

## FICHA Explicación Lienzo Canvas

### ¿Qué es el CANVAS?

En 2010 **Alex Osterwalder** diseñó el **Business Model Canvas**, traducido como lienzo de modelo de negocio, un formato que visualiza la gestión estratégica para el desarrollo de nuevos modelos de negocio, según nueve campos en sólo una "hoja", resultando un documento que ofrece directamente una visión global (el 'helicopter view') de la idea de negocio, mostrando claramente las interconexiones entre los diferentes elementos.

Desde su publicación, han aparecido nuevos lienzos para ámbitos específicos, no sólo el empresarial, como el lienzo **CANVAS SOCIAL**, que es el que os proponemos que trabajéis.

### ¿Para qué sirve el modelo Canvas Social?

Es un método que permite ver y moldear en un solo folio -estructurado en seis elementos- cuál es nuestra IDEA DE PROYECTO.

### ¿Cómo se rellena?

Deja los folios, ordenadores, mesas de trabajo... e imprime el lienzo en tamaño XL y pégalo en una pared, que esté visible para todos/as. Coge post-its y rotuladores de colores. Utiliza un post it para reflejar una idea, un concepto o una característica. Esta manera de trabajar te permitirá modificar TODO lo que tú quieras, mover post-its, quitar, añadir, o cambiar a medida que vayas avanzando en tu análisis.

El Canvas de Modelo de Negocio tiene un orden de trabajo. No se debe rellenar sin ton ni son.

A continuación os enumeramos el orden en el que se completan los 6 bloques (módulos) del lienzo, siguiendo la metodología Canvas:

Se divide en seis módulos:

#### **Definir la idea de proyecto (qué, objetivos, metas y valores. Razón para ponerlo en marcha)**

La idea es el motor de nuestro Proyecto, nuestro qué. Para llegar aquí, hemos pasado por un proceso de generación de ideas. Ahora toca plasmarla y concretarla.

Vamos a redactar la idea seleccionada en la fase de generación de ideas, para seguir completándola, preguntándonos:

¿Por qué tiene sentido el proyecto?

¿Qué queremos conseguir?

¿Cuáles son sus valores asociados?

¿Tiene algún valor social?

En este apartado se recoge todo lo que fundamenta y justifica nuestro proyecto, analizando toda la información que recopilamos y darle un uso.

#### **Identificar destinatarios (para quienes ponemos en marcha el proyecto)**

Definiremos a qué grupo de personas vamos a dirigir nuestras acciones, recopilando información útil de

ellos, para adaptar nuestra idea a sus necesidades reales.

Una pista, preguntarse por: ¿Quiénes van a beneficiarse de nuestras acciones? ¿Para quién es nuestro proyecto? ¿Cómo nos beneficia a nosotr@s? ¿Qué podemos hacer para que nuestro proyecto contribuya a mejorar nuestro entorno?

### **Equipo de trabajo**

Quiénes son los promotores de la idea.

¿Quiénes somos?; ¿Qué nos define? ¿Qué nos interesa? ¿Sabemos qué tareas podemos hacer cada uno? ¿Tenemos asignados roles? ¿Estamos registrando las tareas que hacemos o vamos a hacer?

### **Actividades a realizar (cómo) y temporalización**

Es el momento de explicar cómo lo vamos a hacer, cómo vamos a llevar a cabo nuestra idea, qué acciones y/o actividades vamos a realizar para hacer realidad nuestro proyecto.

Para poder concretar en el tiempo, primero debemos identificar las acciones que vamos a realizar o estamos realizando, indicando todos los elementos que nos ayudan a encuadrarla en nuestro proyecto.

Para poder planificarnos y procesar mejor todo nuestro trabajo, nos ayudará elaborar un Cronograma o una Línea de Tiempo, que nos proporcione, a golpe de vista, qué vamos a hacer y cuándo va a tener lugar.

Preguntándonos:

¿Tenemos un listado de tareas?; ¿Son concretas?; ¿Tienen asignada fecha y responsable?; ¿las estamos registrando?

### **Recursos (apoyos externos, recursos humanos y materiales)**

Hay que analizar qué y a quiénes necesitamos para llevar a cabo nuestro proyecto. Nos preguntaremos por ¿Con quién?, teniendo claro quiénes van a colaborar con nosotr@s, con qué proveedores queremos trabajar y si necesitamos a otras personas para que nos ayuden. Es importante que identifiquemos tareas a desarrollar y el equipo necesario.

Nos podemos preguntar:

¿A qué personas implicamos? ¿Con qué recursos contamos?; ¿Qué materiales necesitamos? ¿Cuánto dinero nos vamos a gastar?; ¿Queremos obtener beneficios?

### **Comunicación (canales, estrategia, marketing)**

Cuidar la comunicación interna ha sido una constante durante todo el proceso, pues como hemos podido comprobar en el trabajo realizado, repercute significativamente en la motivación del equipo.

Llega la hora de diseñar cómo queremos dar a conocer quiénes somos y qué hacemos. Y para ello, tenemos que crear nuestra Estrategia de comunicación.

- 1) Identificar y conocer a nuestro público objetivo
- 2) Ser coherentes con nuestra marca y nuestros valores
- 3) Definir qué canales vamos a utilizar

Nos podemos preguntar:

¿Cómo vamos a contar lo que estamos haciendo? ¿Qué medios vamos a utilizar?; ¿Qué preparación necesitamos?; ¿Hay algún equipo responsable?; ¿Cómo integramos la tecnología, blogs, redes sociales, etc...para amplificar impacto?