



**Mi Universidad**

**Super nota**

*Nombre del Alumno* **Jorge Arturo Estrada Borraz**

*Nombre del tema* **Modelo de negocios**

*Parcial* **3**

*Nombre de la Materia* **INNOVACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIOS Y  
GESTIÓN DE EMPRESAS FAMILIARES**

*Nombre del profesor* **Lic. Carlos E. Morales H.**

*Nombre de la Licenciatura* **Administración y estrategia de negocios**

*Cuatrimestre* **6**

**Bibliografía: Diapositivas y apuntes  
vistos en clase**

# Concepto

**instrumento que permite tener claridad en el modo por el cual se ofrece una solución a una necesidad del mercado.**

**Estos modelos tienen que ser claros y definir las estrategias que deben emplearse en la búsqueda de los objetivos de un negocio.**



**A través de un modelo de negocios se debe distinguir cuál es el valor de un producto, qué se necesita para insertarlo en el mercado y a qué tipo de clientes se venderá.**

## Tipos de Modelos

**Rentabilidad: Ningún negocio se monta para perder dinero, por tanto debe generar utilidad.**

**Escalabilidad: Que hoy se pueda montar uno, mañana otro y así sucesivamente hasta tener un modelo que conquiste el mercado.**

**Repetibilidad: Que se puedan estandarizar para poder hacerlos replicables en cualquier lugar, por ejemplo los productos de franquicia.**

**cómo se relacionan algunos conceptos al momento de crear un modelo de negocios. El esquema al que más se acude es el creado por Alexander Osterwalder (MODELO CANVAS):**

**Los 9 bloques que describe son:**

- 1. Segmentos de cliente**
- 2. Propuesta de valor**
- 3. Canales de distribución**
- 4. Relación con los clientes**
- 5. Fuentes de Ingreso**
- 6. Recursos Clave**
- 7. Actividades Clave**
- 8. Asociaciones Clave**
- 9. Estructura de Costos**



## **1. Segmentos de clientes**

**define los diferentes grupos de personas u organizaciones que a la cual una empresa apunta a alcanzar y servir. Los clientes son el corazón de todo modelo de negocios.**



**La empresa debe estar muy clara con respecto a que segmentos de mercado sirve y cuales ignorar, una vez hecho esto se puede diseñar de manera cuidadosa partiendo de una clara comprensión de las necesidades específicas del cliente.**



## 2. Propuesta de valor

es la razón por la cual los clientes eligen una empresa en vez de otra. Soluciona un problema del cliente o satisface una necesidad de mercado.

En este sentido, la Propuesta de Valor es un agrupamiento de beneficios que una empresa ofrece a sus clientes.



## 3. Canales de Distribución

El bloque de Canales describe como la empresa se comunica y alcanza a sus segmentos de mercado para entregar una propuesta de valor.



Los canales son puntos de contacto que juegan un rol importante en la experiencia del cliente

## 4. Relaciones con los clientes

**Las relaciones con los clientes se establecen y mantienen de forma independiente en los diferentes segmentos de mercado.**



**El bloque de relaciones con los clientes describe los tipos de relaciones que una empresa establece con un segmento específico de mercado.**

## 5. Fuentes de ingresos

**Las fuentes de ingresos se generan cuando los clientes adquieren las propuestas de valor ofrecidas. El bloque de fuentes de ingreso representa el dinero que la empresa genera de cada segmento de mercado.**

**Si los clientes representan el corazón de un modelo de negocios, las fuentes de ingreso son sus arterias.**

## 6. Recursos clave

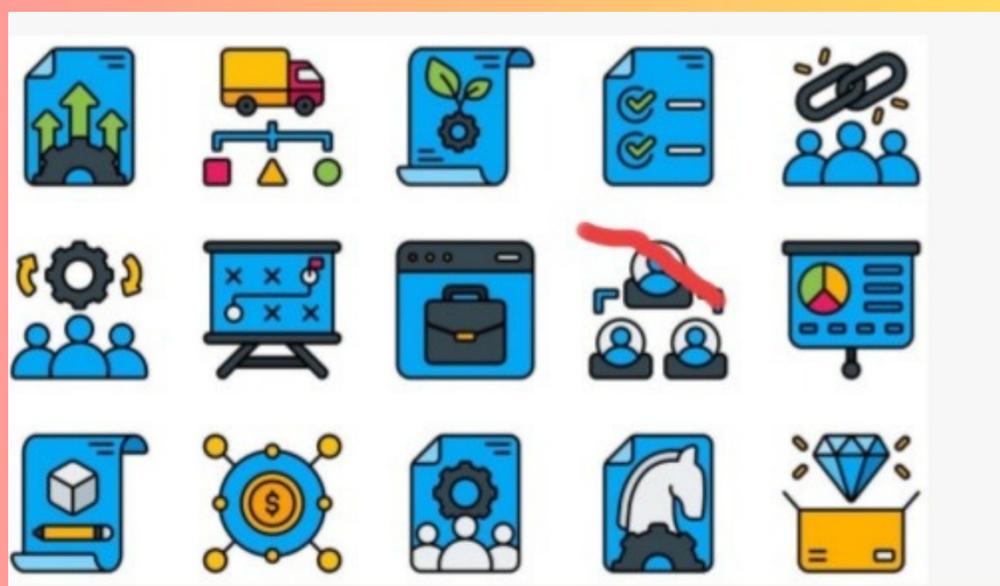
**Los recursos claves describe los más importantes activos requeridos para hacer funcionar el modelo de negocios.**

**Cada negocio requiere recursos claves, estos le permiten a la empresa crear y ofertar una proposición de valor, alcanzar mercados, mantener relaciones con los segmentos de mercado y generar ingresos.**

RECURSO	Descripción
<b>Físicos</b>	Incluye activos como las instalaciones, fabricas, edificios, vehículos, maquinaria, tiendas y red de distribución
<b>Intelectual</b>	Estos recursos son la propiedad intelectual como la marca, conocimientos, patentes, derechos de autor, base de clientes.
<b>Humano</b>	Son los recursos humanos indispensables para que cualquier empresa funcione.
<b>Financiero</b>	Son los recursos como efectivo, línea de crédito, opciones de acciones, inversiones.

## 7. Actividades Clave

**Las Actividades Clave describe las cosas mas importantes que una empresa debe hacer para que un modelo de negocios funcione. Estas son las acciones mas importantes que debe realizar una empresa para operar exitosamente**



## 8. Asociaciones Clave

**Las Asociaciones Clave describe la red de suplidores y socios que hacen que un modelo de negocios funcione**

**Las empresas crean alianzas para optimizar sus modelos de negocios, reducir el riesgo o adquirir recursos.**

**Podemos distinguir 4 tipos diferentes de sociedades:**

- **Alianzas estratégicas: entre empresas no competidoras.**
  - **Competencia: Alianzas estratégicas entre competidores**
- **Asociación de Empresas: para desarrollar nuevos negocios**
  - **Relaciones de comprador-suplidor: para asegurar disponibilidad de materiales**



## 9. Estructura de costos

**Son todos los costos involucrados para operar un modelo de negocios.**

**Estos costos pueden ser calculados relativamente fáciles después de definir los recursos claves, las actividades claves y las sociedades claves.**

### **IMPULSADOS POR LOS COSTOS**

Estos modelos de negocios se enfocan en minimizar los costos donde sea posible. Tiene una estructura de costo tan reducida como sea posible: usando bajos precios, automatización al máximo, subcontratación extensa. Ejemplo: Aerolíneas de bajo costo (Viva aerobús, volaris)

### **IMPULSADOS POR EL VALOR**

Algunas empresas están menos preocupadas por las implicaciones del costo y se enfocan en la creación de valor. Alto valor de primera y alto grado de servicio personalizado. Ejemplo: Hoteles de lujo, Tesla, Apple, American Express.