

Módulo S5

Ingresos

Canvas de Ingresos + Precios



S5: Canvas de Ingresos + Precios

Objetivos del módulo

Al final de este módulo

Los participantes serán capaces de identificar el Business Canvas Model y cómo la sección 9, Ingresos, les ayudará a identificar los flujos de ingresos para su empresa social

Los participantes serán capaces de identificar al menos 5 flujos de ingresos diferentes en 4 sectores

Los participantes serán capaces de identificar 9 modelos de precios

S5: Canvas de Ingresos

Módulo S5

Tarea previa: 30 minutos



Debate lo siguiente:

¿Qué son los "ingresos" y en qué se diferencian los de una empresa social de los de otros sectores?

Escribe un breve párrafo con tu explicación.



S5: Canvas de Ingresos

Los ingresos son el importe total de los ingresos generados por la venta de bienes o servicios relacionados con las operaciones principales de la empresa.

Los ingresos o la renta neta son las ganancias totales de una empresa o el beneficio



Las empresas sociales pueden considerar la financiación colectiva, el patrocinio y los contratos con el sector público.



S5: Canvas de Ingresos

Cómo hacer que tu empresa social o negocio pase de ser una idea a un generador de ingresos

El uso de una herramienta llamada **Business Model Canvas** es una forma de visualizar nueve elementos clave de la planificación empresarial.

Puede utilizarse para la planificación de nuevos negocios y también para el desarrollo de modelos de negocio existentes.

La plantilla del Business Model Canvas permite crear una visión concisa y visual de los elementos centrales del plan de negocio.



S5: Canvas de Ingresos

Es una plantilla estratégica que ayuda a los negocios y empresas a describir, diseñar y analizar sus modelos de negocio.

El canvas fue inventado por Alex Osterwalder, un teórico de los negocios y empresario suizo, como parte de su investigación de doctorado.



Ampliación de lectura: "Business Model Generation". ISBN: 978-0-470-87641-1

Ampliación de visualización: [Business Model Generation | Alex Osterwalder | Talks at Google](#)



S5: Canvas de Ingresos

El Business Model Canvas es una gran herramienta para ayudar a los emprendedores a entender un modelo de negocio de forma directa y estructurada.

El uso de este canvas te permitirá conocer a tus clientes, qué propuestas de valor se ofrecen a través de qué canales, y cómo su empresa o empresa social puede generar dinero y mantener su actividad.

El Business Model Canvas también puede utilizarse para comparar su propia empresa con la de un competidor o con el mercado en general.



S5: Canvas de Ingresos

¿Por qué usar el Business Model Canvas para empresas sociales?

- Te permitirá dibujar rápidamente una imagen de lo que supone tu idea.
- Te permite comprender lo que intentas conseguir y pasar por el proceso de establecer conexiones entre lo que es la idea y cómo hacerla rentable.
- Analiza qué tipo de decisiones de los clientes influyen en el uso de lo que ofreces.
- Permite que todo el mundo se haga una idea clara de lo que puede ser el negocio o la empresa.



S5: Canvas de Ingresos

El canvas ayuda a los empresarios a elaborar su negocio y a encontrar un buen punto de partida y de revisión continua.

El Business Model Canvas consta de nueve elementos y en este módulo nos centraremos en el nº 9.

- 1.Propuesta de valor
- 2.Segmentos de clientes
- 3.Canales
- 4.Relaciones con los clientes
- 5.Actividades clave
- 6.Recursos clave
- 7.Socios clave
- 8.Estructura de costes
- 9.Flujos de ingresos**



S5: Canvas de Ingresos



Ve el vídeo y responde a las siguientes preguntas:

1. ¿Cuáles son los diferentes enfoques de ingresos?
2. ¿Qué formas de pago se destacan para los clientes?



S5: Canvas de Ingresos

1: ¿Cuáles son los diferentes enfoques de ingresos?

- Venta de activos (venta de bienes frente a servicios)
- Cuota de uso
- Suscripción
- Alquiler/arrendamiento
- Licencia
- Corretaje
- Publicidad – (medios tradicionales y sociales)
- Donación

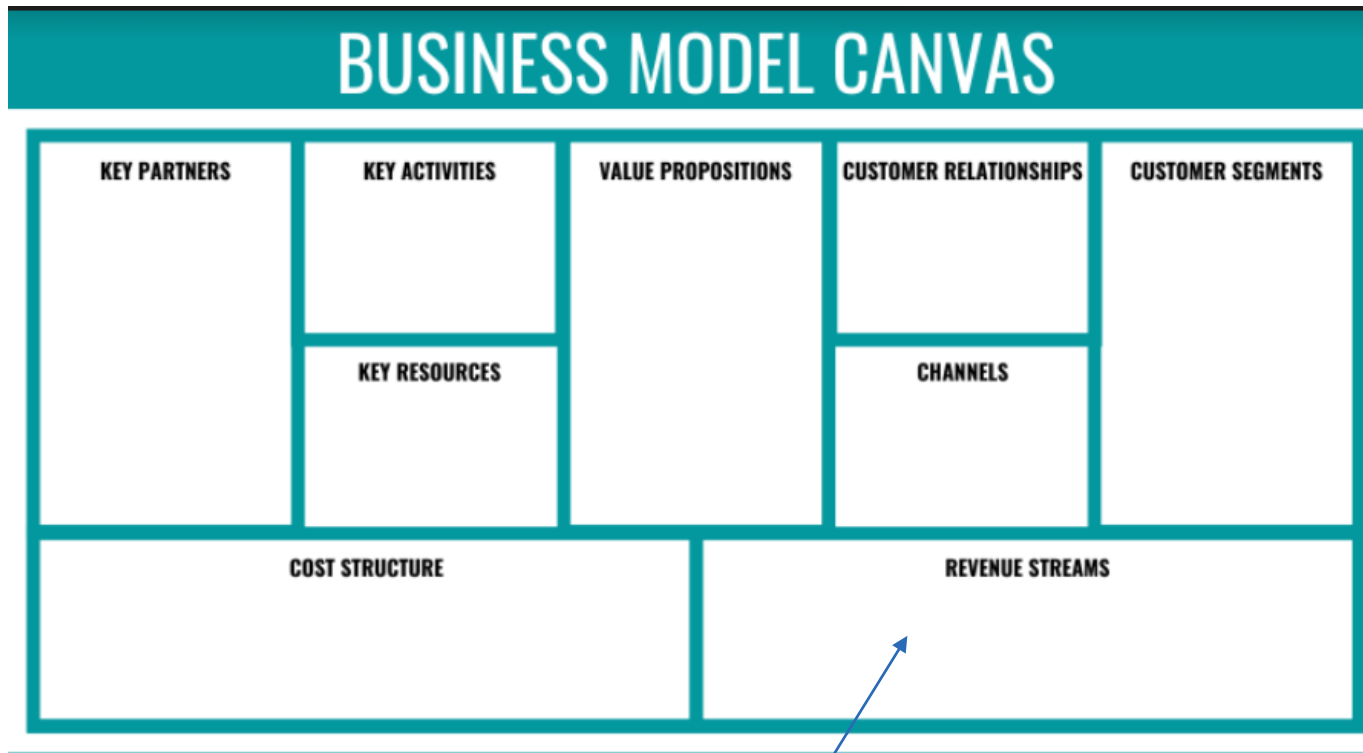
2. ¿Cuáles son las diferentes formas de pago de sus clientes?

- Una sola vez
- Recurrente, por ejemplo, trimestral/anualmente
- Por uso, p. ej., asistencia al cliente



S5: Canvas de Ingresos

Esta es una plantilla en blanco del Business Model Canvas con los 9 segmentos.



Examinaremos detenidamente las fuentes de ingresos.



S5: Canvas de Ingresos

BUSINESS MODEL CANVAS

KEY PARTNERS

The term partners does not refer to business partnerships in the traditional sense but rather it refers to any external organisations who the business plans to partner with in order to deliver their value proposition.

These partners may include buyers, suppliers, subsidiaries, joint ventures, trade groups, regulatory bodies and alliances with other businesses

KEY ACTIVITIES

Identify the key activities that need to occur to make progress on the business plan. What activities and tasks need to be performed to implement the value proposition?

KEY RESOURCES

What resources are required to turn the value proposition into reality? Resources may include human, financial, equipment, facilities, time, knowledge, experience and skills.

VALUE PROPOSITIONS

This refers to the collection of products and services that a business offers in order to meet the needs and desires of their customers.

The value proposition should be what makes the business unique from all other competitors.

Value can be expressed through design, price, performance, customisation, accessibility, technology or any other similar means.

CUSTOMER RELATIONSHIPS

Customer service and retention should be at the heart of every business. A business needs to identify the strategies they will use to develop long-term, positive relationships with customers.

CHANNELS

A business needs to find channels which can effectively distribute its value proposition. Channels may include business controlled methods as well as external methods

CUSTOMER SEGMENTS

A business must understand exactly who their customers are in order to maximise their potential for income.

Customers can be segmented based on their different needs, attributes and interests. This process will ensure that communications and marketing strategies reach the right people.

A business may have one or multiple customer segments depending on the nature of their work.

COST STRUCTURE

Exploring the cost structure will ensure the business understands what costs and expenditure it will need to cover.

Considerations may include fixed costs, variable costs, sunk costs and over-heads along with any other associated expenses.

REVENUE STREAMS

Income can be obtained in a number of ways and a business needs to think beyond simply selling a product to a customer and explore other forms of income generation.

Additional revenue streams may include subscription, rental, licensing, advertising, affiliate sales and many more.



S5: Canvas de Ingresos

Una empresa o negocio social de éxito sabe de dónde van a proceder sus ingresos.

Los ingresos pueden obtenerse de varias maneras y esta sección del Business Model Canvas te anima a pensar más allá de la venta de un producto a un cliente, explorando otras formas de generación de ingresos.

Las fuentes de ingresos adicionales pueden incluir la suscripción, el alquiler, la concesión de licencias, la publicidad, las ventas conectadas y muchas más.



S5: Canvas de Ingresos

Observa los diferentes sectores y anota las ideas de las diferentes fuentes de ingresos.



S5: Canvas de Ingresos

Crowdfunding

Venta directa a individuos

Arrendamiento - si tiene
una propiedad

Acogida de actos/eventos de intercambio de
conocimientos (seminarios web, formación,
conferencias, etc.)

Contratos y licitaciones del sector público

Membresía o suscripción

Venta directa a otras organizaciones o empresas



S5: Canvas de Ingresos

Ser "kid" o "pet" friendly

Referencias/descuentos de los huéspedes

Tarifa por hora/día para las habitaciones

Comida y bebida

Organizar conferencias

Alquiler de espacios virtuales para reuniones



S5: Canvas de Ingresos

Alimentos y bebidas

Venta de productos

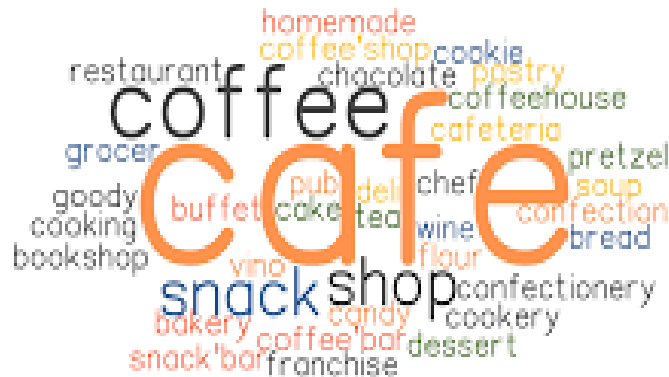
Ofrecer kits de comida

Creación de libros de cocina

Fiestas privadas

Ofrecer pedidos en línea y
comida para llevar

Promover tarjetas de regalo



S5: Canvas de Ingresos

Venta en línea

Mercados

Tiendas

Puerta a puerta

Franquicia

Venta por correo



S5: Canvas de Ingresos



potential



Ve el vídeo y responde para repasar lo que has aprendido sobre los flujos de ingresos clave:

1: ¿Puedes nombrar las 7 áreas clave mencionadas?



S5: Canvas de Ingresos

Key Revenue Streams Used in Businesses	
▶	Asset sales
▶	Usage fee
▶	Subscription fee
▶	Leasing
▶	Licensing
▶	Brokerage fee
▶	Advertising

<https://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/business-model-canvas>
<https://bmttoolbox.net/tools/business-model-canvas/>



S5: + Precios

Conoce tu valor

No infravalores el valor de tu producto o servicio. Si pones un precio barato, la primera reacción de la gente es preguntar por qué es tan barato.

¿Cuántas personas siguen eligiendo marcas conocidas en lugar de las propias de una tienda, y por qué lo hacen?



S5: Precios

- Tranquilidad
- Confianza y seguridad de la toma de decisiones correctas
- Para no decepcionar con un producto percibido como inferior
- Aceptación social y encaje
- Lealtad



La fijación de precios es siempre un tema interesante, para las empresas y especialmente para los emprendedores sociales, que a menudo sólo piensan en lo social y olvidan que sin el precio adecuado no habrá dinero para alcanzar su objetivo social.



S5: Precios

La fijación de precios está relacionada con el marketing.

Si no explicas con claridad las cualidades y el valor de tu producto o servicio, tus clientes no lo valorarán plenamente y no conseguirás las ventas, la reputación o el éxito que te propones.

enterprise
reputation
marketing social
pricing
customersvalue
success



S5: Precios

Hay muchos modelos de fijación de precios que puedes utilizar y que funcionan mejor en función de tu empresa: aquí tienes algunos de ellos:

- Punto de equilibrio
- Coste adicional
- Competitivo
- Precios de lanzamiento
- Precio de dopado
- Precios de prestigio
- Basado en el valor
- Precios demasiado bajos
- Ofrecer un descuento

pricing
models



S5: Precios

Punto de equilibrio

El resultado es el precio mínimo que se cobra: la línea de fondo. Sólo cubre los costes.

Recibir una subvención es un ejemplo: el importe total debe gastarse en el cumplimiento del encargo.

El equilibrio es admirable, pero no es un buen modelo de negocio: se necesitan excedentes para poder hacer más bien social, desarrollar nuevos productos y servicios innovadores y ser emprendedor.



S5: Precios

Coste Adicional

Con este método se calculan los costes totales y luego se añade un porcentaje fijo de beneficio.

Puede ser cualquier cosa, pero se recomienda que sea al menos el 20%. Esto le permite reinvertir en su empresa social o desarrollar nuevos productos o servicios.



S5: Precios

Competitivo

La tarifa vigente. ¿Ofrece usted un servicio o un producto directamente comparable al de sus competidores?

Los videojuegos y la ropa deportiva son ejemplos. Cuando uno de ellos aumente su precio, verá que otros en el mercado le siguen. Es importante realizar una investigación exhaustiva de sus competidores mediante herramientas como el CRM (gestión de las relaciones con los clientes).

Ten cuidado con esta estructura de precios: lo más barato puede indicar inferioridad. Además, esté preparado para demostrar lo que hace que su producto o servicio sea mejor.



S5: Precios

Precio de lanzamiento

Establece un precio bajo al principio para asegurarte un gran volumen de ventas en cuanto te lances.

Si vendes alimentos o artículos de uso cotidiano, esto puede funcionar, ya que, aunque solo ganes unos céntimos con cada venta, estarás vendiendo en volumen.



S5: Precios

Precio dopado

Puede utilizarse para productos con ciclos de vida cortos cuando los clientes se "actualizan" a una nueva tecnología, por ejemplo, ordenadores, teléfonos móviles, consultas de juegos y DVD, etc., en los que se tiene un precio alto pero se venden volúmenes bajos inicialmente.

El precio siempre bajará, pero su cliente quiere acceder a él ahora.



S5: Precios

Precios de prestigio

Los clientes pagarán más por bienes y servicios de mayor calidad.

Se trata más de una percepción que de un hecho, y suele funcionar a través de campañas de marketing de boca a boca y de celebridades.



S5: Precios

Precios basados en el valor

Se alinea con las ventajas y cualidades de su producto/servicio. ¿Qué "valor" adicional ofrece?

¿Vendes productos ecológicos o naturales, o fabricados en serie?

¿Ofreces garantías o servicio posventa?



S5: Precios

Precios demasiado bajos

Poner un precio demasiado bajo puede ser el mayor error que se puede cometer.

Esto puede surgir de la desesperación y la inferioridad.

Es poco probable que pueda

- Mantener los costes
- Atraer a nuevos clientes
- Subir los precios en el futuro sin perder clientes

E inevitablemente dará lugar a posibles problemas de liquidez.



S5: Precios

Ofrecer descuentos

Si no puedes atraer a los clientes, puedes ofrecer descuentos por la primera compra o por inscribirse para recibir correos electrónicos/correos.

Sin embargo, los descuentos continuos pueden tener un impacto negativo, ya que puede parecer que se está sobrevalorando.



S5: Precios

Si consigues el precio correcto, tu siguiente objetivo es hacerlo sostenible.

Una vez que haya creado su empresa o negocio social, tendrá que asegurarse de que es financieramente sostenible.

Esto es esencial para seguir apoyando a las personas a las que te has propuesto ayudar, o a los clientes que quieren tus productos o servicios.



S5: Precios

Fijar bien los precios es complicado, es un hecho.

Si estás creando una pequeña empresa o una empresa social, fijar el precio puede parecer una apuesta.

Es crucial fijar un precio que logre el equilibrio entre atraer a los clientes que pagan y obtener beneficios.



S5: Precios

Finalmente

Prueba y aprende. Prepárate para volver a la mesa de dibujo.

Puede ser difícil acertar con los precios desde el principio, por lo que hay que supervisar continuamente los precios y el rendimiento; hay que saber cuáles son los productos o servicios que impulsan el volumen y centrarse en ellos mientras se desarrollan otros en segundo plano.

Prepárate para probar diferentes precios y estrategias de fijación de precios, aprendiendo cuáles funcionan para diferentes clientes y productos, y luego fija sus precios en consecuencia.



S5: Precios

Recursos:

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

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

<https://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/business-model-canvas>

<https://bmttoolbox.net/tools/business-model-canvas/>

<https://www.youtube.com/watch?v=V8EF7vIUqBI>

Ampliación de lectura: "Business Model Generation". ISBN: 978-0-470-87641-1

