



**Nombre del alumno:** Bethel Ramos Gómez

**Nombre del profesor:** M.E.C. Andrés Alejandro Reyes Molina

**Nombre del trabajo:** Cuadro Sinóptico

“NACIMIENTO DE LA IDEA DE UN NEGOCIO”

Unidad II

**Materia:** Taller del emprendedor

**Grado:** 9

**Grupo:** “C”



Los principales elementos que componen a un modelo de negocio, según Chesbrough y Rosenbloom, 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 DEL 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.
- GENERACION 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.



- SEGMENTO DEL MERCADO** los consumidores constituyen el elemento primordial de cualquier modelo de negocio, sin ellos la compañía sería incapaz de sobrevivir mucho tiempo
- PROPUESTA DE VALOR** es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás
- CANALES DE DISTRIBUCION** es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores
- RELACION DE LOS CONSUMIDORES** la empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan. Las relaciones pueden ser de dos tipos: personales y automatizadas
- 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
- ACTIVIDADES CLAVE** escribe 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
- 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
- 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, y generar ingresos

## NACIMIENTO DE LA IDEA DE UN NEGOCIO Unidad II

Según Osterwalder y Pigneur (2009), existen nueve elementos esenciales en el modelo de negocio, y éstos cubren las principales áreas del negocio: consumidores, oferta, infraestructura y viabilidad financiera

### 2.4 CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

- 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
- mantiene los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias.
- cuentan con una especie de secreto que los diferencia de otros.
- La estrategia de la compañía de 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

**Bajos costos**

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

**Innovación y diferenciación**

La empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores, La diferenciación o innovación debe ser de valor para el comprador

### 2.6 NATURALEZA DEL PROYECTO

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.

#### 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

