Modelos de Negocios del Siglo XXI

E-book por Víctor Plaza

INDICE

LA IMPORTANCIA DEL USO DE LA INTERNET EN LA EMPRESA Y EN LOS EMPRENDIMIENTOS……3

MODELO DE NEGOCIOS……6

Modelo Canvas……..…9

Modelo Amazon……...17

Sobre Victor Plaza 21

LA IMPORTANCIA DEL USO DE LA INTERNET EN LA EMPRESA Y EN LOS EMPRENDIMIENTOS.

El siglo XXI se ha caracterizado principalmente por los grandes avances tecnológicos a nivel mundial. Además de ello, por el crecimiento que ha generado la utilización de Internet en todos los ámbitos de la vida cotidiana del ser humano. **Internet y las empresas** han formado parte de este fenómeno mundial, ya que las mismas han tenido que adecuarse a las ventajas y desventajas que trae consigo la utilización de esta herramienta. Internet, suele estar al alcance de un gran número de personas, lo que ha hecho que las comunicaciones y las formas de llevar a cabo una empresa haya cambiado. Tanto la comunicación comercial como las oportunidades de ofertas, productos o servicios han sido importantes para el mantenimiento en el tiempo, tanto de una empresa física como de una empresa online.

Hoy en día el uso de internet es considerado como una herramienta fundamental y de mucha importancia en cualquier ámbito de nuestras vidas. Con internet podemos documentarnos y cualquier tema está a nuestro alcance.

Esta importante fuente de información nos permite obtener mucha información abierta que nos ayuda en nuestras tareas diarias personales y empresariales sobre temas de la importancia de:

1. Encontrar información valiosa de prospectos y clientes
2. Posibles alianzas estratégicas
3. Adquisición de insumos, herramientas, instrumentos
4. Información sobre posibles proveedores
5. Nuevos mercados
6. Nuevos productos
7. Nuevas formas de conseguir colaboradores
8. Selección de personal

Muchas empresas utilizan este sistema como parte de su estrategia en un mercado global con el propósito de obtener mejores ventajas competitivas.

En la actualidad es casi fundamental la comunicación digital ya que actualmente la mayor parte de las empresas en todo el mundo las utiliza para suministrar a los clientes informaciones sobre sus datos, sus productos o servicios, tanto de forma interna como a otras empresas y clientes.

Proporcionan el acceso de manera interactiva a la base de datos de oportunidades de ofertas, el envío sobre las características o la información de un determinado producto o servicio por esta misma vía, además de la revisión de concesiones, que permite a los proveedores el disminuir el costo de una forma muy conveniente, facilitando este medio a su vez la creación de mercados y segmentos nuevos.

El uso de este trascendental medio facilita las relaciones comerciales y el soporte a los usuarios, debido a que posee una disponibilidad de 24 horas al día, fidelizando el trato entre la empresa y los clientes creando un vínculo conveniente para ambas partes.

Este e-book es un extracto de mi libro que se encuentra

en AMAZON titulado " El Arte de la Guerra en Internet" y es parte de mi tesis doctoral y en ella establezco el modelo de las ventajas competitivas de una organización exportadora de espárragos frescos en El Perú y su correlación con sus sistemas educativos.

MODELO DE NEGOCIO

Gracias al avance de la tecnología de las comunicaciones y en especial Internet, la forma de hacer negocios ha dado un cambio impresionante. Este es el motivo por el cual una Empresa necesita un Modelo de Negocio acorde a esta tecnología.

Cuando le pregunto a un Empresario ¿Cuál es el Modelo de Negocio de tu Empresa? Normalmente, no sabe la respuesta, porque me empieza a decir a qué se dedica, "pues yo vendo refacciones para autos", "tengo un salón de belleza", "tengo un bufet de abogados", "tengo una constructora", "tengo una inmobiliaria", etc. Las estadísticas son más contundentes porque, aproximadamente, el 95% de las Empresas en el

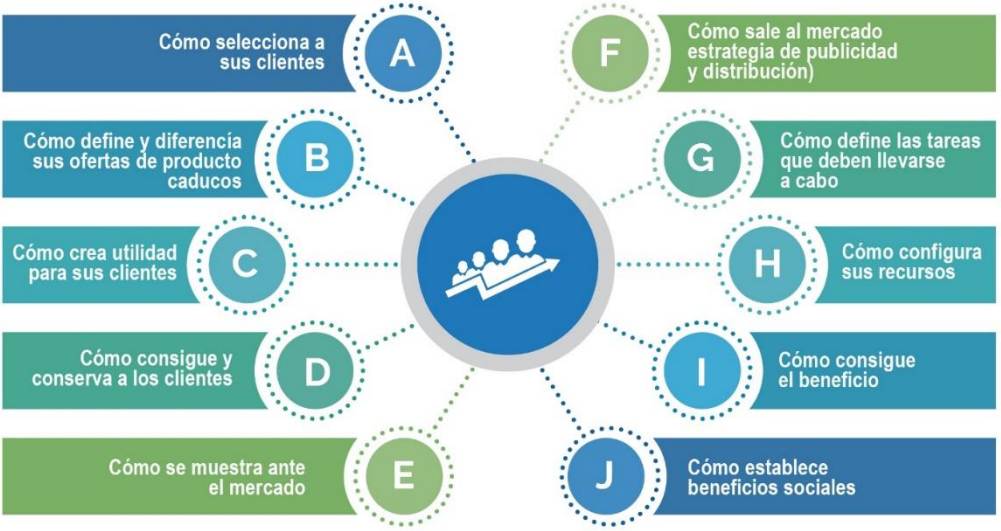
mundo no tienen un Modelo de Negocio.

¿Qué es un Modelo de Negocio?

un "Modelo de Negocio describe el modo en que una organización crea, distribuye y captura la atención de un segmento de mercado". Esta definición conlleva un tratamiento del concepto que va mucho más allá de la generación de ingresos o gastos y divide el concepto en partes más pequeñas (por ej. segmentos de clientes, oferta de valor, canales de distribución, relación con los clientes, esquema de ingresos, recursos, actividades, socios y estructura de costos) que pueden ser abordadas, tanto de un modo individual como analizando la forma en que se configuran las relaciones entre ellas.

Dicho de otra forma, El Modelo de Negocio es la base sólida donde se construye la Infraestructura de La Empresa. Existen muchos tipos de Modelos de Negocio, pero en este caso nos vamos a enfocar en las dos el Modelo Canvas y el Método Amazon.

Un Modelo de Negocio, también llamado Diseño de Negocio o Diseño Empresarial, es el mecanismo por el cual, una Empresa busca generar ingresos y beneficios. Es un resumen de cómo se planifica servir a sus clientes. Implica tanto el concepto de estrategia y su implementación, comprendiendo los siguientes elementos:

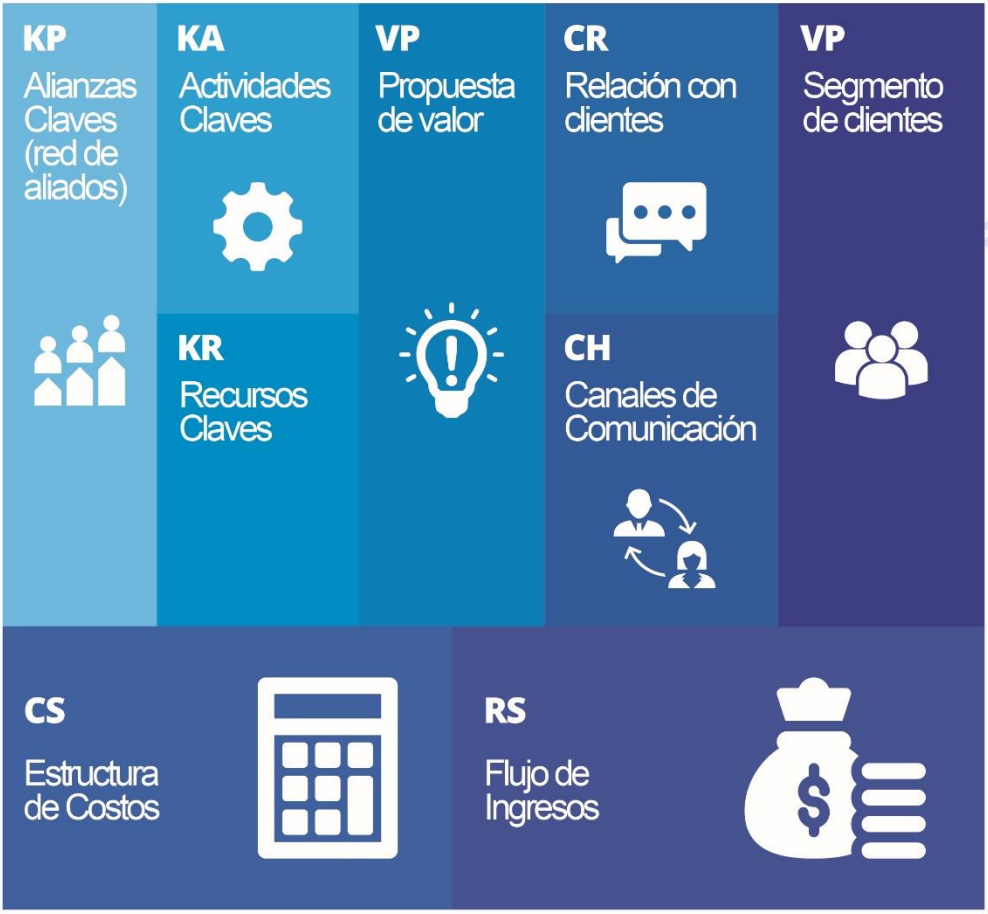


EL MODELO CANVAS

En el mundo de los negocios presencial, fuera de Internet, el experto en crear Modelos de Negocio es Alexander Osterwalder, en especial el Modelo Canvas.

El Modelo de Negocio Canvas consta de 9 Módulos, estos Módulos nos llevan paso a paso en una secuencia lógica que se puede adaptar a cualquier Empresa para conseguir excelentes ingresos, estos 9 módulos abarcan las 4 áreas principales de una Empresa, que son: Clientes, Oferta, Infraestructura y Viabilidad Económica.

Modelo de Negocio **Canvas**



Diseño de infografía por Cavi Media » WWW.CAVIMEDIA.COM

Módulo 1.- Segmento de Mercado o de Clientes

Una Empresa puede atender a uno o a varios segmentos de mercado o de clientes, los clientes son la base para que una Empresa sobreviva, pero ¿qué clientes son los que le convienen a tu Empresa?, los clientes rentables. Debes buscar la forma de aumentar la satisfacción de tus clientes. Ahora, un cliente satisfecho no necesariamente es un cliente leal, ¿Por qué? Es muy común que tu cliente esté buscando un producto o servicio mejor que el tuyo, un mejor precio, una atención más personalizada, etc. Para lograr que tu cliente sea fiel a tu producto o servicio, es de vital importancia que conozcas perfectamente sus necesidades, sus gustos, sus características, sus expectativas, sus deseos comunes, para que los puedas segmentar por tipos y grupos.

El error más común que comete la mayoría de los Empresarios, es querer atender a todo tipo de clientes. Mientras más conozcas al tipo de cliente con el cual te conviene trabajar, atraer, satisfacer, más cerca estarás de tener clientes rentables, satisfechos y leales.

Módulo 2.- Propuesta de Valor

El objetivo principal de la Propuesta de Valor es resolver los problemas y satisfacer las necesidades de tus clientes, tienes que diseñar esa solución, basándote en la información de tu Avatar.

Usa la creatividad, la innovación, la mejora continua de tu producto o servicio, recuerda que los problemas y las necesidades de tus clientes están en un constante cambio y si quieres estar por encima de tu competencia, tu mejor arma es tu propuesta de valor diferente a las demás.

Módulo 3.- Canales de Distribución

Son todos los medios a través de los cuales tu Empresa hace llegar tu propuesta de valor a tus clientes, pueden ser directos o indirectos, de tus socios o aliados. Son muy importantes porque a través de ellos establecerás un contacto con tus clientes, de esta forma te estarán evaluando, ya que la entrega es tu promesa de valor, cumplida en tiempo y forma, esto les dirá a tus clientes quién eres, cómo lo haces, etc.

Es importante que te preguntes, ¿Qué canales prefieren tus clientes? ¿Cuáles te dan mejor resultado tanto para tus clientes como para tu Empresa? Evalúa el costo beneficio y ¿cuáles son los más rentables?

Módulo 4.- Relación con los clientes

La atención al cliente es lo más importante, pero la relación debe estar basada en la confianza. Cuando tu logras ganarte la confianza de tus clientes, estás llevando la relación a otro nivel, porque a tu cliente no le preocupa en lo más mínimo los detalles, sabe que la atención que recibe de tu parte es de calidad, tú debes de establecer, de acuerdo a las características de tu Empresa, de tu producto o servicio, la atención más adecuada, destacando las características que puedan sumar más valor para tus clientes.

Módulo 5.- Fuentes de Ingreso o Flujo de Ingreso

Es el flujo de dinero que se genera, en el momento en que coincide tu propuesta de valor con tu cliente, en el canal de distribución que definiste.

Los ingresos de tu Empresa se pueden generar por medio de

pagos en una sola exhibición, pagos periódicos en intervalos de tiempo definidos, que pueden ser a través de suscripciones o membresías, por concesiones, por leasing; tienes que definir cómo vas a obtener esas fuentes de ingreso.

Un punto muy importante en este módulo es que te preguntes ¿Por qué tus clientes estarían dispuestos a pagar por tu producto o servicio? ¿Por cuánto tus clientes estarían dispuestos a adquirir tu producto o servicio? ¿Cuánto pagan actualmente con la competencia? ¿Cómo le gustaría pagar?

Módulo 6.- Recursos Clave

Son los activos que necesitas para poder ofrecer todo lo que diseñaste en los 5 Módulos anteriores, ¿a qué recursos me refiero?, a recursos humanos, financieros, etc. Visualiza, qué recursos clave necesitas para tu propuesta de valor, para tus canales de distribución, para la relación con tus clientes, para conseguir el ingreso que tú quieres.

Qué recursos necesitas para que tu propuesta de valor pase a través de tu canal de distribución, con el estilo, método o tipo de relación que quieras que se dé con tu cliente, para que obtengas la fuente de ingreso que deseas.

Módulo 7.- Actividades Clave

Son todas las acciones importantes que debes desarrollar en tu Empresa para que sea rentable y obtengas el mayor retorno de tu inversión. Dentro de estas actividades tienes que considerar la producción, la manera en que solucionas un problema, qué actividades clave necesitas para que tu propuesta de valor pase a través de tu canal de distribución, con el estilo, método o tipo de relación que quieras que se dé con tu cliente, para que obtengas la fuente de ingreso que deseas.

Módulo 8.- Red de Asociados

Son todas las relaciones importantes que debes tener en tu Empresa, pero que no son con tus clientes, sino con tus proveedores, socios, aliados estratégicos, para optimizar,

mejorar, incrementar en todas las áreas de tu Empresa. Visualiza qué alianzas te convienen.

Incluso las mejores alianzas que se han dado en la historia son las que se dan con la competencia, porque en lugar de pelear cada uno por su lado, se han aliado para desarrollar juntos algo mejor que por separado.

Evalúa qué proveedores son esenciales para que tu Empresa pueda sobrevivir.

Módulo 9.- Estructura de Costos

Son todos los costos que necesitas, desde el inicio de tu Modelo de Negocio hasta el fin de tu proceso, en un tiempo determinado, por ejemplo, por semana, mensual, anual, etc.

Aquí debes considerar todos los costos mínimos necesarios para que tu Modelo de Negocio en esta etapa de diseño tenga éxito y sea rentable, sostenible.

EL 'MODELO AMAZON'

Un gran catálogo y una buena experiencia de cliente, con la logística como piedra angular, explican el modelo de negocio de la compañía, que no ha cambiado desde aquel esbozo que dibujó Jeff Bezos en una servilleta en los años 90, cuando buscaba financiación. François Nuyts explica la idea: "Lo primero para que un cliente entre enAmazon es la selección, tener lo que busca. Si eso se cumple y les damos una buena experiencia de compra, generaremos tráfico. Y con tráfico, más vendedores querrán tener sus productos en nuestra plataforma, lo que nos dará a su vez más selección y vuelta a empezar. El modelo se retroalimenta y genera crecimiento, lo que se traduce en escala, menos costes y la posibilidad de ofrecer mejores precios. Y todo ello redunda en una mejor experiencia de cliente".

Este modelo ha creado un gigante que cuenta con enormes cantidades de información sobre cómo son sus clientes, lo que le permite afinar sus innovaciones, aunque sin renunciar a la cultura del prueba y error.

Amazon necesita reseñas

Amazon necesita estas reseñas para alimentar su poderoso motor de compras por internet. "Es un círcul virtuoso: cuantas más críticas, más compras se hacen. Cuantas más compras, más críticas. Cuantas más compras realice, más alto será su rango en la búsqueda y más ventas obtendrá", apuntaba Alice Kim, propietaria de la marca de cosméticos online Elizabeth Mott, a *USA Today* en marzo de 2017.

Las reseñas dan a los clientes mayor confianza a la hora de comprar en la web, pero el sistema no funciona si los clientes no confían en estos comentarios.

POR VÍCTOR PLAZA

Iniciativa Estratégica **Modelo Amazon**

Aplicación de Amazon

Sistema para realizar el pedido de compra a través de una red de comunicaciones.

LA PATENTE

Describe un sistema en línea que permite a sus clientes introducir y almacenar su numero de tarjeta de crédito y su dirección una sola vez para que, si este regresa a la página web, únicamente necesita un solo clic del ratón para ejecutar su cuenta.

En otoño de 1997 Amazon.com registro una aplicación en la oficina de patentes de USA.

Cesta de Compra Vs. Modelo Amazon

el 65% de las bolsas de compra quedan en el olvido y nunca se llegaban a adquirir los artículos que estas contenían. Jeff Bezos (fundador de Amazon) considero que su idea de apuntar y hacer clic sobre un elemento era toda una revolución.

El éxito fue como se replanteo un problema de una manera nueva.

El Kindle

El Kindle es el mayor imán de Amazon para atraer clientes hacia el núcleo duro de su negocio que continúa siendo la venta de productos y servicios.

Por cada Kindle que Amazon despacha, el usuario que lo adquiere genera un ingreso de 136 dólares adicionales. Básicamente un usuario de un Kindle es mas propenso en adquirir películas o música en Amazon.com que en iTunes store.

La Innovación de Amazon Productos innovadores

Sistema de reconocimiento de objetos en 3D

Este sistema permitiría al usuario hacer una foto con su móvil y automáticamente poder reconocer dicho objeto en la tienda Amazon.

Amazon Prime Air

Es un prototipo, recoge el paquete y lo lleva a tu destinatario a través de un dron (ocoteros) esta generación de vehículos podrá repartir en un radio de 15 kilómetros en las zonas urbanas de sus centros logísticos de almacenamiento y distribución.

Videos Juegos

Amazon se prepara para cercar a Microsoft, Sony y Nintendo en el mercado de los videos consolas a través de adquisición de empresas como Double Helix. distribución.

Diseño de infografía por Cavi Media » **WWW.CAVIMEDIA.COM**

POR VÍCTOR PLAZA

Iniciativa Estratégica **Modelo Amazon**

LA NUBE

En noviembre del 2013, Amazon obtuvo un contrato con la CIA para construir un servicio de almacenamiento en la nube.

La nube "es un estilo de computación donde existen las capacidades de ofrecer tecnologías, escalables y elásticas, como un servicio a clientes externos utilizando internet". Básicamente al crearse un espacio virtual y sin la necesidad de cables, las empresas que contratan estos servicios pueden consumir y compartir recursos informáticos y de almacenamiento en lugar de tener que construir, gestionar y mantener esta infraestructura por su cuenta.

AMAZON WEB SERVICE

Amazon en el 2006 lanzó Amazon Web Service (AWS). Un conjunto de servicios que incluyen almacenamiento y gestión de datos, esta área de negocios puede estar valorada entre 19.000 y 30.000 millones de dólares, el mismo valor que tienen por ejemplo redes sociales como Twiter o Linkedin.

Iniciativa Estratégica **Proyectos en Camino**

- **Proyecto Rosetta**
  Pretende formar la biblioteca digital de idiomas más grande del planeta.

- **Proyecto Blue Origin**
  La posibilidad de permitir el lujo de explorar el sistema solar

- **Second Life,**
  Aplicación de verdaderas formas de vida on line y permite a sus participantes actuar a través de los llamados avatares.

- **En el sector sanitario ZocDoc**
  Es una plataforma start-up en línea para poder concertar citas con médicos y dentistas las 24 horas al día a través de acuerdos con las distintas compañías de seguros y las propias consultas médicas.

- **Proyecto de Impresión en 3 Dimensiones**
  Otra de las nuevas tendencias que han irrumpido en el sector tecnológico habiendo financiado compañías importantes como es el caso de Maker-Bot.

- **Proyecto PanLex**
  Creación de un sistema de comunicación universal, que permita describir conceptos como democracia en cualquier lengua o cultura.

  Construcción de hoteles espaciales, parques de atracciones y colonias para dos o tres millones de personas que estarían en órbita, el objetivo es ser capaz de evacuar a los seres humanos y convertir el planeta tierra en un parque.

- **Airbnb**
  Bezos es uno de los inversores del sistema hotelero Air B&B.
  Es una plataforma que permite a los usuarios a nivel mundial (en más de 26.000 ciudades y 192 países) el alquiler de apartamentos, habitaciones y vivienda a través de internet o el teléfono móvil ya sea para una noche, una semana o más, así como un castillo o una casa.

- **Amazon Coins**
  Amazon ha creado un proyecto para ingresar a las monedas digitales a disposición de todos los usuarios de Kindle; con este sistema ha querido simplificar la compra de aplicaciones para sus clientes, ya que una vez que se adquiere esta divisa el usuario ya no tiene que preocuparse de lidiar con tarjetas de crédito y otros métodos de pago en Amazon.

Acerca de Víctor Plaza (el autor)

Víctor Plaza ayuda a sus clientes a que tomen conciencia, que el resultado, de los negocios por internet es a través de un aprendizaje continuo y permanente.

Tiene más de 40 años de experiencia en escuelas de formación estratégica sirviendo a su país (Perú) y más de 11años con las pequeñas empresas a través de la investigación académica y la implementación de conductas y estrategias en las empresas consiguiendo resultados óptimos con el uso de la Internet.

Ha hecho que pequeñas empresas y líderes que no habían tenido resultados con otros los tuvieran con El tomando las estrategias, modelos y métodos adecuados.

Víctor posee una formación naval, llena de pletóricos ejemplo de valores, su vida académica alcanzando el grado de Doctor, su responsabilidad social con mis alumnos de la escuela Rural Víctor Benjamín Plaza Vidaurre, sito en poblado Nueva Unión, distrito Cazpizapa, provincia de Picota departamento de San Martin en Perú; mi actual ocupación de docente investigador universitario en el área de estrategia y la de

consultor y asesor de organizaciones empresariales y en muchos casos, actividades propias en Planeamiento Estratégico y Liderazgo en Plaza Consultores.

Autor Doctor Víctor Benjamín Plaza Vidaurre

Experto en Estrategia
www.plazaconsultores.com

Email victor.plaza@plazaconsultores.com

Whatsapp:+51964243086