



Taller del emprendedor

Cuadro sinóptico modelo de negocios

Catedrático: Andrés Alejandro Reyes Molina

Freddy de Jesús Vilches Velasco

Lic. En Enfermería

9° “B”

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

Modelo de negocios

2.4 Características de un modelo de negocios

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

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

Medidas a tomar

- 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

Innovación y diferenciación

- El valor que la compañía obtiene de su diferenciación con otras depende también del precio y margen de ganancias.
- Debe ser de valor para el comprador, y se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto.

Características recomendadas por Lewis

- 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 de un modelo de negocios según Chesbrough

Propuesta de valor: esta se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor.

Segmento de mercado: es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto

Estructura de la cadena de valor: 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.

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. La determinación de estos componentes permite utilizar las redes para hacer llegar mayor valor al consumidor.

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

Modelo de negocios

Elementos de un modelo de negocios según Osterwalder y Pigneur (2009)

- Segmento del mercado:** los consumidores constituyen el elemento primordial de cualquier modelo de negocio, 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, las propuestas pueden ser cuantitativas, como el precio, velocidad en el servicio, o cualitativas como un diseño innovador en el producto.
- Canales de distribución:** es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores, permiten a los consumidores evaluar fácilmente la propuesta de valor.
- 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, permiten a la empresa crear y ofrecer la propuesta de valor.
- 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, implica crear alianzas estratégicas para optimizar el modelo de negocio.
- Estructura de costos:** incluye todos los costos en que se incurre, tanto para poner en marcha el modelo de negocio

2.6 Naturaleza del proyecto

Antes de iniciar cualquier negocio, 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.

Se establece el producto o servicio, características, necesidad o problemas que satisface, el nivel de innovación, el mercado, conocimiento técnico y el capital necesario.