



Taller del emprendedor

Cuadro sinóptico modelo de negocios

Catedrático: Andrés Alejandro Reyes Molina

Gloria Cristina Estrada Morales

Lic. En Enfermería

9° "B"

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez, Chiapas.
10 de junio de 2020.

Modelo de negocios

2.4 Características de un modelo de negocios

Puntos para que un modelo de negocios resulte atractivo y proporcione ganancias

Características según Lewis (2007)

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

Bajos costos

Medidas que se pueden tomar

Innovación y diferenciación

Para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia

- Ser el número uno en el área o sector
- Tener un buen control
- Esquema administrativo modesto
- Materias primas superiores
- Tecnología con alto control de calidad

Debe ser de valor para el comprador, y se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto.

- Uso de tecnologías apropiadas
- Basar el modelo en la eficiencia en el uso de recursos como el capital y el trabajo
- Producción local, por una cuestión lógica de reducción de costos y para una mayor adaptabilidad del producto.

2.5 Elementos de los modelos de negocio

Elementos según Chesbrough

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

-Propuesta de valor: 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.

-Segmento de mercado: es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto, reconociendo que los segmentos del mercado tienen diferentes necesidades.

-Estructura de la cadena de valor: posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor.

-Generación de ingresos y ganancias: forma en que se generan los ingresos, el costo de la estructura y los márgenes de ganancia.

-Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia): identificación de competidores, compañías complementarias, proveedores y consumidores.

-Estructura competitiva: manera en que la compañía intentara desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible.

Modelo de negocios

2.5 Elementos de los modelos de negocio

Elementos según Osterwalder y Pigneur (2009)

- Segmento del mercado:** desarrollar estrategias dirigidas a la población y entender mejor sus necesidades.
- Propuesta de valor:** es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás.
- Canales de distribución:** es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores.
- Relación con los consumidores:** la empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan.
- Flujos de efectivo:** es imprescindible que la empresa se cuestione hasta que precio estaría dispuesto a pagar por su producto un consumidor del segmento de mercado al que se dirige y con base a esto elegir una estrategia de precio.
- Recursos clave:** bienes más importantes para trabajar el modelo de negocio.
- Actividades clave:** describe las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio.
- Socios clave:** red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocio.
- Estructura de costos:** incluye todos los costos en que se incurre.

2.6 Naturaleza del proyecto

Es necesario definir la esencia del proyecto, cuales son los objetivos de crearlo, cual es la misión que persigue y porque se considera justificable desarrollarlo

Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa

- El primer elemento a considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen.
- A continuación llene la cedula del ejercicio, para ello se debe realizar una lluvia de ideas para determinar el producto o servicio de la futura empresa.
- Una vez generadas las ideas, es necesario evaluarlas mediante los criterios que el emprendedor juzgue convenientes.
- La idea seleccionada debe describirse lo más explícitamente posible.