

Temario

Unidad 2

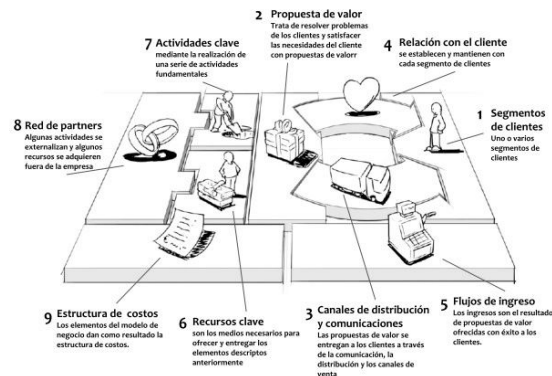
- a) Modelo de negocio**
- b) Competidores**
- c) Modelo de negocio digital**

Unidad 2

Modelo de negocio

Un modelo de negocio es una herramienta previa al plan de negocio que te permitirá definir con claridad qué vas a ofrecer al mercado, cómo lo vas a hacer, a quién se lo vas a vender, cómo se lo vas a vender y de qué forma vas a generar ingresos. Es una herramienta de análisis que te permitirá saber quién eres, cómo lo haces, a qué coste, con qué medios y qué fuentes de ingresos vas a tener. Definir tu modelo de negocio es saber cuál es tu ADN, cómo está hecho, cómo se puede modificar, cómo pulir, cómo cambiar, cómo moldear...

Un modelo ampliamente distribuido en el ecosistema es el Business Model Canvas, que fue diseñado por **Alexander Osterwalder** con ayuda de Yves Pigneur en su libro “Generación de **Modelos de Negocio**”. En un **modelo de negocios** se estudia la manera en la que una empresa crea, distribuye y captura valor de sus clientes.



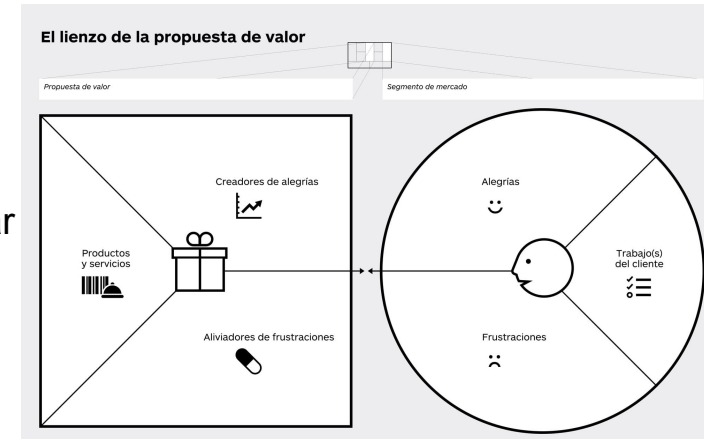
Unidad 2

Modelo de negocio

Lo central de un modelo de negocio es la Propuesta de Valor.

Los autores **Alexander Osterwalder y Yves Pigneur** en su libro diseñando la propuesta de valor, sostienen la idea de que los clientes tienen “trabajos” o tareas que hacen en su día a día y en ellas tienen frustraciones y alegrías. Un buen diseño de una propuesta de valor debe tomar alguna de esas tareas o trabajos que hace el cliente y poder entregarle un aliviador de las frustraciones y un potenciador de las alegrías. es decir con la propuesta de valor de mi producto o servicio el cliente debería estar mucho mejor que sin el.

Para mapear las tareas o trabajos y frustraciones o alegrías y hacer el match con posibles soluciones que apliquen las frustraciones y que maximicen las alegría los autores crearon un lienzo de propuesta de valor .



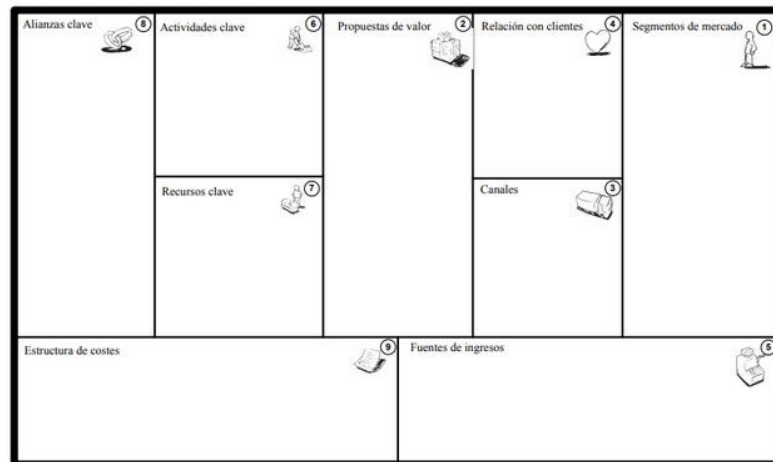
Unidad 2

Modelo de negocio

El Business Model Canvas en inglés o lienzo de modelo de negocios tiene 9 segmentos o casilleros para ordenar el pensamiento integral de un negocio Estos son .

- 1.-Propuesta de valor
- 2.-Clientes
- 3.-relación con los clientes
- 4.-Canales
- 5.-Recursos Claves
- 6.-Actividades Claves
- 7.-Aliados Clave
- 8.-Costos
- 9.-Ingresos

The Business Model Canvas



Unidad 2

Modelo de negocio

Margen de ganancias ¿por qué debes establecerlo para tu pyme?

Todas las pymes necesitan establecer un margen de ganancias ya sea para sus productos o servicios. Esto ayuda a saber si estas obteniendo **utilidades** de lo que ofreces o si tú pyme realmente esta funcionando.

Recordemos un poco qué es este margen y para qué sirve:

El margen de **ganancias** es el cálculo que se realiza para conocer la **rentabilidad** de un producto/ servicio o de tu negocio como tal. Comúnmente se expresa en porcentaje, que mientras más alto sea indica que estás recibiendo mayores ganancias.

Unidad 2

Modelo de negocio

Margen de ganancia en bruto

Este tipo de margen funciona para los productos o servicios que ofreces. Así puedes calcular la ganancia que se tiene de la venta tomando en cuenta los costos de producción.

Por ejemplo: vendes bolsos con diseños impresos por \$600, pero todo lo que implicó tener el bolso ya finalizado te costó \$400 (pintura, mano de obra, tela, accesorios). La ganancia la calculas de la diferencia de tu precio de venta y el costo de producción.

Precio de venta (Pv): \$600 Costo de producción (Cp): \$400 Formula a seguir:

$600 - 400 = 200$ Estas ganando \$200 por la venta de cada bolso

$$PV - CP = GANANCIA EN BRUTO$$

Pero recuerda que se tiene que expresar en porcentaje: $200 / 600 * 100 = 33.33\%$ Tu margen de ganancia en bruto es del 33.33%

$$GANANCIA EN BRUTO / PV * 100 = VALOR EN \%$$

Unidad 2

Modelo de negocio

Margen de ganancia neta

Este tipo de margen se utiliza para conocer la rentabilidad de todo tu negocio. Aquí no solo implican los costos de producción sino costos de todas las áreas necesarias para que tu negocio funcione.

Costos de tipo administrativo, legal, publicidad y marketing e incluso servicios como luz, agua e internet.

Normalmente se calcula con información de un periodo de tiempo determinado:

Ventas brutas (Vb): \$120,000

Gastos totales (Gt): \$60,000 Fórmula a seguir:

$120,000 - 60,000 = 60,000$ Tu ganancia neta es de \$60,000

$$VB - GT = GANANCIA NETA$$

También se expresa en porcentaje:

$60,000 / 120,000 * 100 = 50\%$ Tu margen de ganancia neta es del 50%



EDUCACIÓN
CONTINUA

Procesos
Laboratoria

DIGITAL
INTELIGENCIA
HUMANA

$$GANANCIA NETA / VB * 100 = VALOR EN \%$$

Unidad 2

Competidores

... Hablar de competencia es hablar de una de las bases de nuestro **sistema económico**. En los últimos años las estructuras políticas de los países desarrollados han seguido la pauta de liberar de ataduras a los mercados para que sean éstos los que se auto regulen y establezcan las reglas de juego por la libre interacción entre **oferta y demanda**

Dentro de las fuerzas que mueven la oferta, se encuentra la **competencia**, en términos de **existencia de productos sustitutivos**, potencial y facilidad de **entrada de nuevos competidores** e **intensidad competitiva** existente (véase las cinco fuerzas de Porter):

Unidad 2

Competidores

En el mundo Startup, donde se desarrollan nuevas propuestas para solucionar nuevos o viejos problemas, la competencia es vista de forma diversa:

- Tenemos emprendedores que manifiestan que son los primeros y que **nadie** hace lo que hacen ellos. **ojo con posicionarse como first mover**. Además, recordad aquello de que un pionero es reconocido por llevar la espalda llena de flechas. No obstante, si una Startup va a crear un nuevo mercado, precisamente se encontrará en esa situación de pionero, por la propia definición de nuevo mercado.

Unidad 2

Competidores

Tenemos la situación **habitual** en la que el mercado ya existía y la Startup entra en él a ofrecer algo mejor, resegmentar el mercado compitiendo en costos, o resegmentarlo atacando un nicho desatendido. En este caso, existe competencia, y la facilidad de desarrollar el negocio de la Startup dependerá de su propia capacidad de generar una **ventaja competitiva injusta**, de lo **intensa que sea la competencia** (precios bajos) y de lo **fuertes que sean los actuales líderes del mercado** (especialmente si la Startup quiere resegmentar compitiendo en costos). Es la situación más habitual: **asumimos que existe un nivel de competencia determinado, y nos posicionamos en relación al mismo.**

Unidad 2

Modelo de negocio digital

Existen diferentes modelos de negocios para startups digitales que debes conocer.

Peer To Peer

En el mercado, los modelos de negocio Peer To Peer(p2p) se diferencian por poner en contacto a dos partes que son las que participan en una transacción, ya sea de productos o de servicios. En este modelo de negocio tenemos al emergente Uber, al conocido Airbnb o a la red social LinkedIn. ¿Por qué es necesario que ambas partes participen? Porque una de esas partes no se puede dar sin la otra. Es decir, ninguno de estos tres ejemplos que te damos podrían darse si no tuvieran el contacto de sus clientes. Además, el mercado necesita que ambas partes interactúen.

Unidad 2

Modelo de negocio digital

Código abierto

El modelo de código abierto se caracteriza por utilizar softwares de libre acceso, lo que da capacidad a una comunidad de programadores para que contribuyan. Compañías como Red Hat, por ejemplo, ganan dinero al cobrar suscripciones Premium y servicios asociados con su software de código abierto.

Hace unos años , la compañía generó más de 2 mil millones y medio de dólares en ingresos de los cuáles, más de 2 millones eran procedentes de las suscripciones y unos 345 millones venían de capacitación y servicios. Pero todas estas cantidades no se traducen en ingresos directos para la compañía, estos modelos de negocio también implican gastos, como en venta y marketing, para distribuir sus servicios.

Unidad 2

Modelo de negocio digital

Freemium

Este término, acuñado por el empresario estadounidense Fred Wilson, es una combinación de las palabras «Gratis» y «Premium». La idea detrás de este modelo es ofrecer un producto o contenido de forma gratuita mientras se reserva el buen contenido para que sea de pago.

El contenido de pago para los usuarios es conocido como Premium. A veces, el contenido de Freemium incluye publicidad o marketing integrado aunque la esperanza de los negocios digitales sea que los ingresos por publicidad y las ganancias gracias a los usuarios Premium sean suficientes.

Unidad 2

Modelo de negocio digital

Suscripción

Estamos viviendo en una economía de suscripción. Los servicios más entretenidos y centrados en el cliente que conocemos hoy, desde Netflix a Spotify y Amazon Prime siguen un modelo de suscripción.

Este modelo puede ser muy poderoso ya que conlleva algunas ventajas:

- Una base de clientes fijos durante un periodo de tiempo
- Un flujo continuo de ingresos predecibles ya que los suscriptores pagan por adelantado
- En términos de planificación de negocios, este sistema proporciona una visión más clara de las necesidades de la empresa

Unidad 2

Modelo de negocio digital

El **Dropshipping** es un **modelo de negocio** basado en la venta de productos de otra tienda en una plataforma online, sin la necesidad de tener estos productos en stock. Cuando el cliente compra el producto se le envía directamente desde las instalaciones del proveedor del producto, no desde la plataforma de **Dropshipping**.

Material complementario de la unidad

Link a video relacionado

1. ... <https://www.youtube.com/watch?v=2V1N32rhgdY>

Link a lectura complementaria

1. ... <https://unblogdemarketing.files.wordpress.com/2014/06/anderson-chris-gratis-modelo-de-negocio.pdf>

Link a investigación relacionada

1. ... <http://www.dii.uchile.cl/~ceges/publicaciones/ceges29.pdf>