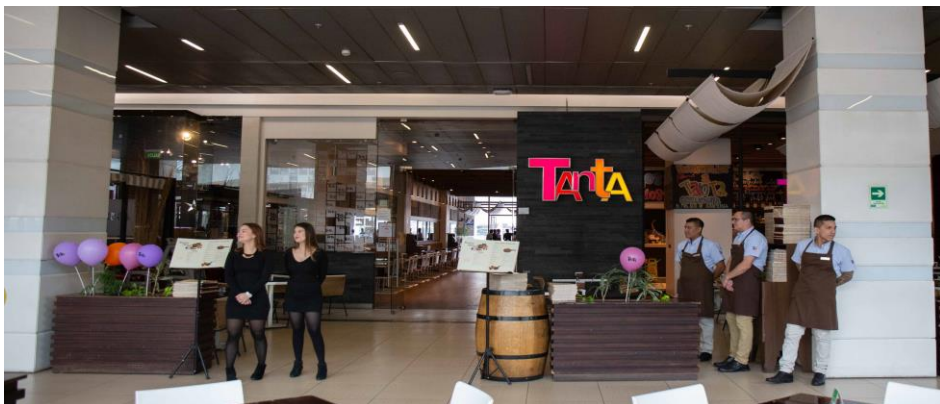


CANAL INDIRECTO



Canales

Canal Propio Directo



El Restaurante peruano “Tanta” de Gastón Acurio, en “La Costanera”-Santiago de Chile.

EL Centro de entrenamiento “Laboratoria” liderado por Mariana Costa, está en México, Chile y Brasil.



Canales

Canal Indirecto



¡TU TIENDA EN LÍNEA!





Fuentes de Ingresos

Fuentes de Ingresos

- Si los clientes constituyen el centro de un modelo de negocio, las fuentes de ingresos son sus arterias.
- Las empresas pueden crear una o varias fuentes de ingresos en cada segmento de mercado.

El Comercio

Webinar
Exportador



Fuente de Ingresos





Actividades Clave

Actividades Clave

Todos los modelos de negocio requieren una serie de actividades clave.

Estas actividades son las acciones más importantes que debe emprender una empresa para tener éxito.



Actividades Clave

Relacionadas con el diseño, la fabricación y la entrega de un producto en grandes cantidades o en una calidad superior.

Producción



Resolución de problemas

Implica la búsqueda de soluciones nuevas a los problemas individuales de cada cliente.

IDEO



Gestión de plataformas, la prestación de servicios y la promoción de la plataforma

Plataforma / Red



Identificar las Actividades Clave y las actividades No Claves

Webinar
Exportador



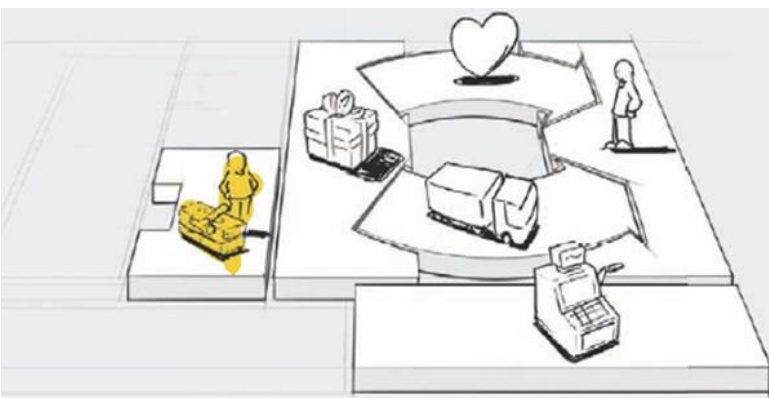
Ejemplo

Actividades clave de un restaurante gourmet

- ✓ **Infraestructura:** Identificar una ubicación estratégica (Miraflores).
- ✓ **Recursos Humanos:** Contratar chef especializados en comida gourmet.
- ✓ **Tecnología:** Sistema de toma de pedidos y facturación.
- ✓ **Compras:** Buscar proveedores de productos gourmet. Comprar insumos como platos, vasos, cubiertos, etc.
- ✓ **Marketing.** Una comunicación online hoy en día es obligatoria si quieres que tu negocio sea viable.
- ✓ **Otros.**

Actividades No Claves:

- ✓ Servicio de limpieza.
- ✓ Seguridad.
- ✓ Contratación de empleados extra a través consultoras. Gestión de Redes Sociales.
- ✓ Compra de postres artesanos en alguna pastelería, etc.



Recursos clave

Recursos Clave

Todos los modelos de negocio requieren recursos clave que permiten a las empresas:

Crear y ofrecer una propuesta de valor.

Llegar a los mercados.

Establecer relaciones con segmentos de mercado.

Percibir ingresos.



Recursos Clave

Instalación de fabricación, edificios, vehículos, máquinas, sistemas, puntos de venta y redes de distribución

Físicos



Intelectuales

Marcas, información privada, patentes, derechos de autor, asociaciones y bases de datos de clientes



Conocimiento especializado en distintas áreas.

Humanos



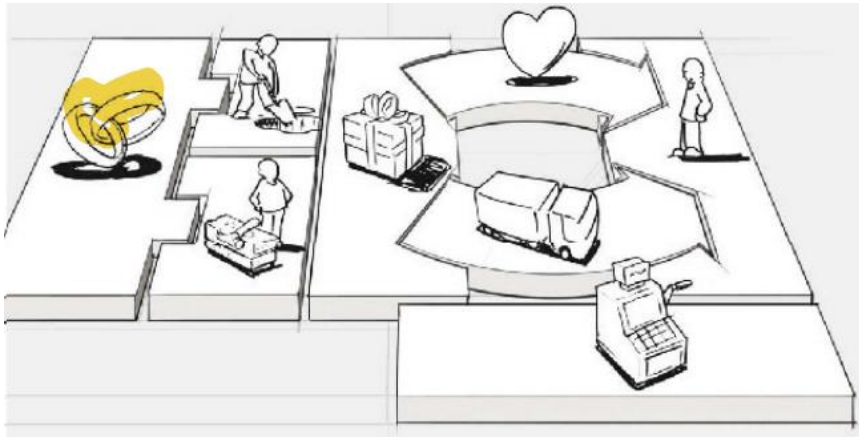
Económicos

Dinero en efectivo, líneas de crédito o una cartera de opciones sobre acciones



Líneas de crédito





Socios clave

Asociaciones clave

Las empresas se asocian por múltiples motivos y estas asociaciones son cada vez más importantes para muchos modelos de negocio. Las empresas crean alianzas para optimizar sus modelos de negocio, reducir riesgos o adquirir recursos.



Asociaciones Clave

Alianza estratégica
entre no
competidores



Alianza estratégica
entre
competidores



Joint Venture



Alianza con
proveedores



Webinar
Exportador



prom
perú



Estructura de costos

Estructura de costos

Se describen todos los costes que implica la puesta en marcha de un modelo de negocio.

- Crear valor (Hacer un producto o servicio) generan un costo.
- Entrega de valor (reparto). genera un costo.
- Mantenimiento de las relaciones con los clientes genera un costo.
- Generar ingresos tiene un costo.



Estructura de costos

Costos fijos

No varía en función del volumen de bienes o servicios producidos

Costos variables

Varia en proporción directa al volumen de bienes o servicios producidos

Economías de escala

Ventaja de costos que obtiene una empresa a medida que crece su producción

Economías de campo

Ventaja de costos que obtiene una empresa a medida que amplía su ámbito de actuación



Dziękuję
Mauruuru
Obrigado
Спасибо
Dankie
D'Akujem
Хвала.
Gracias
Merci
Sagolun
Danke
Arigatô
Kiitos
Köszönöm
Rahmat
Kiitos
Mercé
Merci
Arigatô
Tak
Grazie
Thank You
Gracias
Thank You
Grazie
Thank You
Gracias
Xièxie
Matondo
Obrigado
Teşekkür Ederim
Sagolun
Mahalo
Chokrane
Efharisto
Chokrane
Спасибо
Tak
Dank Je
Tak
Hvala
Tak
Faleminderit
Terima Kasih
Tak

Hoja de vida *Webinar* **Exportador**

Licenciado en Administración de Negocios, Magíster en Educación con mención en Docencia e Investigación Universitaria en la USMP, cursé el Programa de Finanzas Corporativas en el IE Business School de España, cuento con un diplomado en Gestión del Comercio Exterior, cursé el Programa de Gobernabilidad y Gerencia Política en la PUCP.

Me desempeño como Director de Comercio Exterior en el Gobierno Regional de Pasco, soy Mentor de Emprendimiento en la Incubadora de Negocios de Esan, Asesor de Tesis, docente en la facultad de Negocios Internacionales en Idat y Cibertec.



Webinar Exportador



**Mg. Enzo Raúl
Puente Custodio**

Lima-Perú

enzoraulmx@hotmail.com

Teléfono: +51 940637720

**Seminarios Virtuales Miércoles del
Exportador**

**Preguntas y
Respuestas**