BAC

MI MODELO **DE NEGOCIO**

Nombre de la empresa: _____

Realizado por: _____

Fecha: _____

Un modelo de negocio te permite ver en una sola hoja cómo es que se crea el valor para los clientes y qué costos implica; así puedes organizarte internamente para entregar ese valor al cliente.
Para plantearlo debes definir nueve componentes: los componentes **1 a 5 se refieren al cliente**, a la propuesta de valor que le ofreces, a la forma como se dan las interacciones con el cliente y a cómo esto generará ingresos.
Los componentes **6 a 9** se refieren a las **actividades, recursos y alianzas** requeridos para poder brindar la propuesta de valor, así como los costos que esto implica.

7. Alianzas	6. Actividades clave	2. Propuesta de valor	3. Relación con el cliente	1. Segmento de cliente
	8. Recursos clave		**4. Canales de contacto**	

9. Estructura de costo	5. Fuente de ingresos

BAC

MI MODELO **DE NEGOCIO** **GUÍA**

Para cada bloque, usa estas notas explicativas para comprender los conceptos y entender qué puedes incluir en cada espacio.

1. Segmento de clientes: ¿Cuáles son los tipos de clientes más rentables para nosotros? ¿Cómo son? ¿Cómo se comportan?
2. Propuesta de valor: ¿Qué es lo que más valora el cliente del negocio?
¿Qué cambio en nuestra forma de actuar aumentaría su satisfacción y/o lealtad?
3. Relación con el cliente: ¿Cómo debe ser la relación con los clientes? ¿Íntima, cercana, distante o impersonal? ¿Cómo se expresa esa relación?
4. Canales de contacto: ¿Cómo se entera el cliente que existimos? ¿Cómo nos conoce? ¿Cómo consigue nuestros productos?
5. Fuente de ingresos: ¿Qué precio estará dispuesto a pagar el cliente por la propuesta de valor?
¿Este precio está por debajo, por encima o en el promedio de lo que se cobra en el mercado?
¿Qué opciones y facilidades de pago podemos brindar?
¿A cuánto podrán ascender nuestros ingresos anuales?
6. Actividades clave: ¿Qué actividades debemos realizar para que el cliente conozca, adquiera y disfrute de nuestros servicios? ¿Qué actividades clave debemos ejecutar con excelencia para entregar nuestra propuesta de valor al cliente y asegurar que los canales y la relación con él funcionen como los definimos?
7. Alianzas: ¿Podrá algún proveedor o distribuidor hacerse cargo de una actividad clave mejor que nosotros?
¿Quién nos suministra los insumos más importantes de nuestro negocio?
¿Qué instituciones pueden ser claves para nuestro desarrollo?
¿Existen empresas con las que podamos complementarnos para darle más valor al cliente?
8. Recursos clave: Para que el cliente reciba la propuesta de valor:
¿Qué tan especializado debe ser nuestro personal?
¿Qué equipamiento se requiere?
¿Qué infraestructura se requiere?
9. Estructura de costo: ¿Qué porcentaje del precio consideramos que se consume en costos de venta?
¿A groso modo, a cuánto ascienden nuestros gastos fijos?
¿Con la estimación de ventas que hicimos somos rentables?

BAC

MI MODELO **DE NEGOCIO** **EJEMPLO**

Nombre de la empresa: Diseños Tropicales

Realizado por: Laura Solano Herrera

Fecha: 01.01.2025

Un modelo de negocio te permite ver en una sola hoja cómo es que se crea el valor para los clientes y qué costos implica; así puedes organizarte internamente para entregar ese valor al cliente.
Para plantearlo debes definir nueve componentes: los componentes **1 a 5 se refieren al cliente**, a la propuesta de valor que le ofreces, a la forma como se dan las interacciones con el cliente y a cómo esto generará ingresos.
Los componentes **6 a 9** se refieren a las **actividades, recursos y alianzas** requeridos para poder brindar la propuesta de valor, así como los costos que esto implica.

"Diseños tropicales es una empresa de corte y confección de piezas de traje de baño para mujer. La parte superior, la inferior, así como las piezas para salir del agua se venden por separado.
Laura y Leticia, crearon la empresa pensando en las mujeres que no quedan satisfechas cuando compran un vestido de baño y preferían comprar cada prenda por aparte y combinarlas de manera que calcen mejor con su figura.
Las fundadoras realizan sus propios diseños, pero también contratan diseñadores/as externos para brindar mayor variedad.
Intenamente sólo realizan prototipo y realizan modificaciones, la producción está a cargo de emprendedores que realizan el maquilado."

7. Alianzas	6. Actividades clave	2. Propuesta de valor	3. Relación con el cliente	1. Segmento de cliente
"Aliado para la entrega a domicilio de ventas en internet. Diseñadores/as externos Proveedores internacionales y nacionales de telas Emprendedores/as que maquilan el producto"	Mercadeo, diseño, manejo de inventarios, importaciones, corte, confección, control de calidad, empaque, ventas, modificaciones	"Seguridad Durabilidad Diseños únicos Flexibilidad en el servicio"	" -Relación cercana con las que compran por redes sociales. -Relación íntima con las que visitan el punto de venta."	Mujeres adultas y adultas jóvenes.
	8. Recursos clave		**4. Canales de contacto**	
	"2 máquinas de coser 2 mesas de trabajo Herramientas varias Dos máquinas overlock Sala de exhibición"		" -Punto de venta -Puntos de ventas en hoteles de playa -Vendedoras independientes -E-commerce -Redes sociales"	

9. Estructura de costo	5. Fuente de ingresos
"Costos fijos = $4,000.00 Precio = $60.00 Costo variable = $34.00 Punto de equilibrio = $4.000/($60-$34)= 154 vestidos Punto en equilibrio en $ = 154 x $60 = $9,240.00"	"Utilidades esperadas = $2,000.00 Meta de ventas = (4000+2000)/(60-34) = 6.000/26 = 231 Meta de ventas en $ = 231 x 60 = $13,860.00"

BAC presenta esta información como una serie de recomendaciones no técnicas para las pymes en Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá. El documento no puede ser entendido como asesoría legal, tributaria, comercial o de ninguna otra índole. Asimismo, BAC no brinda ningún tipo de garantía sobre el contenido incluido, ni asume responsabilidad alguna por las acciones que sean tomadas con base en este documento.