

**CONCEPTOS BÁSICOS DE LOS MODELOS DE
NEGOCIOS
UNIDAD III**

Consiste en crear valor para las empresas, los clientes y la sociedad, es decir, en sustituir los modelos obsoletos

ELEMENTOS





- **RENTABILIDAD.** Debe generar utilidad

- **ESCALABILIDAD.** Un proceso de evolución, de tal manera que se obtenga uno que conquiste el mercado.

- **REPETIBILIDAD.** Que se puedan estandarizar para poder hacerlos replicables en cualquier lugar

¿Cómo crear valor con un modelo de negocio?

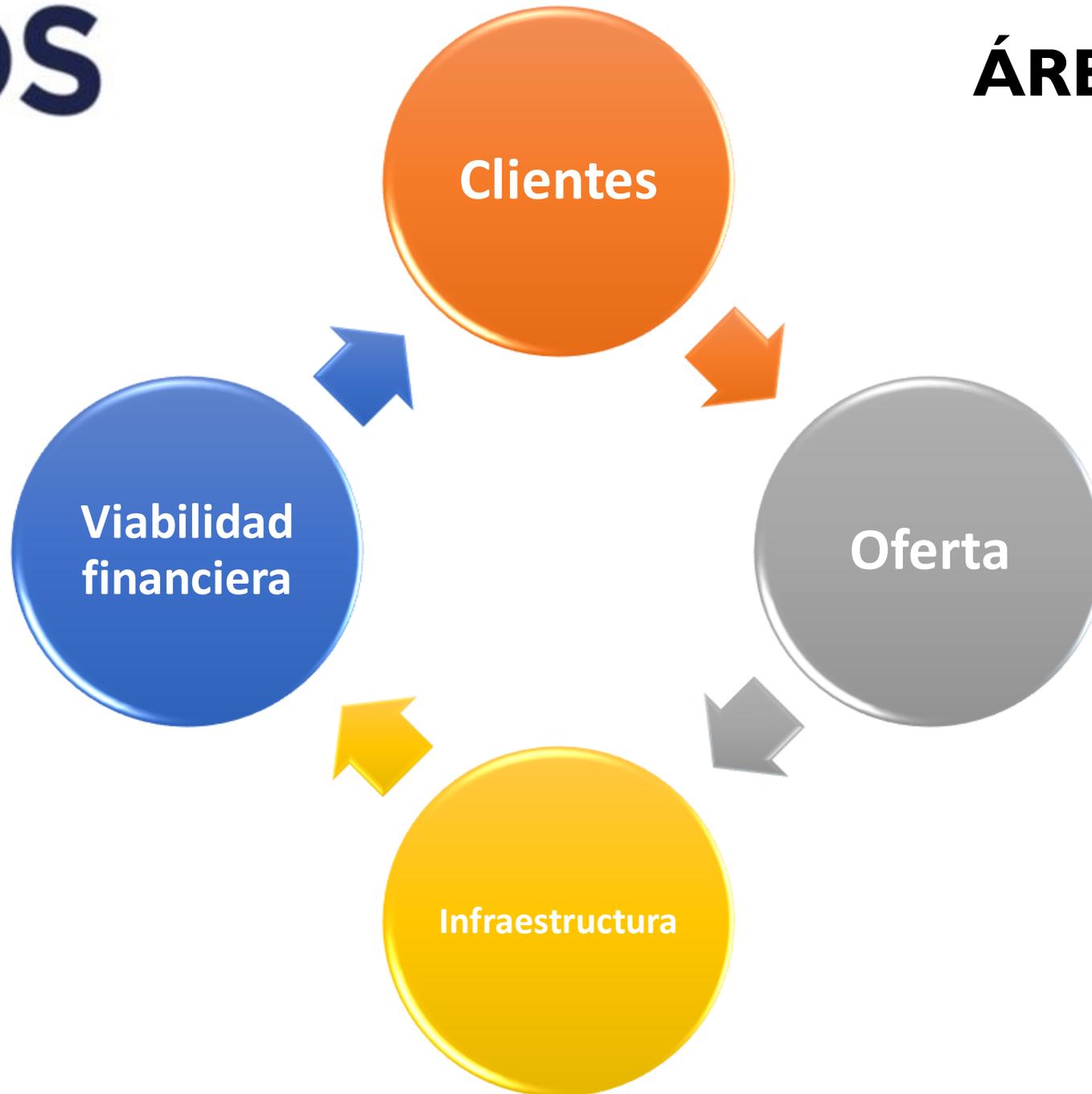
Estando cerca del cliente. Teniendo unas relaciones muy estrechas desde el principio para saber cuáles son sus necesidades o problemas que tienen, escuchándolos permanentemente y haciendo “Cocreación” con ellos.

MODELO DE NEGOCIO.

Es una herramienta conceptual que contiene un conjunto de elementos y sus relaciones y permite expresar la lógica de negocio de una empresa específica. Es una descripción del valor que una empresa ofrece a uno o varios segmentos de clientes y de la arquitectura de la empresa y su red de socios para la creación, comercialización y entrega de ese valor y el capital relacionado, para generar flujos de ingresos rentables y sostenibles.



Fuente: <http://materialmercadeo.blogspot.com.es/2013/02/lienzo-del-modelos-de-negocio.html>





Segmentos de mercado

- **Define los diferentes grupos de personas u organizaciones que a la cual una empresa apunta a alcanzar y servir.**
- **Mercado masivo, nicho de mercado, segmentos, diversificado, plataformas**

Propuestas de valor

- **Describe el paquete de productos y servicios que crean valor para un segmento de clientes específico.**
- **Novedad, desempeño, personalización, facilitar el trabajo, diseño, marca/status, precio, reducción de costos, reducción de riesgo, accesibilidad, conveniencia, usabilidad.**

Canales

- **Describe como la empresa se comunica y alcanza a sus segmentos de mercado para entregar una propuesta de valor**
- **Comunicación, distribución y canales de venta son la interface con los clientes. Los canales son puntos de contacto que juegan un rol importante en la experiencia del cliente**

Relaciones con clientes

- Describe los tipos de relaciones que una empresa establece con un segmento específico de mercado
- Asistencia personal, autoservicio, servicios automatizados, comunidades, entre otras.

Fuentes de ingresos

- El bloque de fuentes de ingreso representa el dinero que la empresa genera de cada segmento de mercado
- Venta de activos, prima por uso, primas de suscripción, prestar, rentar, alquilar, licencia, primas de broker, publicitar

Recursos clave

- Describe los más importantes activos requeridos para hacer funcionar el modelo de negocios.
- Físicos, intelectual, humano, financiero,

Actividades clave

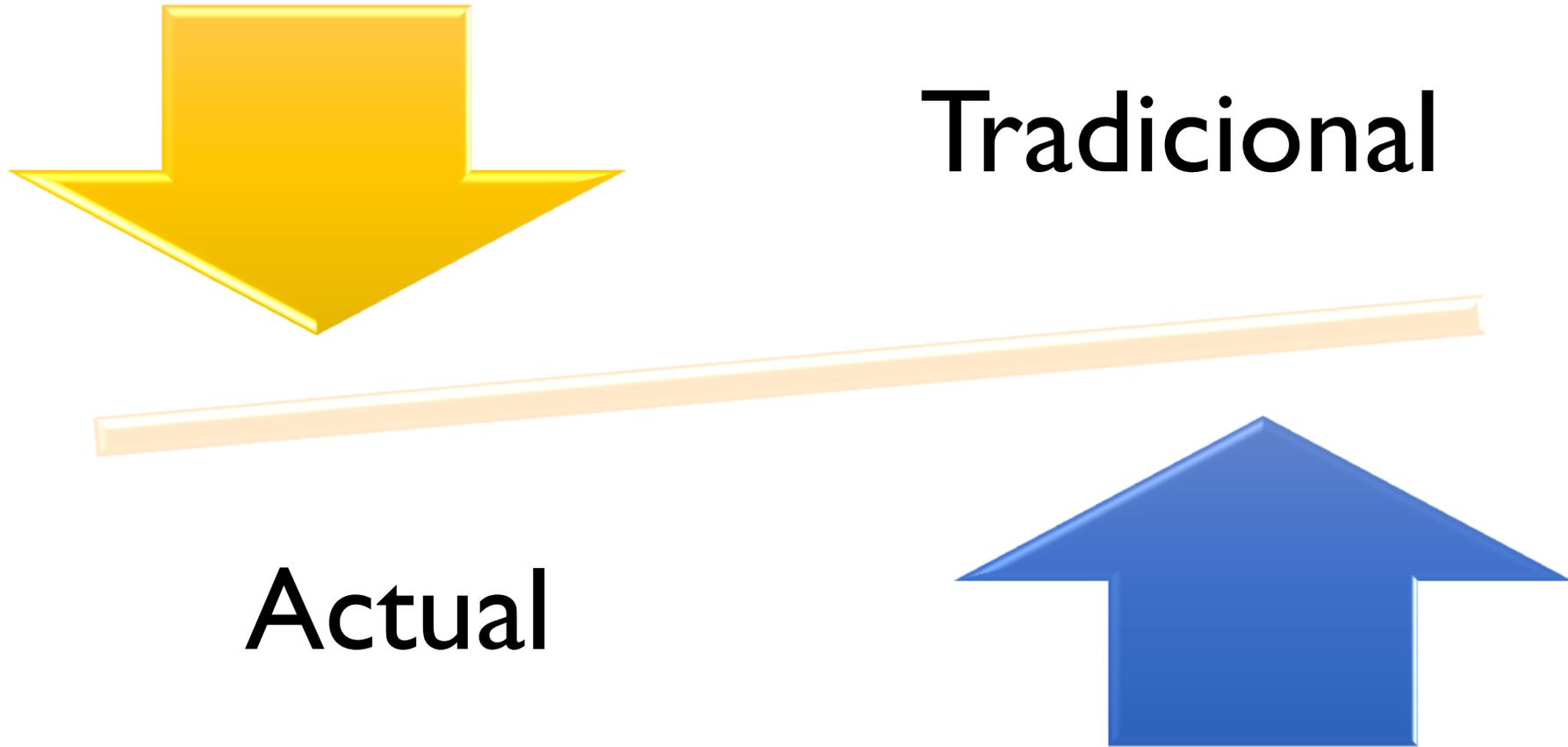
- Describe las cosas más importantes que una empresa debe hacer para que un modelo de negocios funcione.
- Producción, solución de problemas, plataforma/red

Asociaciones clave

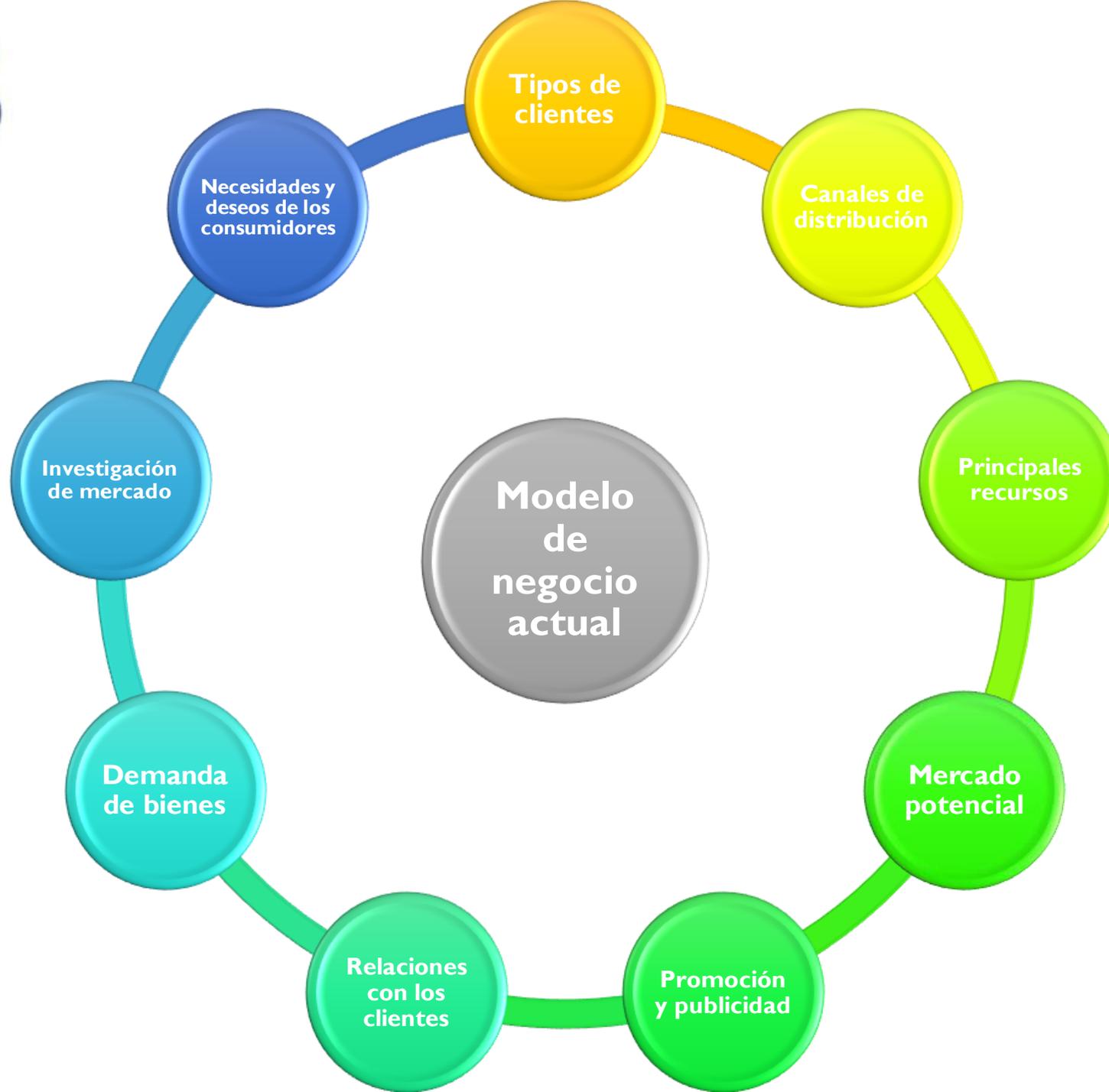
- Describe la red de proveedores y socios que hacen que un modelo de negocios funcione.
- Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras, Competencia, asociación de empresas para desarrollar nuevos negocios, relaciones de comprador-suplidor para asegurar disponibilidad de materiales

Estructura de costos

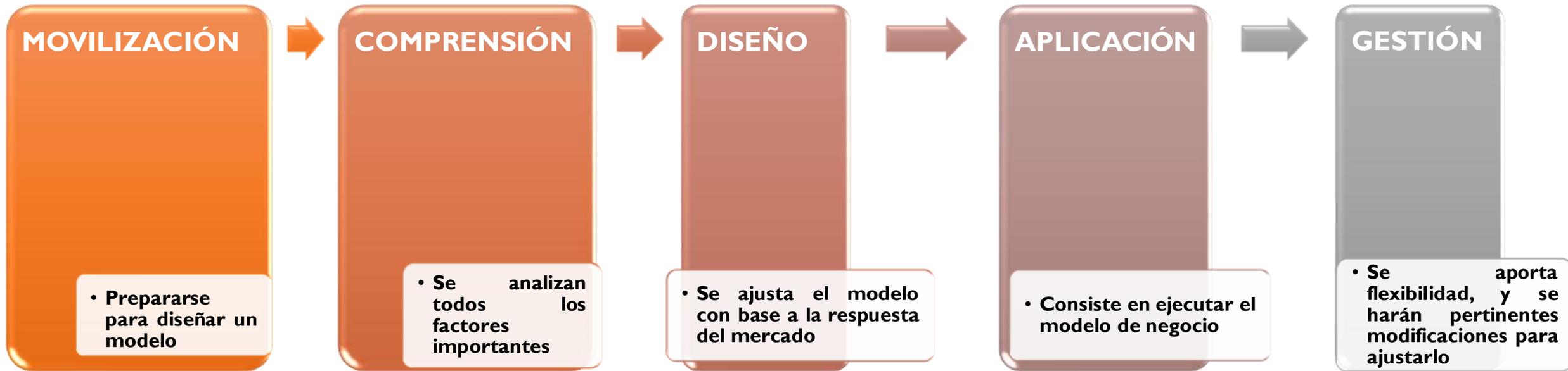
- Describe todos los costos incurridos para operar un modelo de negocios.
- Costos fijos, costos variables, gastos de operación, gastos por honorarios.

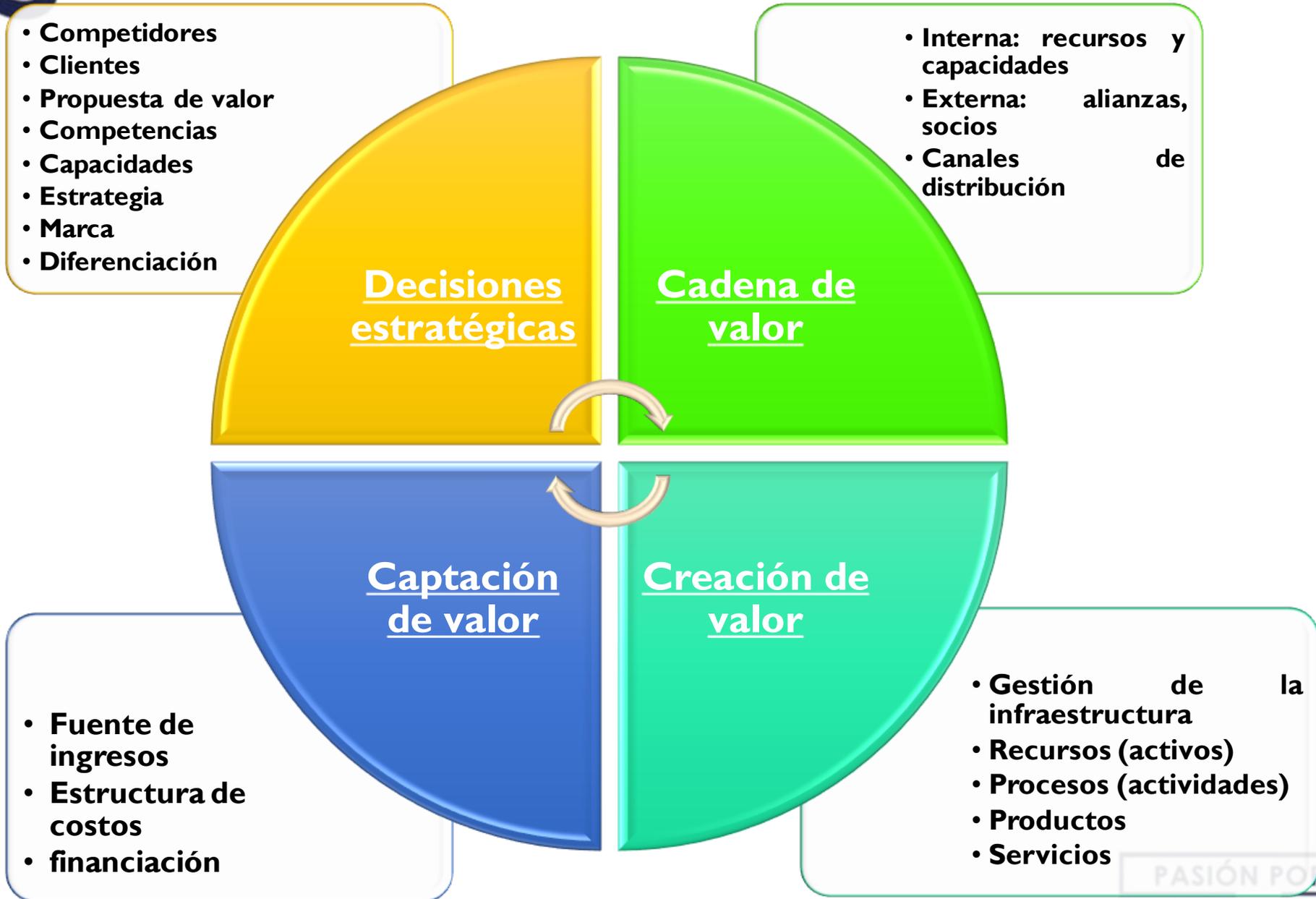






ETAPAS DEL MODELO DE NEGOCIO







Recursos

- Cambios en la infraestructura de las organizaciones o asociaciones para ampliar o transformar el modelo de negocio



Oferta

- Crean nueva propuesta de valor que afectan a otros bloques del modelo de negocio



Cliente

- Basado en las necesidades del consumidor, facilitándoles el acceso o mejora de conveniencia o experiencia de compra



Finanzas

- Nuevas fuentes de ingresos, nuevos mecanismos para constituir los precios, nuevas estructuras de costos

¿En qué momentos la empresa debe decidir innovar en el modelo de negocio?

- ✓ cumplir las necesidades del mercado
- ✓ generación de un nuevo producto
- ✓ desarrollo de un nuevo mercado
- ✓ crisis del modelo de negocio ya existente
- ✓ necesidad de ajustar y mejorar el modelo de negocio existente para amoldarlo al entorno cambiante