

# Modelos de Negocios

## Sesión III

Modeladora: Estefanía Opazo Ulloa



**CIMITH**<sup>®</sup>  
COMUNIDAD INTERNACIONAL DE MEDICINA INTEGRATIVA  
Y TERAPIAS HOLÍSTICAS



# Agenda de la sesión

**En la sesión de hoy, abordaremos los siguientes temas:**

1. Fuentes de Ingresos del negocio
2. Recursos claves para el desarrollo de los productos/servicios.
3. Actividades claves para la operación del negocio.
4. Socios y/o Aliados claves para la operatividad actual y futura en el negocio.
5. Estructura de costos del modelo de negocios.

# 1. Fuentes de ingreso del negocio.



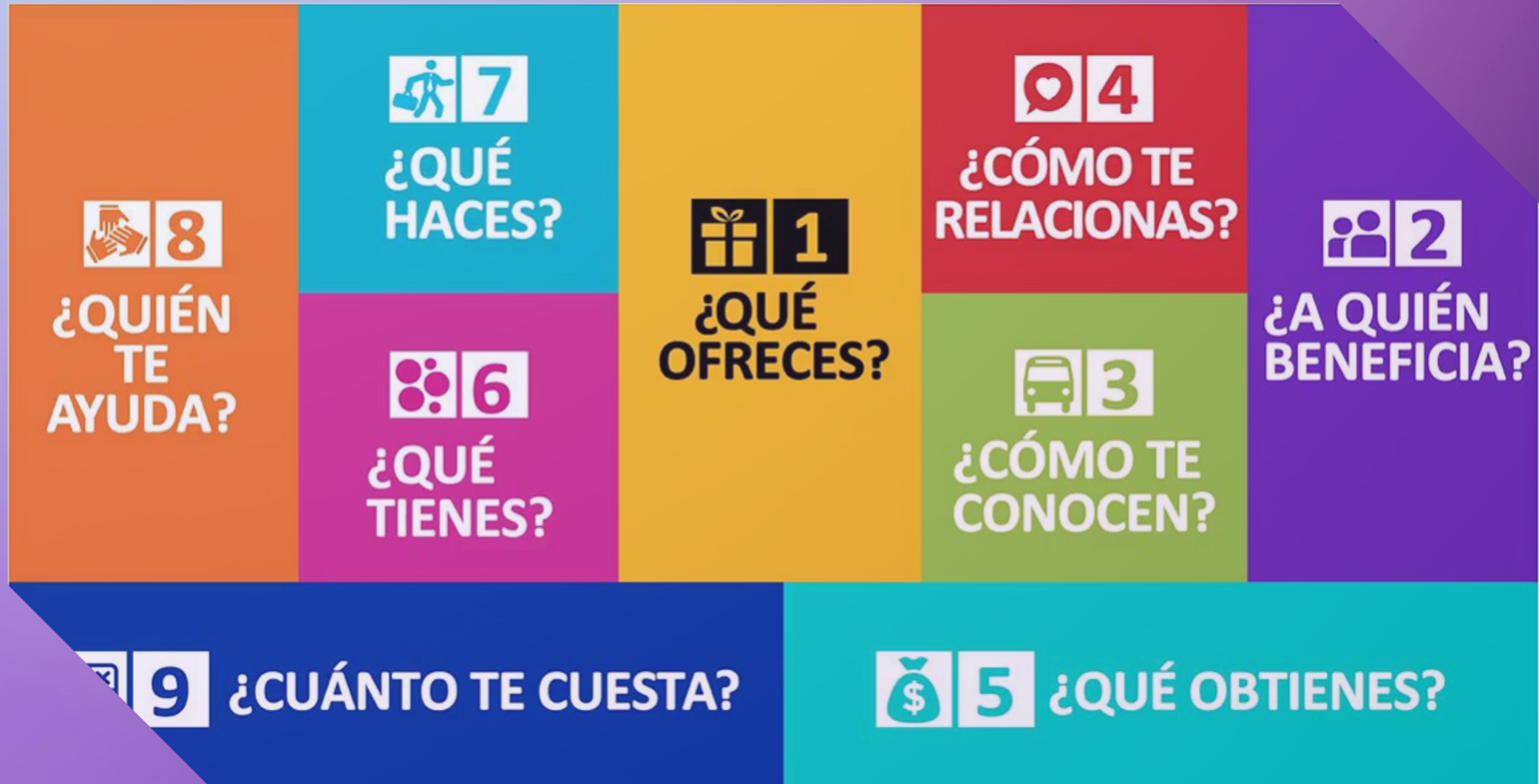


**Para comenzar, recordemos que ya hemos visto y que tenemos pendiente de revisar respecto al**  
**“LIENZO CANVAS”**

# Lienzo CANVAS



# Cada cuadrante del CANVAS responde a las siguientes preguntas:





## 5. Fuentes de ingresos



### **Perspectiva General:**

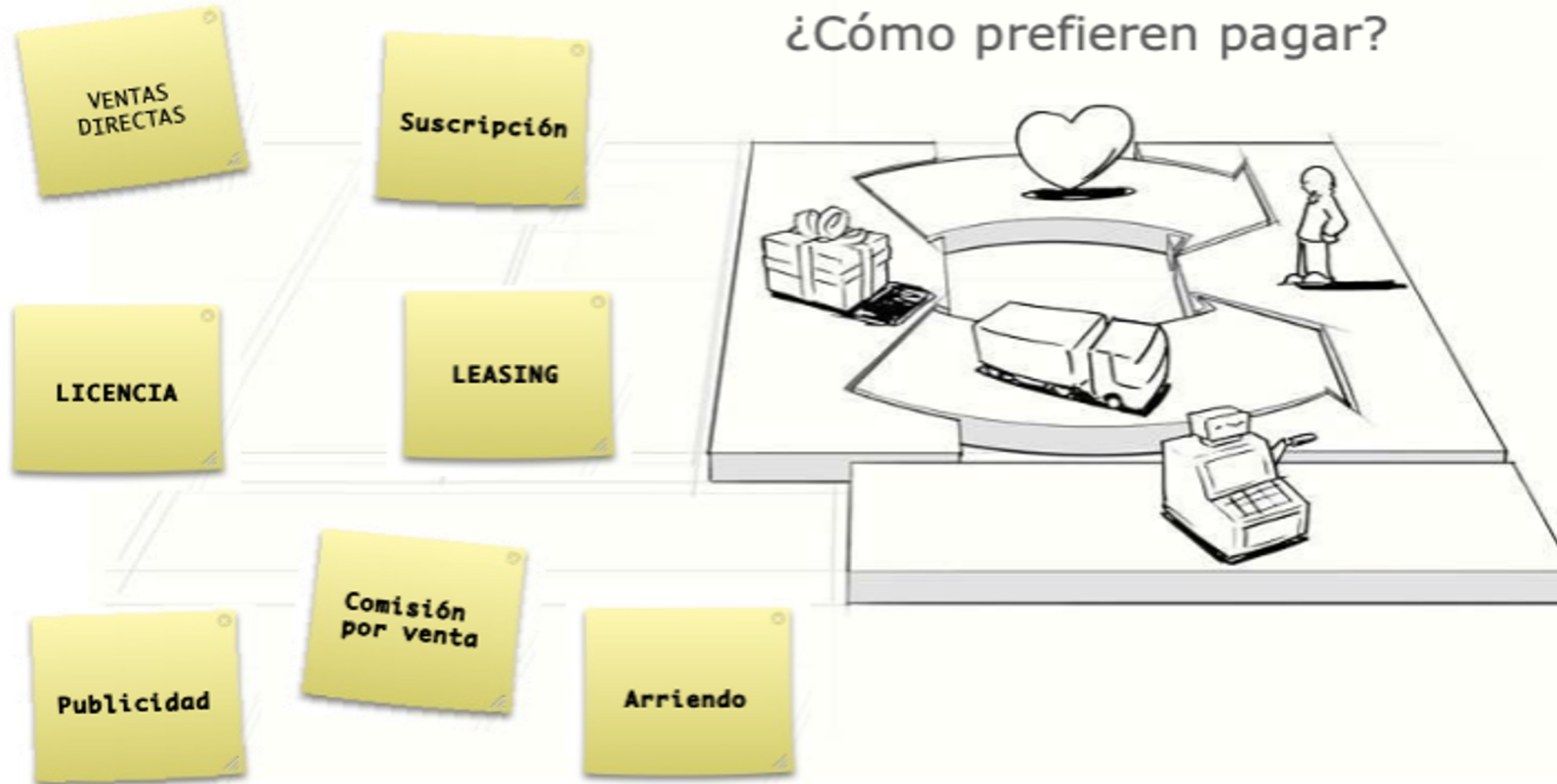
¿Cuánto? = Viabilidad financiera

# 5. Fuentes de ingresos

¿Por qué valor generado estarán pagando mis clientes?

¿Con qué frecuencia y montos?

¿Cómo prefieren pagar?



# Formas de generar “Ingresos”

## Venta directa

- La fuente de ingresos más conocida, es la generada a través de ventas de productos o la prestación de servicios. Por ejemplo, la venta de flores en una florería.

## Cuota por uso

- Los ingresos son obtenidos por el uso de algún servicio en específico. Por ejemplo, el arriendo de un equipo de construcción.

## Cuota por suscripción

- Mediante la venta del acceso continuo a un servicio, se obtiene la fuente de ingresos. Por ejemplo, el acceso a Spotify mediante una suscripción de pago mensual o los gimnasios, que ofrecen suscripciones anuales a sus miembros.

## Préstamos Alquiler

- Es una fuente de ingresos temporal ya que el sólo se utiliza el activo durante un periodo determinado a cambio de una cuota. Por ejemplo, el arriendo de vehículos (rent a car), en la cual el prestatario tiene el beneficio de no tener gastos por un tiempo limitado como los tiene el propietario.

## Comisiones

- A partir de servicios intermediarios se pueden obtener ingresos. Por ejemplo, los corredores de propiedades ganan una comisión cada vez que realizan una venta o concretan el arriendo de una propiedad.

## Publicidad

- Al realizar publicidad de algún producto, marca o servicio. Por ejemplo, las “influenciadoras” en YouTube reciben pagos por hacer publicidad, esto sin embargo requiere tener una gran cantidad de seguidores y visitas.





# ¿Cómo fijar precios?

Dependiendo del segmento que se hable, puede existir una fuente de ingresos diferente y con un mecanismo diferente para fijar precios propios para cada grupo.

## Fijos (se basan en variables estáticas)

1. **Lista de precios fija:** Precio fijo para cada producto o servicio.
2. **Según características:** El precio depende de la cantidad de características que tenga el producto y de la calidad.
3. **Según segmento de mercado:** El precio depende del segmento al que estemos dirigiéndonos (Mayonesa Hellmann's clásica y Supreme).
4. **Según volumen:** El precio depende de la cantidad comprada (mientras más se compre, el precio unitario será menor).

## Dinámico (cambian en función del mercado)

1. **Negociación:** El precio se negocia entre las partes y depende de las habilidades de negociar.
2. **Gestión de la rentabilidad:** El precio depende del momento de compra. Por ejemplo, si un producto está próximo a caducar el precio puede ser menor.

Es importante además saber que los precios dicen mucho de nuestra oferta. Un precio más alto está asociado a una mayor calidad, y a su vez, un precio bajo está asociado a una calidad baja.

**Para cada segmento es necesario conocer y disponer del método de pago más cómodo y llamativo para nuestros clientes, los cuales pueden ser:**

- Efectivo.**
- Tarjeta (crédito/debito.**
- Transferencias bancarias.**
- Deposito.**
- Cheque.**
- Etc.**

## 2. Recursos claves para el desarrollo de los productos/servicios.





## 6. Recursos Claves

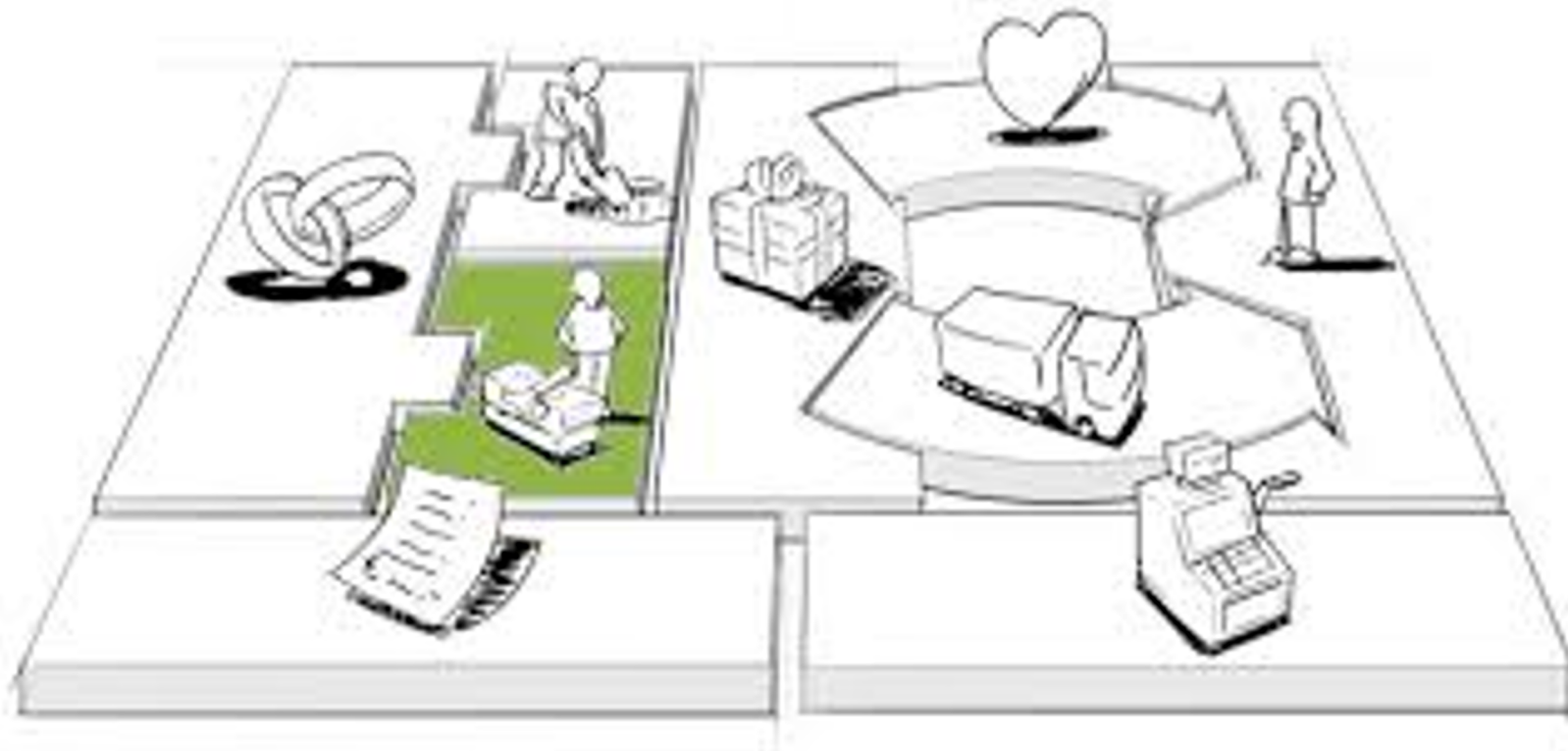


**Perspectiva General:**

**¿Cómo? = Infraestructura**

# 6. Recursos claves

¿Qué necesito para que mi negocio funcione?

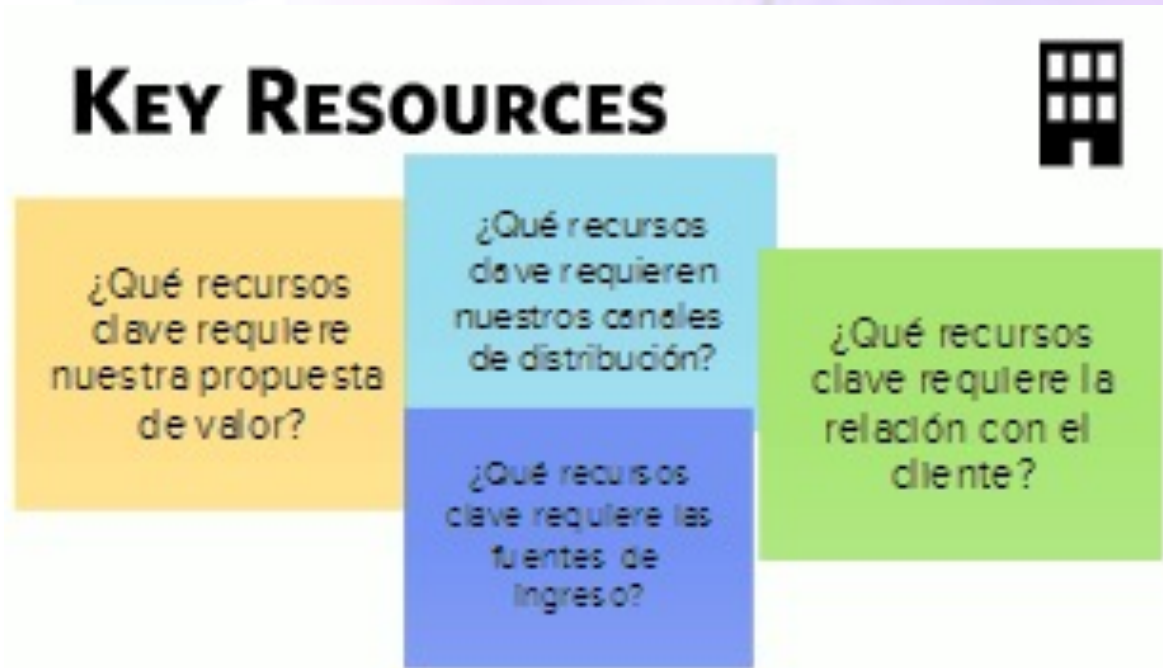




## 6. Recursos Claves

Describe los activos o recursos mas importantes que son necesarios para que tu negocio funcione. Pueden ser propios, arrendados u obtenido de un socio clave.

Estos recursos pueden ser: Físicos, Intellectuales, Humanos y Financieros.



# 6. Recursos claves

## FÍSICOS



*Transporte*

## INTELECTUALES



## HUMANOS



## ECONÓMICOS



# 6. Recursos claves

## FÍSICOS

Los recursos físicos incluyen fábricas, edificios, vehículos, materiales, maquinarias, entre otros. Por ejemplo, una persona que presta servicios de masoterapia, requiere de un espacio u box, camilla, cremas y aceites esenciales, etc.

## INTELECTUALES

Correspondiente a aquellos elementos intangibles que se usan para optimizar la gestión de los procesos (por ejemplo, bases de datos de clientes), recursos propios (por ejemplo, la marca) y aquellos que permiten el funcionamiento de parte del estado (por ejemplo, patentes comerciales).  
Por ejemplo, cualquier local establecido, requiere una patente comercial para poder comercializar sus productos.

## HUMANOS

Es el equipo humano de la empresa. Para las empresas cuyo modelo de negocio se basa en las habilidades o conocimientos de los emprendedores y sus socios, este recurso es el más importante.  
Por ejemplo, un centro de capacitación, no podría funcionar sus relatores o maestros, ya que sin ellos no podría prestar el servicio, por ende, no generaría ingresos.

## ECONÓMICOS

Aquí podríamos incluir elementos como dinero en efectivo, créditos, entre otros, que se requieren en casi todos los emprendimientos para llevar a cabo su funcionamiento. Por ejemplo, los aportes de los socios para el inicio de un emprendimiento, también llamado Capital inicial.



### **3. Actividades claves para la operación del negocio.**





## 7. Actividades Claves



**Perspectiva General:**

¿Cómo? = Infraestructura

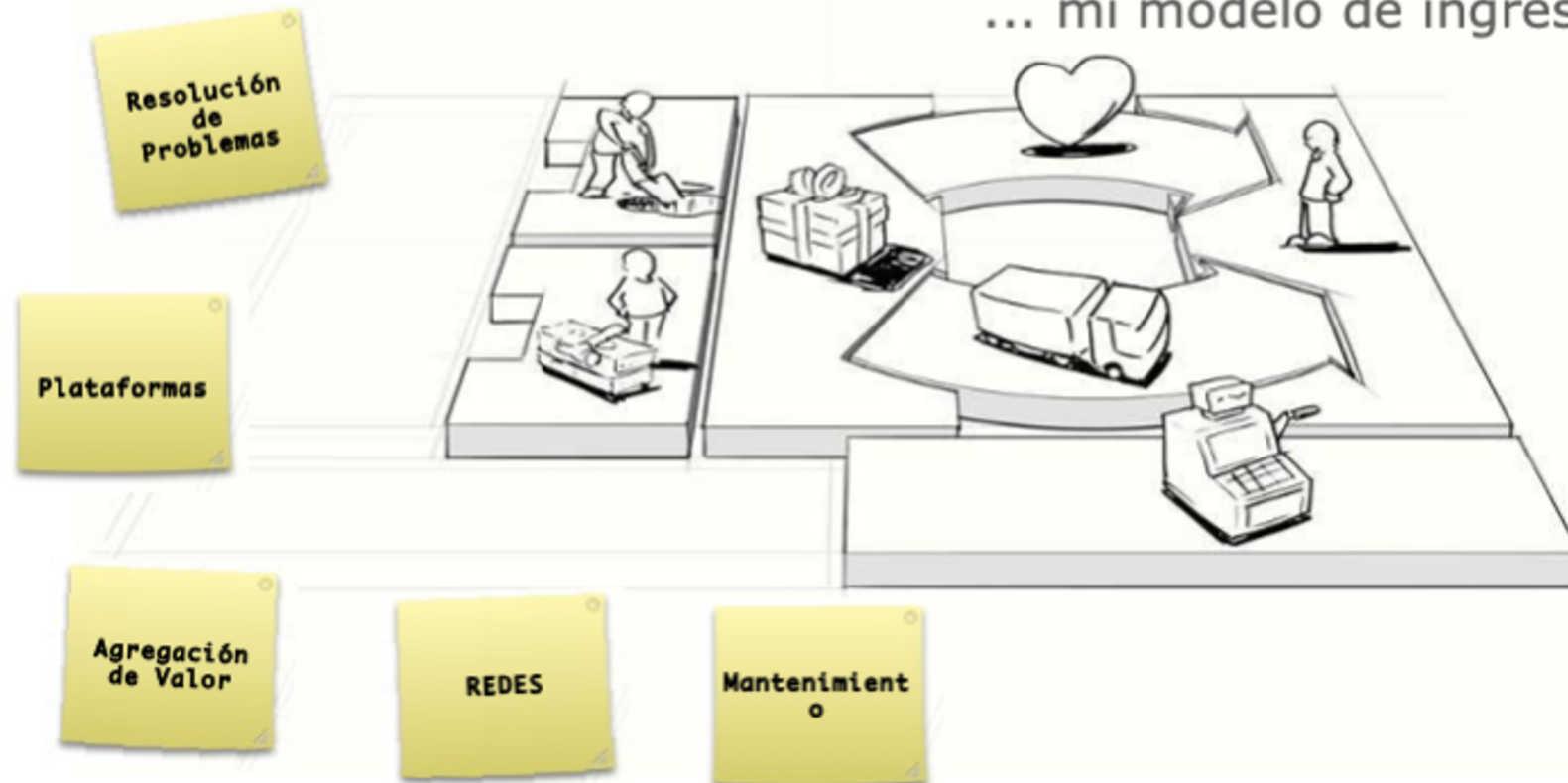
# 7. Actividades claves

¿Qué actividades clave requiere mi propuesta de valor?

... mis canales?

... las relaciones con mis clientes?

... mi modelo de ingresos?



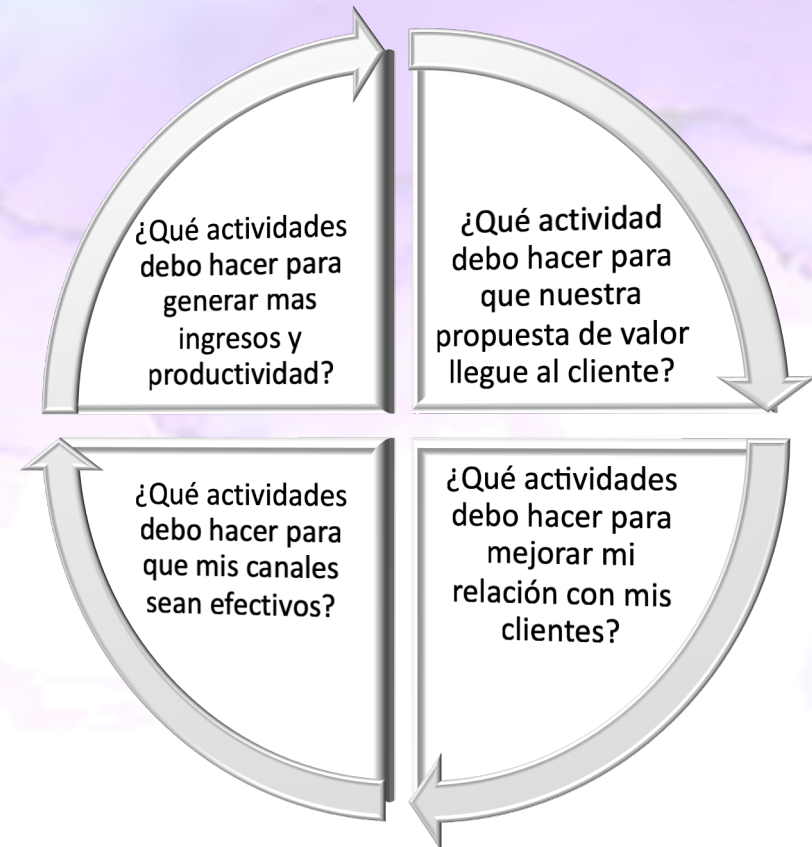
Fuente: Business Model Generation





# 7. Actividades Claves

Existen acciones en toda empresa las cuales permiten llevar a cabo todos los procesos planificados, pero existen ciertas acciones que son vitales y por ende las más importantes para que un modelo de negocios sea factible.



# Tipos de Actividades claves

Las actividades claves, pueden estar relacionadas con:

## PRODUCCIÓN

- Aquellas actividades que producen productos, incluida la fabricación, el diseño y la entrega de productos. Por ejemplo, para una pyme que fabrica productos como infusiones naturales, dentro de sus principales acciones serán: adquirir las hierbas y otros insumos, secar las hierbas y envasar las infusiones.

## SOLUCIÓN DE PROBLEMAS

- El resultado es una actividad que busca atender las necesidades del consumidor. Por ejemplo, los hospitales o centros medicos, satisfacen las necesidades específicas de cada cliente.

## RED/PLATAFORMA

- Este tipo incluye actividades para mantener o desarrollar plataformas de servicios (como sitios web, software o redes de distribución). Por ejemplo, una empresa que vende productos a través de su página de internet debe realizar actividades bien administradas para que ese recurso funcione correctamente.



**4. Socios y/o Aliados claves para la operatividad actual y futura en el negocio.**





## 8. Socios/Aliados Clave



**Perspectiva General:**

**¿Cómo? = Infraestructura**



## 8. Socios/Aliados Clave

Alianzas estratégicas que ayudan al negocio a crecer y funcionar de manera óptima apoyando propuesta de valor.

Personas, proveedores, empresas, red de contactos, organizaciones e instituciones de carácter público o privado que tienen directa relación con la propuesta de valor.

¿Con quienes puedo asociarme para agregar valor a mi negocio?

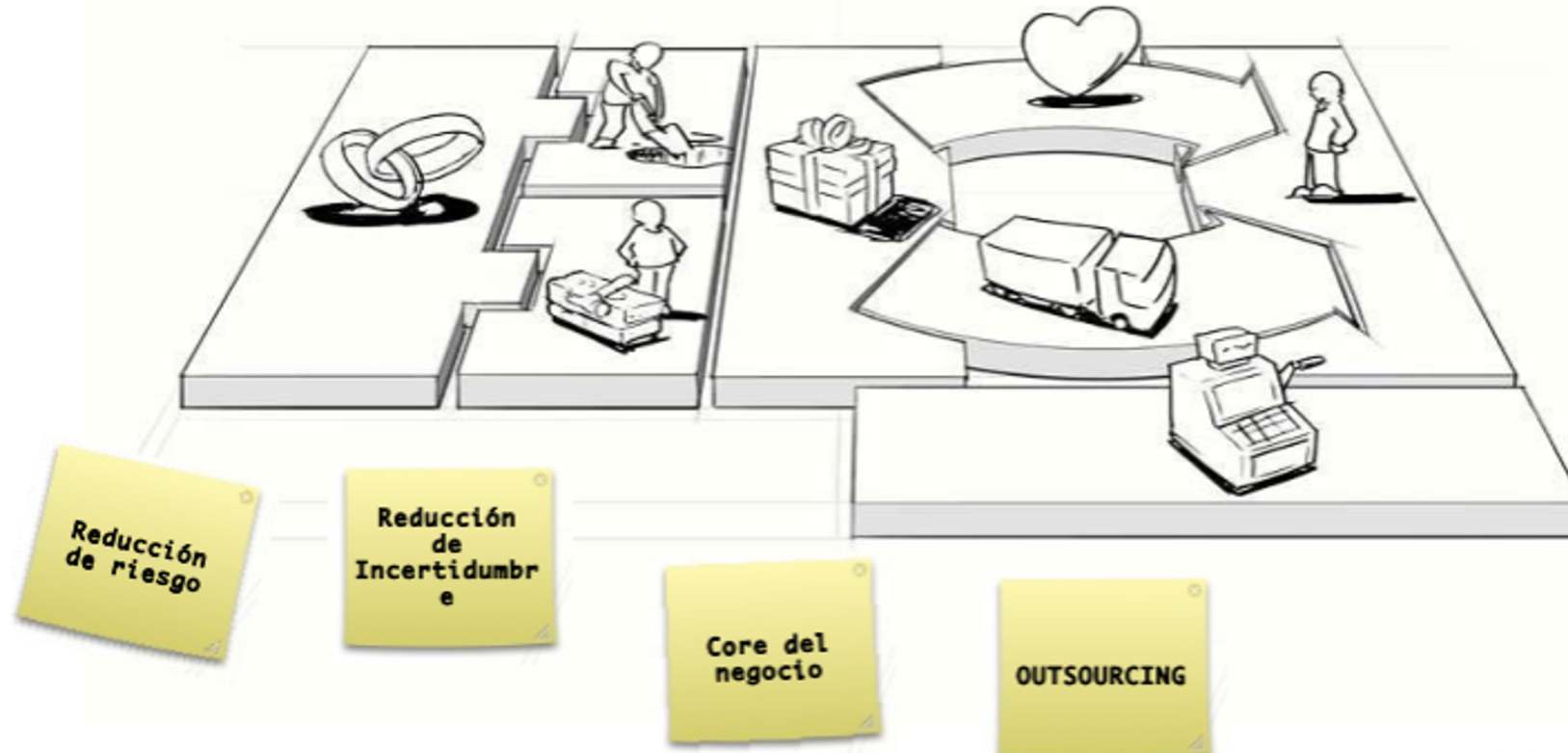
¿Cuáles son las alianzas gestionadas para mejorar la satisfacción de mis clientes a través de la oferta de valor?

# 8. Socios Aliados Claves

¿Quiénes son nuestros aliados y proveedores clave?

¿Qué recursos clave nos entregan?

¿Qué actividades clave realizan?



Fuente: Business Model Generation





**Para entender mejor el concepto se deben responder los siguientes cuestionamientos:**

**¿Quiénes son nuestros socios clave?**

**¿Quiénes son nuestros proveedores clave?**

**¿Qué recursos clave adquirimos de nuestros socios?**

**¿Qué actividades clave realizan los socios?**



# Principales tipos de alianzas

## Alianzas entre no competidores

Empresas cuyos modelos de negocio no compiten por el mismo mercado o recursos y de cuya cooperación pueden surgir beneficios para ambas. Por ejemplo, es el caso de una emprendedoras que realizan terapias y se reúnen para ofrecer sus servicios en un solo lugar, compartiendo el pago de arriendo total de este.

## Cooperación entre competidores

Empresas que buscan un mismo mercado, negocian y coordinan acciones para maximizar los beneficios de ambas partes. Por ejemplo, cuando dos o más empresas se coordinan para fusionar la compra de insumos por volumen y de esta forma obtener mejores precios.

## Empresa conjunta (Joint venture)

Para la creación de nuevos negocios, dos o más socios participan de manera colectiva en la creación de una nueva empresa.

## Relaciones entre comprador y distribuidor

Por medio de esta alianza una empresa asegura la firmeza en las ventas de su producto o servicio.

# ¿Por que buscar socios o alianzas claves?



## 5. Estructura de costos del modelo de negocios.





## 9. Estructura de costos



**Perspectiva General:**

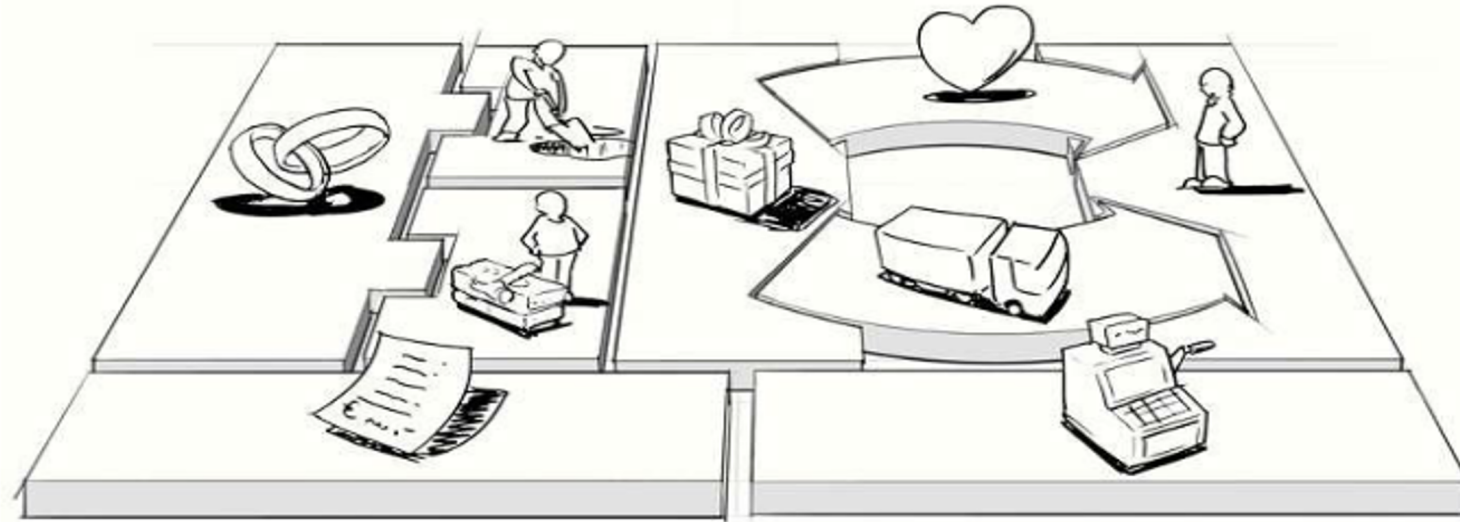
¿Cuánto? = Viabilidad financiera

# 9. Estructura de costos

¿Qué costos tiene asociado implantar este modelo?

¿Qué recursos clave son los más costosos?

¿Qué actividades clave son las más costosas?



**COSTOS  
VARIABLES**

**ECONOMÍAS DE  
ÁMBITO**

**COSTOS FIJOS**

**ECONOMÍAS DE  
ESCALA**

**FOCO EN EL  
COSTO**

**FOCO EN EL  
VALOR**

Fuente: Business Model Generation



# 9. Estructura de costos

Los costos son egresos o desembolsos realizados por el negocio en su operación. Es importante realizar la descripción y monitoreo de todos los costos que implica la puesta en marcha de un modelo de negocio y su operación mensual. De lo anterior, nos podemos preguntar:

¿Cuáles son los costos (fijos y variables), en que debe incurrir su negocio a través de las actividades y recursos clave para llegar a sus clientes con su oferta de valor?.

**Importante : El objetivo de todo negocio es poder "Minimizar los costos" y "Maximizar la utilidad o ingresos"**





# Los Egresos del negocios se pueden clasificar en costos o gastos ¿Cuál es la diferencia?

Tipo de Egreso	Definición	Ejemplo
<b>Costos</b>	Son aquellos desembolsos generados a causa del proceso de fabricación de un producto, o la prestación del servicio.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mano de obra.</li><li>• Sueldos del personal de planta.</li><li>• Arrendamiento del local de producción.</li><li>• Materia prima.</li><li>• Depreciación de máquinas y equipos.</li><li>• Otros.</li></ul>
<b>Gastos</b>	Son aquellos desembolsos generados a causa de la administración de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sueldos del personal administrativo.</li><li>• Arriendo de oficinas.</li><li>• Papelería.</li><li>• Gastos de publicidad.</li><li>• Depreciación de muebles y enseres de oficina.</li><li>• Otros.</li></ul>

# Los egresos pueden ser “Fijos o Variables”

## Fijo

Los Costos y Gastos fijos son aquellos que no varían con la cantidad producida o servicios prestados.

Ejemplo:

- Arriendo del taller de producción.
- Salario de las personas encargadas de la producción o prestación del servicio.
- Salario del administrador del local de venta.

## Variable

Los Costos y Gastos variables son aquellos que si varían y dependen directamente de la cantidad producida o servicios prestados.

Ejemplo:

- Materias primas
- Insumos
- Costos indirectos de fabricación
- Comisión por servicio prestado

# Actividad: Realiza tu Lienzo CANVAS

Con todo lo aprendido en estas sesiones, puedes realizar tu lienzo CANVAS, para tener mas claridad sobre cual es tu modelo de negocios.



**Importante:** El CANVAS es iterativo, por lo que se recomienda realizarlo y actualizarlo cada 6 meses, para identificar como ha ido cambiando tu modelo de negocios.



# Modelos de Negocios

## Sesión III

Modeladora: Estefanía Opazo Ulloa



**CIMITH**<sup>®</sup>  
COMUNIDAD INTERNACIONAL DE MEDICINA INTEGRATIVA  
Y TERAPIAS HOLÍSTICAS