

ENDIGITAL

Cápsulas informativas y formativas para la Transformación Digital

PRIVACIDAD Y SEGURIDAD EN INTERNET

CONSEJOS DE LA AEPD



Descarga aquí la GUÍA COMPLETA SOBRE PRIVACIDAD Y SEGURIDAD EN INTERNET elaborada por la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)

EL FRAUDE QUE INTENTA ROBAR NUESTROS DATOS

Los ciberdelincuentes utilizan la ingeniería social (phishing) para intentar obtener nuestra información privada. Sé precavido ante los correos que aparentan ser entidades bancarias.

LA IMPORTANCIA DE UNA BUENA CONTRASEÑA

No es una buena práctica utilizar la misma contraseña para acceder a distintos servicios. Debemos usar contraseñas fuertes y protegerlas. Utiliza patrones para crear y recordar tus claves.

REALIZAR COPIAS DE SEGURIDAD

El borrado accidental es una de las causas más frecuentes de pérdida de información, pero también puede deberse a un virus, al robo del dispositivo o porque este mismo haya dejado de funcionar.

CHARLAS TED PARA EL CRECIMIENTO PERSONAL Y PROFESIONAL

VÍDEO-CONFERENCIAS

TED es conocida por su congreso anual (TED Conference) y sus charlas ([TED Talks](#)>>) que cubren un amplio espectro de temas que te harán crecer como profesional, seas del ámbito que seas.

Para comenzar, te proponemos esta charla de la psicóloga social Amy Cuddy sobre la forma en que nuestra imagen y la postura que adoptamos afecta a nuestra confianza e incluso las posibilidades de éxito. [\[VER VÍDEO\]](#)



MODELO CANVAS: CÓMO HACER UN PLAN DE NEGOCIO EN 9 PASOS

GUÍA PRÁCTICA

El **modelo CANVAS** es una herramienta que llevará nuestra idea a la realidad transformándola en un producto o servicio de éxito, pero **también sirve como auditoría interna para conocer si verdaderamente nos estamos enfocando bien.**

La clave de su éxito radica en su sencillez, agilidad y en su estructura de 9 bloques que reflejan la lógica que sigue una empresa para generar ingresos.

Fue creada por **Alexander Osterwalder** con el objetivo de establecer una relación lógica entre los componentes de la organización y los factores que influyen en el éxito o no éxito de la misma.



“

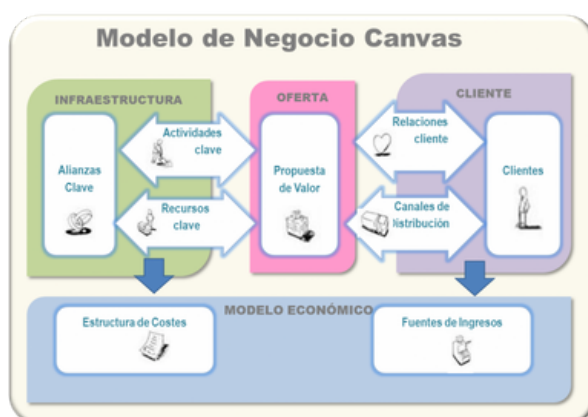
Cada vez que veas un negocio exitoso, alguien tomó una vez una decisión valiente.

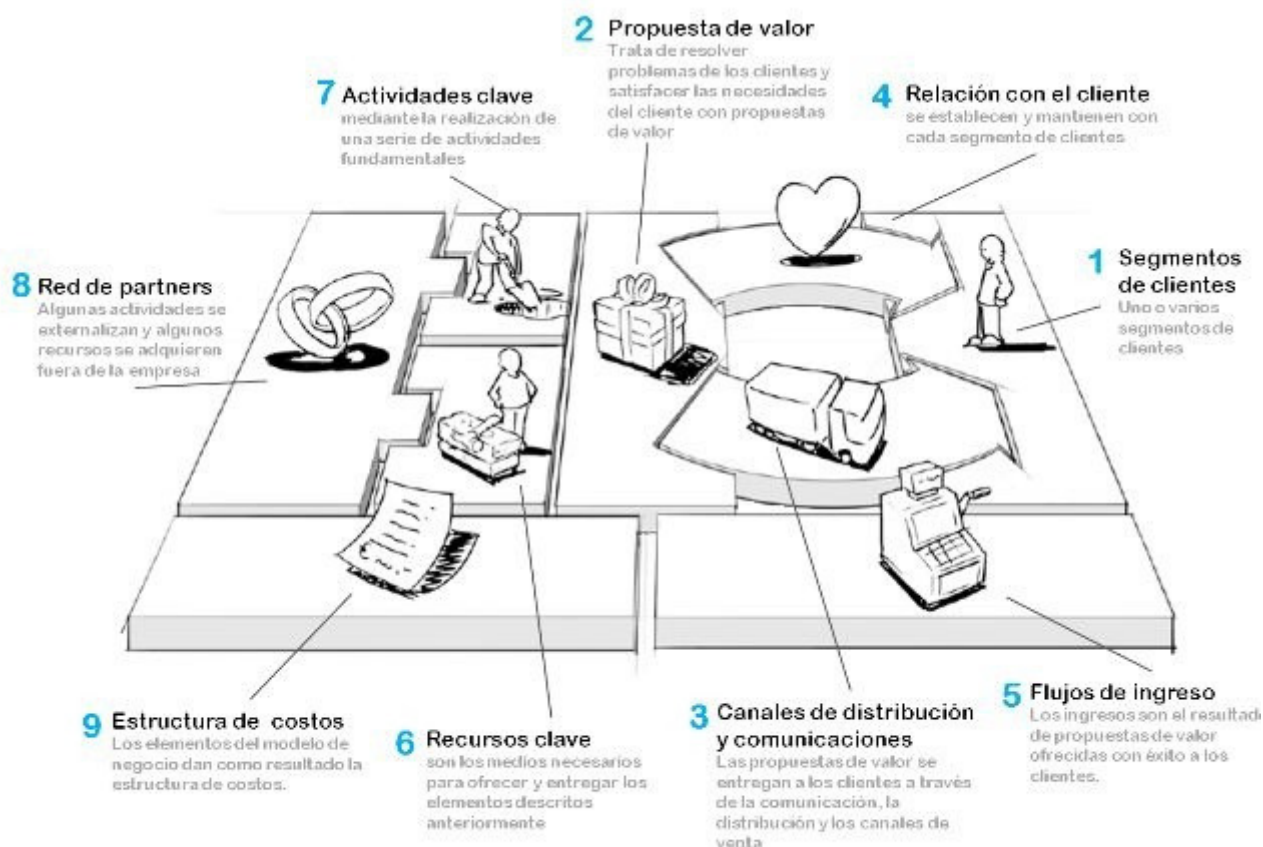
-Peter F. Drucker

No debemos confundir el modelo de negocio con el plan de negocio; en este último identificamos, de acuerdo a nuestra visión de la compañía, unos objetivos a largo plazo y las acciones estratégicas necesarias para alcanzarlos; mientras que **el modelo de negocio** es un proceso anterior al plan que **se centra en la misión, en lo que somos, en lo que hacemos y en el valor que somos capaces de generar.**

El modelo CANVAS, busca realizar un diagrama conformado por **9 bloques de construcción**, para conocer la intención que la organización, a la cual le sea aplicado el modelo CANVAS, revise las diferentes formas de ser rentables en su industria.

Estos bloques se dividen en las 4 áreas de un negocio: **clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.**





ESTRUCTURA DEL MODELO CANVAS

BLOQUE 1: Segmentos de clientes

Deberemos identificar uno o varios segmentos de mercado a los que nos vamos a dirigir y aquellos de los que NO vamos a ocuparnos.

Estos son cinco ejemplos de segmentos de mercado:

- Mercado de masas: enfocado al público en general, es decir, tus clientes tienen necesidades muy similares. Ejemplo: Coca Cola.
- Nicho de mercado: orientado a un segmento específico o perteneciente a un sector especializado. Ejemplo: Rolex.
- Mercado segmentado: con distintos tipos de clientes los cuáles puedes agrupar por precio, relaciones o características.
- Mercado diversificado: clientes con necesidades y problemas muy diferentes que además no están relacionados. Ejemplo: Virgin quien tiene desde una oferta de viajes al espacio hasta una compañía telefónica.
- Mercados multilaterales: Consiste en dos o más segmentos de mercado independientes pero que son necesarios para su funcionamiento global.

En este paso deberemos **identificar correctamente a nuestros clientes.**

BLOQUE 2: Propuesta de valor

Según el modelo CANVAS, el valor es “una mezcla específica de elementos adecuados a las necesidades de un segmento”, por lo que este bloque sirve para **identificar el conjunto de productos y servicios que crean valor para cada segmento concreto que hayamos elegido**, esto es lo que hará que el cliente se decante por una empresa u otra. El objetivo es solucionar problemas o satisfacer una necesidad.

Es por ello que la propuesta de valor constituye una lista de ventajas que una empresa ofrece a sus clientes.

Esta es la clasificación que se utiliza para su identificación:

- Novedad significativa o mejorada
- Mejora del rendimiento
- Personalización
- Diseño
- Precio
- Marca o Status
- Ahorro en costes
- Reducción de riesgos
- Accesibilidad
- Comodidad, utilidad o experiencia de usuario

BLOQUE 3: Canales

Los canales son los medios a través de los cuáles llegamos y nos relacionamos con el cliente: comunicación, distribución, venta.

Así, podemos hablar de canales propios o de socios, directos o indirectos, etc.

Los canales tienen 5 etapas distintas, aunque no se abarcan todas normalmente:

- 1.- Información:** etapa en la que se da a conocer el producto o servicio.
- 2.- Evaluación:** se centra en los medios y formas con los que podemos conocer como evalúan nuestra oferta.
- 3- Compra:** los medios o manera por los cuales los clientes pueden adquirir nuestra oferta.
- 4.- Entrega:** forma en la que hacemos llegar los productos o servicios a nuestros clientes.
- 5.- Postventa:** esta etapa recoge las políticas de atención al cliente, asistencia técnica o de seguimiento al producto o servicio.

BLOQUE 4: Relaciones con clientes

Aquí deberemos **establecer el tipo de relación que tendremos con cada segmento de mercado**. La relación podrá ser personal o automatizada.

Y pueden estar basadas en los siguientes fundamentos: captación de clientes, fidelización de clientes o estimulación de las ventas.

Algunos tipos de relaciones con clientes:

- **Asistencia personal:** es la interacción entre el cliente y una persona, ya sea vía teléfono, email, etc.
- **Asistencia exclusiva:** muy frecuente en servicios de lujo, cada cliente tiene asignada una persona que se dedica exclusivamente a su atención.
- **Comunidades:** sistema que algunas empresas ponen a disposición de sus clientes para fomentar el intercambio de conocimientos entre ellos mismos.
- **Creación colectiva:** la empresa espera la colaboración de los clientes para el desarrollo de sus productos y servicios.

-Descarga aquí- la plantilla para crear tu propio Canvas

BLOQUE 5: Ingresos

¿Por qué valor está dispuesto a pagar cada segmento de mercado? esta es la pregunta que deberemos hacernos llegados a este punto.

Debemos **distinguir entre ingresos y ganancias**, dado que los ingresos son lo que percibes de tus clientes, pero a lo que deberemos restarle los gastos:

GANANCIAS= INGRESOS-GASTOS

Se distinguen 2 tipos de fuentes de ingresos:

- Ingresos por transacciones derivadas de pagos puntuales de clientes, es decir, ingresos por compras puntuales. Por ejemplo: publicidad.
- Ingresos recurrentes derivados de pagos periódicos realizados a cambio del suministro de una propuesta de valor o servicio de post venta de atención al cliente, es decir, ingresos constantes por ofrecer un servicio constante. Por ejemplo: un contrato a largo plazo.

BLOQUE 6: Recursos claves

Aquí se describen los activos más importantes para que un modelo de negocio funcione. Éstos permiten a las empresas crear y ofrecer una propuesta de valor.

Cada modelo de negocio requiere recursos claves diferentes, pudiendo ser: físicos(tiendas, vehículos...), económicos (dinero), intelectuales (marca, derechos de autor...), humanos (trabajadores).

BLOQUE 7: Actividades clave

Se dividen en 3 categorías:

- **Producción:** actividades orientadas a la creación de productos en grandes cantidades.
- **Resolución de problemas:** aquellas encargadas de ofrecer soluciones. *Muy propias de las empresas de servicios.*
- **Plataforma/red:** aquellas empresas que tienen como principal oferta servicios que ocupen estos recursos, como por ejemplo las empresas que se encargan del mantenimiento de datos.

BLOQUE 8: Colaboradores clave

Los colaboradores nacen cuando las empresas tienen algo que ofrecer o necesitan algo que otras tienen.

Hay 4 tipos de asociaciones según este modelo:

- **Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras.**
- **Coopetición:** asociaciones estratégicas entre empresas competidoras.
- **Joint ventures:** (empresas conjuntas) para crear nuevos negocios.
- **Relaciones cliente-proveedor para garantizar la fiabilidad de los suministros.**

BLOQUE 9: Costes

En este bloque se describen los principales costos, que según el modelo CANVAS son los gastos en los que incurres en el proceso de generar valor. Además, el modelo refleja que siempre se deben minimizar los costes aunque dependerá como ya hemos dicho en otra ocasión del modelo de negocio.

Hay 4 tipos:

- **Costes fijos:** son los que se mantienen estables independientemente del volumen de venta.
- **Costes variables:** aquellos que sí varían en función del volumen de ventas.
- **Economías de escala:** los costos varían según el volumen de compra.
- **Economías de campo:** los costos varían según el campo de acción del negocio.



Para generar el modelo CANVAS normalmente se utiliza un lienzo en tamaño A2 o superior, y un puñado de post-it.

