



Nombre de alumnos: Rocio Guadalupe Vázquez Arguello

Nombre del profesor: Andrés Alejandro Reyes Molina

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico

Materia: Taller del emprendedor

Grado: Noveno cuatrimestre

Grupo: Trabajo social y gestión comunitaria

Comitán de Domínguez Chiapas a 09 de junio de 2020.

UNIDAD II

Características de los modelos de negocio

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.

La combinación de las áreas de producción, mercado, trabajo, administrativa determinan las ventajas competitivas

Características de los modelos de negocio recomendadas por Lewis

- El uso de tecnologías apropiadas (que favorezcan su eficiencia técnica, operativa, administrativa, financiera y de mercado).
- 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

Un modelo de negocio atractivo y productivo considera

- Bajos costos: para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia.
- Innovación y diferenciación: se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto, la diferenciación debe ser real y percibida por el cliente

Medidas a considerar para mantener los costos:

- Ser el número uno en el área
- Control del esquema administrativo, materias primas y tecnología

Logrando una mayor confiabilidad al producto y adquisición por la eficiencia y garantía

Se logra mediante una combinación en el óptimo aprovechamiento de recursos y más ideas de valor

Esta mezcla elimina a competencia y favorece la disposición del cliente para pagar más por el producto

Elementos de los modelos de negocios

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

Según Chesbrough y Rosenbloom

- Propuesta de valor: se obtiene mediante la descripción de un problema del consumidor

El producto o servicio debe resolver este problema
- Segmento de mercado: Grupo de consumidores al que va dirigido el producto
- Estructura de la cadena de valor: Posición de la compañía y actividades en la cadena de valor

El costo de la estructura y los márgenes de ganancia
- Generación de ingresos y ganancias: Generación de ingresos mediante ventas, arrendamientos, entre otros

La identificación permite utilizar redes para un mayor valor ante el consumidor
- Posición de la compañía en la red de oferentes (Competencia): Identificación de competidores, compañías, proveedores y consumidores
- Estrategia competitiva: Manera en que la compañía intentara desarrollar ventajas de competencia, aprovechable y sostenible

Según Osterwalder y Pigneur deben cubrir las principales áreas del negocio: consumidor, oferta, infraestructura, viabilidad financiera

- Segmento del mercado: El elemento principal de la empresa son los consumidores

Se define el sector a quien va dirigido el producto
- Propuesta de valor: Razón por la cual los consumidores prefieren la empresa

Forma en que la empresa satisface las necesidades del cliente

La propuesta puede ser cuantitativa como precio, velocidad en el servicio
- Canales de distribución: Forma en que la empresa hará llegar los productos a los consumidores

Permite a los consumidores evaluar fácilmente la propuesta de valor
- Relación con los consumidores: Establecimiento de relaciones con los segmentos del mercado que nos interesan

Son de tipo personal y automatizada incluyen aspectos como asistencia personal, atención a necesidades, etc.
- Flujos de efectivos: Formas de generación de ingresos adicionales de la empresa.
- Recursos clave: Los bienes más importantes para trabajar el modelo de negocio

Permite crear y ofrecer la propuesta de valor, mantener relación con el mercado y obtener ganancias

Incluye recursos: Físicos, técnicos, humanos y financieros
- Actividades clave: Describe las acciones más importantes que una empresa realiza

Se relaciona con la producción, prevención y solución de problemas
- Socios clave: Red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo

◦ Implica crear alianzas estratégicas entre competidores y no competidores

◦ Reducir el riesgo
- estructura de costos: Implica los costos en que se incurre para poner en marcha el modelo de negocio, así como mantener relaciones y generar ingresos

Los costos deben minimizarse en cualquier modelo de negocio

Naturaleza del proyecto:

Es necesario definir la esencia del negocio, los objetivos por el cual crearlo, la misión que sigue y el ¿Por qué desarrollarlo?

Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa

- Considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea de origen
- Se establece el producto o servicio, características, necesidad o problemas que satisface

El nivel de innovación, el mercado, conocimiento técnico y capital necesario