

Modelo de Negocio



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

El 95% de todo lo que existe
en este mundo en estos
momentos proviene de
antes del siglo XXI

Sólo el **5%** son
modelos de negocio
del **siglo XXI**

**Los mercados están cambiando
desde siempre**

**y cada vez
sus cambios son más rápidos**



The Future of Screen Technology
an open innovation concept video

El mundo está cambiando tan rápido, que ya no es el grande quien gana al pequeño, sino el rápido quien gana al lento

Rupert Murdoch

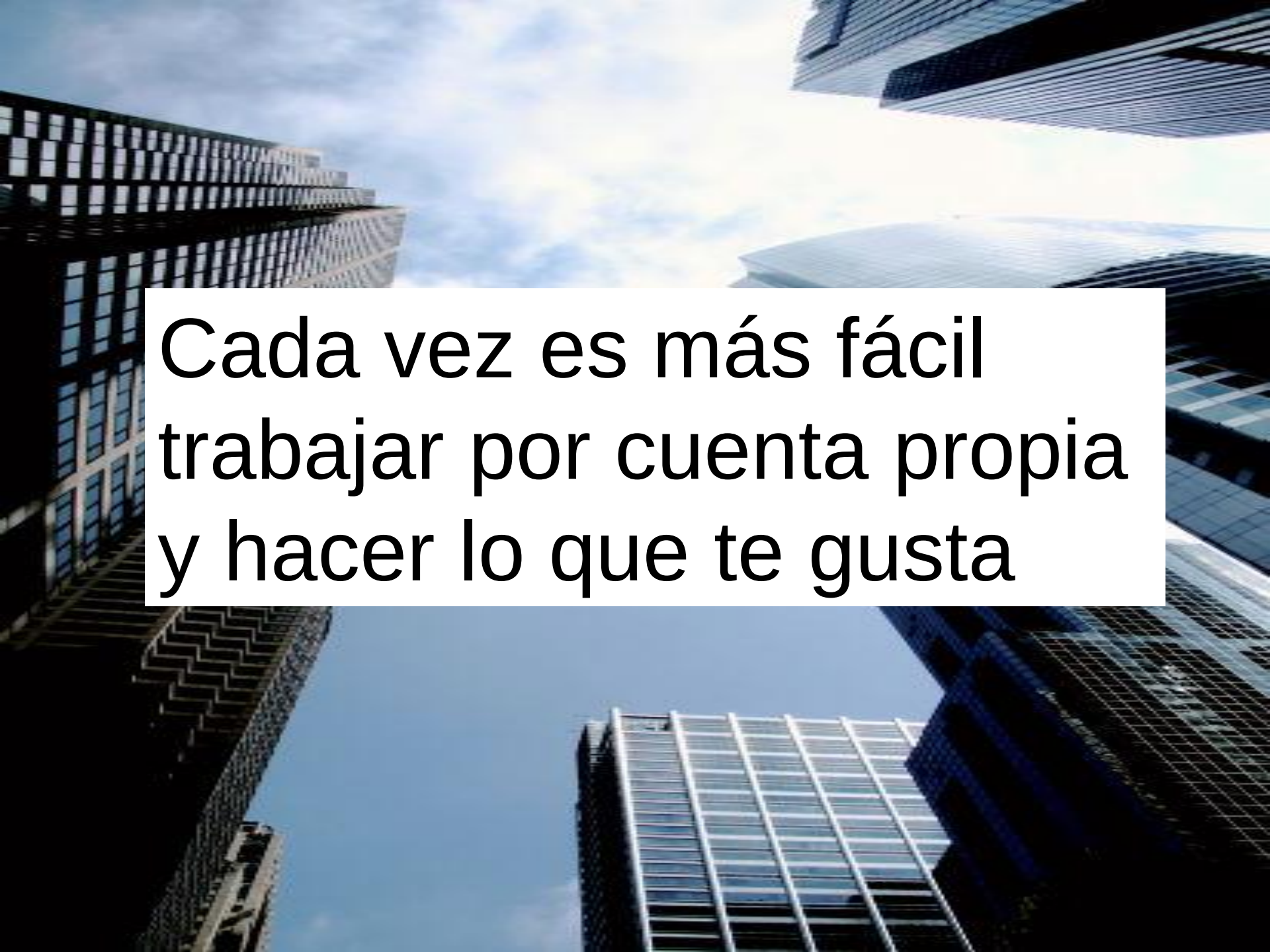




PANORAMA ACTUAL:

O no hay trabajo..

...O la gente que si que lo tiene no le gusta lo que hace

A low-angle, upward-looking perspective of several modern skyscrapers. The buildings feature glass facades and repetitive window patterns, creating a sense of height and architectural scale. The sky is filled with soft, white clouds, and the overall lighting suggests a bright, clear day. The text is centered in a white rectangular box with a thin black border.

Cada vez es más fácil
trabajar por cuenta propia
y hacer lo que te gusta



¡Montando tu propia empresa!

siglo XX



siglo XXI



The Economist 10 de marzo de 2011

Print me a Stradivarius

How a new manufacturing technology will change the world

Feb 10th 2011 | from the print edition

[Tweet](#)

547

[Me gusta](#)



THE industrial revolution of the late 18th century made possible the mass production of goods, thereby creating economies of scale which changed the economy—and society—in ways that nobody could have imagined at the time. Now a new manufacturing technology has emerged which does the opposite. Three-dimensional printing makes it as cheap to create single items as it is to produce thousands and thus undermines economies of scale. It may have as profound an impact on the world as the coming of the factory did.

[E-mail](#)

[Print](#)

[Share](#)

[Reprints & permissions](#)

The Economist Historical Archive 1843 to 2006

"It is a remarkable record of the most significant world events over the past 160 years through the unbiased, probing eyes of *The Economist*"

John Micklethwait,
Editor-in-chief, *The Economist*

Order a
subscription
today.
[CLICK HERE >>](#)



Most commented

Most recommended

1. Charlemagne: The divisiveness pact
2. The Dalai Lama resigns: So long, farewell
3. Corruption in India: A rotten state
4. Barack Obama: Where's the courage?
5. China's National People's Congress: Ask no evil, speak no evil
6. The post-earthquake nuclear crisis: The Japan syndrome
7. France and Libya: Sarkozy's Libyan surprise
8. Cities and the right America, where the pigeon



¡Todo ha cambiado!

Hay miles de oportunidades

Hay miles de Modelos de Negocio...

¿Qué es un **Modelo de Negocio**?

Es un resumen de cómo una empresa
va a servir a sus **clientes...**

...o cómo piensa generar ingresos y beneficios



El Modelo de Negocio más viejo y básico es el del
tendero



Un poco de historia

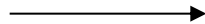
- A principios siglo XX se introduce el modelo del cebo y el anzuelo: Gillette
- En los 50': McDonald's y Toyota.
- En los 60': Wal-Mart y los hipermercados.
- En los 70': Federal Express y Toys "Я" Us;
- En los 80': Blockbuster, Home Depot, Intel, y Dell Computer;
- En los 90': Southwest Airlines, eBay, Amazon.com y Starbucks.

La rápida evolución de Internet ha permitido el surgimiento de nuevos modelos de negocios



Las empresas deben replantearse continuamente su diseño de negocio







Cada una de estas
innovaciones en
modelos de negocio
pueden proporcionar a
una empresa una

**ventaja
competitiva**

¿Cómo diseñar un Modelo de Negocio?

Un **Modelos de Negocio** debe responder a las siguientes cuestiones:

- Cómo seleccionarás a tus clientes
- Cómo defines y diferencias tus ofertas de producto/serv
- Cómo consigues y conservas a los clientes
- Cómo sales al mercado
- Cómo defines las tareas que deben llevarse a cabo
- Cómo configuras tus recursos
- Cómo consigues el beneficio



Componentes del **Modelo de Negocio**

CLIENTES

RELACIÓN CLIENTES

CANALES

PROPUESTA DE VALOR

ACTIVIDADES

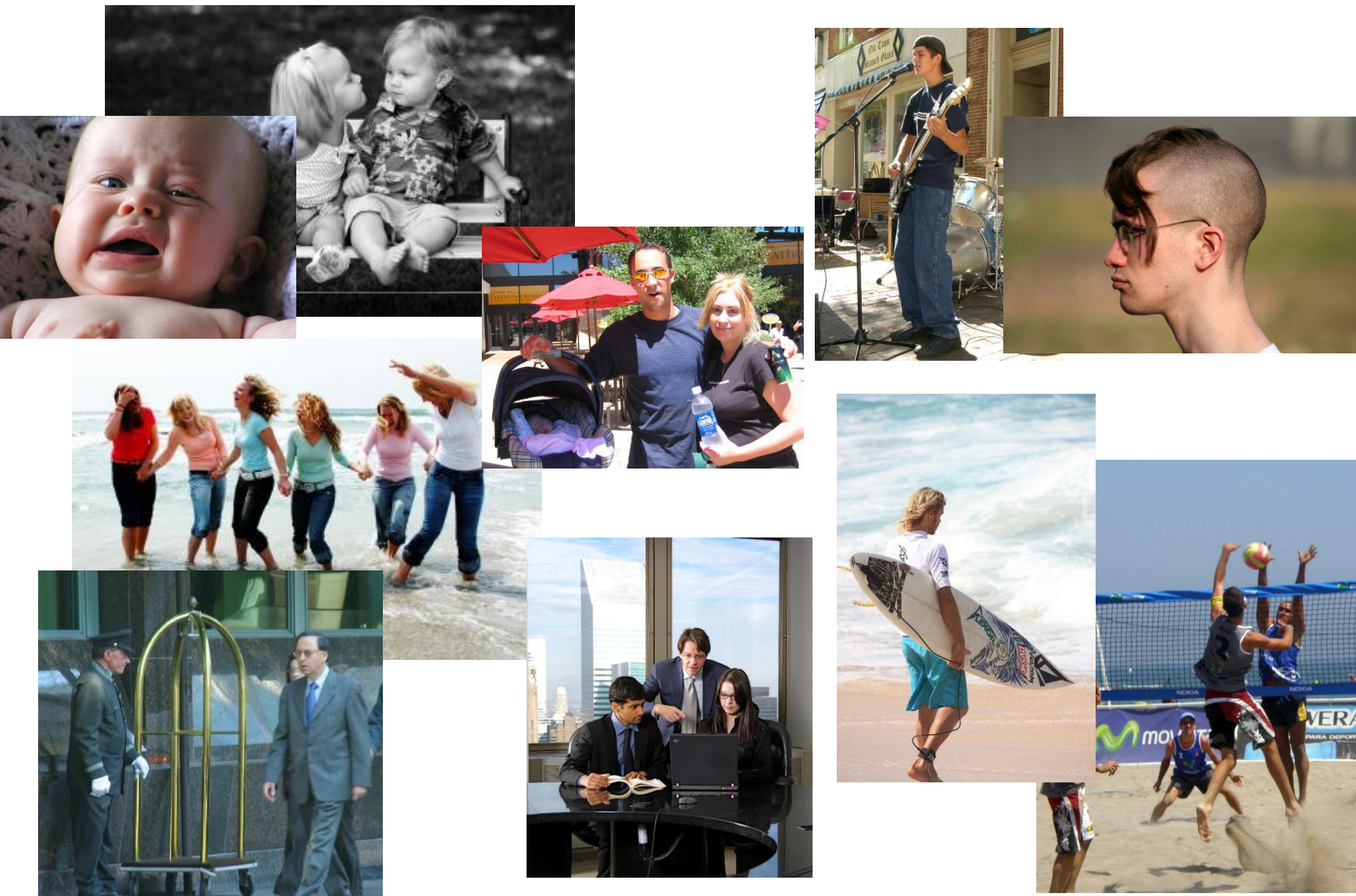
RECURSOS

SOCIOS COMERCIALES

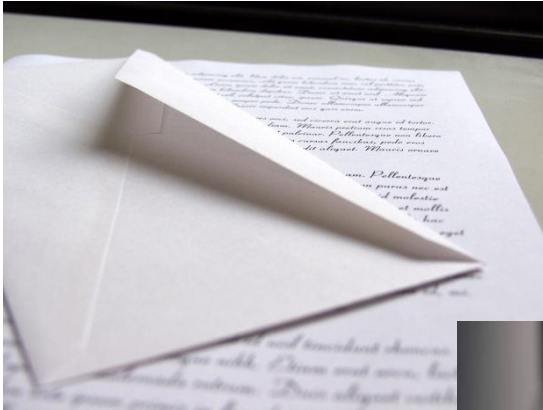
INGRESOS

COSTES

CLIENTES



RELACIÓN CON TUS CLIENTES



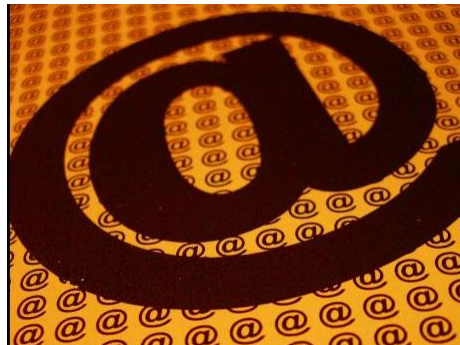
facebook®



You Tube
Broadcast Yourself



CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN



PROPUESTA DE VALOR

RYANAIR



ACTIVIDADES



RECURSOS



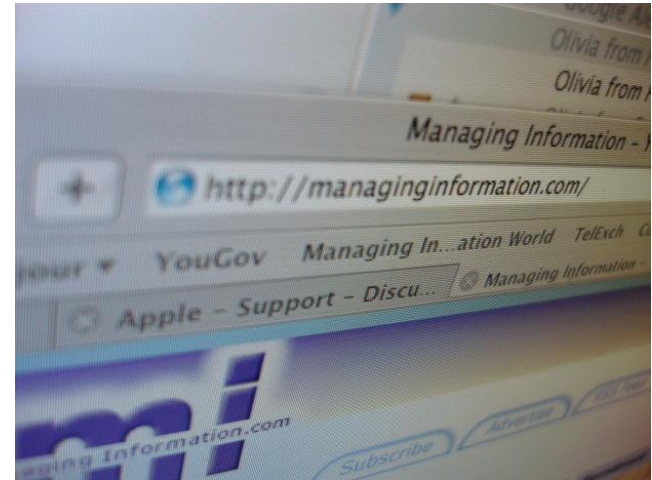
SOCIOS / COLABORADORES



INGRESOS



COSTES



Diseño de un **Modelo de Negocio**

**SOCIOS /
COLABORAD**

ACTIVIDADES

**PROPUESTA
DE VALOR**

**RELACIÓN
CLIENTES**

CLIENTES

RECURSOS

CANALES

COSTES

INGRESOS

Diseño de un Modelo de Negocio 4 ÁREAS:

CÓMO

QUÉ

QUIÉN





EJEMPLO Modelo de Negocio: **NESPRESSO**

SOCIOS / COLABORAD



ACTIVIDADES



RECURSOS



PROPUESTA DE VALOR



RELACIÓN CLIENTES



CLIENTES



CANALES



COSTES

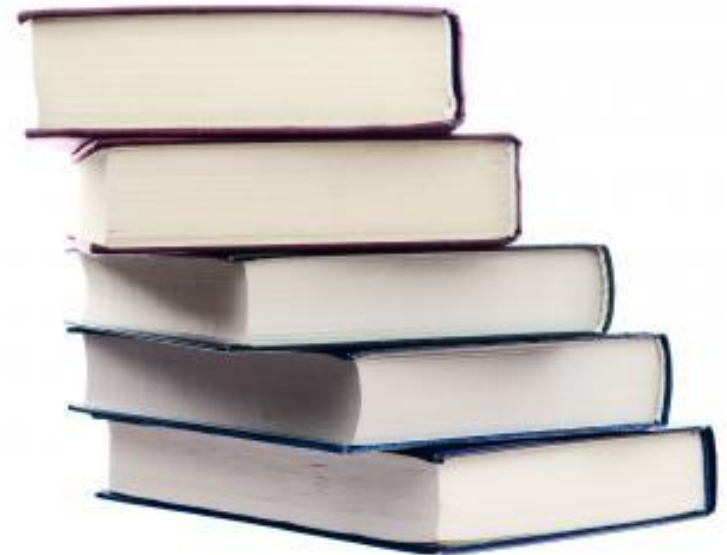
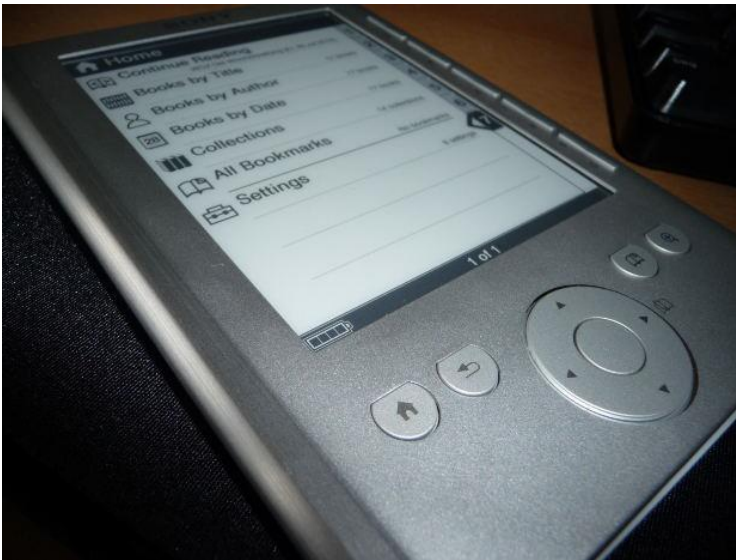


INGRESOS



Tipos de Modelos de Negocio

1. Long Tail



2. Modelos de 2 (o varios) lados



3. Freemium

flickrTM

skypeTM

SpotifyTM



Dropbox

4. Cebo y anzuelo



5. Cloud Computing



Bienvenido al futuro de las aplicaciones comerciales

Gestione las ventas, el servicio de atención al cliente y su empresa en general con tan sólo

Presentación de
database.com
Trusted by enterprises. Built for the cloud.
La nueva base de datos para la Nube empresarial
de salesforce.com
Más información

30 días gratis
Pida su prueba en 60 seg

Contacto
Hablemos del CRM

Ver demo
Vea salesforce en acción

1 2 3 4 5 6 7

6. Crowdsourcing



12 designer



verkami

proyectos qué es verkami FAQ empieza tu proyecto iniciar sesión

Apoya ideas diferentes y artistas innovadores

verkami es 'crowdfunding' para financiar proyectos originales y creadores independientes

Lee más sobre verkami o echa un vistazo a los proyectos

unTÉ para Cien

RECAUDADO **434€** DE **6.200€**

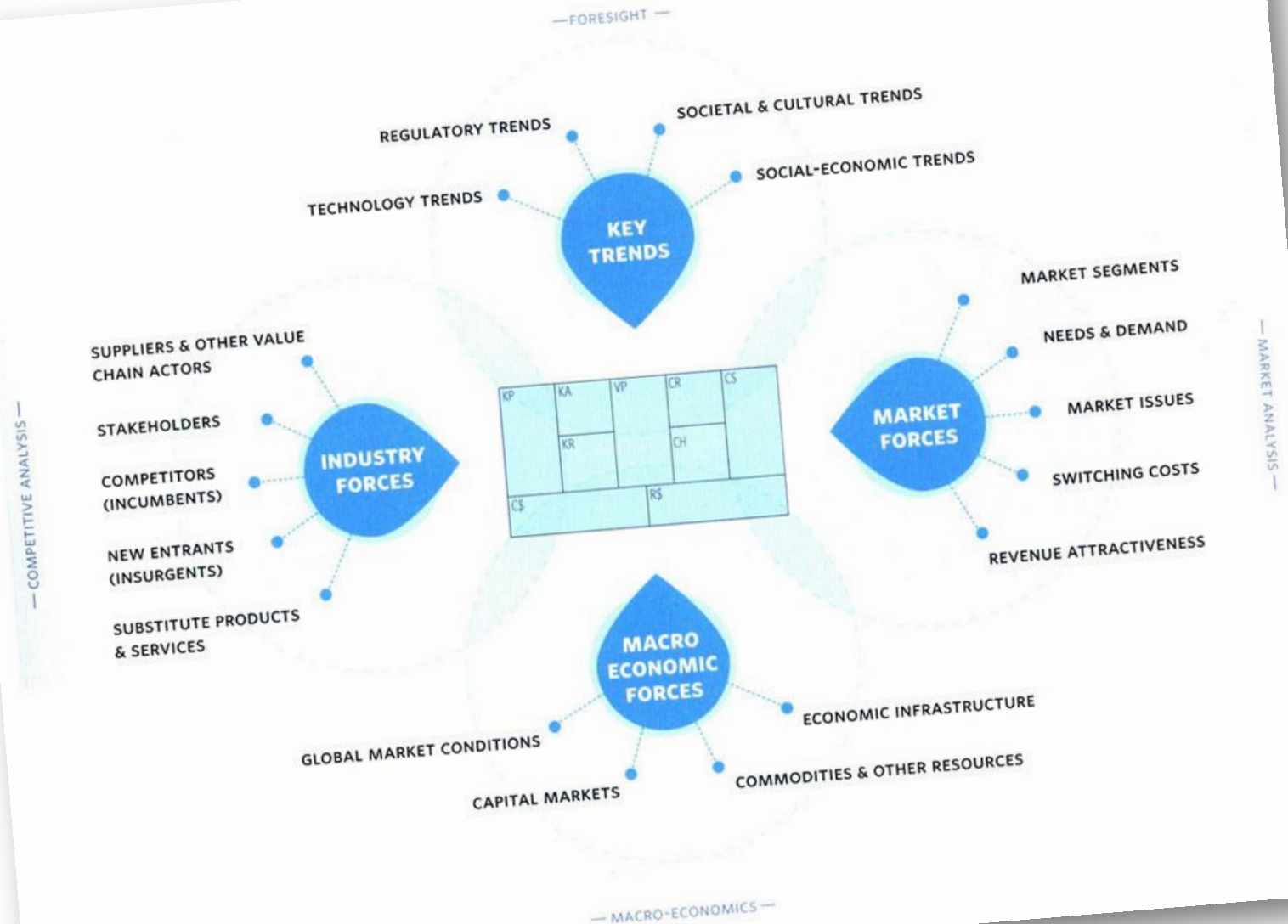
QUEDAN 30 DÍAS

← Anterior Siguiente →

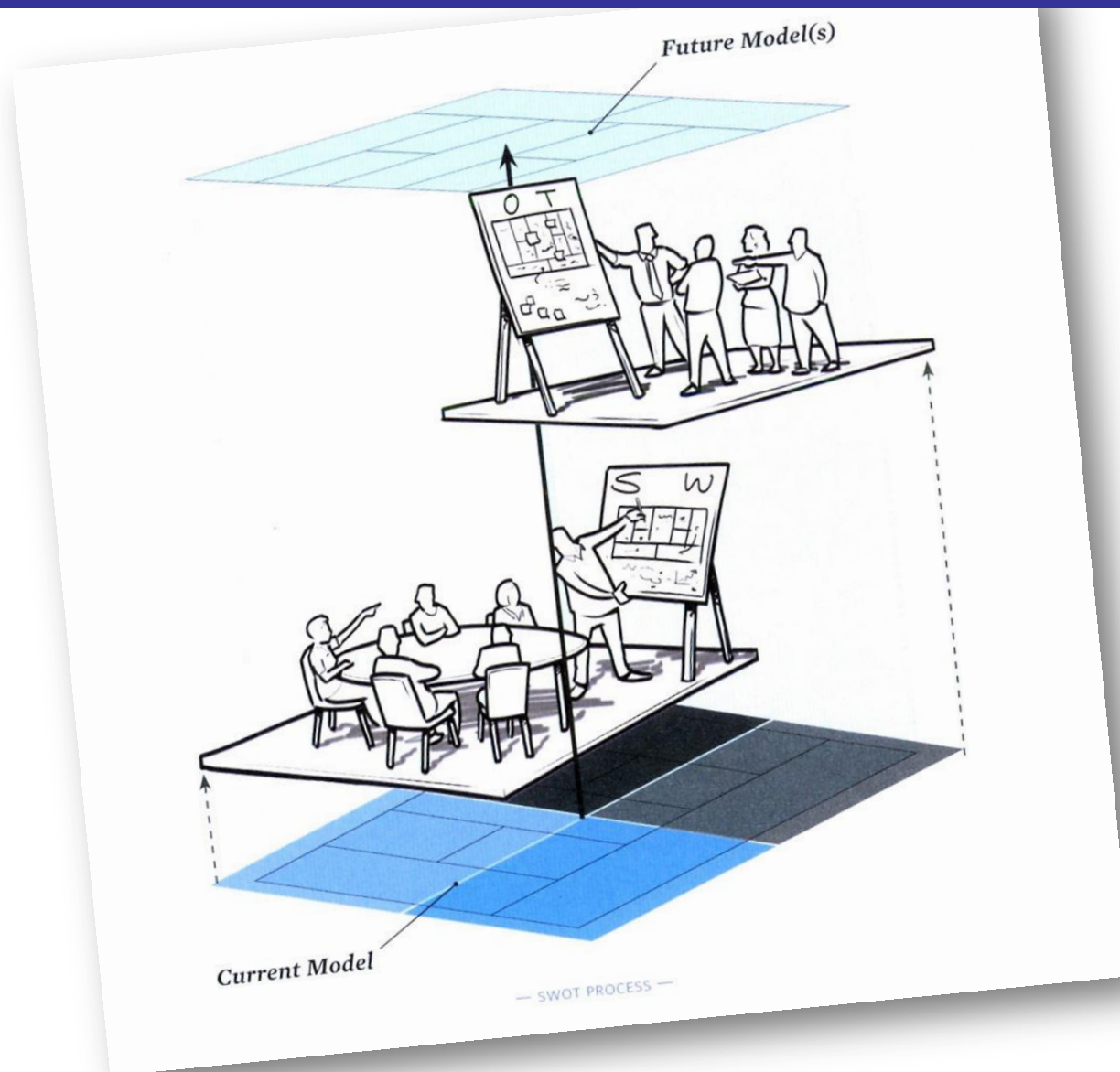
Estrategias

Para crear y gestionar modelos de negocios

1. Evaluar el entorno

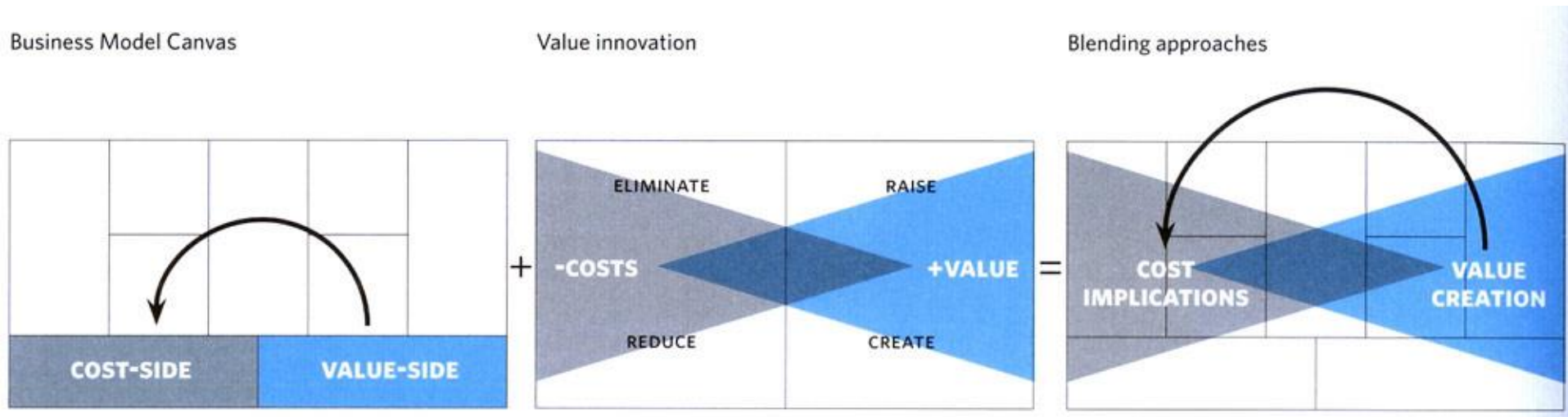


2. Analizar y Validar



Fuente: Libro “Generación de Modelos de Negocio”

3. Analizar las perspectivas del modelo de negocio a través de la estrategia "Blue Ocean"



Blue Ocean: crear productos y servicios en donde la competencia es irrelevante porque creas mercados donde no hay competencia.



El entusiasmo, las ganas de emprender, una actitud positiva, y un **MODELO DE NEGOCIO** son necesarios...

...pero no suficientes

A photograph of a chessboard with a black king, a white king, and a black pawn. The text "Se necesita un método" is overlaid on the image.

**Se necesita
un método**

El Plan de Empresa

Instrumento que ayuda a **evaluar** un proyecto o idea empresarial



Documento donde se **describe** la idea de negocio, las estrategias y los recursos necesarios para llevarla a cabo

Extraordinariamente útil pues obliga a **analizar** todos los aspectos de una idea para convertirla en una empresa....¡o para descartarla!



“Al igual que un constructor no comienza a construir sin su plano...”



...un emprendedor no debería montar una empresa sin su plan de empresa”.

¿Cuánto dinero necesito?

¿Qué normativa me afecta?

¿Qué funciones y capacidades ha de desempeñar cada puesto?

¿A qué precio voy a vender?

¿Tengo acceso a los suministros necesarios?

¿Cuánto dinero tendré que pedir?

¿Cuánto dinero dispongo?

¿A quién le voy a pedir dinero?

¿Has realizado una previsión de necesidades de personal?

¿Has diseñado un organigrama?

¿Conozco el proceso de producción o de distribución?

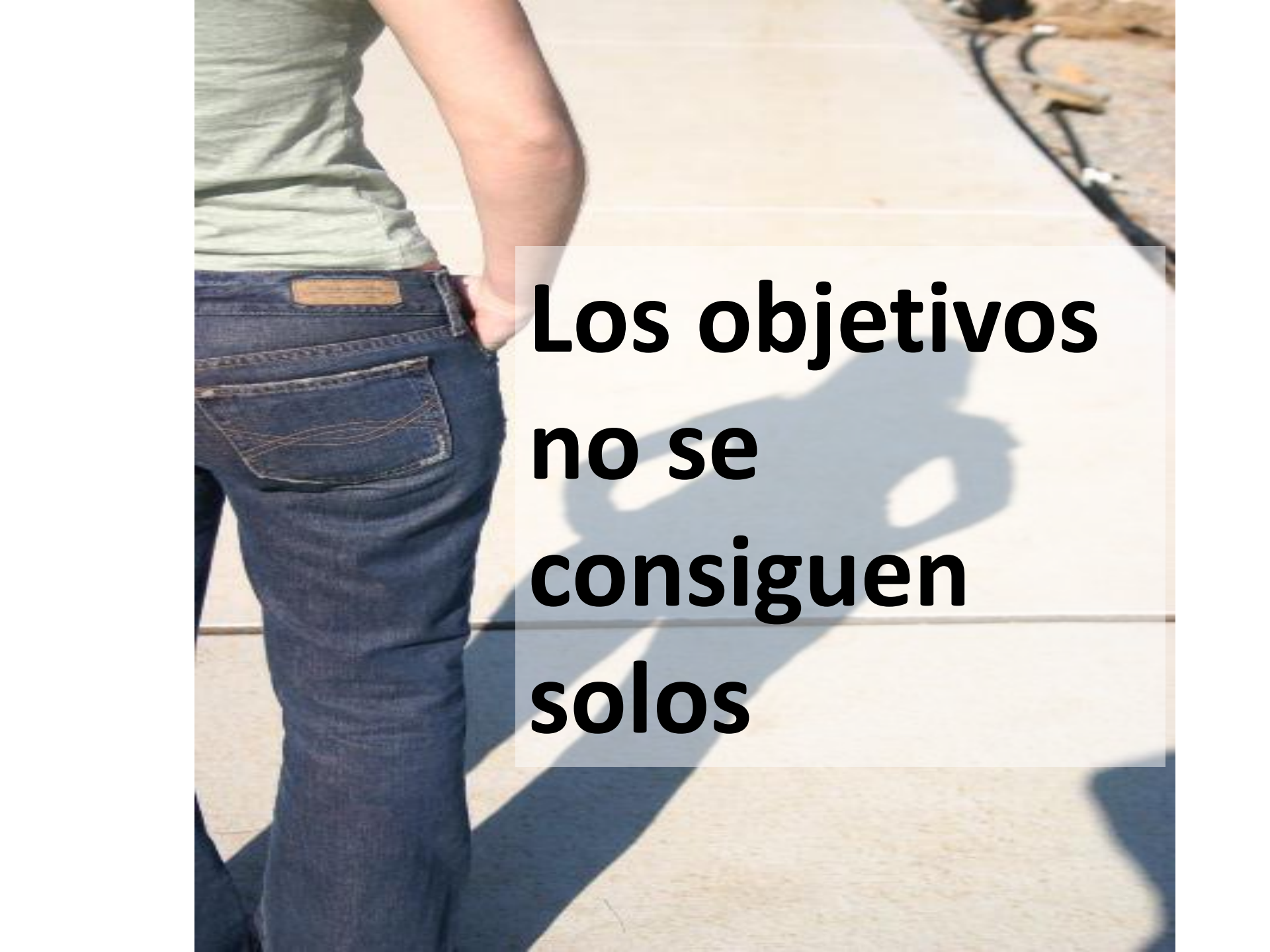
¿Cuento con recursos materiales y humanos para fabricar el producto o prestar el servicio?



¿Cuál será mi estimación de ingresos?

A woman with long brown hair is leaning over a pool table, looking intently at the balls. She is holding a cue stick and a white cue ball. The pool table has a green felt top. In the foreground, a yellow and red striped ball with the number 11 is visible. In the background, another yellow and red striped ball is visible. The text "¿Dónde queremos llegar?" is overlaid on the right side of the image.

**¿Dónde
queremos
llegar?**

A person is standing on a light-colored concrete sidewalk. They are wearing a light green t-shirt and dark blue jeans. Their right hand is in their back pocket. A long, dark shadow of the person is cast onto the sidewalk to their right. The background shows a continuation of the sidewalk and some dark, possibly wet, areas on the right side.

**Los objetivos
no se
consiguen
solos**

Partes de un Plan de Empresa

1. Introducción
2. Plan de Marketing
3. Plan de Producción
4. Plan de Recursos humanos
5. Plan Económico Financiero
6. Estructura Jurídico legal
7. Calendario de Ejecución del proyecto
8. Resumen y valoración del Negocio

Conclusión

There's not a single business model... there are really a lot of opportunities and a lot of options and we just have to discover all of them.

Tim O'Reilly

Mientras el mundo más se interconecta, más complejos son los negocios y emergen nuevas oportunidades para crear y capturar valor.





Plaza Emilio Sala, 1
03801 Alcoy (Alicante)
Tel.: 965 541 666 · Fax: 965 544 085
E-mail: informacion@ceei-alcoy.com
www.ceei-alcoy.com



Ginjols, 1 (esquina Avda. del Mar)
12003 Castellón
Tel.: 964 72 20 30 · Fax: 964 23 88 89
E-mail: ceei@ceei-castellon.com
www.ceei-castellon.com



Ronda de Vall d'Uxó, 125
Polígono Carrús. 03205 Elche (Alicante)
Tel.: 966 661 017 · Fax: 966 661 040
E-mail: ceei@ceei-elche.com
www.ceei-elche.com



Parc Tecnològic, Avda. Benjamín Franklin, 12
46980 Paterna (Valencia)
Tel.: 96 199 42 00 · Fax: 96 199 42 20
E-mail: informacion@ceei.net
www.ceei-valencia.com

www.emprenemjunts.es