

INNOVACION DE MODELOS DE NEGOCIOS Y GESTION DE EMPRESAS
FAMILIARES.

6to. CUATRIMESTRE. ADMINISTRACION Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS.

MAESTRA: MYREILLE ERENDIRA RODRIGUEZ ALFONZO.

ALUMNA: VANESSA GUADALUPE SÁNCHEZ PIMENTEL.

Modelo de negocios.

Es una herramienta conceptual que contiene un conjunto de elementos y sus relaciones y permite expresar la lógica de negocio de una empresa específica.

Tipos de negocios.

Bloques del modelo

Segmentos de mercado.	Esto 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	Esto 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
Canales	Esto 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
Relaciones con clientes	Esto describe los tipos de relaciones que una empresa establece con un segmento específico de mercado.	Asistencia personal, autoservicio, servicios automatizados
Fuentes de ingresos	Aquí 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
Recursos clave	Esto describe los más importantes activos requeridos para hacer funcionar el modelo de negocios.	Físicos, intelectual, humano, financiero
Actividades clave	Esto 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	Esto describe la red de proveedores y socios que hacen que un modelo de negocios funcione.	Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras, Competencia
Estructura de costos	Esto describe todos los costos incurridos para operar un modelo de negocios.	Costos fijos, costos variables, gastos de operación, gastos por honorarios

Lienzo de modelo de negocio de Osterwalder.

Etapas del modelo de negocio

- Movilización** { Consiste en prepararse para diseñar un proyecto de modelo de negocio, reuniendo los elementos necesarios para el diseño.
- Comprensión** { Identificamos posibles y diferentes escenarios con posibles consecuencias.
- Diseño** { Se trata de seleccionar aquel o aquellos modelos de negocios que mejor se adapten a las expectativas de los clientes.
- Aplicación** { Consiste en ejecutar el modelo de negocio elegido por la empresa.
- Gestión** { Una vez identificada la reacción del mercado, se intentará aportar flexibilidad al modelo y se harán las pertinentes modificaciones con objeto de ajustarlo al mercado.

Componentes principales de los modelos de negocios

- Decisiones estratégicas** {
 - Competidores
 - Competencias
 - Marca
 - Clientes
 - Capacidades
 - Diferenciación
 - Propuesta de valor
 - Estrategia
- Cadena de valor** {
 - Interna: recursos y capacidades
 - Externa: alianzas, socios
 - Canales de distribución
- Creación de valor** {
 - Gestión de la infraestructura
 - Procesos (actividades)
 - Recursos (activos)
 - Productos
 - Servicios
- Captación de valor** {
 - Fuente de ingresos
 - Estructura de costos
 - financiación

Epicentros de innovación comentados

- Incitado por los clientes** { Las empresas deben facilitar y hacerle más cómodo el acceso del producto a los clientes adaptándose mejor a las necesidades de los usuarios.
- Incitado por los recursos** { Se crea a raíz de la infraestructura para innovar el modelo de negocio.
- Incitado por la oferta** { Se crean nuevas propuestas de valor que conmueven a otros bloques del modelo.



