

**FICHA 32. PLAN DE NEGOCIOS CANVAS SOCIAL**

|  |  |
| --- | --- |
| **Complejidad** | **Moderada/alta** |
| **Tiempo requerido** | **Varias sesiones. Entre 4 y 6 horas** |
| **Material Requerido** | **Post-its o cartulinas de colores****Papel****Lápices o rotuladores** |
| **Competencias que se desarrollan a través de la aplicación** | **Competencia técnica. Planificación de la innovación social****Competencia funcional. Visión de oportunidades y emprendimiento****Competencia funcional. Conocimiento teórico****Competencia Técnica. Liderazgo** |
| **Otros Procesos de la Innovación en donde puede ser utilizado** | **Prototipado** |

**ACERCA DE LA HERRAMIENTA**

Este modelo fue concebido por el empresario Alexander Osterwalder en 2011, con base en sus estudios de especialización en ciencias políticas sobre negocios. El autor ha realizado un estudio de evaluación comparativa del desarrollo de planes de negocios.

Es fácil de entender y compartir; no necesita un interlocutor para explicar y guiar la lectura del Lienzo; tiene un bajo costo de concepción y se puede resolver perfectamente involucrando a diferentes actores en el proceso. Idealmente, es elaborado por grupos multidisciplinarios para enriquecer el proceso y el producto final.

**OBJETIVO**

El lienzo se puede desarrollar y ajustar a medida que se desarrolla la empresa (social) y las iniciativas. Aunque es un documento menos formal que el Business Plan, se puede usar con más frecuencia en una dinámica comercial diaria.

**PASOS**

Los bloques que tratan con los aspectos subjetivos asociados con las personas están a la derecha del campo superior. Esta se considera la etapa inicial de la iniciativa y está compuesta por cuatro bloques, Segmento de cliente, Relación, Canal de distribución y Proposición de valor. En este espacio, el usuario / beneficiario guía los otros bloques del lienzo.

Los bloques también abordan aspectos objetivos, asociados a los cinco bloques restantes: actividades clave, recursos clave, socios clave y costos e ingresos. Estos bloques son menos observables para los agentes externos del negocio. Por lo tanto, a diferencia del anterior, está diseñado como un backstage.

Todos estos bloques, subjetivos y objetivos, responden preguntas como: ¿Quién?, ¿Qué ?, ¿y cómo ?; así como guiar la oferta de un servicio / producto / acción a un usuario / beneficiario; desde una infraestructura predefinida, donde las finanzas darán la visión del flujo necesario para la sostenibilidad financiera.

La dinámica del proceso es muy intuitiva: los desarrolladores comienzan a completar los campos Proposición de valor y Usuarios / Beneficiarios al mismo tiempo. Cada formulación debe escribirse en una sola tarjeta, y su color tiene una orientación importante que debe seguirse para que podamos obtener una visualización más fácil y más orquestada en los bloques Canvas. El color elegido para representar a un cliente / beneficiario debe ser del mismo color que se relaciona con dicho cliente / beneficiario en los otros campos de subjetividad del cliente / beneficiario. Es muy posible que se identifique más de un cliente / beneficiario, por lo que cada uno debe estar escrito en una tarjeta de color diferenciada. Será este color el que dictará los otros bloques

**CONSEJOS**

* Los procesos de resolución de problemas, inmersión, ideación, creación de prototipos y pruebas relacionadas con otras metodologías deben desarrollarse para garantizar un lienzo con las características deseadas para los planes de negocios sociales / iniciativas, a saber: coherente; pertinente; coherente; actualizado; confiable; objetivo, etc.
* No subestime el uso correcto de los colores en el lienzo. los colores ayudan mucho a entender la propuesta estratégica para cada segmento de clientes y / o beneficiarios.
* Se recomienda rellenar el lienzo para ayudar a formular una propuesta de valor a partir de una oportunidad identificada o un problema observado. Por lo tanto, Canvas se puede construir teniendo en cuenta tanto la creación de un producto a través del método de Design Thinking y el Árbol de problemas, entre otros.
* El lienzo se puede imprimir en una gran superficie de papel, diapositivas, pantalla de vidrio, etc., y también es interesante que esté lleno de papeles de colores y con pasta no definitiva, de modo que sea posible cambiar, transportar, insertar y eliminarlo en el proceso de dibujo. Como recomendamos asociar una lluvia de ideas, un enfoque de pensamiento de diseño, con esta herramienta, es interesante utilizar papeles de colores autoadhesivos como (post-its) para la inserción de ideas.
* Es ideal que todos estén comprometidos con los resultados de la metodología, y que sean conscientes de que los procesos se relacionan con el propósito acordado. Los líderes de proceso deben estar bien familiarizados con las técnicas de pensamiento de diseño, estar dispuestos a escuchar a todos y dar tratamiento a todas las ideas.

**ESQUEMA VISUAL**

****

Standard canvas template for businesses. Fuente: OSTERWALDER, 2011.

**DESCARGAR PLANTILLA**

**REFERENCIAS**

BROSE, Markus. Metodologia Participativa – Uma Introdução a 29 Instrumentos. Porto Alegre: 2º Edição, Tomo Editorial, 2010.

BROWN, T. Designing Thinking. Harvard Business Review, June 2008. Available at http://hbr.org/ 2008/06/design-thinking/ar/1, acess october 2017.

IDEO, Human-Centered Design Toolkit: an Open-Source Toolkit to Inspire New Solutions in the Developing World, IDEO: 2011.

MELLO, Ruth Espinola Soriano de. Planejamento, modelo e plano de negócios. Brasília, DF: SEBRAE; Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2016.

RIES, Eric. The Lean Startup: How Today’s Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Crown Publishing: 2011.