



**NOMBRE DE ALUMNA:** ALONDRA ABADÍA BRAVO

**NOMBRE DEL PROFESOR:** VÍCTOR GONZÁLES SALAS

**NOMBRE DE LA MATERIA:** TALLER DEL EMPRENDEDOR

**NOMBRE DEL TRABAJO:** CAPÍTULO 5

**GRUPO:** 9°

# MODELO DE NEGOCIO

## Definiciones

Es un concepto relativamente nuevo como tal, aunque su utilización ha existido y ha sido recomendada desde hace varias décadas.

“Un modelo de negocio explicita el contenido, la estructura y el gobierno de las transacciones designadas para crear valor al explotar oportunidades de negocio.”

Según Amit y Zott

Definen el modelo de negocio de una forma más detallada pues para ellos es necesario, después de tener una idea de valor e identificar el segmento de mercado, poner atención en los costos y en las estrategias a utilizar.

Chesbrough y Rosenbloom

## Características de los modelos de negocio

Escribe las operaciones de la compañía, incluyendo todos sus componentes, procesos y funciones que tienen como resultado un costo para la empresa y un valor para el consumidor.

La combinación de estas variables y el nivel de superioridad del modelo determinan sus ventajas competitivas (el “secreto” del modelo).

## Bajos costos

Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias.

## Innovación o diferenciación

Debe ser de valor para el comprador, y se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto, la diferenciación debe ser real y percibida por el cliente (esto es, no sólo tangible, sino de importancia para el cliente), de otra forma no habrá una preferencia por el producto.

## Recomendaciones

Se adapta a la situación económica del entorno, de modo que la empresa desarrolla nuevos modelos de negocio que le permiten seguir siendo competitiva en la medida que los requerimientos del mercado lo exigen, por tanto, el modelo no es fijo ni permanente, y debe ajustarse de acuerdo a los cambios en el medio (interno y externo) de la empresa