



**Nombre de alumno:** Susana Gpe. Espinoza Morales

**Nombre del profesor:** ANDRES ALEJANDRO REYES MOLINA

**Nombre del trabajo:** MAPA CONCEPTUAL 2.4, 2.5, 2.6

**Materia:** TALLER DEL EMPRENDEDOR.

**Grado:** 9

**Grupo:** A

Comitán de Domínguez Chiapas a 12 de junio de 2020

2.4  
Características  
de los modelos  
de negocios

**Describe** { Describe 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.

**Objetivo** { Mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias

**Cuál es su estrategia** { Combinar y poner a trabajar sus áreas de producción, capital, mercado, trabajo y administrativa, determinan un modelo de negocio único.

Para que un modelo de negocio resulte atractivo y proporcione ganancias, debe poner especial atención en los siguientes puntos

**2.4.1 Bajos costos** { Si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias

**Por tanto** { Para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia

Para mantener los costos lo más bajo posible son { Ser el número uno en el área o sector, teniendo un muy buen control, esquema administrativo modesto, materias primas superiores y tecnología con alto control de calidad.

**2.4.2 Innovación y diferenciación** { La diferenciación o innovación 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.

**2.5 Elementos de los modelos de negocios**

**El modelo de negocio proporciona**

Información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado, de los recursos necesarios

**Según Chesbrough y Rosenbloom**

Los principales elementos que componen a un modelo de negocio, son los siguientes

**Propuesta de valor**

Ésta se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor, el producto que resuelve ese problema y el valor de ese producto desde la perspectiva del consumidor.

**Segmento de mercado**

Es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto, reconociendo que los distintos segmentos del mercado tienen diferentes necesidades.

**Estructura de la cadena de valor**

Posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor, así como la forma en que la compañía captura o genera el valor creado en la cadena.

**Generación de ingresos y ganancias**

Forma en que se generan los ingresos (mediante ventas, arrendamientos, suscripciones, etc.), el costo de la estructura y los márgenes de ganancia. □

**Posición de la compañía en la red de oferentes (competencia)**

Identificación de competidores, compañías complementarias, proveedores y consumidores

**Estrategia competitiva**

Manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible, por ejemplo, a partir de los costos, diferenciación o eficiencia de operaciones

## 2.5 Elementos de los modelos de negocios

**Según Osterwalder Pigner (2009,**

Existen nueve elementos esenciales en el modelo de negocio, y éstos cubren las principales áreas del negocio: consumidores, oferta, infraestructura y viabilidad financiera:

**1. Segmento del mercado**

Los consumidores constituyen el elemento primordial de cualquier modelo de negocio, sin ellos la compañía sería incapaz de sobrevivir mucho tiempo.

**2. Propuesta de valor**

Son soluciones innovadoras, que presentan una nueva oferta o tienen ciertas características distintivas. Las propuestas pueden ser cuantitativas, como el precio, velocidad en el servicio, o cualitativas como un diseño innovador en el producto, etc.

**3. Canales de distribución**

Es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores. Estos canales juegan un papel importante en la experiencia del consumidor,

**4. Relación con los consumidores:**

La empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan

**5. Flujos de efectivo**

Es imprescindible que la empresa se cuestione hasta qué precio estaría dispuesto a pagar por su producto un consumidor del segmento de mercado al que se dirige y con base en esto, elegir la estrategia de precio

**6. Recursos clave**

Permiten a la empresa crear y ofrecer la propuesta de valor, mantener relación con los segmentos del mercado y, por supuesto, obtener ganancias; incluye todos los tipos de recursos: físicos, de información, técnicos, humanos y financieros.

**7. Actividades clave**

Describe las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio, pueden relacionarse con la producción, la prevención y solución de problemas de sistemas

**8. Socios clave**

Red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocio. Implica crear alianzas estratégicas para optimizar el modelo de negocio, reducir el riesgo, o adquirir recursos

**9. Estructura de costos**

Incluye todos los costos en que se incurre, tanto para poner en marcha el modelo de negocio, como para crear y entregar el valor ofertado en la propuesta, así como mantener las relaciones con el consumidor

**Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario**

Definir la esencia del mismo, es decir, cuáles son los objetivos de crearlo, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable desarrollarlo.

**2.6 Naturaleza del proyecto**

**Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa**

El primer elemento a considerar en la formación de una empresa de éxito radica en lo creativo de la idea que le da origen. Las oportunidades están en cualquier parte, sólo hay que saber buscarlas.