UDS

Mi Universidad

**INFOGRAFIA**

*Nombre del Alumno:* Andri Guadalupe Pérez Aguilar

*Nombre del tema:* 2.3 modelo de negocio, 2.4 características del modelo de negocio, 2.5 elementos de los modelos de negocio

*Parcial:* 9°A

*Nombre de la Materia:* Taller Del Emprendedor

*Nombre del profesor:* José Luis López Santis

*Nombre de la Licenciatura:* Enfermería

*Cuatrimestre:* Ejecutivo

# Modelo De Negocio

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.

## Planeación Estratégica que facilita el desarrollo del Modelo

- Análisis FODA

(Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

- Análisis técnico–operativo.

- Análisis de la industria y del mercado

(incluso la competencia).

- Análisis financiero.

- Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.

## Modelos De Negocio Comprenden los Aspectos

- 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).
- Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo.
- Asegurar un modelo de ingreso adecuado, que satisfaga a todos sus clientes internos y externos.

## Definición

El término modelo de negocio es un concepto relativamente nuevo como tal, aunque su utilización ha existido y ha sido recomendada desde hace varias décadas.

un modelo de negocio es una abstracción (concepto gráfico) de un negocio, identifica la manera en que genera beneficios económicos. “Un modelo de negocio es una herramienta conceptual que contiene un conjunto de elementos y sus relaciones, y que nos permite expresar la lógica de negocios de una empresa específica.

## Un modelo de negocio tiene tres funciones esenciales

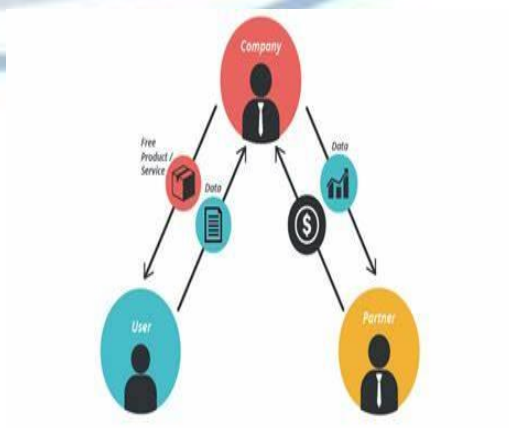
- Guía las operaciones de una compañía al prever el curso futuro de la empresa y ayuda a planear una estrategia para el éxito.
- Atrae a líderes e inversionistas.
- Obliga a los emprendedores a “aterrizar” sus ideas en la realidad.

# Características de los modelos de negocios

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.

El objetivo de un modelo de negocio es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias.

Para que un modelo de negocio resulte atractivo y proporcione ganancias, debe poner especial atención




## 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.

*Algunas medidas que se pueden tomar para mantener los costos lo más bajo posible son:*

- ser el número uno en el área o sector.
- Teniendo un muy buen control.
- Esquema administrativo modesto
- materias primas superiores y tecnología con alto control de calidad.

## 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, el procesamiento y el resultado final o producto terminado.

La diferenciación o innovación debe ser de valor para el comprador, y 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.

La producción local, por una cuestión lógica de reducción de costos, y para una mayor adaptabilidad del producto a las características y necesidades locales, además, no sólo debe centrarse en el consumidor o en el producto, sino que debe observar toda la arquitectura del sistema que crea valor social y económico.

# 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 que componen a un modelo de negocio

**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.

**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.

**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.

## Elementos esenciales en el modelo de negocio

**Segmento del mercado:** los consumidores constituyen el elemento primordial de cualquier modelo de negocio, sin ellos la compañía sería incapaz de sobrevivir mucho tiempo.

**Propuesta de valor:** es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás.

**Canales de distribución:** es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores.

**Relación con los consumidores:** la empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan.

**Flujos de efectivo:** es imprescindible que la empresa se cuestione hasta qué precio estaría dispuesto a pagar por su producto un consumidor del segmento de mercado.

**Socios clave:** red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocio.

**Estructura de costos:** incluye todos los costos en que se incurre, tanto para poner en marcha el modelo de negocio, como para crear y entregar el valor ofertado en la propuesta.

# *Bibliografía*

Libro de UDS: plataformafile:///C:/Users/DELL/OneDrive/Escritorio/Taller%20del%20emprendedor.pdf

- 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