

Creando un Modelo de Negocio Sostenible

Creando un Modelo de Negocio Sostenible

Introducción

En este tema aprenderás sobre el Lienzo de Modelo de Negocio Sostenible, como una forma de desarrollar tu estrategia empresarial. Si bien existen más formas en las que puedes desarrollar tu modelo de negocio, el BMC es uno de los más utilizados y te ayuda a crear una representación visual de tu empresa. Es importante tener en cuenta que un plan de negocios es fluido y puede cambiar con el tiempo, por lo que debes mantenerlo actualizado. Este módulo utiliza la variante sostenible, ya que tu empresa se enfoca en la revalorización del plástico. Dado que te estás enfocando en este aspecto, te beneficiarás al utilizar la variante sostenible, ya que te ayudará a considerar algunas adiciones adicionales, haciendo que tu empresa sea aún más sostenible además del reciclaje de plástico.

El Lienzo de Modelo de Negocio se basa en las ideas de Alexander Osterwalder. Si bien la versión más utilizada es la básica, en los últimos años la versión sostenible también se utiliza con mayor frecuencia para pensar en el impacto ecológico de un negocio y cómo puede aprovecharlo.

Si has realizado el módulo "[28](#)" sobre Investigación, esto puede ayudarte a desarrollar tu BMC más rápidamente; de lo contrario, puedes realizar la investigación durante la creación del BMC.

Descripción

El BMC sostenible consta de once pasos, dos más que el BMC básico. Al final de este módulo, también encontrarás ejemplos en línea que pueden ayudarte a completar el BMC. Ten en cuenta que un BMC es continuo y cambiante. Con el tiempo, debes actualizar tu plan de negocios para reflejar situaciones cambiantes. Este módulo te llevará a través de los once pasos del BMC sostenible.

Paso 1: Propuesta de valor: La propuesta de valor es el valor que aportas al cliente, es decir, qué problema estás resolviendo para el cliente. Esto significa que hay algunas preguntas que debes considerar al completar la propuesta de valor del modelo de negocio:

- ¿Qué valor fundamental entregas al cliente?
- ¿Qué necesidades del cliente estás satisfaciendo?

La propuesta de valor puede ser difícil de visualizar, por lo que una explicación detallada se encuentra en el módulo sobre el Valor de tu producto.

Paso 2: Segmentos de clientes: Ayuda a establecer qué cliente deseas alcanzar con tu empresa. Puedes considerar las siguientes preguntas para completar los segmentos de clientes:

- ¿Para qué clases estás creando valores?
- ¿Cuáles son las diferencias entre los segmentos de clientes?
- ¿Quién es tu cliente más importante?

Si has realizado la investigación sobre el mercado de revalorización del plástico, esto te sonará bastante familiar y ya habrás pensado en los detalles relacionados con tu empresa. Ten en cuenta cómo tu producto puede estar dirigido a diferentes segmentos de clientes.

Paso 3: Canales: Los canales juegan un papel en la experiencia del cliente. Los canales pueden mejorar el alcance de tu empresa, proporcionar un servicio o recopilar comentarios. Para completar los canales en el BMC, puedes hacerte las siguientes preguntas:

- ¿A través de qué canales quieren ser contactados tus clientes?
- ¿Qué canales funcionan mejor?
 - ¿Cuánto cuestan?
 - ¿Cómo se pueden integrar en tus rutinas y las de tus clientes?
- ¿Deseas recibir comentarios?
 - ¿El cliente está dispuesto a dar retroalimentación?
- ¿Puedo hacer un seguimiento de los canales por mí mismo?

Cuando crees canales en las redes sociales, ten en cuenta que hay empresas que pueden manejar las redes sociales/marketing por ti, si no tienes el tiempo o la experiencia para hacerlo tú mismo. Mantener una presencia efectiva en las redes sociales lleva tiempo, así que ten en cuenta el tiempo que puede llevar. Si necesitas retroalimentación o formularios de contacto, hay plantillas y programas disponibles que son adecuados para empresas, lo que te ahorra tiempo para crear algo nuevo.

Paso 4: Relación con el cliente: Este paso te ayuda a desarrollar lo que crees que es importante en el contacto con el cliente. El objetivo es utilizar los diferentes canales disponibles de manera eficiente para crear una relación duradera. Por lo tanto, puedes considerar varias preguntas para decidir la relación con el cliente en el BMC:

- ¿Qué relación requiere el cliente objetivo?
 - ¿Hay diferencias entre los clientes objetivo?
- ¿Cómo puedes integrar eso en tu negocio?
- ¿Deseas tener contacto en línea o en persona?
- ¿Estás haciendo el contacto tú mismo?
 - Nuevamente, ten en cuenta las preferencias de los clientes en combinación con tus fortalezas.

Paso 5: Recursos clave: Los recursos clave son los atributos que necesitas para que tu negocio funcione. Lo que necesitas depende del tipo de empresa que tengas. Puedes hacerte preguntas sobre los recursos clave:

- ¿Qué recursos clave requiere tu propuesta de valor?
- ¿Qué recursos son los más importantes en los canales de distribución, relaciones con los clientes y flujos de ingresos? ¿Cuál es el aspecto clave de tu empresa?

Paso 6: Actividades clave: Hay diferentes actividades requeridas para que tu negocio funcione de la manera más efectiva posible. Por lo tanto, las preguntas que debes hacerte sobre las actividades clave en el BMC son:

- ¿Qué actividades clave realizas tú mismo?
- ¿Qué actividades clave subcontratas?
- ¿Qué actividades son importantes en los canales de distribución, relaciones con los clientes y flujos de ingresos? ¿Cuál es el aspecto clave de tu empresa?

Paso 7: Socios clave: Para desarrollar tu negocio, necesitas socios. Estos pueden ayudarte a crecer más rápido o a alcanzar tus objetivos más rápido. Especialmente cuando tienes una empresa de revalorización del plástico, es importante considerar el impacto del plástico de estos socios. Cosas a considerar al completar los socios clave en el BMC son:

- ¿Quiénes son los socios clave/proveedores clave?
- ¿Cuál es la motivación para estas asociaciones?

Paso 8: Costos: Para tener una visión clara de tu negocio, debes comprender los costes que estás incurriendo. Las preguntas que puedes hacerte para entender los costes de tu negocio son:

- ¿Cuáles son los principales costes de tu negocio? Ejemplos incluyen:
 - Financiamiento de desarrollo
 - Prototipado
 - Materia prima
 - Marketing y promoción (Marketing general, Ferias comerciales y exposiciones, Sitio web, Folletos y materiales de comunicación)
 - Legal e propiedad intelectual
 - Distribución
 - Suministros de oficina / Papelería
 - Viajes y alojamiento, gastos de motor y subsistencia
 - Comunicaciones (teléfono, internet, banda ancha, servicios en la nube, alojamiento)
 - Seguros (producto, general, oficina, etc.)
 - Alquiler
 - Servicios públicos (electricidad, agua, otros)
 - Costes de contabilidad, bancarios y financieros
 - Costes de personal
 - Comisiones
- ¿Qué recursos clave/actividades son más costosos?

Paso 9: Flujos de ingresos: Cuando comienzas tu empresa, debes considerar los ingresos que recibirás. Por lo tanto, para tener una idea de los flujos de ingresos, puedes hacerte las siguientes preguntas:

- ¿Por qué valor están dispuestos a pagar tus clientes?
- ¿Cuál es la cantidad de ingresos que necesitas para cubrir todos tus costos?

Paso 10: Costes ecológicos y sociales (también llamados Externalidades negativas): Debes considerar los efectos negativos en el medio ambiente al comenzar tu negocio. Las preguntas que debes hacer son:

- ¿Cuáles son los costes de mi negocio para el medio ambiente?
 - ¿Está la producción optimizada de la mejor manera posible?
- ¿Cómo influyen mis socios en el medio ambiente?
- ¿Qué recursos clave son no renovables?

Ten en cuenta que no solo debes pensar en los efectos en el medio ambiente, sino también en los efectos en la comunidad, como las molestias causadas por el ruido o la prisa. Si has realizado módulos anteriores, esto te sonará familiar; de lo contrario, puedes encontrar una explicación detallada de los costes para el medio ambiente en módulos anteriores.

Paso 11: Beneficios ecológicos y sociales (también llamados Externalidades positivas): Tu empresa también puede tener efectos positivos en el medio ambiente. Preguntas que puedes hacerte son:

- ¿Quién se beneficiará de mi empresa?
- ¿Cuáles son los efectos en el medio ambiente?

Ten en cuenta que no solo debes pensar en los efectos en el medio ambiente, sino también en los efectos en la comunidad, como la creación de empleos. Si has realizado módulos anteriores, esto te sonará familiar; de lo contrario, puedes encontrar una explicación detallada de los beneficios para el medio ambiente en módulos anteriores.

Siguiendo todos estos pasos te ayudará a crear un plan de negocios. En los enlaces adicionales, encontrarás una plantilla para completar. [Aquí](#) también puedes encontrar un ejemplo completo de un BMC sostenible.

Estudios de caso y ejemplos

Para ayudarte a pensar en cómo puedes hacer tu investigación, puedes echar un vistazo a diferentes ejemplos y mejores prácticas. Esto puede ayudarte a pensar en lo que te gustaría hacer/ofrecer/producir. Ten en cuenta que hay varios modelos de negocio diferentes que se pueden utilizar; puedes ver cuál prefieres. El BMC explicado anteriormente es solo el modelo más utilizado para estructurar tu empresa. No solo los ejemplos en esta parte pueden ayudarte a crear un modelo de negocio, sino que también hacer mucha investigación sobre cómo deseas dar forma a tu empresa te ayudará.

MIND THE PLASTIC

MIND THE PLASTIC es un ejemplo que se enfoca en consultoría y fabricación de envases de alimentos. Puedes encontrar más información [aquí](#).

- MIND THE PLASTIC tiene dos componentes que considerar en el modelo de negocio. El lado de la consultoría y el lado de la producción. Por lo tanto, no solo tienen que considerar cuestiones prácticas, sino también cuestiones de servicio.

TAKATAKA PLASTICS

TAKATAKA PLASTICS es un ejemplo que desea crear materiales de construcción. Puedes encontrar información adicional [aquí](#).

- TAKATAKA PLASTICS adaptó su modelo de negocio a los cambios causados por COVID. Esto muestra cómo un modelo de negocio puede ayudarte a adaptar tu empresa cuando las situaciones cambian.

CONCEPTOS PLÁSTICOS

CONCEPTOS PLÁSTICOS es una mejor práctica que se enfoca en un conjunto diferente de elementos de construcción. Puedes encontrar información adicional [aquí](#).

- CONCEPTOS PLÁSTICOS utiliza un modelo de negocio en el que se abordan el bienestar ecológico, social y económico considerado. Tener en cuenta las consideraciones sociales y ecológicas de la sociedad vale la pena cuando se crea un modelo de negocio.

Recursos

Enlaces:

- <https://canvanizer.com/new/business-model-canvas>
- https://www.case-ka.eu/wp/wp-content/uploads/2017/05/SustainableBusinessModelCanvas_highresolution.jpg
- <https://vizologi.com/business-strategy-canvas/plastic-omnium-business-model-canvas/>
- <https://www.sustainablebusinesscanvas.org/>
- <https://www.sustainablebusinesscanvas.org/cases/opinum>
- <https://vizologi.com/1>
- <https://fourweekmba-com.translate.goog/sustainable-business-model/? x tr sl=en& x tr tl=nl& x tr hl=nl& x tr pto=sc>

Videos:

- <https://www.youtube.com/watch?v=QoAOzMTLP5s>