

**Nombre del alumno: Itzel Rocío Avalos
Cruz**

**Nombre del profesor: Eduardo Enrique
Arreola Jiménez**

**Nombre del trabajo: Elementos de los
modelos de negocios**

Materia: Taller del emprendedor

Grado: 9no

Grupo: "A"

Tapachula Chiapas a 15 de junio del 2020

INTRODUCCIÓN

Un modelo de negocio es la forma en que una empresa crea o aporta valor a sus clientes, obteniendo una rentabilidad a cambio.

Esa es la esencia del modelo de negocio: crear valor, donde los posibles clientes estén dispuestos a pagar por ese valor y, evidentemente, obtener ingresos con esta actividad que superen los costos. Si no tenemos muy claro estos 3 pilares básicos del modelo de negocio, realmente no tenemos un negocio.

Los modelos de negocios dan un lenguaje común para describir cómo trabaja una compañía. Creando un diseño interrelacionado para la innovación, normalmente son nueve puntos y estos abarcan a los clientes, la oferta, la infraestructura, y la viabilidad financiera de la empresa, estos son; segmentos de clientes, propuestas de valor, canales, relaciones con los clientes, flujos de ingreso, recursos clave, actividades fundamentales, asociaciones clave y una estructura de costos.

Se pueden definir distintos segmentos del mercado y la compañía debe decidir a qué segmento de mercado le interesa llegar. Forma en que la empresa resuelve un problema o satisface una necesidad del cliente. Las propuestas pueden ser cuantitativas, como el precio, velocidad en el servicio, o cualitativas como un diseño innovador en el producto, etc. . Estos canales juegan un papel importante en la experiencia del consumidor, además de dar a conocer los productos y servicios de una compañía, permiten a los consumidores evaluar fácilmente la propuesta de valor.

El modelo de negocios puede incluir aspectos como asistencia personal al consumidor y atención a necesidades particulares del consumidor, entre otras. Asimismo, qué otras formas de generación de ingresos puede tener la empresa, adicionales a la simple venta del producto. Implica crear alianzas estratégicas para optimizar el modelo de negocio, reducir el riesgo, o adquirir recursos.

Los costos pueden calcularse una vez que se definen los recursos, actividades y socios clave. También deben minimizarse en cualquier modelo de negocio, ya sea bajando costos u ofreciendo una propuesta de alto valor que aprecie el cliente.

La diferenciación del servicio o producto es otro elemento de un modelo de negocios y hace referencia a el valor para el cliente, si es que éste percibe ventajas en el precio, en el servicio posventa o en su funcionalidad. Una empresa puede definir su mercado tanto de modo residencial, con base en el estilo de vida e ingresos, como empresarial, tomando en cuenta su ubicación y sofisticación técnica.

Si se cuenta con una mala estrategia de precios, no sólo se disminuyen ganancias, sino que también pudiera significar el acabar con el producto.

El precio puede ser fijo, negociable, determinado por subasta o por intercambios, entre otros, dependiendo de la estrategia que defina la empresa.

En la actualidad, la mayor parte de las empresas recibe sus ingresos directamente de la venta de sus productos o servicios.

Algunas otras empresas reciben sus ganancias de la venta de los productos o servicios, además de los servicios que brindan. Si se tiene una idea clara de las fuentes de ingresos, la empresa podrá tener la posibilidad de tomar mejores decisiones estratégicas.

El grado en el que la ventaja es sostenible depende de cuán inimitable y difícil de sustituir sea, por su parte también toma tiempo desarrollar las capacidades, dado que existe una gran ventaja de los iniciadores, la cual es complicada de igualar.

En principio es complicado identificar las ventajas competitivas y, por tanto, encontrar la manera de imitarlas o copiarlas. Así, desarrollar un modelo de negocio no es más que detallar el modelo conceptual de la empresa, necesario para capitalizar las oportunidades que brinda el entorno.

CONCLUSIÓN

La innovación es un componente fundamental en la construcción de los modelos de negocio actuales, ya que se parte del hecho que sólo generará valor si tiene un elemento diferenciador dentro del mercado. En la actualidad, se parte del hecho de que además de haber un número infinito de modelos, cada organización se debe preocupar por diseñar su propio modelo de negocio con elementos que le permitan diferenciarse; en la actualidad la preocupación de los autores es ir conduciendo a quienes desean diseñar su propio modelo de negocio por medio de estrategias de preguntas por el camino que le permita tener una idea clara de qué, a quién, cómo, cuándo, dónde, etc., va a ofrecer sus productos y/o servicios.