



Nombre de alumno: Emanuel de Jesús Samayoa Hernández.

Nombre del profesor: Lic. Carlos Morales

Nombre del trabajo: U3T1

Materia: IMNYGEF

Grado: 6to cuatrimestre LAN

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 08 de julio de 2023

Bibliografía consultada:

Morales, Carlos Eduardo.

2023 *Antología de Innovación de Modelos de Negocios y Gestión de Empresas Familiares*, Universidad del Sureste, Campus Comitán de Domínguez, Chiapas, México. Pp. 80-100.

Unidad 3.

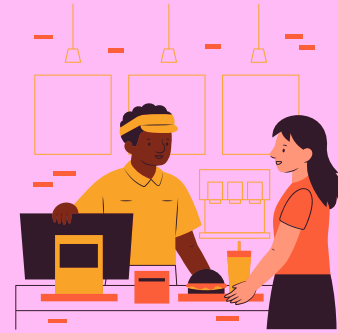
Conceptos Básicos de los Modelos de Negocios



Modelo de Negocios

A grandes rasgos, se trata de un instrumento o herramienta que permite dar solución a una necesidad de mercado de una manera clara y organizada.

1. Debe ser estratégico.
2. Debe dar valor al producto, insertarlo al mercado y ofrecerlo a un segmento.



Elementos que debe tener un modelo de negocios:

- Rentabilidad: Es decir, debe generar una utilidad.
- Escalabilidad: Que sea posible crecer y disponer más sucursales.
- Repetibilidad: Que se estandaricen los procesos de modo que pueda replicarse, no debe ser único.



En resumen, un modelo de negocios debe ser una herramienta bien planificada y organizada para introducir un servicio o producto a un segmento o segmentos del mercado. Debe poder replicarse y ser idéntico en cualquier circunstancia.

MODELO CANVAS

SOCIOS CLAVE

Alianzas que se contemplan para optimizar el modelo de negocios y reducir riesgos.

Fundamentalmente son cuatro:

- Alianza Estrat.
- Competencia
- Con empresas
- Comprador-suplidor.

ACTIVIDADES CLAVE

Operaciones, procesos y logística más importantes para que la empresa tenga éxito.

- Producción
- Plataformas

RECURSOS CLAVE

Son los activos más importantes que se requieren para que el modelo de negocios funcione y sea coherente.

PROPUESTA DE VALOR

Beneficios que el modelo de negocios ofrece al cliente o segmento, esta es una idea que debe ser "Diferente, Única y Característica".

Atribuciones de valor:

- Novedad
- Desempeño
- Personalización
- Marca/Status
- Garantías

RELACIÓN CLIENTES

Interacción y forma de hacerla entre los clientes, el producto y la empresa.

- Transaccional
- Interpersonal

CANALES

Cómo el modelo alcanzará o hará contacto con los segmentos que está considerando

SEGMENTO CLIENTES

Grupos de personas o sectores de la población a los que el modelo de negocios apunta o aspira llegar.

- Mercado masivo
- Nicho de mercado
- Diversificado.
- Mercados multilaterales.

COSTES DE ESTRUCTURA

Son todos los costos involucrados para operar un modelo de negocios, de los cuales se distinguen principalmente dos:

- Impulsado por los costos: Se enfoca en la máxima reducción de costos.
- Impulsado por el valor: Se enfoca en atribuir valor de primera, y un servicio personalizado.

FUENTES DE INGRESO

Actividades que se realizan y que se espera generen ingresos a la empresa y aseguren el modelo de negocios:

- Financiamiento inicial
- Transaccionales (Ingresos por compra)
- Recurrentes (Clientes recurrentes)
- Venta de activos
- Primas por uso o Bróker