



NOMBRE DE LOS ALUMNOS: Érica Montzerrat Morales Morales.

NOMBRE DEL PROFESOR: M.E.C Andrés Alejandro Reyes

NOMBRE DEL TRABAJO: Cuadro Sinóptico

MATERIA: Taller del Emprendedor

PASIÓN POR EDUCAR

GRADO: 9 Cuatrimestre.

GRUPO: A

2.4 Características de los modelos de negocios

Que es un modelo de negocio

un modelo de negocio describe las operaciones de la compañía, incluyendo todos sus componentes, procesos y funciones que tienen como resultado un costo para la empresa y un valor para el consumidor.

Objetivo del modelo de negocios

Mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias

2.4.1 Bajos costos

Que implican los mismos costos

Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias.

Medidas para mantener costos mas bajos

Ser el número uno en el área o sector, teniendo un muy buen control, esquema administrativo modesto, materias primas superiores y tecnología con alto control de calidad.

Que concibe el consumidor

El consumidor concibe como mayor valor el hecho de que el costo se disminuya, y esto se puede dar mediante diferentes medidas: aumento de la confiabilidad del producto, que éste sea de más fácil uso, aumento de la garantía y entrega rápida, entre otras.

2.4.2 Innovación y diferenciación

Que es

Es donde la empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor, es decir, en todas sus actividades y costos en el proceso de producción, desde la adquisición y manejo de materias primas, el procesamiento y el resultado final o producto terminado.

Que puede establecer la compañía

Un precio de entrada al producto y si éste tiene éxito puede vender el producto a mayor precio y obtener un margen de ganancia mayor, considerando siempre la sensibilidad que el cliente tenga respecto al costo-beneficio que el mismo le brinda.

Cuando se proporciona la innovación

Al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto, la diferenciación debe ser real y percibida por el cliente (esto es, no sólo tangible, sino de importancia para el cliente), de otra forma no habrá una preferencia por el producto.

Recomendaciones de Lewis

- El uso de tecnologías apropiadas
- Basar el modelo en la eficiencia en el uso de recursos como el capital y el trabajo
- La producción local, por una cuestión lógica de reducción de costos, y para una mayor adaptabilidad del producto a las características y necesidades locales

2.5 Elementos de los modelos de negocios

Que es

El modelo de negocio proporciona información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado, de los recursos necesarios

Elementos que componen un modelo de negocios según Chesbrough y Rosen Bloom

- Propuesta de valor**
- Segmento de mercado**
- Estructura de la cadena de valor**
- Generación de ingresos y ganancias**
- Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia)**
- Estrategia competitiva**

Esta se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor, el producto que resuelve ese problema y el valor de ese producto desde la perspectiva del consumidor.

Es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto, reconociendo que los distintos segmentos del mercado tienen diferentes necesidades

Posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor, así como la forma en que la compañía captura o genera el valor creado en la cadena.

Forma en que se generan los ingresos, el costo de la estructura y los márgenes de ganancia.

identificación de competidores, compañías complementarias, proveedores y consumidores.

Manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible, por ejemplo, a partir de los costos, diferenciación o eficiencia de operaciones.

Según Osterwalder y Pigneur (2009) nueve elementos esenciales en el modelo de negocio

1. Segmento del mercado
2. Propuesta de valor
3. Canales de distribución
4. Relación con los consumidores
5. Flujos de efectivo
6. Recursos clave
7. Actividades clave
8. Socios clave
9. Estructura de costos

**2.6
Naturaleza
del proyecto**

Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir la esencia del mismo, es decir, cuáles son los objetivos de crearlo, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable desarrollarlo. A partir de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece y define qué es su negocio.

Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa

Primer elemento

radica en lo creativo de la idea que le da origen. Las oportunidades están en cualquier parte, sólo hay que saber buscarlas.

Generación de ideas

Una vez que se generan las ideas, es necesario evaluarlas mediante los criterios que el emprendedor juzgue convenientes, a fin de seleccionar la mejor de ellas.

Selección de idea

Una vez que selecciona una idea, es necesario que defina con más detalle en qué consiste; con dos ejemplos más, los lectores podrán realizar su proyecto. La idea seleccionada debe describirse lo más explícitamente posible.