



**Nombre de alumnos:** Lizbeth Catalina Aguilar Gómez.

**Nombre del profesor:** Andrés Alejandro Reyes.

**Nombre del trabajo:** Unidad II.

**Materia:** Taller del emprendedor.

**Grado:** Noveno cuatrimestre.

**Grupo:** "B".



Comitán de Domínguez Chiapas, Junio 09 del 2020.

**Unidad II Taller del emprendedor**

Principales elementos que componen a un modelo de negocio, según Chesbrough y Rosenbloom,

Propuesta de valor

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.

Estructura de la cadena de valor

Posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor.

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

**Unidad II Taller  
del  
emprendedor**

Según Osterwalder y Pigneur (2009), existen nueve elementos esenciales en el modelo de negocio.

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

Es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores.

3.-Canales de distribución.

Es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores.

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.

**Unidad II Taller  
del  
emprendedor**

Según Osterwalder y Pigneur (2009), existen nueve elementos esenciales en el modelo de negocio.

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.

7.- Actividades clave.

Describe las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio, pueden relacionarse con la producción.

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

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