



Nombre de la alumna: Yadira López González.

Nombre del profesor: Andrés Alejandro Reyes.

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico.

Materia: Taller del emprendedor.

Grado: 9°

PASIÓN POR EDUCAR

Grupo: “C”

Comitán de Domínguez Chiapas a 08 de Junio de 2020.

LOS 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, reconociendo que los distintos segmentos del mercado tienen diferentes necesidades. } **El potencial de un producto** { Sólo se aprovecha cuando se dirige a un nuevo segmento de mercado que resulta ser más adecuado.
- **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, 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. } **La determinación de estos componentes** { Permite utilizar las redes para hacer llegar mayor valor al consumidor.
- **Estrategia competitiva** { Manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible. } **Ejemplo** { A partir de los costos, diferenciación o eficiencia de operaciones.

Según Osterwalder y 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.

- **Segmento del mercado** { Los consumidores constituyen el elemento primordial de cualquier modelo de negocio. } **Esto permitirá** { Que desarrolle estrategias dirigidas a esa población y entender mejor sus necesidades.
- **Propuesta de valor** { Es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás. } **Soluciones innovadoras** { Que presentan una nueva oferta o tienen ciertas características distintivas. Las propuestas pueden ser cuantitativas
- **Canales de distribución** { Es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores. } **Papel importante** { En la experiencia del consumidor, permiten a los consumidores evaluar fácilmente la propuesta de valor.
- **Relación con 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. Puede incluir aspectos como asistencia personal al consumidor y atención a necesidades.
- **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.
- **Recursos clave** { Bienes más importantes para trabajar el modelo de negocio. } **Permiten a la empresa** { Crear y ofrecer la propuesta de valor, mantener relación con los segmentos del mercado y obtener ganancias; tipos de recursos: físicos, de información, técnicos, humanos y financieros.
- **Actividades clave** { Describe las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio.
- **Socios clave** { Red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocio. } **Implica** { Crear alianzas estratégicas para optimizar modelo de negocio, reducir riesgo, o adquirir recursos.
- **Estructura de costos** { Incluye todos los costos en que se incurre, para poner en marcha el modelo de negocio. } **Los costos** { Pueden calcularse una vez que se definen los recursos, actividades y socios clave, deben minimizarse en cualquier modelo de negocio