

Adopción de procesos de innovación en PYMES para jóvenes emprendedores

Módulo 4 Modelos de Negocios Innovadores

Nunzia Auletta

Patricia Monteferrante

28, 29 y 30 de septiembre de 2016
Ciudad de Guatemala, Guatemala





Contenido:

- Innovar en el modelo de negocios: creación, entrega y captura de valor económico y social.
- Taxonomías de modelos de negocios
- El modelo Canvas: selección de clientes y diseño de la oferta de valor.
- Configuración de recursos y generación de utilidad.
- Líderes en modelos de negocios innovadores.



Mi ciudad..... Todos los días!!!!!!!





La bicicleta

Tres características

- Que sea segura
- Que sea práctica
- Que sea tecnológica





La bicicleta

Tres características



Portafolio de Innovación

- Por favor escriba las innovaciones que usted esté realizando dentro de su área de la organización
- Compartan los ejercicios individuales y desarrollen un portafolio del conjunto

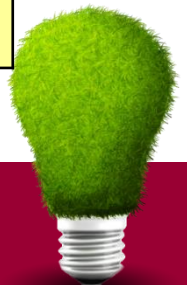


Grado de Innovación

Tipo de Innovación

	Productos Servicios	Procesos	Modelo de negocios
Disruptiva			
Substancial			
Incremental			

Módulo 4: Modelos de
Negocios Innovadores



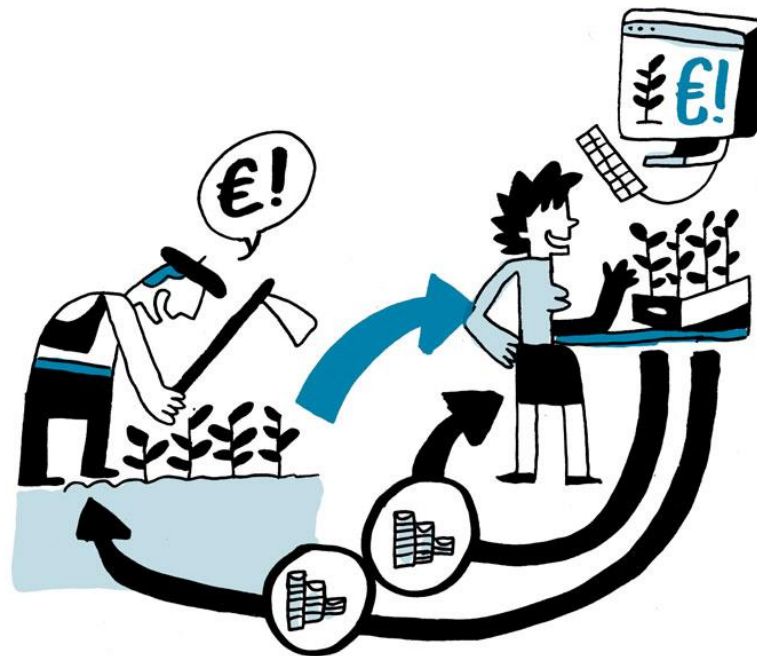
¿Qué es un modelo de negocios?

Un **modelo de negocio** resume la manera en que la organización presta servicio a sus usuarios y clientes, así como los mecanismos mediante los cuales generará ingresos y beneficios para conquistar su sostenibilidad económica



¿Qué es un modelo de negocios?

Un Modelo de Negocio describe la manera y da forma lógica, a cómo una organización gana dinero, a través de crear, distribuir y retener valor





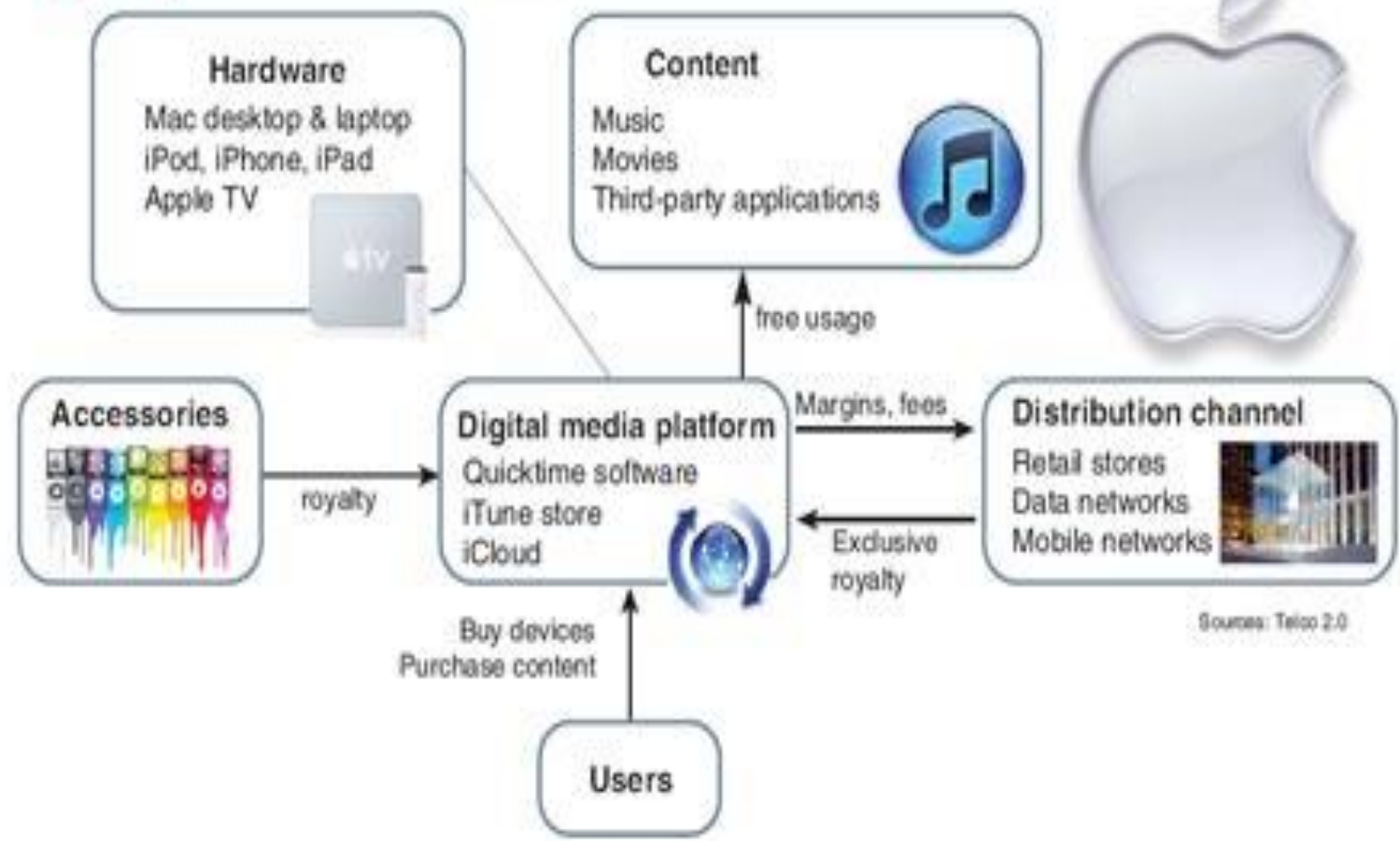
Encuentre las diferencias



Módulo 4: Modelos de
Negocios Innovadores



Apple platform business



Taxonomía de modelos de negocios



Suscripción/ afiliación

Piramidales



HERBALIFE.

Freemium

Multinivel

Intermediación



Masstige



Comunidad

Subasta



Fidelización

Producción



E-commerce
amazon



Modelos e-Business

Los que ofrecen bienes físicos:

- Generados por otros (Amazon.com; Tucarro.com; CarsDirect.com, etc.)
- Propios (Barnes and Noble, Dell, etc.)

Los que ofrecen bienes virtuales :

- Venta de contenidos e información (iTunes)
- Venta de experiencia y participación en comunidades virtuales
- Venta de información obtenida de experiencia Online
- Venta de accesorios para comunidades virtuales
- Venta de información obtenida de comunidades virtuales

Los que ofrecen acceso a consumidores:

- Orientación (Google, Yahoo, etc.)
- Evaluación y validación (Hotels.com, Opentable.com)
- Búsqueda social
- Avisos móviles

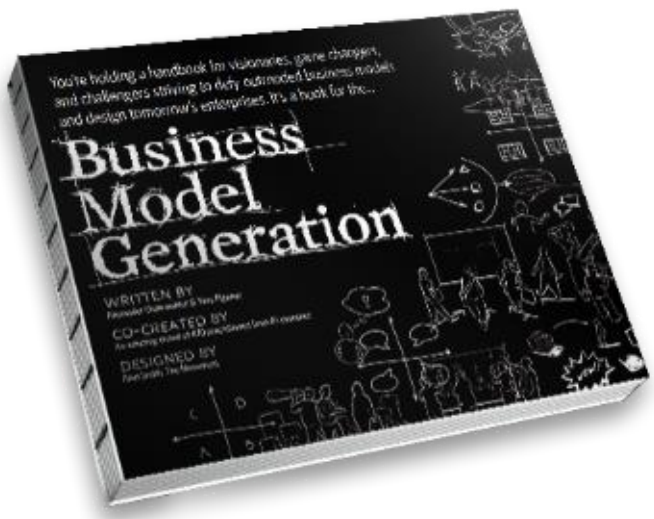


¿Para qué sirve el modelo de negocios?


- Ayuda a entender, describir o predecir la actividad de vender y comprar bienes o servicios, y de ganar dinero por parte de una empresa.
- Es una representación abstracta de la lógica del negocio de una compañía.
- La lógica de negocio tiene que ver con la forma en que las empresas hacen dinero, es decir, que ofrecen, a quien se lo ofrecen y como lo ofrecen.
- El modelo de negocios “NO” es el proceso o sistema del negocio¹. Tampoco es la estrategia del negocio.



El método CANVAS de Alex Osterwalder




Aliados Clave



¿Quiénes son los aliados estratégicos más importantes?


¿Quiénes apoyan con recursos estratégicos y actividades?

Actividades Clave



¿Cuáles son las actividades y procesos clave en el modelo de negocio?


Propuesta de Valor



¿Qué se ofrece a los clientes en términos de productos y servicios?

¿Cuáles son aquellas cosas por las que pagan los clientes?


Relaciones con los Clientes



¿Qué tipo de relaciones construye con los clientes?

¿Tiene una estrategia de gestión de relaciones?

Segmentos de Clientes




¿Quiénes son los clientes?

¿Puede describir los diferentes tipos de clientes en los que se está enfocando?

¿Cuáles actividades internas se podrían externalizar con mayor calidad y menor costo?

Recursos Clave




¿Cuáles son los recursos más importantes y costosos en su modelo de negocio?

(Personas, redes, instalaciones, competencias, ...)

¿Por qué los clientes vienen a la compañía?

¿En qué se diferencia la oferta de la de otros proveedores?

Canales de Distribución/ Comunicación




¿Cómo llega a los clientes y cómo los conquista?

¿A través de cuáles canales interactúa con los clientes?

¿En qué difieren los segmentos de los clientes?


Estructura de Costos



¿Cómo es la estructura de costos?

¿Cuáles son los costos más importantes en la ejecución del modelo de negocio?

Fuentes de Ingresos

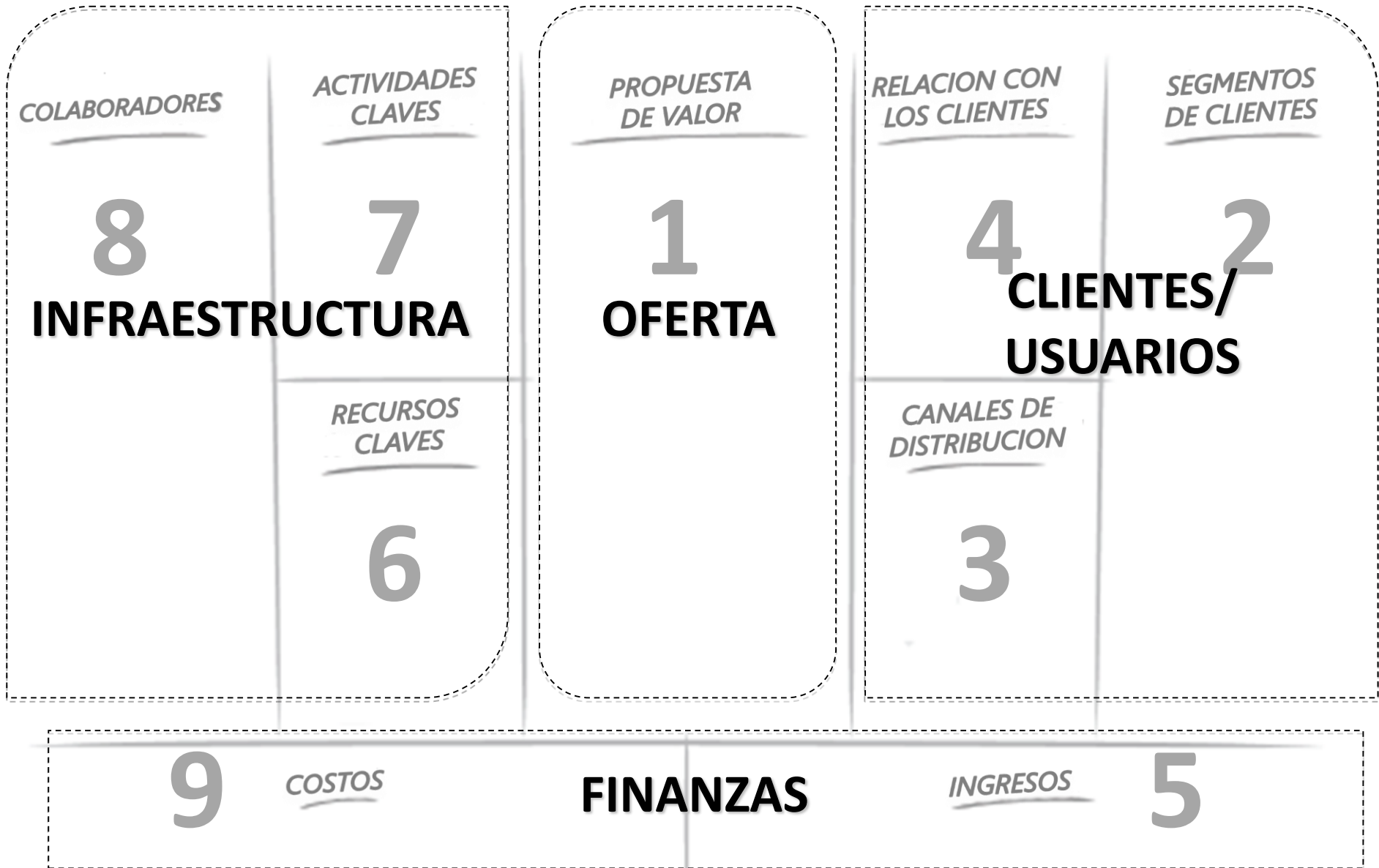


¿Cuál es la estructura de sus ingresos?

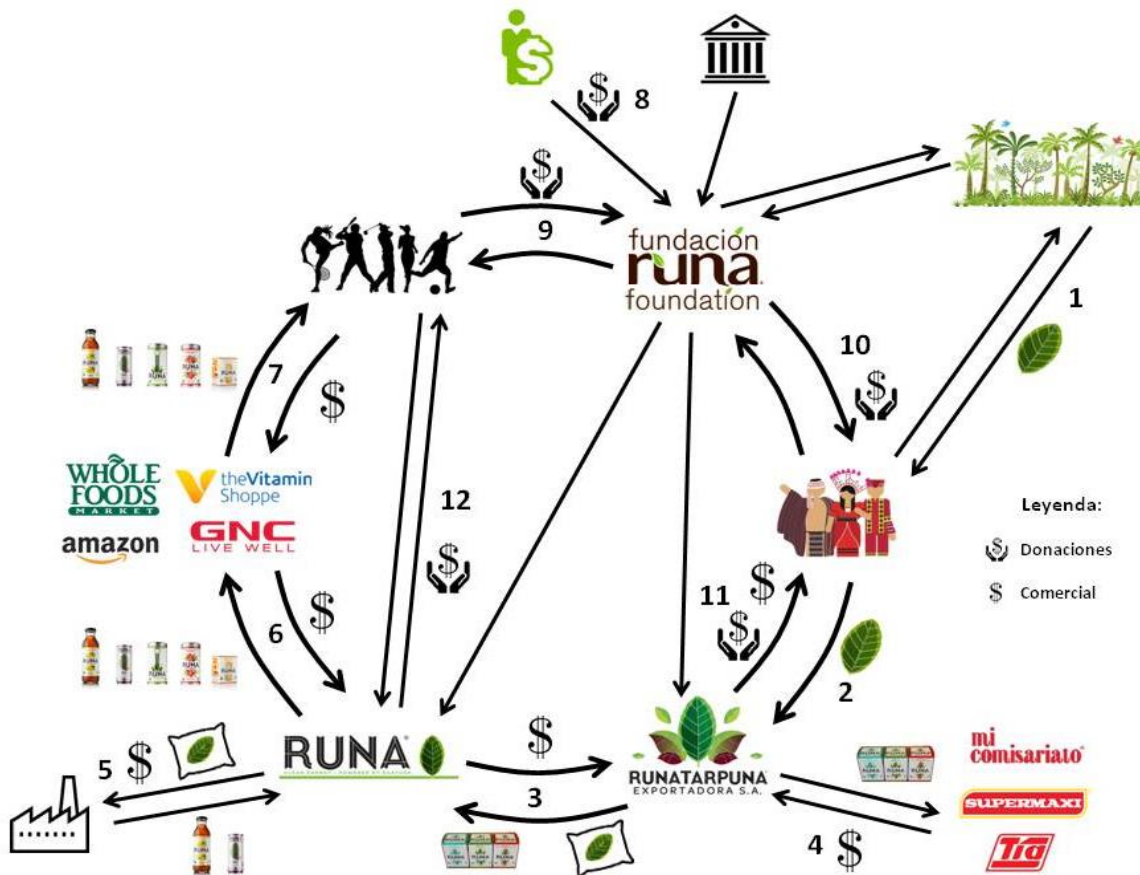
¿Cómo gana dinero en el negocio?

¿Qué tipo de ingresos recibe? (pagos por transacciones, suscripciones y servicios, entre otros)

ETAPAS DE ESTRUCTURA



Modelo de Negocios Sostenible



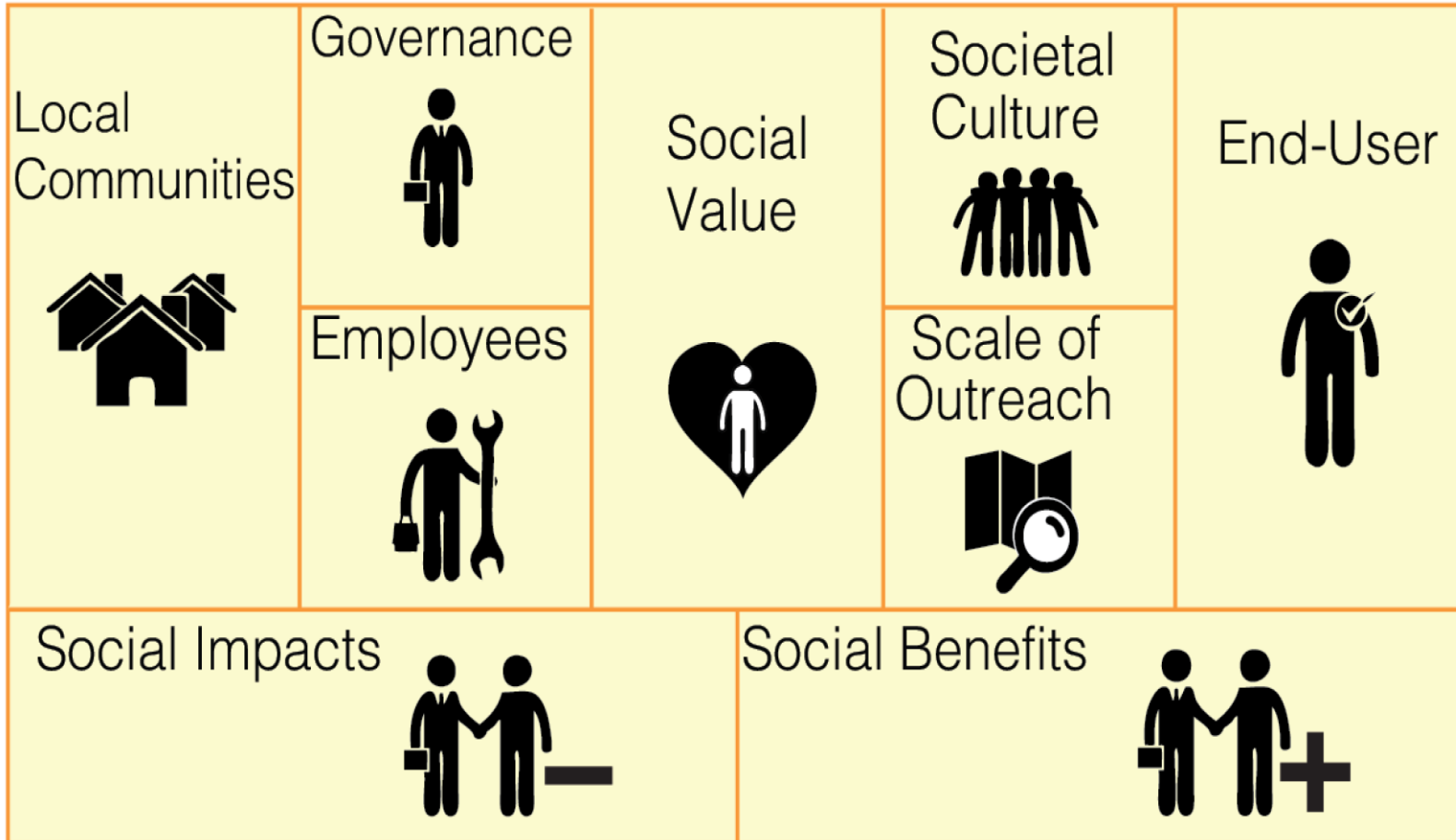
- Main stakeholders
 - Kichwa communities
 - Kichwa Farmers
 - Government
 - NGO's
 - Founders
 - Investors
 - Manufacturers (USA)
 - Channels (USA)
 - Consumers

- Main flows
 - Products
 - US\$ Sales
 - US\$ Donations
 - US\$ FT Premium Fund
 - Knowledge
 - Training



CANVAS Social (Joyce, 2015)

Social Stakeholder Business model Canvas





Actividad

Profundicemos un poco más en el Modelo de Negocio



Cómo trabajaremos

- Construcción participativa
- Pensamiento visual
- Notas autoadhesivas (post-it)



