



UNIVERSIDAD
DEL SURESTE

Lic. Administración y Estrategias de Negocios

Innovación de modelos de negocios
y gestión de empresas familiares

Profra.: Violeta Mabridis Merida Velázquez

Actividad 2

Miguel Gómez Méndez

06 de Agosto del 2024. Ocosingo, Chiapas

Definiciones de los modelos de negocios

Según los siguientes autores

Amit y Zott

Chesbrough y Rosenbloom

Osterwalder, Pigneur y Tucci

Zimmerer

Betz

Luecke

Hirsch

Un modelo de negocio explica cómo una empresa crea, entrega y captura valor, enfatizando la conexión entre creación de valor y captura de valor.

Un modelo de negocio es una construcción que articula la propuesta de valor, la arquitectura de la cadena de valor y el mecanismo de generación de ingresos.

Un modelo de negocio describe la lógica de cómo una organización crea, entrega y captura valor. Usan el "Business Model Canvas" como herramienta de representación.

Se enfoca en la viabilidad del negocio, abordando cómo la empresa puede ser rentable y sostenible en el tiempo.

Un modelo de negocio es un marco conceptual para describir cómo una empresa logra sus objetivos estratégicos.

Enfatiza la importancia de la innovación en los modelos de negocio, centrándose en cómo las empresas pueden renovar sus modelos de negocio para mantenerse competitivas.

Considera que un modelo de negocio es una forma en que una empresa puede ganar dinero al tener un enfoque en el espíritu empresarial.

Componentes Clave:

Innovación: Cómo la empresa introduce nuevas formas de hacer negocios.

Propuesta de valor: Lo que la empresa ofrece al cliente.

Propuesta de valor: Productos y servicios que crean valor para un segmento específico de clientes.

Segmentos de clientes: Grupos de personas u organizaciones a los que la empresa quiere alcanzar.

Identificación de oportunidades de mercado: Descubrimiento y evaluación de nuevas oportunidades.

Estrategia: Plan a largo plazo para lograr objetivos específicos.

Innovación: Introducción de nuevas ideas, productos o métodos.

Emprendimiento: Acto de iniciar y gestionar un nuevo negocio.

Complementariedades: Cómo diferentes recursos y actividades se refuerzan mutuamente.

Segmentación de mercado: Identificación de grupos de clientes.

Canales: Cómo la empresa se comunica y entrega la propuesta de valor a sus clientes.

Relaciones con clientes: Tipo de relación que la empresa establece con cada segmento de clientes.

Recursos y capacidades: Evaluación de los recursos disponibles y capacidades de la empresa.

Estructura organizativa: Diseño de la organización y su estructura.

Adaptabilidad: Capacidad de cambiar y adaptarse a nuevas condiciones del mercado.

Creación de valor: Proceso de ofrecer productos y servicios que los clientes encuentran valiosos.

Eficiencia: Cómo la empresa optimiza sus operaciones.

Estructura de la cadena de valor: Organización de actividades y recursos necesarios.

Fuentes de ingresos: Cómo la empresa gana dinero con cada segmento de clientes.

Recursos clave: Activos importantes necesarios para hacer funcionar el modelo de negocio.

Estrategias competitivas: Métodos para lograr una ventaja competitiva sostenible.

Procesos operativos: Conjunto de actividades y procedimientos para llevar a cabo las operaciones.

Alineación estratégica: Coherencia entre la estrategia de la empresa y su ejecución.

Obtención de ingresos: Métodos para generar ingresos.

Bloquear la competencia: Estrategias para mantener una ventaja competitiva.

Costos y rentabilidad: Estructura de costos y fuentes de ingresos.

Actividades clave: Las acciones más importantes que una empresa debe llevar a cabo.

Socios clave: Red de proveedores y socios que ayudan a que el modelo de negocio funcione.

Posición competitiva: Posicionamiento en el mercado.

Estructura de costos: Todos los costos incurridos para operar el modelo de negocio.

Estrategia de crecimiento: Planes para expansión y desarrollo.

Características de los modelos de negocio

Sostenibilidad

Capacidad de mantenerse a largo plazo.

Escalabilidad

Capacidad para crecer y expandirse.

Flexibilidad

Capacidad para adaptarse a cambios en el mercado.

Innovación

Capacidad para desarrollar nuevas ideas y soluciones.

Sostenibilidad financiera

Capacidad para generar ingresos y beneficios.

Elementos de los modelos de negocio

Propuesta de valor

La oferta de productos y servicios que una empresa ofrece para resolver un problema o satisfacer una necesidad de los clientes.

Segmentos de clientes

Los diferentes grupos de personas u organizaciones a los que una empresa se dirige.

Canales

Las vías a través de las cuales una empresa entrega su propuesta de valor a los clientes.

Relaciones con clientes

Los tipos de relaciones que una empresa establece con sus segmentos de clientes.

Fuentes de ingresos

La manera en que una empresa genera dinero a partir de cada segmento de clientes.

Recursos clave

Los activos necesarios para ofrecer y entregar la propuesta de valor.

Actividades clave

Las cosas más importantes que una empresa debe hacer para que su modelo de negocio funcione.

Socios clave

La red de proveedores y socios que ayudan a que el modelo de negocio funcione.

Estructura de costos

Todos los costos incurridos para operar un modelo de negocio.

El mercado

Investigación de mercado

Proceso de recopilación, análisis e interpretación de información sobre el mercado.

Componentes:

Métodos de Investigación: Cuantitativos y cualitativos.

Técnicas de Recolección de Datos: Encuestas, entrevistas, grupos focales, observación.

Análisis de Datos: Herramientas estadísticas y técnicas de análisis.

Informes y Presentaciones: Resultados y conclusiones de la investigación.

Tamaño del mercado

La cantidad total de ventas potenciales en un mercado específico.

Componentes:

Volumen de Mercado: La cantidad total de unidades vendidas.

Valor de Mercado: El valor total de las ventas en términos monetarios.

Crecimiento del Mercado: Tasas de crecimiento anuales y tendencias.

Consumo aparente

Estimación del consumo total de un producto en un mercado.

Componentes:

Producción Nacional: Total de productos fabricados localmente.

Importaciones: Total de productos importados.

Exportaciones: Total de productos exportados.

Inventarios: Cambios en los niveles de inventario.

participación de la competencia en el mercado

El porcentaje del mercado controlado por diferentes competidores.

Componentes:

Cuota de Mercado: Participación de cada competidor en el mercado.

Análisis de Competencia: Estrategias, fortalezas y debilidades de los competidores.

Posicionamiento en el Mercado: Comparación del posicionamiento de los competidores.

Estudio del mercado

Evaluación sistemática del mercado para identificar oportunidades y amenazas.

Componentes

Análisis de la Demanda: Estudio de las necesidades y deseos de los consumidores.

Análisis de la Oferta: Evaluación de los productos y servicios disponibles en el mercado.

Análisis PESTEL: Evaluación de factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales.

Análisis SWOT o FODA: Evaluación de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas.

Objetivo del estudio del mercado

Metas específicas que se buscan alcanzar a través del estudio de mercado.

Componentes:

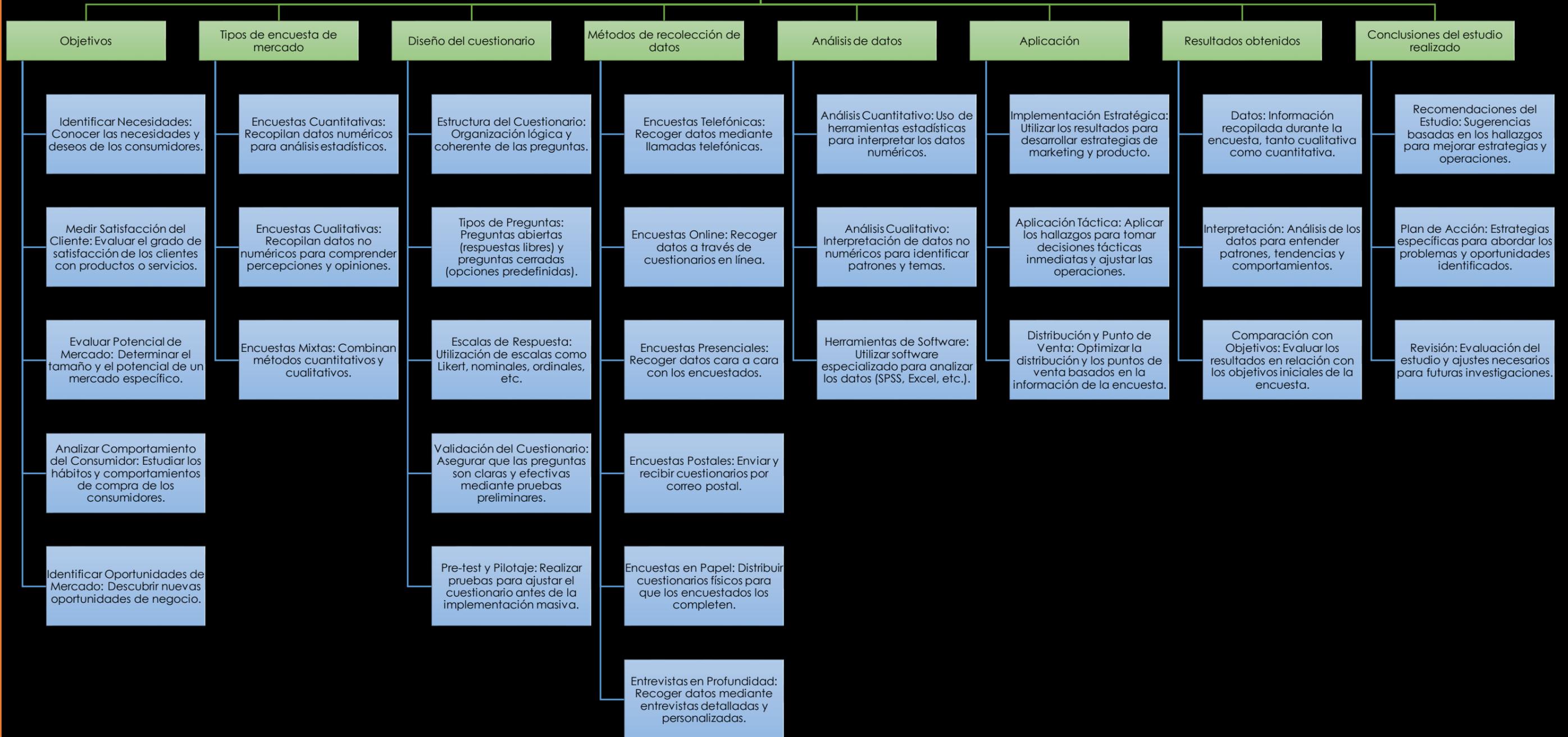
Identificación de Oportunidades de Mercado: Descubrir nuevas oportunidades de negocio.

Evaluación del Potencial de Mercado: Determinar el potencial de ventas en el mercado.

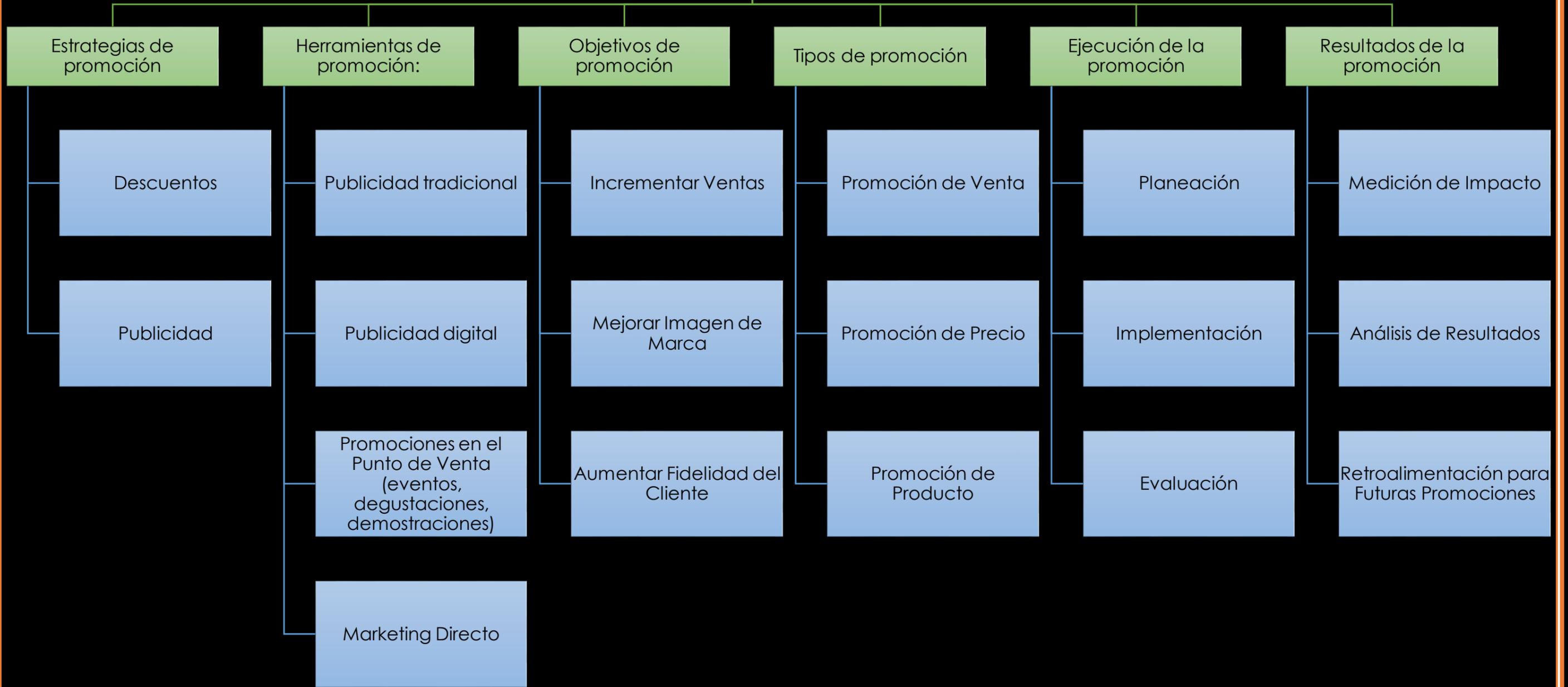
Desarrollo de Estrategias de Marketing: Crear estrategias basadas en los hallazgos del estudio.

Toma de Decisiones Informadas: Proporcionar información para decisiones empresariales estratégicas.

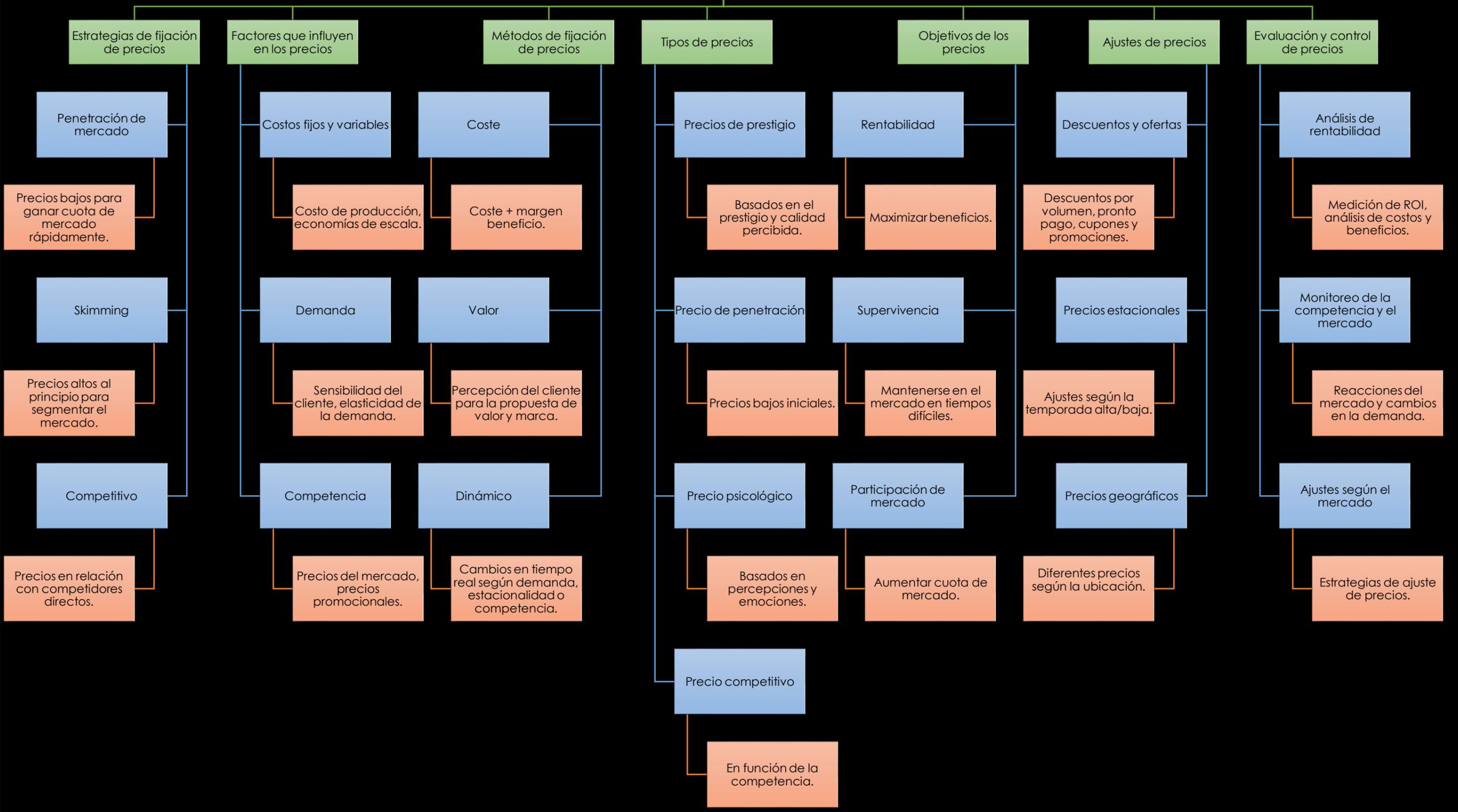
Encuestas de mercado

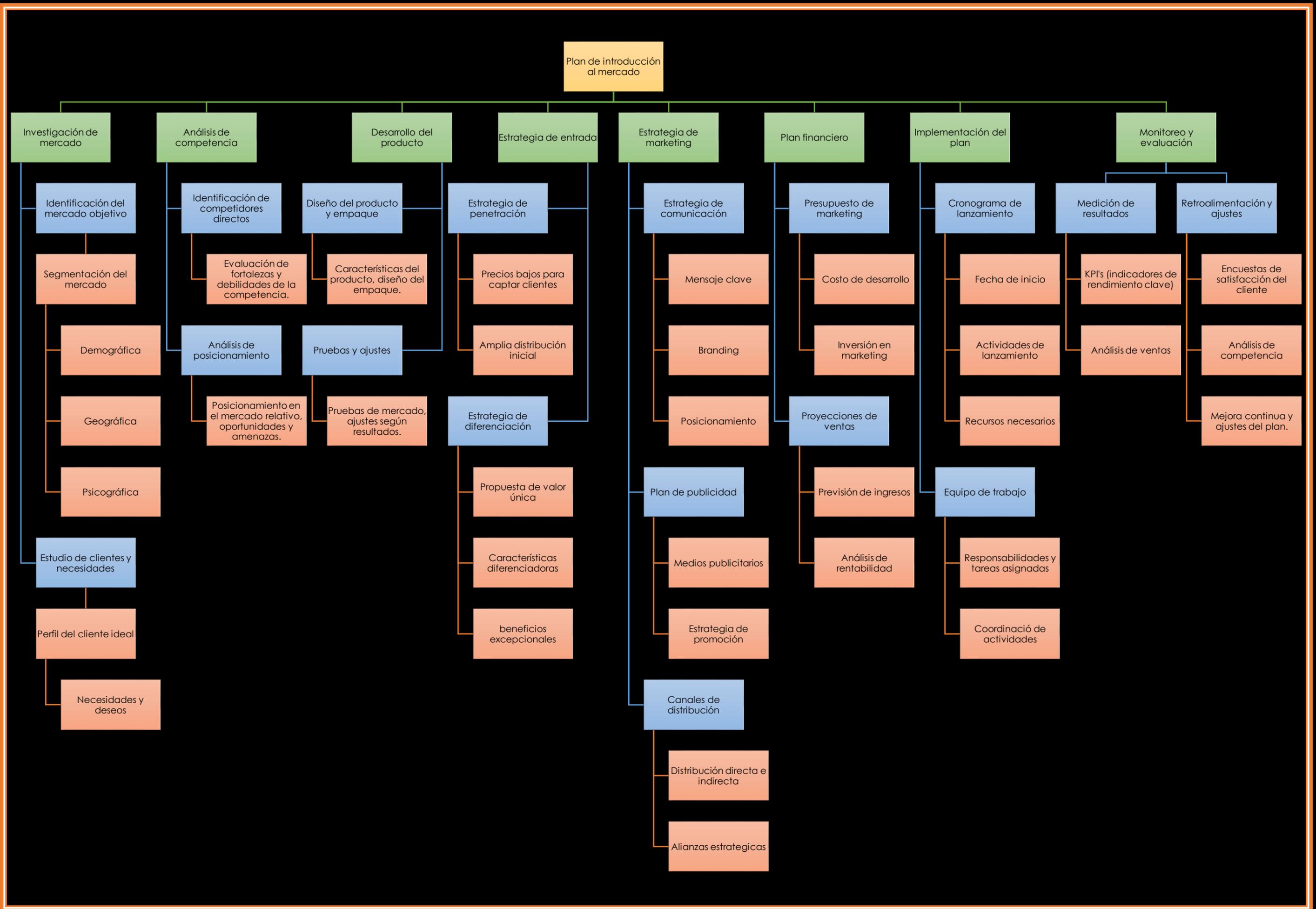


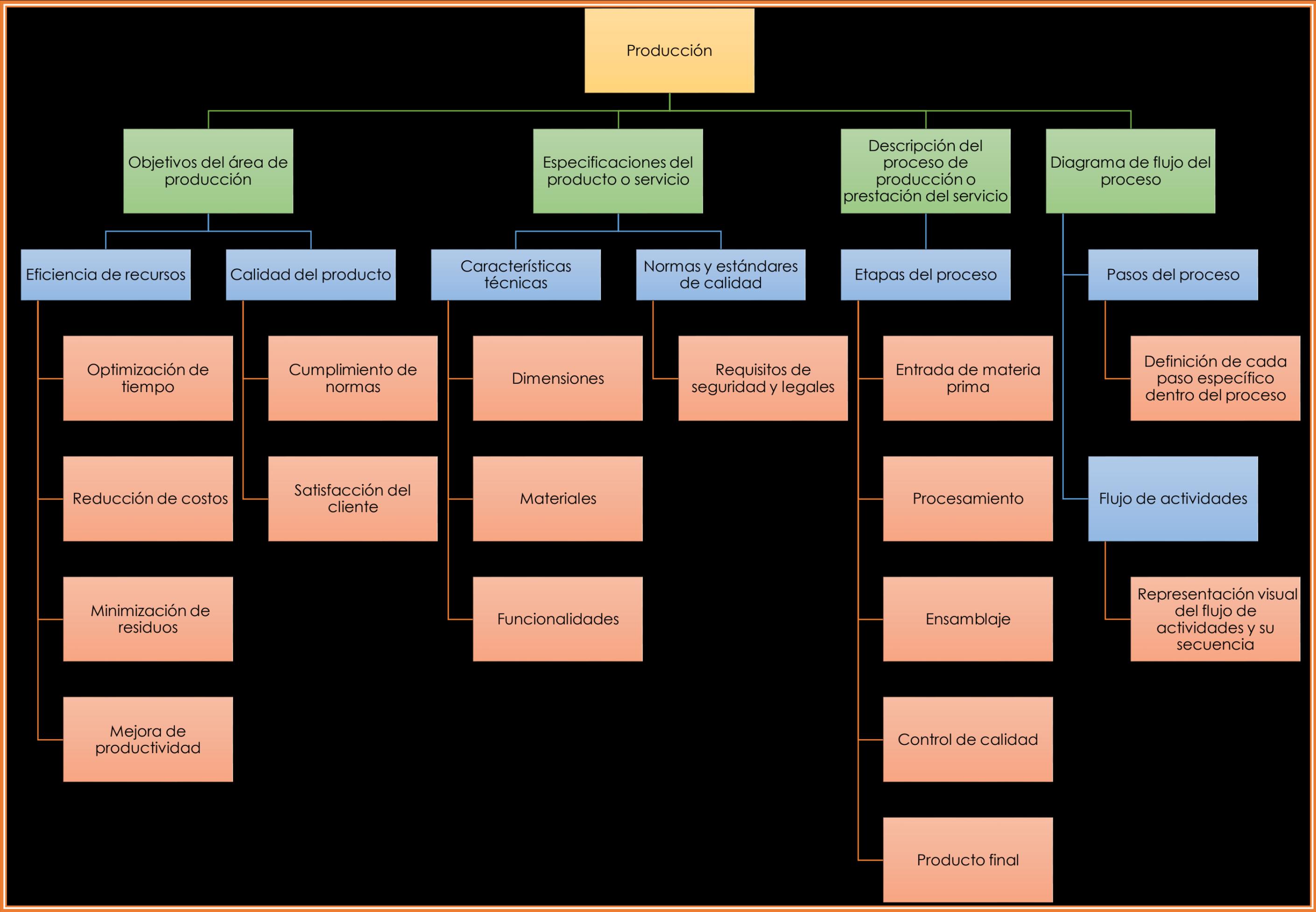
Promoción



Precios







Producción

Objetivos del área de producción

Especificaciones del producto o servicio

Descripción del proceso de producción o prestación del servicio

Diagrama de flujo del proceso

Eficiencia de recursos

Calidad del producto

Características técnicas

Normas y estándares de calidad

Etapas del proceso

Pasos del proceso

Optimización de tiempo

Cumplimiento de normas

Dimensiones

Requisitos de seguridad y legales

Entrada de materia prima

Definición de cada paso específico dentro del proceso

Reducción de costos

Satisfacción del cliente

Materiales

Procesamiento

Flujo de actividades

Minimización de residuos

Funcionalidades

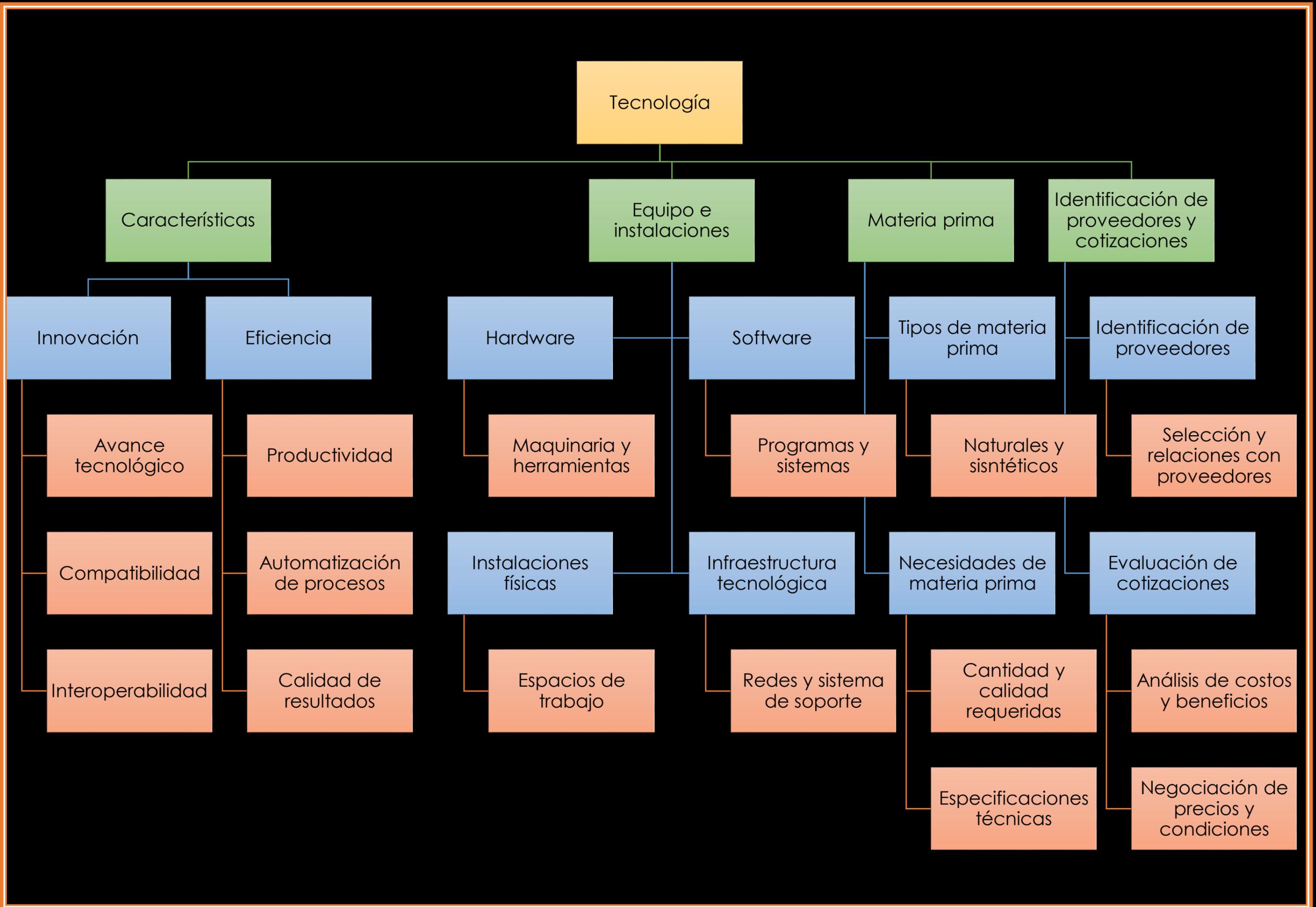
Ensamblaje

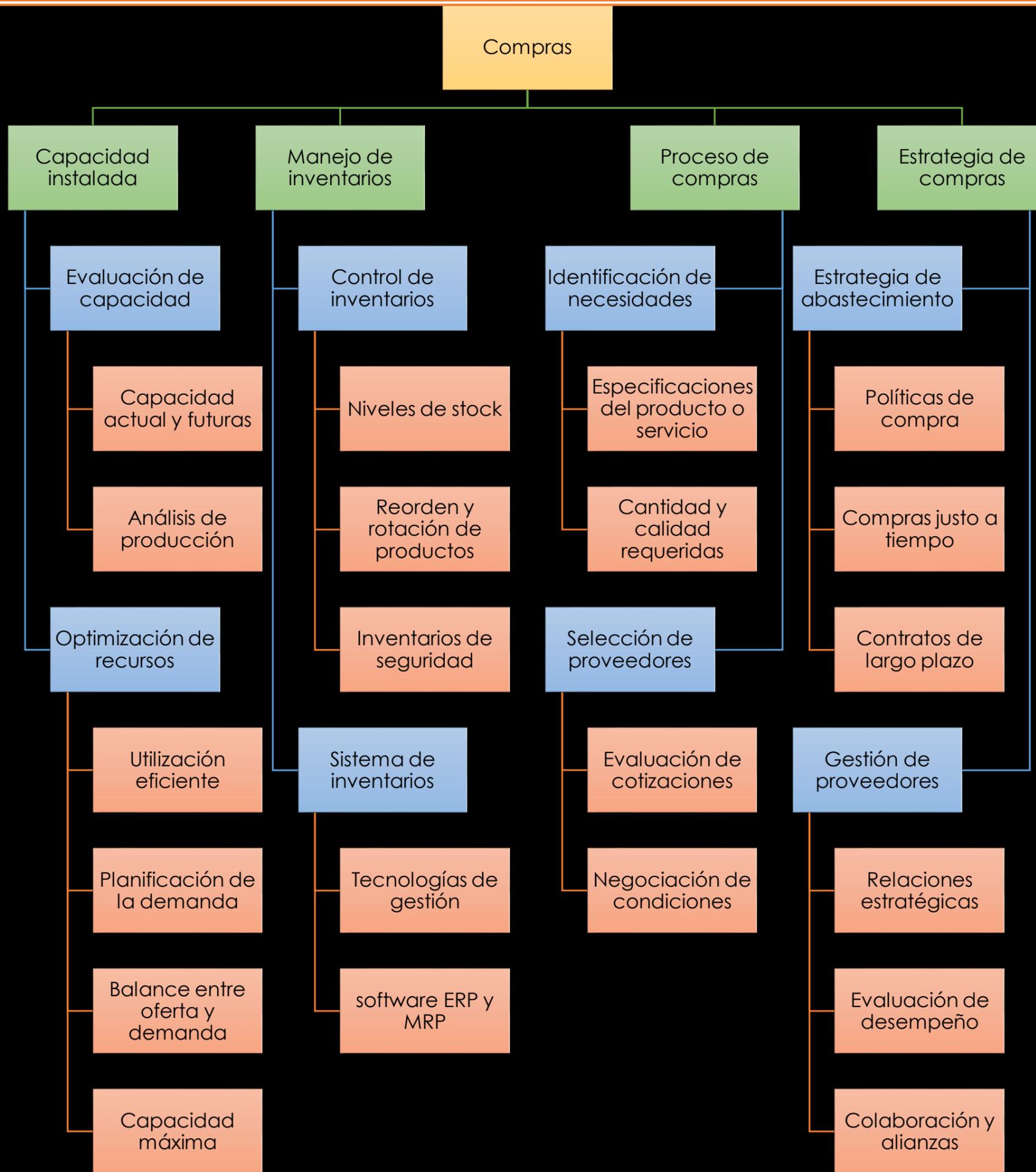
Representación visual del flujo de actividades y su secuencia

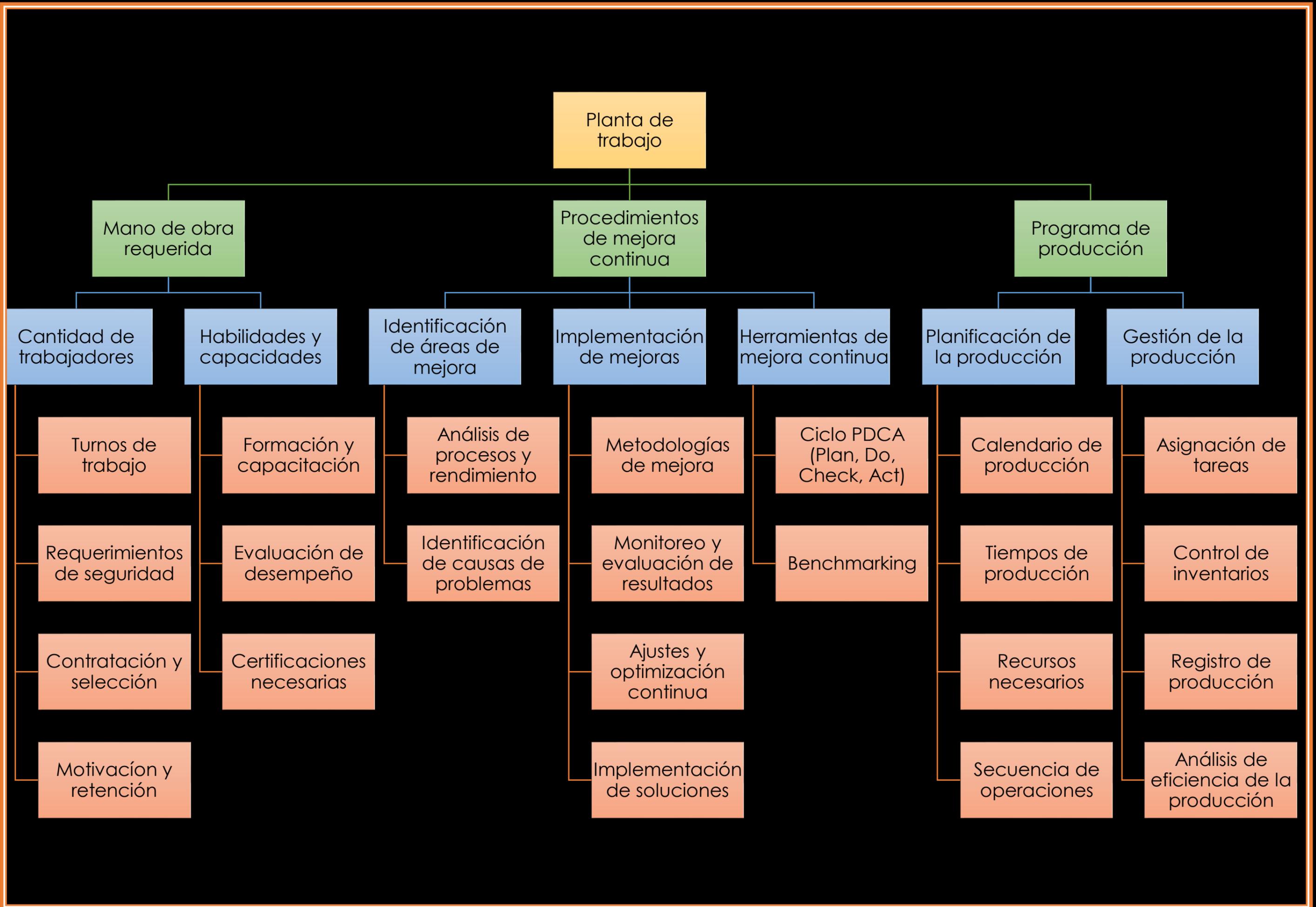
Mejora de productividad

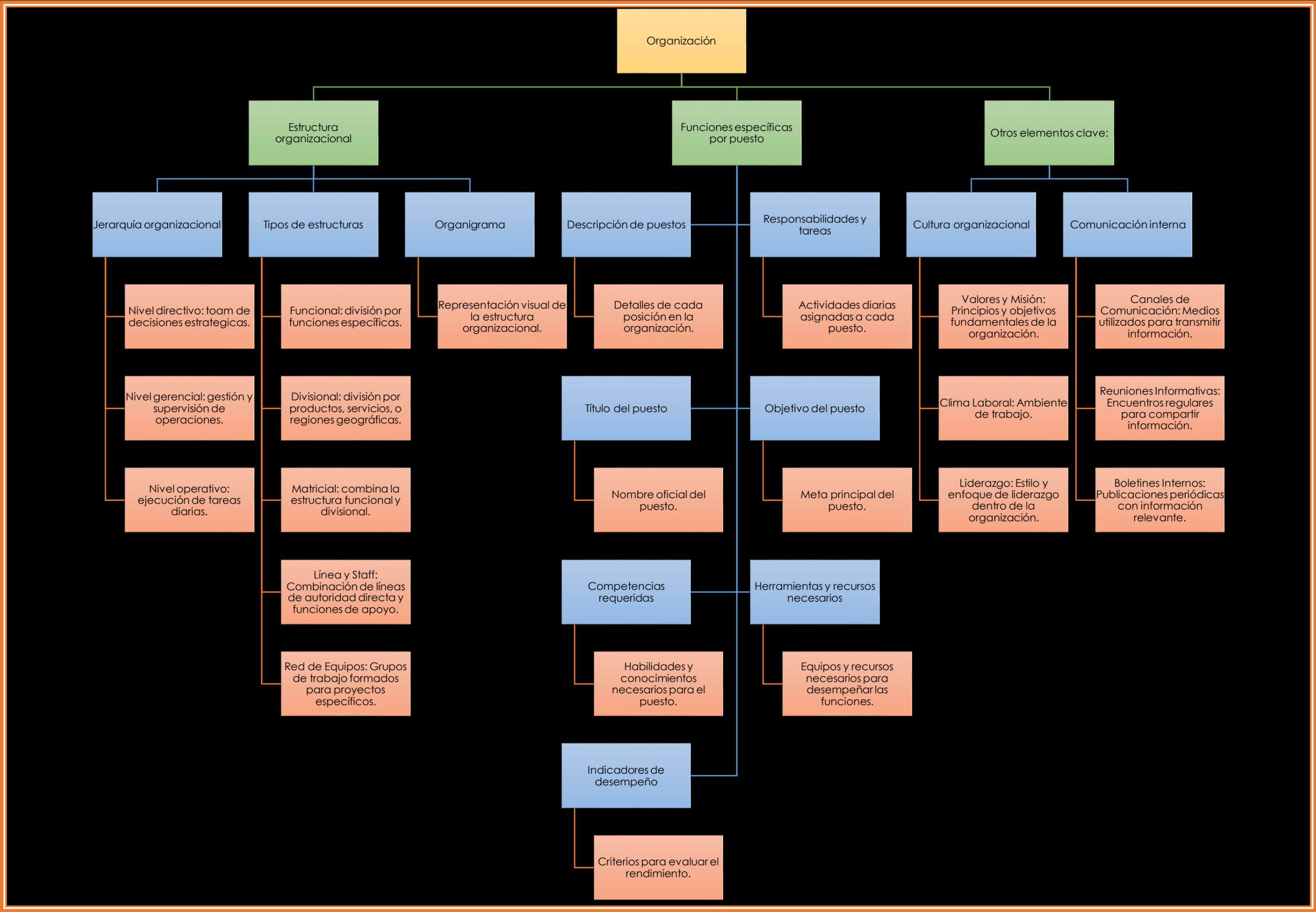
Control de calidad

Producto final









Organización

Estructura organizacional

Funciones específicas por puesto

Otros elementos clave:

Jerarquía organizacional

Tipos de estructuras

Organigrama

Descripción de puestos

Responsabilidades y tareas

Cultura organizacional

Comunicación interna

Nivel directivo: toam de decisiones estrategicas.

Nivel gerencial: gestión y supervisión de operaciones.

Nivel operativo: ejecución de tareas diarias.

Funcional: división por funciones específicas.

Divisional: división por productos, servicios, o regiones geográficas.

Matricial: combina la estructura funcional y divisional.

Línea y Staff: Combinación de líneas de autoridad directa y funciones de apoyo.

Red de Equipos: Grupos de trabajo formados para proyectos específicos.

Representación visual de la estructura organizacional.

Detalles de cada posición en la organización.

Título del puesto

Nombre oficial del puesto.

Competencias requeridas

Habilidades y conocimientos necesarios para el puesto.

Indicadores de desempeño

Criterios para evaluar el rendimiento.

Actividades diarias asignadas a cada puesto.

Objetivo del puesto

Meta principal del puesto.

Herramientas y recursos necesarios

Equipos y recursos necesarios para desempeñar las funciones.

Valores y Misión: Principios y objetivos fundamentales de la organización.

Clima Laboral: Ambiente de trabajo.

Liderazgo: Estilo y enfoque de liderazgo dentro de la organización.

Canales de Comunicación: Medios utilizados para transmitir información.

Reuniones Informativas: Encuentros regulares para compartir información.

Boletines Internos: Publicaciones periódicas con información relevante.

Captación de personal

Definición del perfil del puesto

Requisitos del puesto

- Educación: nivel educativo requerido.
- Experiencia: experiencia laboral necesaria.
- Conocimientos: conocimientos específicos necesarios.
- Certificaciones necesarias: certificaciones requeridas para el puesto.

Competencias necesarias

- Habilidades técnicas: habilidades específicas del puesto.
- Habilidades interpersonales: competencias sociales y de comunicación.

Reclutamiento (fuentes)

Internas

- Promociones internas: ascenso de empleados actuales.
- Referencias de empleados: recomendaciones de empleados actuales.
- Programas de becarios y prácticas: contratación de estudiantes y recién graduados.
- Ascensos y transferencias: movimientos horizontales y verticales dentro de la organización.

Externas

- Anuncios en medios: publicación de ofertas en medios tradicionales y digitales.
- Redes sociales: utilización de plataformas sociales para anunciar vacantes.
- Portales de empleo: publicación de vacantes en sitios web de empleo.
- Ferías de empleo: participación en eventos de reclutamiento.
- Universidades y escuelas: colaboración con instituciones educativas.
- Agencias de reclutamiento: utilización de servicios externos de reclutamiento.

Proceso de selección

Recepción de solicitudes

- Preselección de CVs: filtrado inicial de currículums.
- Verificación de referencias: comprobación de antecedentes y referencias.

Evaluación de candidatos

- Entrevistas iniciales: primeras entrevistas con candidatos.
- Pruebas psicométricas y técnicas: evaluaciones para medir habilidades y aptitudes.
- Dinámicas grupales: actividades grupales para evaluar competencias sociales.
- Centros de evaluación: evaluaciones completas y detalladas de candidatos.
- Evaluación final: decisión final sobre los candidatos seleccionados.

Integración y onboarding

Inducción

- Presentación a la empresa: introducción a la organización y sus valores.
- Políticas y procedimientos: explicación de normas y políticas internas.
- Asignación de mentores: designación de guías para nuevos empleados.

Capacitación

- Programas de formación: cursos y talleres de capacitación.
- Entrenamiento en el puesto de trabajo: capacitación específica en el lugar de trabajo.
- Seguimiento y evaluación inicial: monitoreo y evaluación del desempeño durante el periodo de prueba.

Desarrollo del personal

Plan de carrera

- Promociones y ascensos: oportunidades de crecimiento dentro de la organización.
- Formación continua: cursos y programas de desarrollo continuo.
- Rotación por diferentes áreas: experiencia en diversas áreas de la empresa.

Evaluaciones de desempeño

- Feedback continuo: retroalimentación regular para el desarrollo del empleado.
- Planes de desarrollo: identificación de áreas de mejora y establecimiento de metas.
- Coaching y Mentoring: apoyo y guía para el crecimiento profesional.

Tipos de contratos y tramites sindicales

Contratos laborales

- Contrato indefinido: contrato a largo plazo sin fecha de finalización.
- Contrato temporal: contrato por un periodo específico.
- Contrato por proyecto: contrato para la duración de un proyecto específico.
- Contrato parcial: contrato con horas de trabajo reducidas.

Trámites sindicales

- Negociación colectiva: procesos de negociación entre empleadores y sindicatos.
- Acuerdos y convenios: establecimiento de acuerdos laborales formales.
- Manejo de conflictos: resolución de disputas y conflictos laborales.

Bibliografía

<https://www.matizyasociados.com/conceptos-modelos-de-negocio/>

<https://www.aiagasesores.com/post/modelo-de-negocio>

<https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>

<https://www.euroinnova.com/blog/que-es-el-mercado>

<https://www.questionpro.com/es/encuesta-de-mercado.html#:~:text=Las%20encuestas%20de%20mercado%20son,en%20el%20que%20te%20desempe%C3%B1as.>

<https://advertising.amazon.com/es-mx/library/guides/product-promotion>

<https://clickbalance.com/blog/la-estrategia-de-promocion-como-herramienta-de-marketing/>

<https://economipedia.com/definiciones/precio.html>

<https://blog.wearedrew.co/direccion/como-crear-una-estrategia-de-introduccion-de-mercado-guia-2022>

<https://www.usap.edu/blog/que-es-la-administracion-en-produccion/#:~:text=La%20administraci%C3%B3n%20de%20la%20producci%C3%B3n%20se%20encarga%20de%20la%20gesti%C3%B3n,que%20producen%20bienes%20y%20servicios.>

<https://www.eumed.net/ce/2015/1/tecnologia.html>

<https://www.dimensiona.com/es/tecnologias-aplicadas-a-la-productividad/>

<https://www.wearedrew.co/compras3>

<https://www.gestiopolis.com/distribucion-planta-area-trabajo/>

<https://concepto.de/organizacion/>

<https://economipedia.com/definiciones/organizacion.html>

<https://economipedia.com/definiciones/captacion-recursos-humanos.html>

<https://www.sesamehr.pe/guias/seleccion-personal-captacion-talento-guia/>