

Actividad | 1 | Modelo de Negocio.

Negocios Digitales.

Ingeniería en Desarrollo de
Software.



academiaglobal

TUTOR: Humberto Jesús Ortega Vázquez.

ALUMNO: Ramón Ernesto Valdez Felix.

FECHA: 20/02/2024

Índice

Introducción	3
Descripción	3
Justificación	4
Desarrollo.....	5
Definición del modelo de negocio	5
Consumidor, producto y valor añadido.....	6
Políticas, distribución y venta	7
Modelos de monetización	8
Recursos	8
Factores de flexibilidad ante cambios.....	9
Perspectiva de rentabilidad	10
Conclusión	11
Referencias.....	11

Introducción

En la actividad uno de la materia de Negocios Digitales, nos plantea realizar la documentación necesaria donde actualmente la transformación digital se apropia de los negocios tradicionales, esto para la creación de un modelo de negocio que requiere el ser actualizado y se considera la digitalización como mejora, esto se genera como una idea de negocio y se representa como una propuesta del modelado de negocio, al realizar el modelo de negocio requerimos tener reuniones donde tengamos lluvias de ideas de que es lo que queremos representar en el modelado utilizar la herramienta de la generación de las ideas, la realización del diagrama, notas de todo aquello que nos permita llegar a requerimiento esperado de manera correcta para el uso del modelado de negocios.

Descripción

En esta actividad uno entregaremos el documento del proyecto de nombre “Modelo de Negocio” utilizando la información de la actividad uno para el desarrollo de esta actividad que nos pide la creación, análisis de la información proporcionada para plasmar en este documento el meto del modelado de un negocio, el cual nos lleva a tener reuniones con el cliente que tienen un modelo de negocio tradicional al cual apoyara para la trasformara de su modelo tradicional a un modelado actual y digitalizado. Para realizar la transformación requerimos el tomar nota de todo lo relevante para el desarrollo de los segmentos solicitados, en una reunión de lluvia de ideas que se realizarán con el cliente que nos servirá para la herramienta de generación ideas, así como realizar los diagrama. Con estos datos es importante establecer que el describir lo que se integre en el organizador para interpretar de manera correcta las ideas.

Justificación

En esta actividad uno trabajaremos con la construcción de la documentación de la metodología de negocios de la materia de negocios digítale que estamos cursando donde estaremos delimitado información que llevaremos al documento a entregar utilizando los siguientes puntos de referencia para el correcto uso del método de negocio:

- Utilizar la información de la documentación de la actividad uno.
- Subirlo al GitHub el documento realizado compartiendo el link para que pueda consultar el docente o maestro.
- Utilizar las preguntas siguientes en el llenado de la documentación a entregar.
 - ¿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? (modelos de monetización).
 - ¿Cómo organizar los recursos?
 - ¿Cómo reaccionarías frente a los cambios?
 - ¿es rentable este negocio?
- Modelo de negocio Canvas.
- Revisar previamente investigaciones y sustentar las ideas.
- Registrar lecciones aprendidas.

Desarrollo:

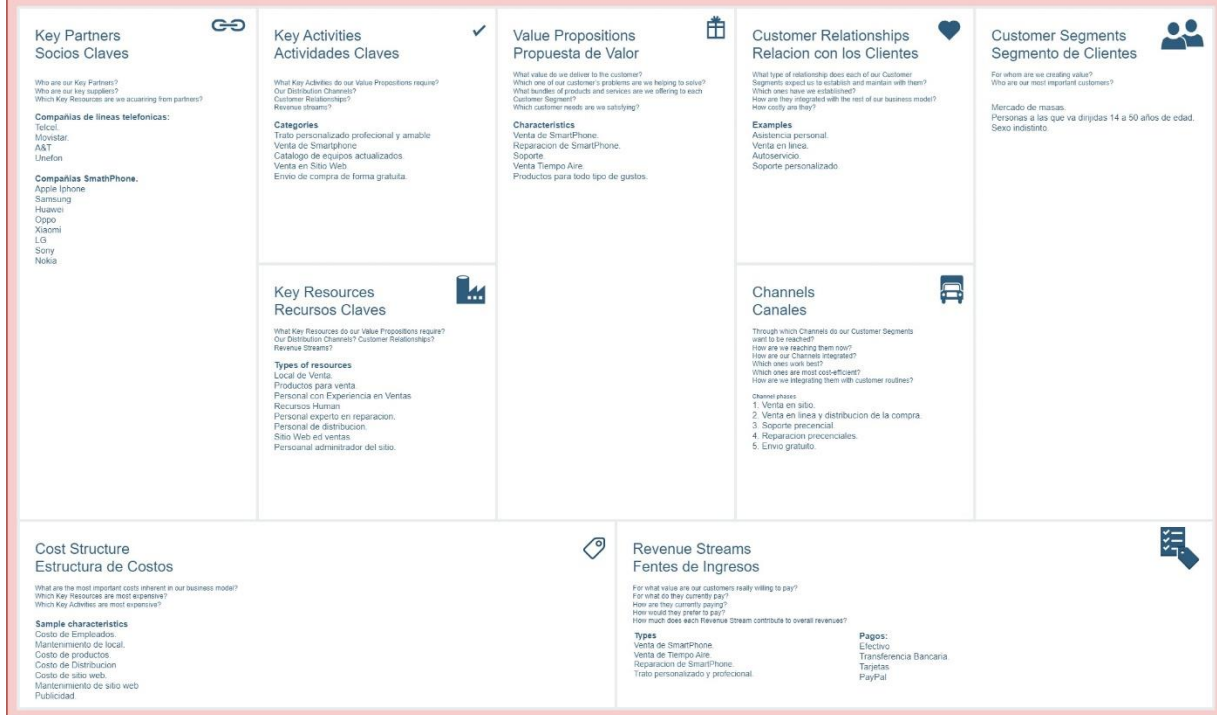
En este punto de la actividad realizaremos la documentación y el desarrollo del modelado de un negocio con el método tradicional y transformarlo al método digitalizado utilizando el modelo de negocio canvas, con el cual estaremos trabajando para el desarrollo de este proyecto, en este punto mostraremos el modelo digitalizado e iremos desglosándolo cada punto, dando una explicación breve y llenado de manera correcta cada pregunta que se nos solicita utilizar en el proyecto de modelo de negocio .

Link: GitHub

Definición del modelo de negocio.

En este punto de la actividad definiremos el trabajar con una empresa de venta de SmartPhone en la cual vamos a tomar como referencia para aplicar el modelo de negocio y realizar la digitalización:

Model Canvas Negocios Digitales: Tienda de SmartPhones



Consumidor, producto y valor añadido.

En este punto de la actividad daremos una breve explicación de los siguientes temas del modelado de negocios a quienes se va dirigir el producto a consumir, que tipo de producto se consumirá y que valor tendrá adicional o añadido al cliente que consuma el producto.

¿A quién se le va a vender? El producto se dirige para la mayoría de los clientes potenciales de un rango de las edades siguientes 14 a 60 años, no importa el sexo del cliente y están disponibles para cualquier clase social que desee comprar en nuestra empresa.

Customer Segments Segmento de Clientes



For whom are we creating value?
Who are our most important customers?

Mercado de masas.
Personas a las que va dirigida 14 a 50 años de edad.
Sexo indistinto.

¿Qué se va a vender y con qué valor añadido? Los productos a vender en la tienda son dispositivos telefónicos táctiles “SmartPhone” de diferentes marcas de teléfono como las más conocidas en el mercado de gama alta, media y baja, esto cubriendo el total de consumidores y preferencias, el Valor añadido es caso de realizar una compra presencial, la atención es personalizada y profesionalista con nuestros, se tiene una amplia variedad de equipos SmartPhone y compañías de líneas telefónicas ya que el cliente decide su mejor opción, en el caso de ventas en línea, se garantiza al entrega de manera rápida y eficiente con una atención profesional además que dependiendo del costo del equipo su envío va de forma gratuita.

Value Propositions Propuesta de Valor



What value do we deliver to the customer?
Which one of our customer's problems are we helping to solve?
What bundles of products and services are we offering to each
Customer Segment?
Which customer needs are we satisfying?

Characteristics

Venta de SmartPhone.
Reparación de SmartPhone.
Soporte.
Venta Tiempo Aire.
Productos para todo tipo de gustos.

Políticas, distribución y venta.

En este punto indicaremos las formas de como llegamos a los clientes que consumirán los productos de la compañía de venta smartphone: tenemos dos formas de llegar con los clientes una es teniendo tiendas de venta en distintas partes de la república para llegar a la mayoría de los clientes sin problemas y como segunda opción tenemos tiendas virtuales en el sitio web oficial donde atendemos a todo aquel cliente que quiere hacer las compras desde la comodidad de su casa a la cual se les hace llegar su producto de forma rápida y eficaz:

¿Cómo llegar al cliente? Llegamos a los clientes por medio de la publicidad de nuestras tiendas físicas y virtuales, por la recomendación de los clientes que ya han hecho compras en las tiendas físicas

o virtuales. Adicional los productos comprados en el sitio virtual son entregados por parte del personal de distribución de la empresa.

Channels Canales



Through which Channels do our Customer Segments want to be reached?
How are we reaching them now?
How are our Channels integrated?
Which ones work best?
Which ones are most cost-efficient?
How are we integrating them with customer routines?

Channel phases:

1. Venta en sitio.
2. Venta en línea y distribución de la compra.
3. Soporte presencial.
4. Reparación presenciales.
5. Envío gratuito.

Modelos de monetización.

Aquí explicaremos brevemente cual es el modelo de monetización que se usa en la venta de dispositivos móviles de la empresa:

¿Cómo convertir la propuesta de valor en dinero?

El modelo de monetización esta conformado por las actividades de servicio que otorgamos al cliente como las ventas en sitio de smartphone, ventas de smartphone online, tiempo aire, soporte y reparación de equipos. Adicional nos puedes realizar los pagos en efectivo, transferencia, paypal y pagos con terminal con y tarjeta de débito y crédito de los producto y servicios otorgados por nuestra empresa.

Revenue Streams Fuentes de Ingresos



For what value are our customers really willing to pay?
For what do they currently pay?
How are they currently paying?
How would they prefer to pay?
How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?

Types

Venta de Smartphone
Venta de Tiempo Aire
Reparación de Smartphone
Trato personalizado y profesional

Pagos:

Efectivo
Transferencia Bancaria
Tarjetas
PayPal

Recursos.

En este punto daremos una breve explicación de los recursos que requerimos para poder tener nuestra empresa trabajando de manera correcta para obtener los beneficios que nos otorgara realizar las ventas de nuestra servicio y productos:

¿Cómo organizar los recursos?

Se organizan los recursos de manera prioritaria o los recursos claves para poder funcionar de manera correcta otorgando los servicio y productos de telefonía smartphone: locales de tiendas físicas, sitio web virtuales, empleados de ventas, recursos humanos y algunos más como podemos ver en la imagen siguiente.

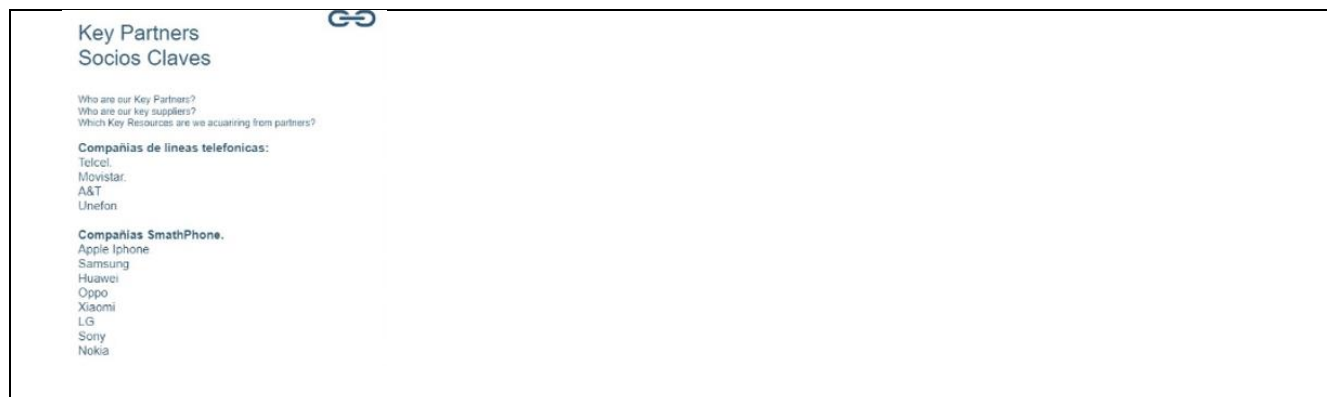


Factores de flexibilidad ante cambios.

Aquí en el punto siguiente la flexibilidad ante el cambio de nuestra empresa de venta de smartphone puede funcionar de manera traiciona y de igual manera funcionará de manera digital tiene una forma hibrida de realizar el funcionamiento de la empresa. Médiante los pagos que se tiene que realizar se utilizan los pagos tradicionales y digitales más utilizados en el mundo para siempre estar disponibles para todos los clientes del país nuestros proveedores de productos, servicios profesionales estas disponibles en cualquier tipo de contingencia:

¿Cómo reaccionarías frente a los cambios?

En caso de que se presente un cambio en la forma de compras por parte de los clientes no debe de impartir ya que estamos disponibles de forma tradicional y digital para atender las necesidades de los clientes de manera profesional y atención de servicio amable.



Key Partners
Socios Claves

Who are our Key Partners?
Who are our key suppliers?
Which Key Resources are we acquiring from partners?

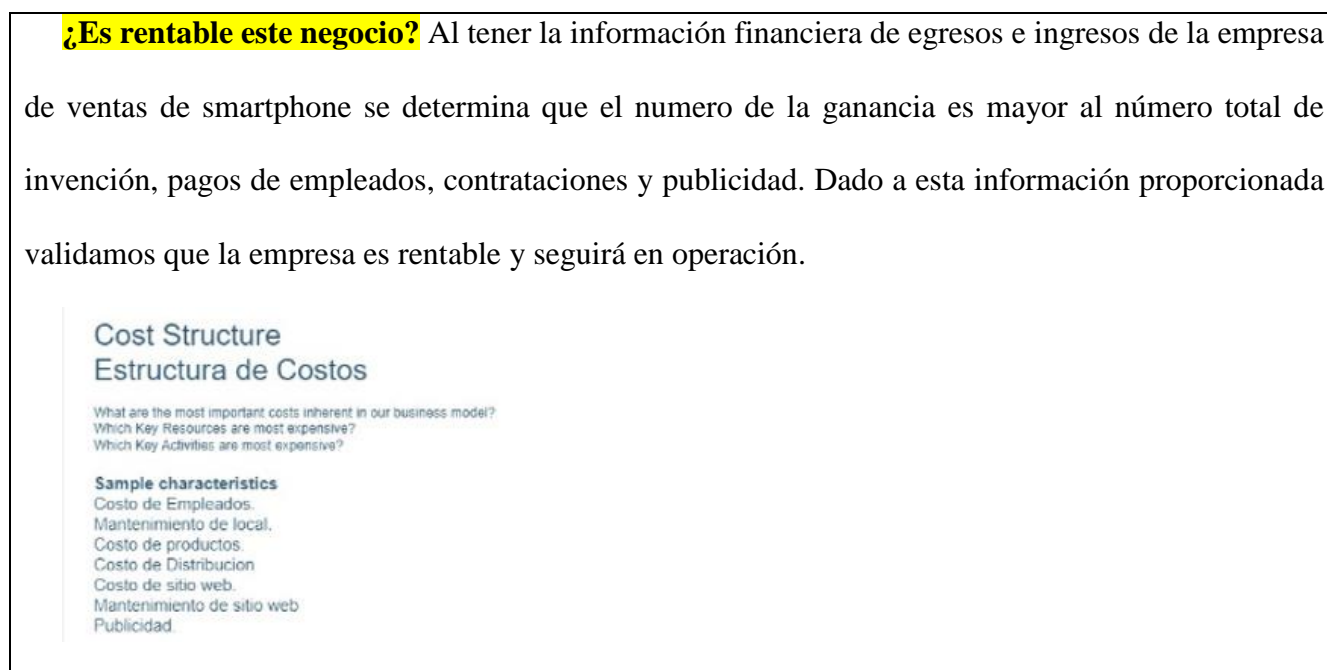
Compañías de líneas telefónicas:
Telcel.
Movistar.
A&T
Unefon

Compañías Smartphone.
Apple iPhone
Samsung
Huawei
Oppo
Xiaomi
LG
Sony
Nokia

Perspectiva de rentabilidad.

En este punto mostraremos la rentabilidad de la empresa de ventas de smartphone determinamos la rentabilidad mediante el costo inicial de la empresa y las ventas obtenidas mes por mes para determinar si la información financiera obtenida es la correcta para mantener la empresa en funcionamiento o bien el determinar si se van con mal camino y no ser funcional:

¿Es rentable este negocio? Al tener la información financiera de egresos e ingresos de la empresa de ventas de smartphone se determina que el número de la ganancia es mayor al número total de inversión, pagos de empleados, contrataciones y publicidad. Dado a esta información proporcionada validamos que la empresa es rentable y seguirá en operación.



Cost Structure
Estructura de Costos

What are the most important costs inherent in our business model?
Which Key Resources are most expensive?
Which Key Activities are most expensive?

Sample characteristics
Costo de Empleados.
Mantenimiento de local.
Costo de productos.
Costo de Distribución
Costo de sitio web.
Mantenimiento de sitio web
Publicidad.

Conclusión

En conclusión: 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.

Referencias

GitHub: Let's build from here. (n.d.)

Roa, Y. (2018, June 1). *Modelo de negocio Canvas: Qué es y cómo usarlo*. Semrush Blog; Semrush. <https://es.semrush.com/blog/modelo-negocio-canvas-como-usarlo/>