



**Mi Universidad**

**SUPERNOTA**

*Nombre del Alumno: Maribel Hernandez Méndez*

*Nombre del tema: modelo de negocio, características del modelo de negocio y elementos de los modelos de negocio.*

*Parcial: 9A*

*Nombre de la Materia: Taller del Emprendedor*

*Nombre del profesor: Jose Luis Lopez*

*Nombre de la Licenciatura: Enfermería*

# 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.

## ELEMENTOS ESENCIALES DE UNA COMPAÑÍA

- Propósito de la misma
- Estrategias
- Infraestructura
- Bienes que ofrece
- Estructura organizacional
- Operaciones
- Políticas
- Relación con los clientes
- Esquemas de financiamiento
- Obtención de recursos,



## MODELOS

### ANÁLISIS FODA



es un marco para identificar y analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una organización, que es lo que constituye el acrónimo FODA.

El objetivo principal del análisis FODA es ayudar a las organizaciones a aumentar la conciencia de los factores que intervienen en la toma de decisiones comerciales, logra esto analizando los factores internos y externos que pueden afectar la viabilidad de una decisión.

### ANÁLISIS TÉCNICO-OPERATIVO.

Se centra en los movimientos de precios y volúmenes de negociación para predecir futuros movimientos del mercado.



### ANÁLISIS FINANCIERO.

El análisis financiero es el estudio e interpretación de la información contable de una empresa, persona u organización con el fin de conocer su situación actual y poder proyectar su comportamiento financiero futuro



### ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA Y DEL MERCADO



Es esencial para definir los próximos pasos que dará la empresa de una manera inteligente y estratégica, así como establecer si un proyecto es viable y rentable.

### ANÁLISIS ORGANIZACIONAL Y DE GESTIÓN DEL RECURSO HUMANO.



Es el análisis que se encarga de observar a las personas e implementar procesos analíticos del capital humano dentro de la organización con el fin de mejorar la retención y el rendimiento de los empleados.

# 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 en los siguientes puntos:

## 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
- 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.

Formas de establecer diferenciación en la cadena de valor incluyen :

- trato al cliente
- tiempo de entrega
- garantía
- calidad y servicio



Las empresas deben lograr una combinación de mejor uso de recursos y más ideas de valor; esta mezcla puede eliminar la competencia, al tiempo que favorece incluso la disposición del cliente para pagar más por adquirir el producto



# ELEMENTOS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS



## 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. La determinación de estos componentes permite utilizar las redes para hacer llegar mayor valor al consumidor.



## 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

Según Osterwalder y Pigneur (2009), existen nueve elementos esenciales en el modelo de negocio, y éstos cubren las principales áreas del 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.

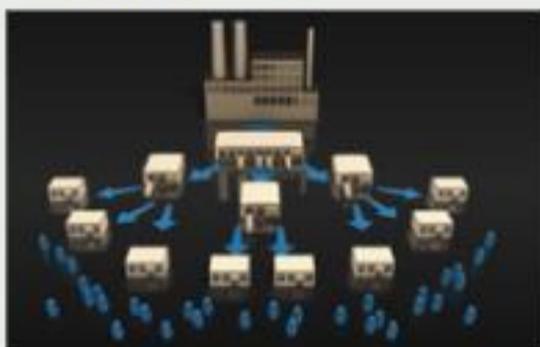


## RELACIÓN CON LOS CONSUMIDORES:

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

## FLUJOS DE EFECTIVO

es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores.



## RECURSOS CLAVE

Permiten a la empresa crear y ofrecer la propuesta de valor, mantener relación con los segmentos del mercado y, por supuesto, obtener ganancias;



## ACTIVIDADES CLAVE

describe las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio, pueden relacionarse con la producción, la prevención y solución de problemas o el desarrollo de sistemas de soporte a la logística de operación.



## 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, así como mantener las relaciones con el consumidor, y generar ingresos.



**BIBLIOGRAFIAS:**

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/07d2de51bc72215f6edf47cd23bae962.pdf>

<https://asana.com/es/resources/swot-analysis>

<https://economipedia.com/definiciones/analisis-financiero.html>

<https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-de-recursos-humanos/>