



*Nombre del Alumno: Juan Antonio Espinosa Hernández*

*Nombre del tema: super nota*

*Parcial: 3*

*Nombre de la Materia: INNOVACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIOS Y  
GESTIÓN DE EMPRESAS FAMILIARES*

*Nombre del profesor: **salomón Vázquez guillen***

*Nombre de la Licenciatura: administración y estrategias de negocios*

*Cuatrimestre: **6***

# LA ESTRATEGIA VISTA A TRAVÉS DE UN MODELO DE NEGOCIO

## Proceso de control y compromisos

Es la instancia de retroalimentación y permite respondernos a la pregunta ¿Cuánto desviados estamos de nuestra ruta trazada?



## Proceso de compensación

Necesariamente cualquier instancia de transformación de las organizaciones requiere hacerse cargo de las motivaciones de las personas pagamos sin establecer diferencia significativa por los resultados. El pago no tiene en cuenta los aportes ni la calidad pagamos esencialmente por la permanencia en la empresa.

Proceso de compensación	
Del negocio	Del equipo
Del proceso	Del individuo





Es compensación (como en muchos campos organizacionales) se busca hacer mejor las cosas (mas salario variable, mejor valoración de cargo etc.) pero solamente con un nuevo entendimiento producto de la revisión de los paradigmas y la generación de una visión transformadora lograremos solucionar lo que nos impide llegar a la situación deseada haciendo las cosas adecuadas.

### Evaluación de modelos de negocios

Para evaluar si un modelo de negocios es efectivo o no , se necesita la consideración de algunos conceptos como son:

#### **Alineación con los objetivos:**

normalmente las empresas con animo de lucro tiene como objetivo la creación y la captura de valor. Por otro lado hay empresas donde los objetivos no giran en entorno al concepto de creación de valor, si no que están direccionados con la mejora y el compromiso con el medio ambiente, como por ejemplo Greenpeace



### Robustez

Según lo vulnerable que sea un modelo de negocio en cuanto a la imitación o remplazo será mas o menos robusto. Un modelo será menos robusto cuando no responda con efectividad alas amenazas.

Para poder llevar a cabo la evolución del modelo de negocio, se establecen una secuencia de preguntas enfocadas a los 9 bloques de Osterwalder:

**Segmentos de clientes:**

¿siguen siendo estos nuestros segmentos de clientes?

¿tenemos algún nuevo segmento?

¿Cuál ha sido nuestro mejor segmento?  
¿por qué?

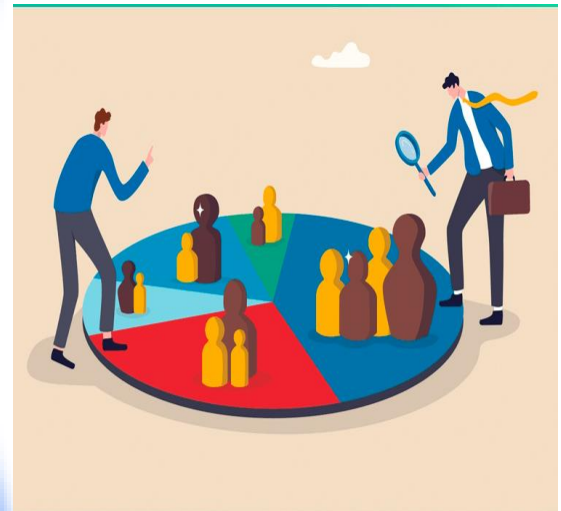
**Propuesta de valor:**

¿tenemos la misma propuesta de valor?

¿hemos agregado nuevos atributos?  
¿característica?

¿servicio?

¿ya tenemos identificado ese que nos hace diferente a la competencia?



**Costos:**

¿si hemos incurrido en todos los costos listados?

¿Qué costos nuevos aparecieron en el modelo de negocio este año?

¿mis costos son inferiores a los ingresos?

**Canales:**

¿estamos utilizando todos los canales?

¿Cuál ha tenido mejor resultado? ¿Cuáles?

**Relacionamiento de clientes:**

¿han sido efectivas nuestras estrategias de adquisición de clientes, retención o crecimiento?

¿debemos ser más cercanos a los clientes? O ¿nuestro cliente está recomendando nuestro servicio/producto?

¿Qué hace que lo haga?

