

Gestión de Negocios. Grado 10°. Guía 1.

MODELANDO MI NEGOCIO



<https://www.google.com/search?q=imagenes+modelo+de+negocio&sxsrf>

DBA intencionados:

Matemáticas (DBA 8)

Selecciona muestras aleatorias en poblaciones grandes para inferir el comportamiento de las variables en estudio. Interpreta, valora y analiza críticamente los resultados y las inferencias presentadas en estudios estadísticos.

INDICADORES

Conceptual:

Reconoce la importancia de diseñar modelos de negocios como escenario para viabilizar ideas de negocio.

Procedimental:

Diseña el modelo de negocios, teniendo en cuenta la estructura de la metodología CANVAS.

Actitudinal:

Asume con responsabilidad la importancia de diseñar e implementar modelos de negocios con la metodología CANVAS, para la proyección de un plan de negocios.

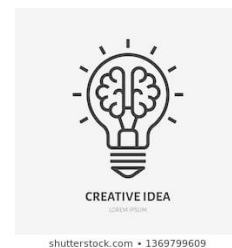
A. VIVENCIA

Una persona emprendedora es aquella que tiene la capacidad de generar una idea que posteriormente se convierte en proyecto para, seguidamente, llevarlo a cabo asumiendo todos los posibles riesgos inherentes a su puesta en marcha.

Trabajo individual.

1. Dibujo un gran árbol con raíces, ramas y frutos de diferentes tamaños. En las raíces indico cada una de las competencias y habilidades positivas que tengo (los valores que considero más importantes); cada fruto contendrá un éxito alcanzado y finalmente, en las ramas indico qué he hecho para conseguir todos estos éxitos.
2. Genero una idea de negocio innovadora, creativa, loca que satisfaga una necesidad o resuelva un problema de mi comunidad y que se relacione con los proyectos supervisados trabajados en la educación básica.

B. FUNDAMENTACIÓN



Trabajo individual.

3. Realizo lectura de los conceptos relacionados con la modelación de ideas de negocio, siguiendo la estructura de la metodología CANVAS.
4. Registro en el cuaderno de Escuela y Café las ideas principales.

- **Modelo de negocio:** Un modelo de negocio es un plan que describe de manera lógica cómo se crea una empresa y cómo aporta valor en términos económicos, sociales, culturales u otros. El Modelo de Negocio es un primer paso para validar la idea de negocio de una persona emprendedora o empresa.

Para que una idea tenga éxito, como mínimo, debe:

- Cubrir una necesidad o deseo real por parte del cliente a quien se le pretende vender.
- Existir un número de clientes potenciales suficiente.
- Debe ser susceptible de ofrecer beneficios económicos vendiéndose a un precio no superior al que el cliente esté dispuesto a pagar.
- En la mayor parte de los casos, deberá competir con otros productos que ayuden a satisfacer necesidades iguales o similares, por lo que dicha idea deberá ofrecer un valor real y diferencial.
- **Modelo CANVAS:** Es una herramienta para pensar y crear modelos de negocio planteada por el consultor suizo Alexander Osterwalder. Este modelo permite analizar cualquier proyecto, porque se puede ver en conjunto, con todos los elementos que forman parte de él.
- **Propuesta de valor:** Lo que te diferenciará de las demás empresas, por qué el cliente va a comprar tu producto no a la competencia. Podrás diferenciarte de otras empresas siempre y cuando tengas una ventaja competitiva, que puede ser de diferentes tipos: ventaja de costo, ventaja por diferencia de producto, o ventaja de transacción (el acceso de tus clientes para comprar tu producto), valores agregados en cualquier etapa del proceso.
- **Segmento del mercado:** ¿Quiénes son tus clientes? Dependiendo de la empresa que tengas en mente los clientes pueden ser de tipos diferentes:

Geográfica: divididos con base a la ubicación de clientes, ya sea por ciudades, municipios, estados o países, esta segmentación es tanto medible como accesible.

Demográfica: se toma en cuenta la variable demográfica de interés, ya sea el género, edad, cantidad de ingreso o cualquier otro aspecto que responda a la oferta que deseas atender.

Psicográfica: esta segmentación responde a una división psicológica, la cual permite identificar los gustos y preferencias del cliente.

Segmentación por comportamiento: en relación al comportamiento que tiene el cliente con el producto o servicio.

- **Canales de distribución:** ¿Cómo podrán comprar tu producto? hay que tener en cuenta cómo vas a distribuirlo, sobre todo si en tu modelo de negocio te comprometes a ser rápido. Cuando el canal de distribución es “directo” el fabricante vende directamente al consumidor final sin necesidad de intermediarios. Cuando el canal de distribución es “indirecto” el producto pasa por varias manos antes de llegar al consumidor final. Los intermediarios entre el fabricante y el consumidor es un canal de distribución indirecto.
- **Relaciones con los clientes:** Piensa cómo vas a relacionarte con cada tipo de cliente, teniendo en cuenta sus características y sus necesidades. Por ejemplo, si buscan un servicio de atención personalizado, si prefieren establecer una comunidad online y debatir en ese entorno, o qué es lo que buscan. Averígualo y mantén esa relación. El tipo de relación deberá ser coherente con el segmento de clientes a los que nos dirigimos, el tipo de propuesta de valor que les ofrecemos y estará condicionada por los recursos disponibles. Algunos tipos de relación son:

Personal: a través de una comunicación directa, por ejemplo: cara a cara o por vía telefónica.

A distancia: es cuando se establece una comunicación indirecta, posiblemente con el uso recursos tecnológicos como e-mail, mensajería o buzones.

Automatizada: se emula la atención directa al cliente con base en un proceso automatizado, por lo general utilizando herramientas informáticas.

Individualizada: se ofrece servicio particular o exclusivo a los clientes.

Por autoservicio: se proporciona la propuesta de valor de forma tal que los clientes se atienden ellos mismos.

C.EJERCITACIÓN

TRABAJO INDIVIDUAL

5. Inicio la construcción de mí modelo de negocio, siguiendo la metodología CANVAS y la información vista en la fundamentación; para ello realizo las siguientes actividades:

1. Realizo una descripción de los dos proyectos supervisados que más me gustaron en la educación básica, teniendo en cuenta el objetivo y la rentabilidad del proyecto.
2. Con base a la información anterior selecciono la idea de negocio que más me gusta e inicio su formulación en el cuaderno de escuela y café.

- **Propuesta de valor.**

Determino los bienes (productos) o servicios que voy a ofertar a un segmento de mercado determinado e identifico cuál es su elemento diferenciador.

- **Segmento del mercado.**

Realizo una descripción del sector del mercado que voy a intervenir con mi bien (producto) o servicio.

- **Canales de distribución.**

Defino a través de un esquema la ruta que recorre el bien (producto) o servicio que voy a ofertar para llegar al cliente, en este debo describir hasta qué parte de la ruta intervengo.

- **Relaciones con los clientes.**

Defino el tipo de relación que voy a establecer con mis clientes, con el propósito de garantizar el pago de un precio justo y obtener ingresos más equitativos.

D. APLICACIÓN

Trabajo con mi familia.

6. Con la ayuda de mis padres diligencio la siguiente matriz de riesgo, teniendo en cuenta la información de mi modelo de negocio y el impacto que genera mi empresa desde los componentes ambiental, social y legal.

Para realizar el ejercicio deben tener en cuenta:

Registrar las actividades que se realizan en el proyecto. Colorear cada actividad en los diferentes componentes (ambiental, social y legal) y con base a los criterios del semáforo.

VERDE: no afecta, no genera, cumple, de alta calidad, manejo de responsabilidades y más de 3 empleos.

AMARILLO: está en proceso, poco impacto, dos o menos empleos y poco apoyo familiar.

ROJO: no cumple, alta afectación, daño severo, no genera empleos, no hay trabajo familiar.

Plan de manejo y mejora: Para cada una de las casillas en rojo, propongo una acción de mejora para compensar, cumplir, mejorar o mitigar el impacto o daño causado.

Impacto o daño:

Acciones:

Impacto o daño:

Acciones:

Impacto o daño:

Acciones:

Impacto o daño:

Acciones:

7. Presento las actividades realizadas al docente para que valore mis aprendizajes.

Referencias Bibliográficas

- http://culturaempresarial.extremaduraempresarial.es/wp-content/uploads/2012/09/Guia-Did%C3%A1ctica_Modelo-Canvas-1.pdf
- <https://accioncontraelhambre.org/documentos/www.culturaempresarial.extremaduraempresarial.es>
- <https://escuela-empresariales.alegra.com/marketing/>
- <https://modelocanvas.info/relacion-clientes/>
- <https://empresarialesynegocios.com/modelo-de-negocios/>
- <https://www.urosario.edu.co/Periodico-Nova-Et-Vetera/Empresa/Las-claves-de-un-empresarial-exitoso/>
- <https://bambucreativos.com/modelo-canvas-para-empresariales/>