



PROGRAMA DE FORMACIÓN

JORNADA 6

Módulo 8

Proyecto apoyado por



Ejecutado por



En asociación con



Business Model Canvas y metodología de innovación Design Thinking

Innovación en modelos de negocio
agroalimentarios



[Comenzar](#)



Objetivos del módulo



Comprender el uso del Business Model Canvas (BMC)



Conocer la metodología Design Thinking y sus fases



Aplicar ambas herramientas para innovar en negocios

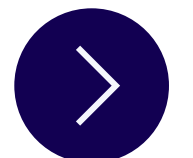


El sector agroalimentario
enfrenta desafíos:
sostenibilidad, digitalización,
consumidores exigentes

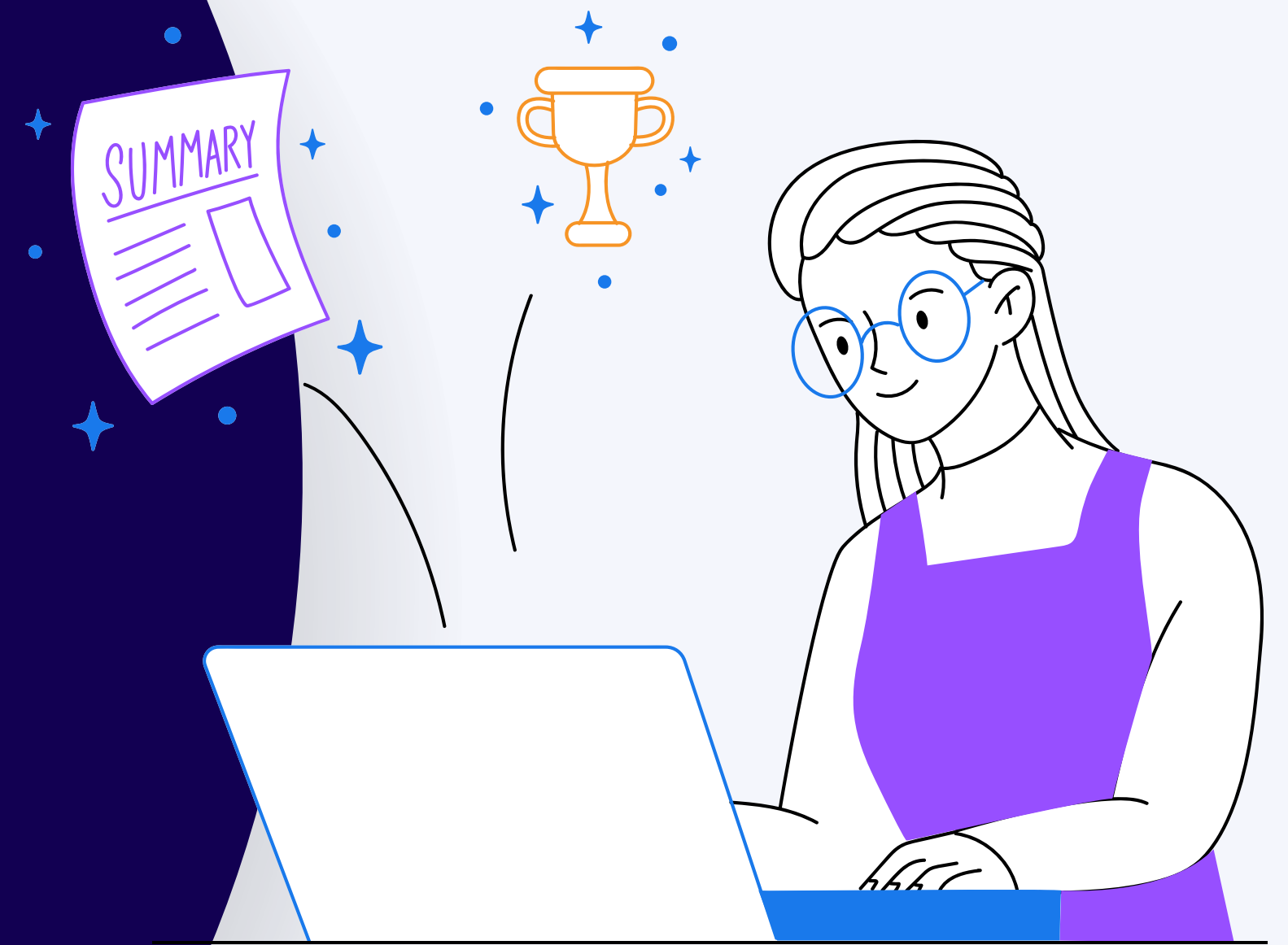
Necesidad de metodologías
ágiles para innovar

Herramientas: Business
Model Canvas y Design
Thinking

CONTEXTO: INNOVACIÓN EN EL AGRO



Business Model Canvas



[Comenzar](#)

¿QUÉ ES UN MODELO DE NEGOCIOS?

Es una estructura que explica cómo un negocio funciona y una herramienta que te permite responder con claridad las siguientes preguntas claves para tu negocio:

1

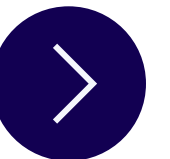
**¿QUÉ VAS A
OFRECER AL
MERCADO?**

2

**¿CÓMO LO VAS A
VENDER?**

3

**¿DE QUÉ FORMA
VAS A GENERAR
INGRESOS?**



Business Model Canvas (BMC)



Herramienta visual
para estructurar
modelos de
negocio



Permite identificar
fortalezas,
debilidades y
oportunidades



Facilita
comunicación y
validación de ideas

“Creemos que la mejor manera de describir un modelo de negocio es dividirlo en 9 módulos básicos que reflejen la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos”

Socios clave ¿Quiénes son nuestros socios y proveedores clave?	Actividades clave ¿Qué actividad principal es la que aporta el valor a mi negocio?	Propuesta de valor ¿Qué problema ayudamos a resolver? ¿Qué necesidad se está solventando? ¿Qué valor están apreciando nuestros clientes?	Relaciones con clientes ¿Qué tipo de relación tenemos con nuestros clientes? ¿Directa, indirecta? ¿El cliente interactúa con nuestro negocio?	Segmentos de clientes ¿Cuál es el perfil de cliente de nuestro negocio?
	Recursos clave ¿Qué recursos requiere nuestro negocio?		Canales ¿Cuáles son los principales canales de comunicación para dar a conocer el negocio?	
Estructura de costos ¿Cuáles son los costes principales de nuestro negocio? ¿Cuáles son los costes fijos y los variables?			Fuentes de ingresos ¿Qué valor están dispuestos a pagar tus clientes por tu solución? ¿Mediante qué formas de pago? ¿Qué márgenes obtengo?	

1- Segmento de clientes

Son las personas y/o empresas para las cuales creamos valor.

Cliente: Quien “compra”

Usuario: Quien lo “usa”

2.- Propuesta de valor

El conjunto de productos y servicios **que crean valor** para un segmento específico de personas y/o empresas (el mercado).

Mi propuesta de valor, son **los atributos especiales y/o distintivos** que le entrego a mi segmento de cliente.

3- Canales

Modo en que nos comunicamos con los diferentes segmentos de clientes, para llegar a ellos y proporcionarles una propuesta de valor

4.- Relación con el cliente

Relaciones que una empresa establece con cada uno de sus clientes en los distintos momentos que componen la entrega de la propuesta de valor de un producto/servicio.

Puntos de contacto con los clientes.

6.- Recursos clave

Son los recursos físicos, intelectuales, humanos y económicos claves que una empresa necesita para que su negocio funcione.

“Claves”, es decir, que sin esos recursos mi negocio no podría funcionar de manera óptima.

7.- Actividades claves

Las acciones más importantes que debe realizar una empresa para que su modelo de negocios funcione.

“Si no hago alguna de esas actividades, el negocio no funciona”

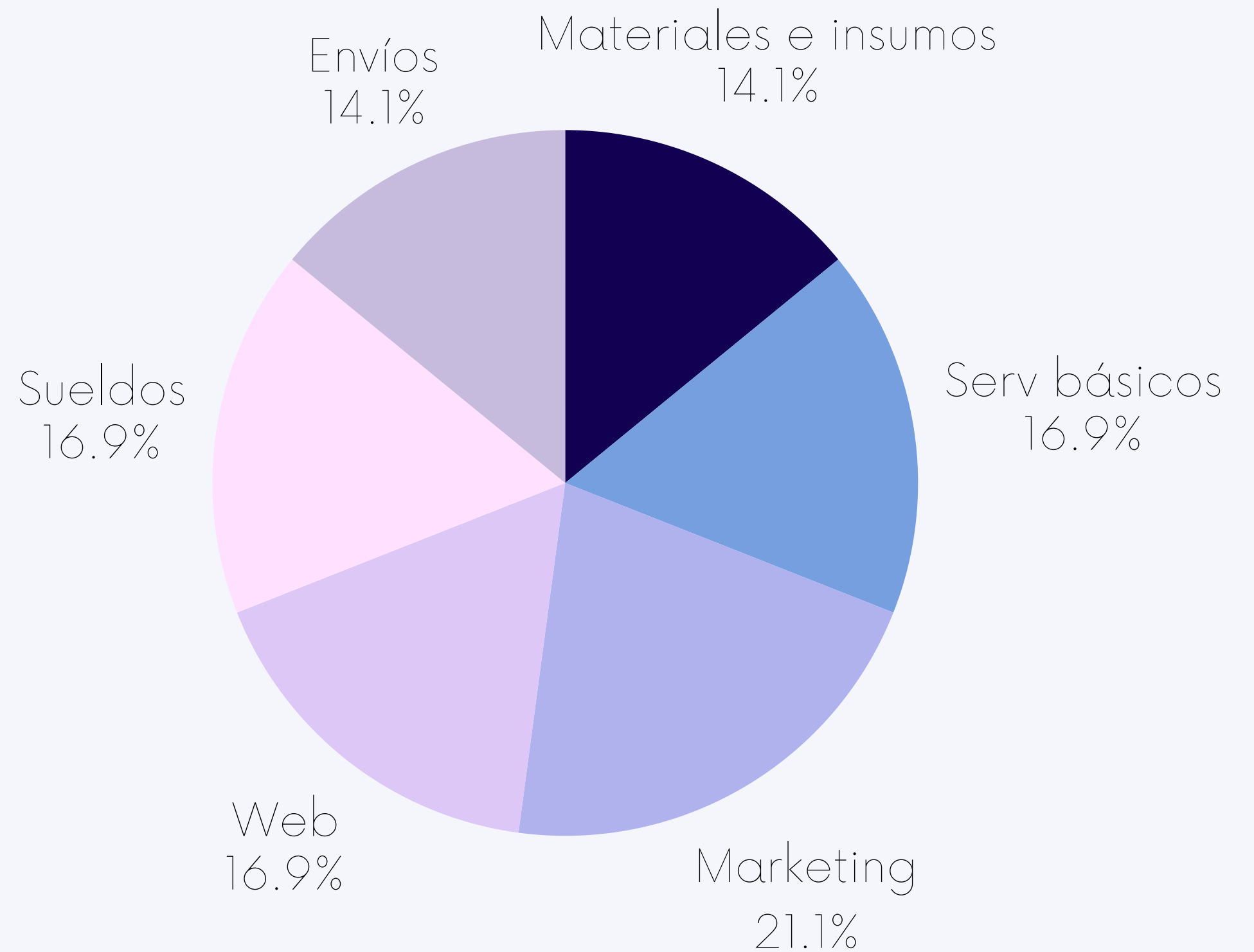
8.- Socios claves

Corresponde a la red de proveedores y alianzas que hacen que el negocio funcione.

- Alianzas estratégicas entre no competidores.
- Cooperación entre competidores.
- Relación proveedores.
- Intermediarios.
- Instituciones públicas.

Estructura de costes

Todos los costes que implica la puesta en marcha de un modelo de negocio.

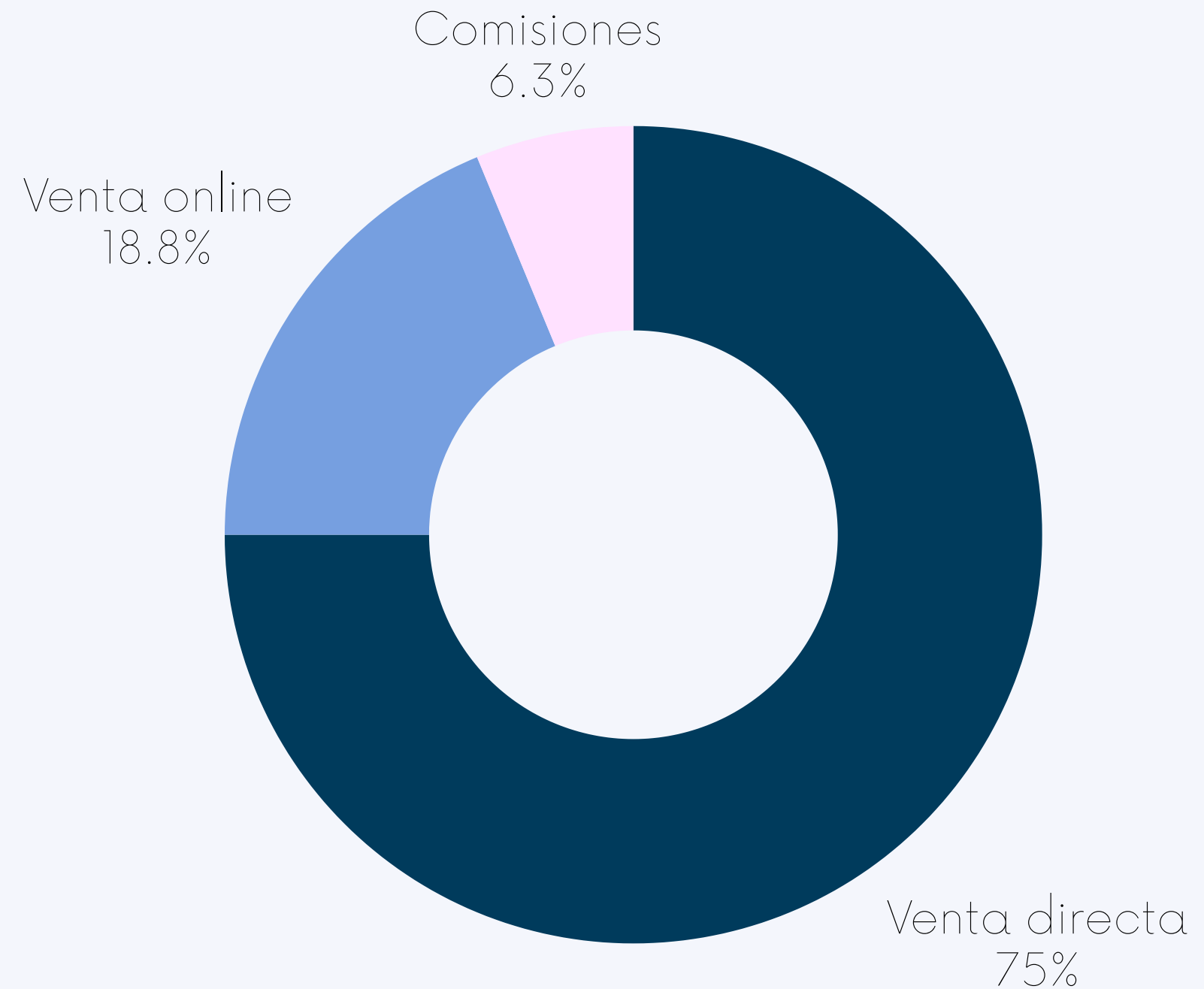


Fuentes de ingresos

Cómo genera ingresos mi empresa.

Formas de generar fuentes de ingreso:

- Venta de producto
- Suscripción
- Arriendo



Canvas: “AgroSense” - Sistema de sensores IoT con plataforma digital en la nube que monitorea humedad de suelo, clima y estado de cultivos, entregando alertas y recomendaciones en tiempo real para optimizar riego y fertilización en predios agrícolas del Maule.

Socios clave Fabricantes de hardware IoT. Empresas de telecomunicaciones (conectividad rural). Centros de investigación en agricultura y universidades. Organismos públicos que promueven eficiencia hídrica.	Actividades clave Instalación y calibración de sensores en campo. Desarrollo y actualización de software (app + nube). Análisis de datos para generar alertas inteligentes.	Propuesta de valor Reducción de hasta un 30% en uso de agua mediante riego inteligente. Alertas en tiempo real vía app para prevenir estrés hídrico o heladas. Plataforma amigable para seguimiento histórico y reportes automatizados. Cumplimiento de normativas ambientales y mejor acceso a certificaciones.	Relaciones con clientes Servicio remoto de soporte técnico 24/7. Capacitación inicial y acompañamiento durante la temporada.	Segmentos de clientes Agricultores medianos y grandes productores de frutales. Empresas exportadoras que requieren certificaciones de eficiencia hídrica. Cooperativas que buscan digitalizar sus procesos productivos.
	Recursos clave Tecnología de sensores IoT de bajo consumo. Plataforma digital en la nube con analítica de datos. Equipo técnico de agrónomos e ingenieros. Red de distribución y soporte local.		Canales Ventas directas a productores y cooperativas. Alianzas con distribuidores de insumos agrícolas. Ferias tecnológicas y agroalimentarias. Plataforma web y app móvil.	
Estructura de costos Investigación y desarrollo tecnológico. Fabricación/adquisición de sensores. Costos de servidores y mantenimiento en la nube.			Fuentes de ingresos Venta de hardware (sensores y estaciones IoT). Suscripción anual por uso de plataforma (SaaS). Servicios premium: reportes personalizados, integración con ERP agrícola.	

Resultados



**Ordenar mi
negocio**



**Definir los
aspectos más
importantes
de mi negocio**

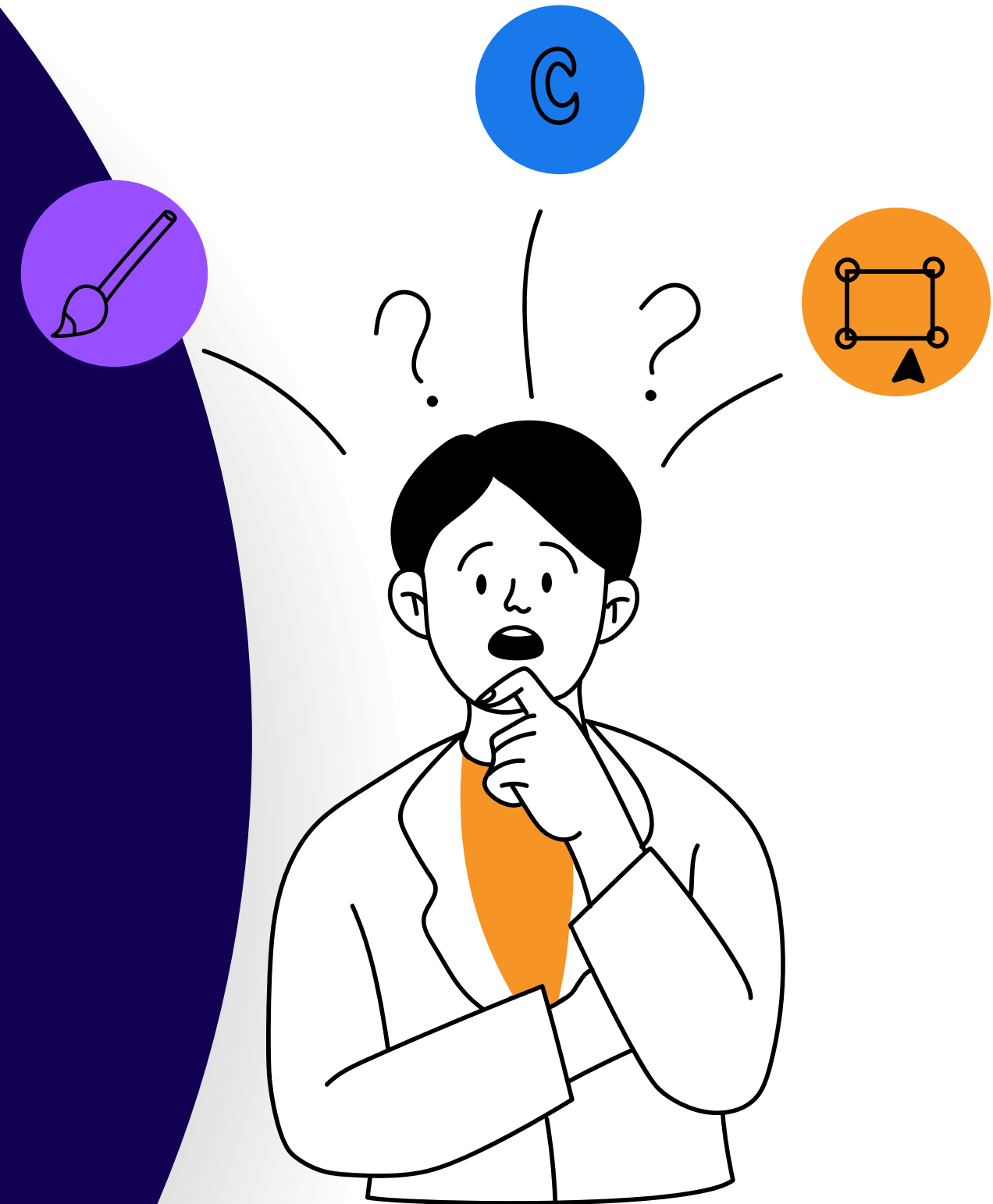


**Tomar
decisiones
sobre mi
negocio**



**Postular a
fondos de
financiamiento
público y
privado**

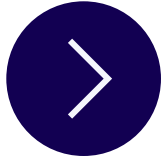
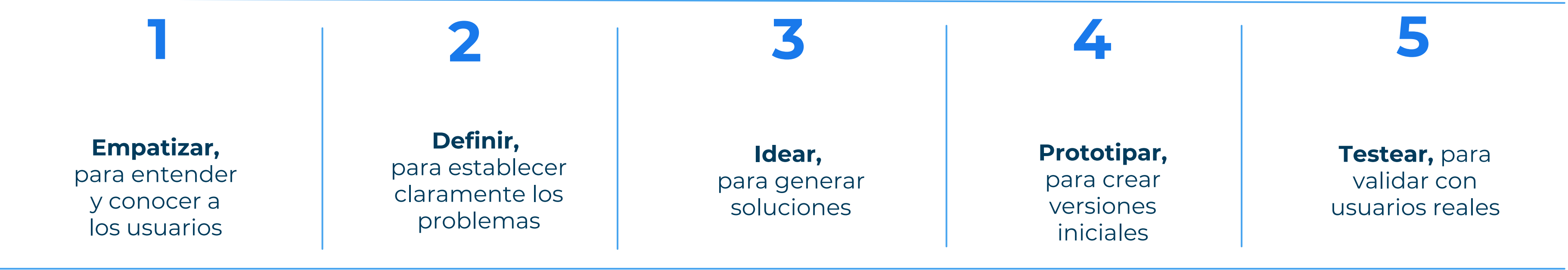
Design Thinking



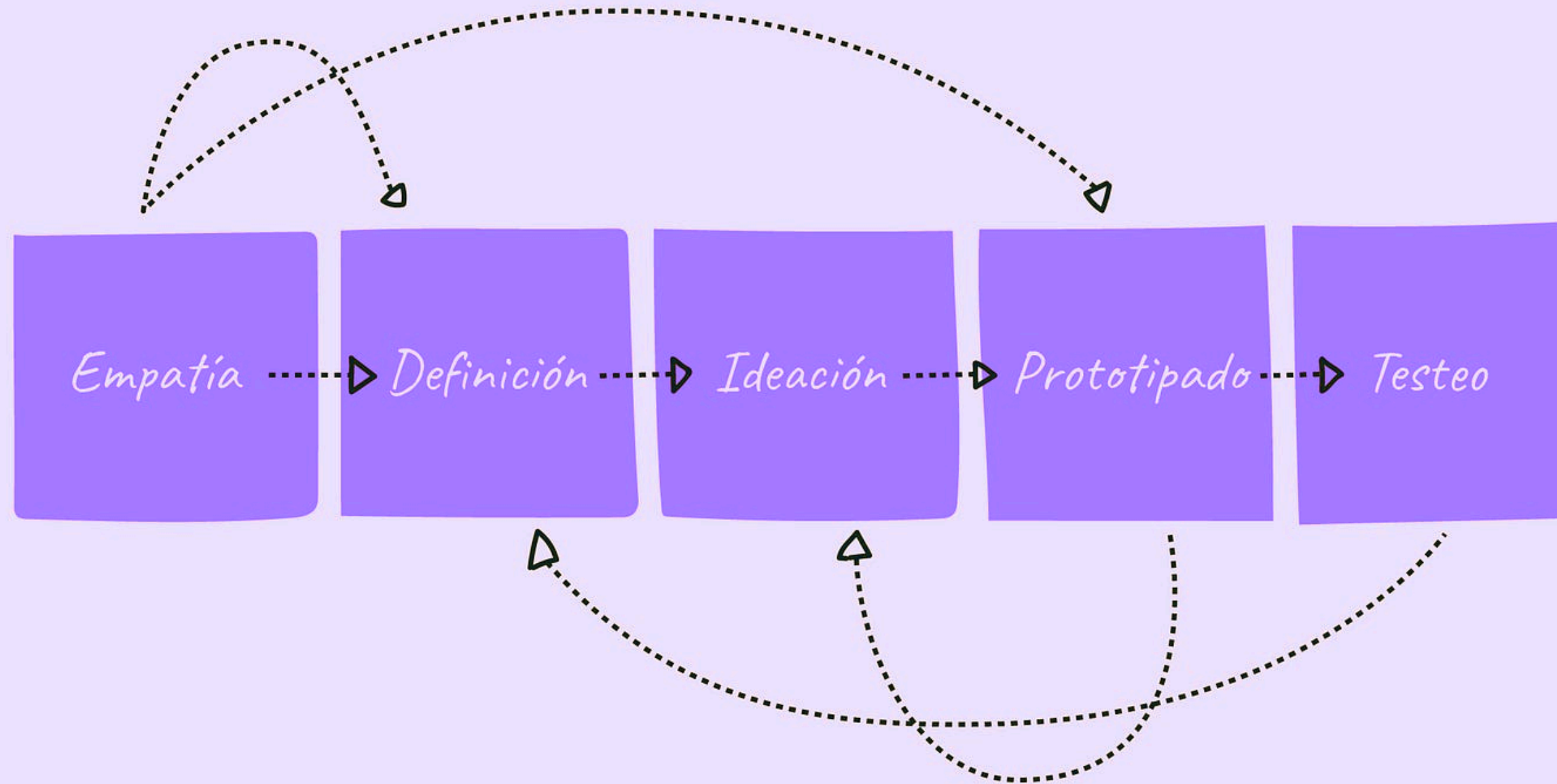
Comenzar

¿Qué es el Design Thinking?

El Design Thinking es un proceso iterativo y no lineal que los equipos utilizan para comprender a los usuarios, cuestionar suposiciones, redefinir problemas y crear soluciones innovadoras para prototipar y probar. Resulta especialmente útil para abordar problemas poco definidos o desconocidos y consta de cinco fases:



¿Qué es el Design Thinking?





¿Cómo aplicar el Design Thinking para emprendedores?

Empatizar

Mapa de actores

Consiste en establecer quiénes son los grupos de interés de tu proyecto (inversores, trabajadores, consumidores, proveedores...), cuáles son sus características y cómo se relacionan entre ellos y con tu futuro negocio.

Focus group

Otra opción es que organices grupos de discusión con los clientes para recoger información cualitativa sobre ellos y comprender su comportamiento presente y futuro.

Inmersión cognitiva

Esta herramienta de Design Thinking para emprendedores te permite experimentar lo mismo que el consumidor. Por ejemplo, si quieres lanzar un app de transporte público, tendrás que utilizar este servicio tú mismo para conocer de primera mano qué falla y qué se puede mejorar e incorporarlo a tu idea.

Observación encubierta

También puedes observar a los clientes potenciales de tu negocio en su contexto, sin que ellos sean conscientes, y ver cómo interactúan, como ocurre con la técnica del cliente misterioso.

Benchmarking

Por último, no te olvides de la competencia. Estudia el trabajo de otras empresas similares y busca esas buenas prácticas que te permitirán sobresalir en el mercado.





¿Cómo aplicar el Design Thinking para emprendedores?

Definir

Fuera y dentro

Un sistema muy práctico para hacer este cribado es decidir qué datos te sirven para trabajar en tu proyecto y cuáles no.

Saturar y agrupar

¿Qué haces con esa información válida? Organízala por temas. Puedes utilizar post-its, por ejemplo.

Mapa mental

Es una forma sencilla y visual de plasmar las ideas y conceptos clave y establecer vínculos entre ellas. Gracias a esta representación, te resultará más fácil comprender el proyecto en su conjunto.





¿Cómo aplicar el Design Thinking para emprendedores?

Idear

Brainstorming

La conocida como lluvia de ideas es una buena forma para lanzar multitud de propuestas para una posterior selección.

Brainwriting

La mecánica es la misma que en la herramienta anterior, solo que se realiza por escrito, evitando así que algunos participantes acaparen el protagonismo y otros, por timidez, no compartan sus ideas.

Drawstorming

Como su nombre indica, se trata de realizar una lluvia de ideas pero en formato gráfico, lo que ayuda a visualizar un futuro prototipo.





¿Cómo aplicar el Design Thinking para emprendedores?

Prototipar

Prototipo de Baja Fidelidad

Su fidelidad o precisión en relación con el proyecto real es baja. Por tanto, no está indicado si se quiere probar la experiencia de usuario.

Un ejemplo sencillo de este tipo es un boceto sobre papel.

Prototipo de Media Fidelidad

Los prototipos de fidelidad media ya incluyen un nivel adicional, a menudo utilizando programas y software que aportan profundidad en relación con los prototipos de baja fidelidad.

Por ello, también requiere una mayor inversión de tiempo y conocimiento, lo que lleva a analizar puntos más técnicos.

Prototipo de Alta Fidelidad

Similares al producto o servicio final y, como su nombre lo indica, con una alta representación de lo real.

Debido a esto, la inversión de dinero y tiempo en este tipo de prototipos suele ser mayor.

Aportan mucha más información y comentarios que pueden y deben utilizarse para realizar las optimizaciones antes de lanzar el producto o servicio real, lo que reduce la posibilidad de errores.





¿Cómo aplicar el Design Thinking para emprendedores?

Testar

Entrevista cualitativa

Selecciona una muestra representativa de tu target y entérvíalos para determinar qué les parece tu propuesta.

Test cuantitativo

También puedes conocer su opinión a través de encuestas en las que abordes aspectos clave sobre tu producto o servicio.

Focus group

Se trata de crear un grupo de discusión igual que en la primera fase pero enfocado a que los participantes expongan las deficiencias que detectan o mejoras que ellos desearían.

Test de usuario

Esta técnica permite obtener una valoración más fidedigna, pues las opiniones de los consumidores vendrán después de que hayan probado la usabilidad del producto o servicio.





Ventajas de la metodología Design Thinking

1. Impulsa a la acción

El design thinking tiene como motor principal la creación. Se trata de crear para experimentar y aprender. Empuja a los integrantes del equipo a ensuciarse las manos y experimentar.

2. Se centra en la resolución de problemas

La metodología de design thinking te obliga a ver los problemas desde muchos puntos de vista diferentes. El proceso de pensamiento de diseño requiere que te centres en las necesidades y comportamientos humanos y en cómo crear una solución que satisfagan esas necesidades.

3. Fomenta la colaboración y el trabajo en equipo

El proceso de pensamiento de diseño no puede darse de manera aislada. Requiere muchos puntos de vista diferentes de diseñadores, futuros clientes y otras partes interesadas.





Ventajas de la metodología Design Thinking

4. Fomenta la innovación

El proceso de Design Thinking es un proceso de innovación, se centra en encontrar ideas innovadoras y soluciones creativas que satisfagan las necesidades humanas.

5. Es iterativo

Se trata de un proceso que constante de mejora que incluye una definición, redefinición, y evaluación constantes. Por esta razón, el prototipado es un elemento clave en los procesos de design thinking

6. Reduce los riesgos

Al tratarse de un proceso iterativo, en design thinking se aprende constantemente de los errores. Como, además, en esta metodología se tienen en cuenta todos los factores: mercado, competidores, proveedores y clientes, es mucho más fácil reducir los posibles riesgos.



Conexión entre Design Thinking y BMC

**Design Thinking ayuda a
generar ideas centradas
en las personas**

**El Business Model Canvas
permite estructurar y
validar esas ideas**

**Ambos se
complementan
para innovar**





PROGRAMA DE FORMACIÓN

JORNADA 6

Módulo 8

Proyecto apoyado por



Ejecutado por



En asociación con

