

MAPAS DE LA UNIDAD II



Nombre:

Yesenia Lizbeth Villagrán Pérez

Profesor:

Andrés Alejandro Reyes

Materia:

Taller del emprendedor

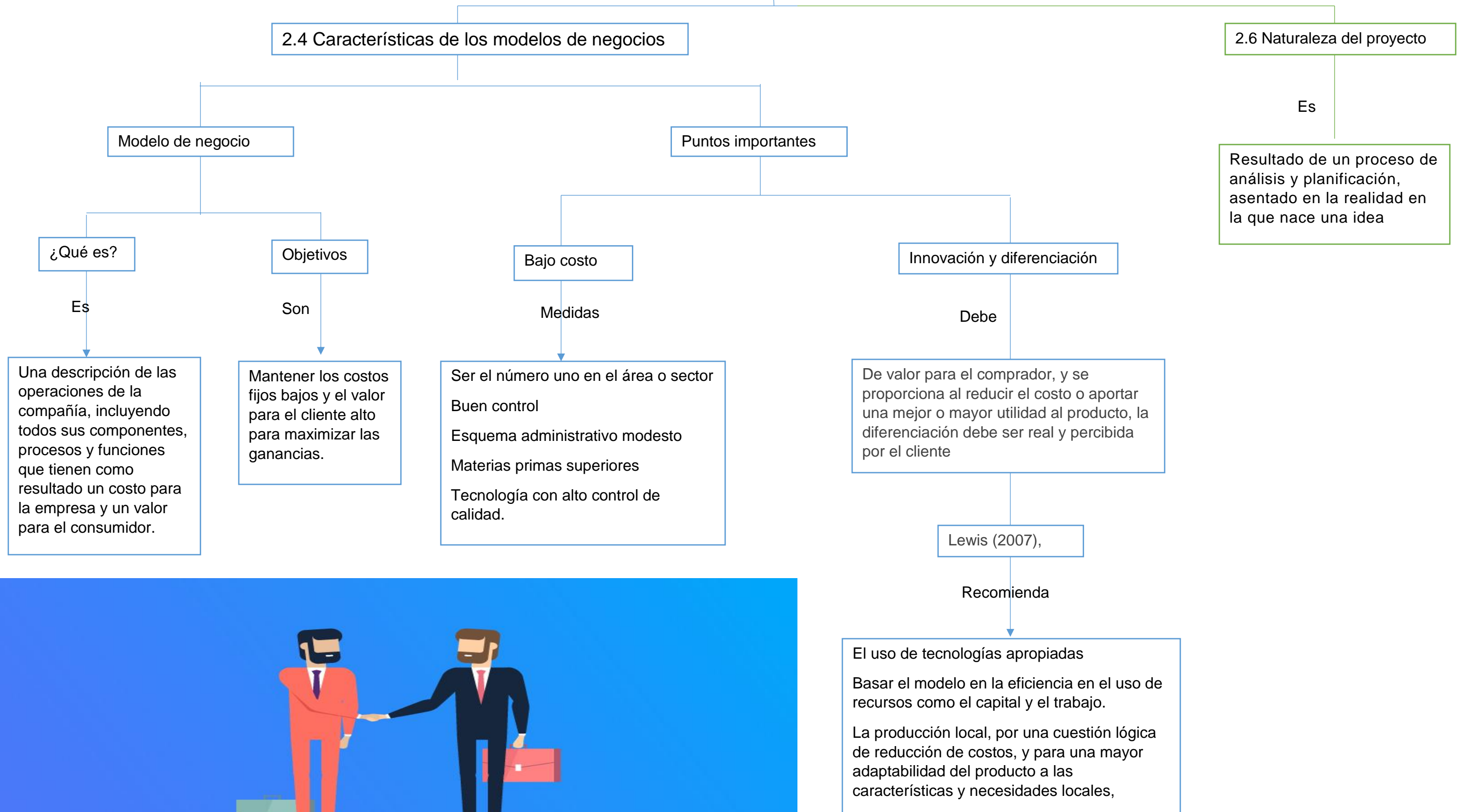
Cuatrimestre y grupo:

9 – D

Fecha:

12 de junio de 2020

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO



NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

2.5 Elementos de los modelos de negocios

Según

Chesbrough y Rosenbloom,

Dan

Principales elementos que componen a un modelo de negocio,

Propuesta de valor

Es

Obtener 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

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

Estructura de la cadena

Es

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

Generación de ingresos y ganancias

Es

Forma en que se generan los ingresos, el costo de la estructura y los márgenes de ganancia.

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

Es

Identificación de competidores, compañías complementarias, proveedores y consumidores.

Estrategia competitiva

Es

Manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible



NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

2.5 Elementos de los modelos de negocios

Según

Osterwalder y Pigner

Dan

Nueve elementos esenciales en el modelo de negocio

Segmento del mercado

Propuesta de valor

Canales de distribución

Relación con los consumidores

Flujos de efectivo

Recursos clave

Actividades clave

Socios clave

Estructura de costos

Es

Es

Es

Es

Es

Es

Es

Es

Es

Cuando el consumidor constituye el elemento primordial de cualquier modelo de negocio.

La forma en que la empresa resuelve un problema o satisface una necesidad del cliente

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

Establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan

Cuestionarse 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

El que permite a la empresa crear y ofrecer la propuesta de valor, mantener relación con los segmentos del mercado y, por supuesto, obtener ganancias

Describir las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio

Red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocio

Donde 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, y generar ingresos.

