



**Mi Universidad**

## **Infografía**

*Nombre del Alumno: LEONARDO DANIEL CALZADA CARDENAS*

*Nombre del tema: Modelo de negocio, Características del modelo de negocio, Elementos de los modelos de negocio*

*Nombre de la Materia: Taller del emprendedor*

*Nombre del profesor: LIC. JOSE LUIS LOPEZ*

*Nombre de la Licenciatura: Lic. Enfermería*

*Cuatrimestre: 9°*

Un modelo de negocio (también conocido como diseño de negocios) describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social.



-Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).  
- Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).

MODELO DE NEGOCIOS

Canvas de Modelo de Negocio



- Seleccionar a sus clientes.
  - Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
  - Crear valor para sus clientes.
  - Conseguir y conservar a los clientes
- Salir al mercado (estrategia/canales/logística/distribución).

**Lienzo de modelo de negocio, Business Canva**

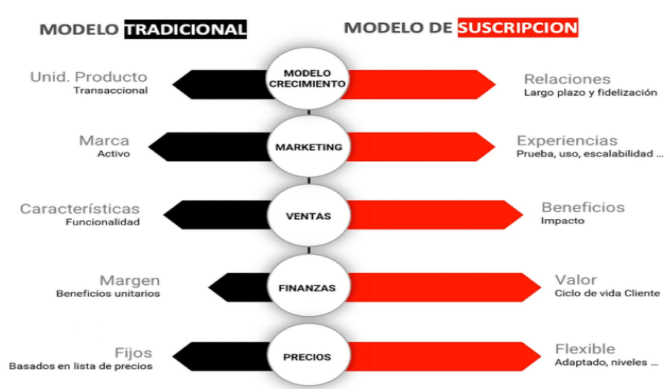


Guía las operaciones de una compañía al prever el curso futuro de la empresa y ayuda a planear una estrategia para el éxito.

- Atrae a líderes e inversionistas.
- Obliga a los emprendedores a "aterrizar" sus ideas en la realidad.

Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo. □ Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente.  
□ Asegurar un modelo de ingreso adecuado, que satisfaga a todos sus clientes internos y externos.

## Comparación modelos de negocio



Tal como hemos señalado, un 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.

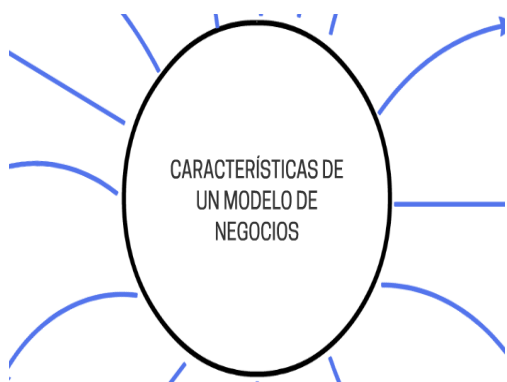
### herramienta para testear y validar modelos de negocio



Diseñado por: marketingyfinanzas.net

**Bajos costos** Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias. Por tanto, para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia.

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 (el uso óptimo y eficiente de recursos es clave para competir,

**Innovación y diferenciación** La empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor, es decir, en todas sus actividades y costos en el proceso de producción, desde la adquisición y manejo de materias primas.

## CARACTERÍSTICAS CLAVE DE UN MODELO DE NEGOCIO POR SUSCRIPCIÓN

|  |  |   |
|--|--|---|
| <p><b>01 CAPTACIÓN DE CLIENTES</b></p> <p>En el modelo de negocio de membresía o suscripción, debemos centrarnos en la captación de nuevos clientes, que compensen los clientes que abandonan, <i>Churn Rate</i>, y que hagan crecer el negocio.</p> | <p><b>02 RENTABILIDAD</b></p> <p>El modelo se basa en conseguir un buen valor en el ciclo de vida del suscriptor, y según pasen los meses o los años, la rentabilidad se transforme en positiva.</p>   | <p><b>03 FIDELIZACIÓN</b></p> <p>Hay que alargar el tiempo medio de suscripción, esto tendrá importantes consecuencias en la cuenta de resultados aumentando de manera significativa la rentabilidad de todo el negocio.</p>                    |
| <p><b>04 AUMENTO DEL TICKET MEDIO</b></p> <p>Aumento del ticket medio de cada suscriptor con estrategias de <i>UPSELLING</i>, llevando a los clientes a modelos o paquetes de suscripción complementarios o más elevados en precio.</p>              | <p><b>05 VENTA CRUZADA</b></p> <p>Para mejorar todavía más la rentabilidad por suscriptor serán importantes las compañías de venta de productos de terceros relacionados, que nos permitirá seguir ofreciendo valor al cliente y además aumentar las ventas.</p> | <p><b>06 COMUNIDAD</b></p> <p>El objetivo es transformar clientes, suscriptores en miembros de nuestra comunidad, que den testimonio de su experiencia y nos ayuden a atraer nuevos clientes.</p>   |
|  |  | <p><b>07 MEJORA CONTINUA</b></p> <p>Nos permite evolucionar y adaptar nuestro producto o servicio a las necesidades de los clientes y por otro, con la experiencia del funcionamiento continuo, mejorar la rentabilidad global del sistema.</p> |

**Propuesta de valor:** ésta se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor, el producto que resuelve ese problema y el valor de ese producto desde la perspectiva del consumidor.



**Segmento de mercado:** es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto, reconociendo que los distintos segmentos del mercado tienen diferentes necesidades.

Los tres elementos de un modelo de negocios



**Elementos de Salida**



**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.

**ELEMENTOS DE LOS MODELOS DE NEGOCIO**

**Generación de ingresos y ganancias:** forma en que se generan los ingresos (mediante ventas, arrendamientos, suscripciones, etc.), 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.

**Estrategia competitiva:** manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible, por ejemplo, a partir de los costos, diferenciación o eficiencia de operaciones.

## BIBLIOGRAFÍAS

- Fernando Trias de Bes. (2007). El libro negro del emprendedor: no digas que nunca te lo advirtieron. Gestión del conocimiento.: Empresa activa.
- Eric Ries. (2011). El método Lean Startup. ISBN:9788423409495: Deusto.
- Alcazar Rodríguez I. (2004). El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. Mc Graw hill
- Alexander Osterwalder y Yves Pigneur. (2010). Tu modelo de negocio.. sf: Deusto.
- Rodríguez I. (2000). Planeación, organización y dirección de la pequeña empresa. Mc Graw hill
- Kotler, p., & armstrong, g. (2003). Fundamentos de marketing. México: pearson.
- REYES Ponce, A. (2008). Administración de empresas. Teoría y práctica. México: Limusa.