

Actividad 1 – Modelo de Negocio

Ingeniería de Software II

Ingeniería en Desarrollo de Software

Tutor: Humberto Jesús Ortega Vázquez

Alumno: José Manuel Ramos Vega

Fecha: 23 de febrero de 2024

Índice

Introducción.....	3
Descripción	4
Justificación.....	5
Desarrollo	6
Definición del modelo de negocio.....	6
Consumidor, producto y valor añadido.....	6
Políticas, distribución y venta.....	6
Modelos de monetización.....	6
Recursos.....	6
Factores de flexibilidad ante cambios.....	6
Perspectiva de rentabilidad.....	6
Conclusión	7
Referencias.....	8

1- Introducción

En la actualidad los negocios digitales toman gran relevancia, ya que todo lleva un proceso cibernético. Los modelos de negocio se utilizan con el objetivo de trazar un mapa que permita ver con claridad la forma de solucionar una necesidad del mercado. Es imprescindible que los modelos de negocio sean fáciles de seguir y permitan definir estrategias que ayuden a conseguir las metas de una empresa.

Aunque ambos estén relacionados, un modelo de negocio se diferencia de un plan de negocio en varias cuestiones. La principal es que mientras que el primero de ellos se emplea para definir cómo se venderá un producto o servicio, el segundo busca la forma de especificar cómo se van a alcanzar los objetivos de una empresa.

Un modelo de negocio se caracteriza por su capacidad de aportar valor a un proyecto, ayudar al empresario a conocer a sus clientes ideales y, sobre todo, a encontrar la forma de rentabilizar el trabajo que se realiza.

2- Descripción

Actualmente, la transformación digital se apropia de los negocios tradicionales, bajo esta perspectiva, la creación de un modelo de negocio requiere considerar una digitalización.

Como hemos visto, un modelo de negocio establece las bases sobre las que un negocio o empresa crea, proporciona y capta valor a través de acciones que se descubren, ajustan y se incorporan bajo cambios.

Actividad:

Crear una idea de negocio y convertirla en una propuesta de modelo de negocio.

Para realizarlo es necesario utilizar una herramienta de generación de ideas así como realizar los diagramas, lluvia de ideas, notas o todo aquello que te permita desarrollar los segmentos solicitados, es importante describir lo que se integre en el organizador para interpretar de manera correcta las ideas.

Incluir estos segmentos:

¿Qué se va a vender y con qué valor añadido?

¿A quién se le va a vender?

¿Cómo llegar al cliente?

¿Cómo convertir la propuesta de valor en dinero?

¿Cómo organizar los recursos?

¿Cómo reaccionarías frente a los cambios?

2- Justificación

Durante este proceso es muy útil contar con un mapa que nos guíe en el camino hacia la consecución de nuestros objetivos.

Esta metodología permite plasmar en un solo formato, de manera sencilla y colaborativa, las ideas que harán factible la operatividad de un negocio.

El entorno económico y social en el que actualmente deben desenvolverse las empresas, los emprendimientos y las personas, demandan de éstas flexibilidad e innovación, para poder adecuarse y competir.

Estos son tiempos marcados por la incertidumbre, los cambios tecnológicos y las transformaciones digitales, que implican nuevas necesidades y requieren nuevos enfoques y estrategias en las respuestas. En consecuencia, al momento de crear nuevos emprendimientos o al evaluar los existentes, es muy útil desarrollar y aplicar esta sencilla y práctica metodología, para el diseño, descripción y análisis de los respectivos modelos de negocio.

Ellos son valiosos no solo para las empresas sino también para las personas, así que, si eres un profesional independiente, autónomo o emprendedor, este post te puede interesar.

4- Desarrollo

-Consumidor, producto y valor añadido -Políticas, distribución y venta -Modelos de monetización -Recursos -Factores de flexibilidad ante cambios -Perspectiva de rentabilidad

Socios claves	Actividad es claves	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmento de clientes
<p>Empresas de telefonía para convenios mas adecuados a los clientes.</p>  <p>Universidad México Internacional</p>  <p>Proveedor</p> 	<p>-Diseño e implementación de nuevas estrategias de ventas.</p>  <p>Recursos claves</p> <p>-Coach de ventas. -Manuales actualizados -Mejores capacitaciones.</p> 	<p>Entrega de mejores tecnologías y entregar al cliente la manera más sencilla y eficaz de comunicarse, a mejores precios que la competencia.</p> 	<p>Es muy importante la forma de establecer la comunicación y el tono de la conversación.</p>  <p>Canales</p> <p>-Tiendas departamentales Coppel. -Coppel.com.</p> 	<p>Clientes de cualquier edad, esto dependiendo del rango de edad y también de las necesidades tecnológicas de las personas.</p> 
<p>Estructura de coste</p> <p>-Coste de recibimiento por volumen de modelos celulares. -Recursos humanos. -Campañas de publicidad.</p> 		<p>Fuentes de Ingreso</p> <p>-Licencias -Venta de productos</p> 		

5- Conclusión

El modelo Canvas de negocio es una metodología que nos permite plasmar en un lienzo tu modelo de negocio.

Ya tengas una idea de negocio o seas una empresa que ya está operando, este instrumento te permitirá ver de forma integral los distintos elementos clave para la generación de ingresos y la viabilidad financiera de tu negocio o emprendimiento, abordando la problemática de la empresa desde un punto de vista interno y externo.

Gracias a su sencillez, facilita la descripción, visualización, evaluación y ajustes de los modelos de negocio, para hacerlos más innovadores, eficaces y competitivos, de acuerdo a las demandas del mercado actual.

Es una herramienta que puedes trabajar junto a otras metodologías como el lienzo de la propuesta de valor y el mapa de empatía, entre otros. Ayuda a conocer la interrelación entre cada una de las áreas clave de un negocio, así como su comprensión de manera sencilla y rápida.

Promueve el trabajo en equipo y con ello el contraste de ideas. El diseño del modelo de negocio se desarrolla colaborativamente en espacios offline u online.

6- Referencias

Alexander Osterwalder, Yves Pigneur (2011). Generación de modelos de negocios (Business Model Generation). (Libro electrónico) DEUSTO

Alexander Osterwalder, Yves Pigneur (2011). Generación de modelos de negocios (Business Model Generation). (Libro electrónico) DEUSTO