



Mi Universidad

INFOGRAFIA

Nombre del Alumno: Leydy Beatriz León Jiménez

Nombre del tema: Unidad 2 (2.3,2.4,2.5)

Nombre de la Materia: Taller del Emprendedor

Nombre del profesor: Lic. José Luis López Santis

Nombre de la Licenciatura: Enfermería

Cuatrimestre: 9°A Ejecutivo

MODELO DE NEGOCIO

Describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social.



El emprendedor puede auxiliarse de la planeación estratégica como una buena herramienta

ANÁLISIS FODA



Análisis técnico operativo



Análisis de mercado y competencias



Análisis organizacional y de gestión del recurso humano



Análisis financiero.



Aspectos de los modelos de negocio

1 Selección de Clientes



2 Segmentar sus ofertas de producto/servicio.

3

Salir al mercado



el modelo de negocio que se seleccione no es definitivo, sino que debe evolucionar ante el entorno cambiante, lo que generará variaciones en el futuro de los modelos generados en el presente.



Tres Funciones Esenciales

Zimmerer (2005)

Atrae a líderes e inversionistas.

1



2



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

3



“Un modelo de negocio describe la base para saber cómo una organización crea, entrega y captura valor”. (Alexander Osterwalder, 2009).

Obliga a los emprendedores a “aterrizar” sus ideas en la realidad.





2.4 CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS



El objetivo de un modelo de negocio es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias. Los modelos de negocio con más éxito cuentan con una especie de “secreto” que los diferencia de otros.



Para que un modelo de negocio resulte atractivo y proporcione ganancias, debe poner especial atención en los siguientes puntos:

1 Bajos costos



El consumidor concibe como mayor valor el hecho de que el costo se disminuya, y esto se puede dar mediante diferentes medidas: aumento de la confiabilidad del producto, que éste sea de más fácil uso, aumento de la garantía y entrega rápida, entre otras



Innovación y diferenciación

2



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

Por otra parte, las empresas que desean tener éxito y permanecer en un mercado de alta competitividad como el que se vive hoy en día, deben confrontar varios retos por lo que deben plantearse modelos de negocio que tengan en cuenta:



- El uso de tecnologías apropiadas
- Basar el modelo en la eficiencia en el uso de recursos como el capital y el trabajo.
- La producción local, por una cuestión lógica de reducción de costos, y para una
- mayor adaptabilidad del producto a las características y necesidades locales





2.5 Elementos de los Modelos de Negocios

proporciona información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado, de los recursos necesarios



Los principales elementos que componen a un modelo de negocio, según Chesbrough y Rosenbloom

Propuesta de valor



Es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás

Segmento de mercado



La compañía debe decidir a qué segmento de mercado le interesa llegar

Estructura de la cadena de valor



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, el costo de la estructura y los márgenes de ganancia.

competencia



Identificación de competidores, compañías complementarias, proveedores y consumidores

Estrategia competitiva



manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible

Referencias Bibliográfica

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LEN/c35799364accd8c09bfa9e29f2c84c99-LC-LEN904%20TALLER%20DEL%20EMPRENDEDOR.pdf>