



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Nombre del alumno: José Alejandro Aguilar Gómez

Licenciatura: Nutrición

Nombre del profesor: Ana Laura Culebro Torres

Nombre del trabajo: MAPA CONCEPTUAL

Materia: Taller del emprendedor

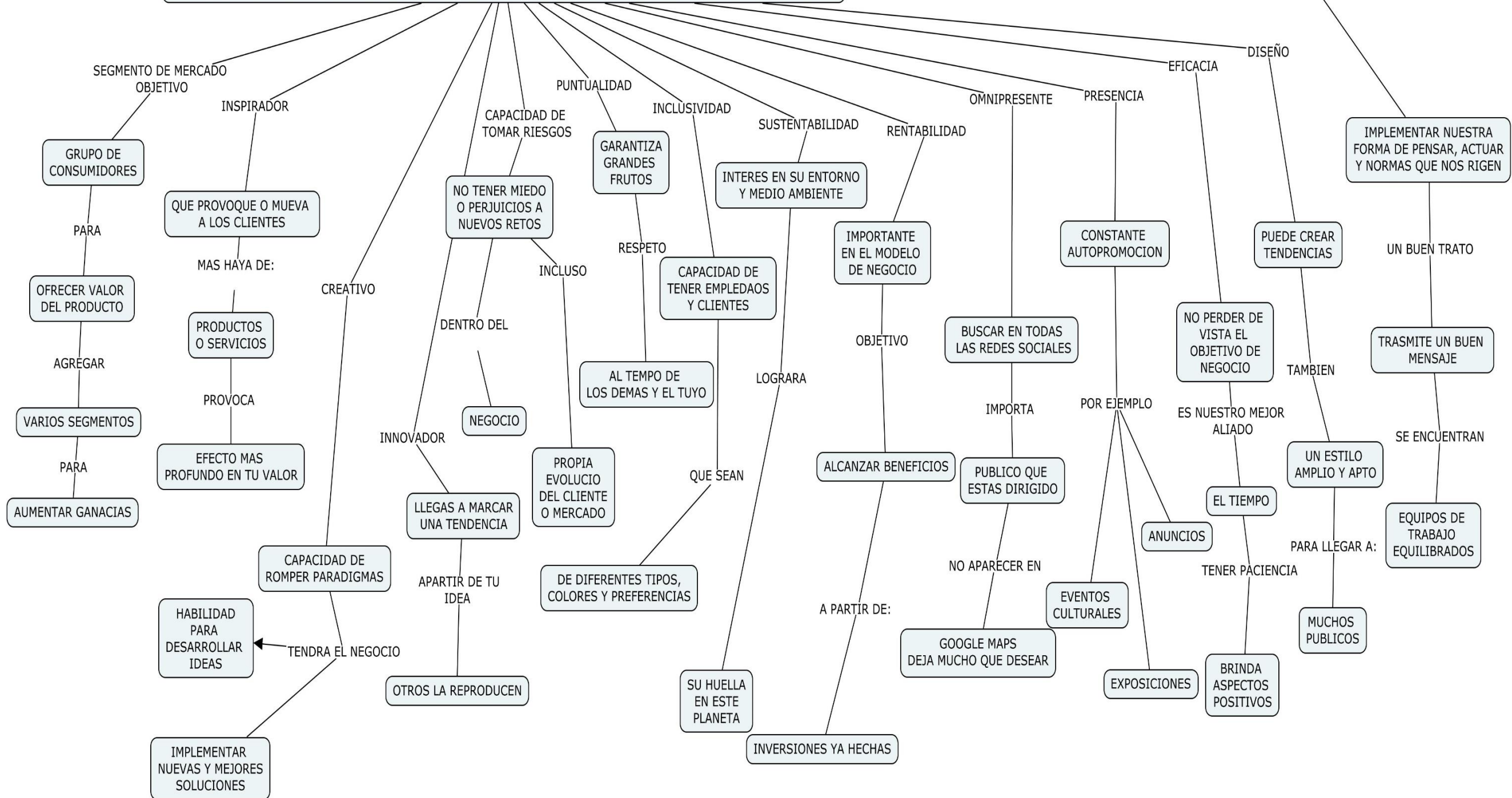
Grado: 9°

Grupo: “A”

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 10 de junio de 2020

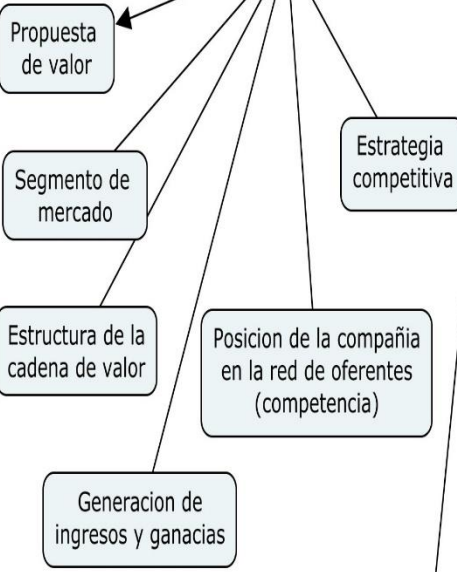
CARACTERISTICAS DEL MODELO DE NEGOCIOS



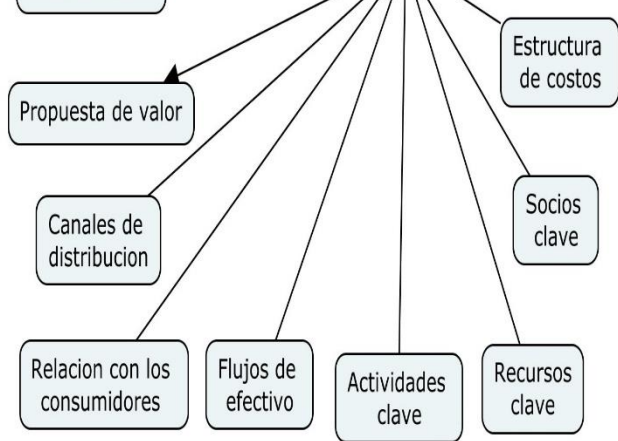
ELEMENTOS DEL MODELO DE NEGOCIO

LOS 12 ELEMENTOS DEL MODELO DE NEGOCIO

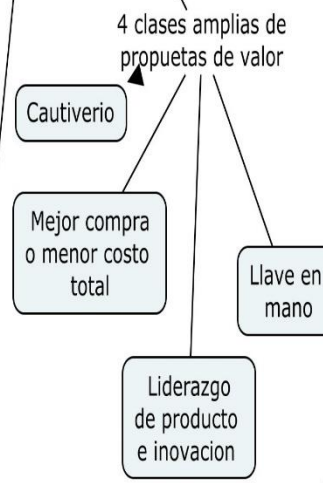
SEGUN CHESBROUGH Y ROSENBLIOM



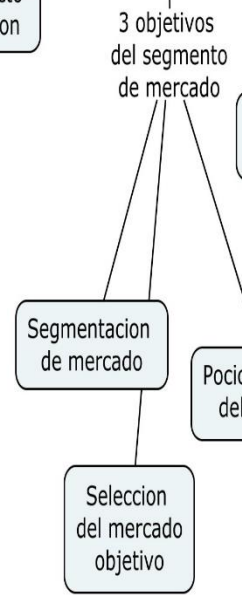
SEGUN OSTERWALDER Y PIGNER



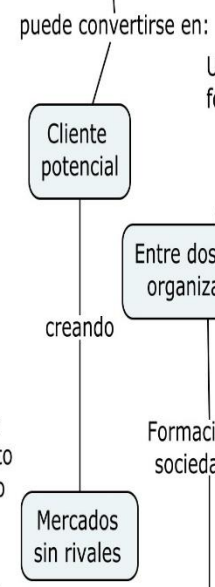
Propuesta de valor



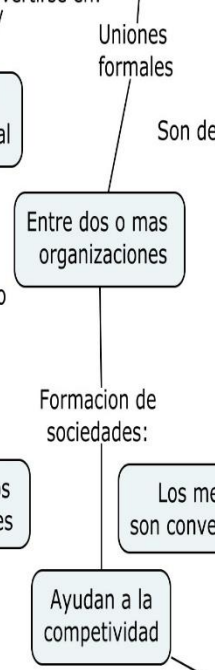
Segmento de mercado



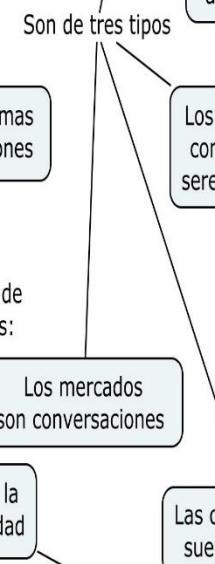
Segmento de no mercado



Alianzas estrategicas



Dialogo cliente



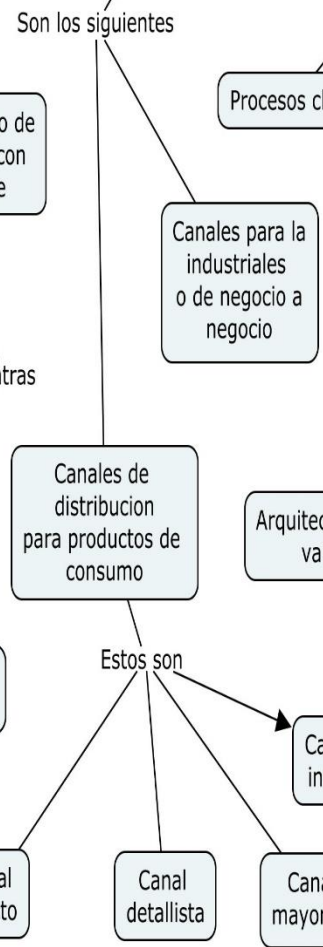
Fidelizacion



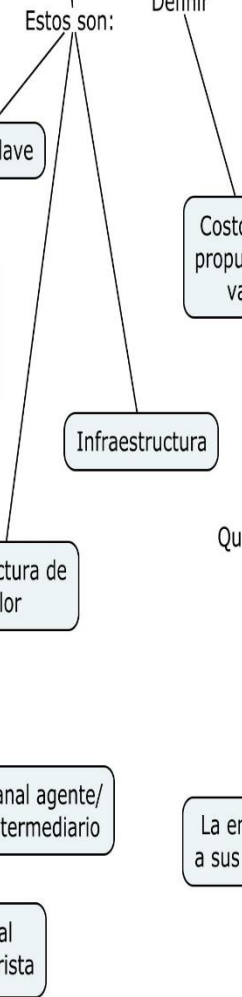
Servicio (antes, durante, despues)



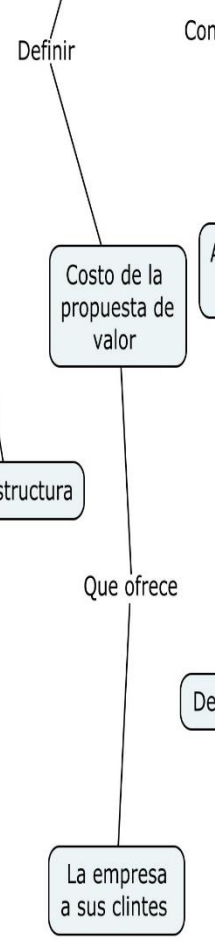
Canales de distribucion y presencializacion



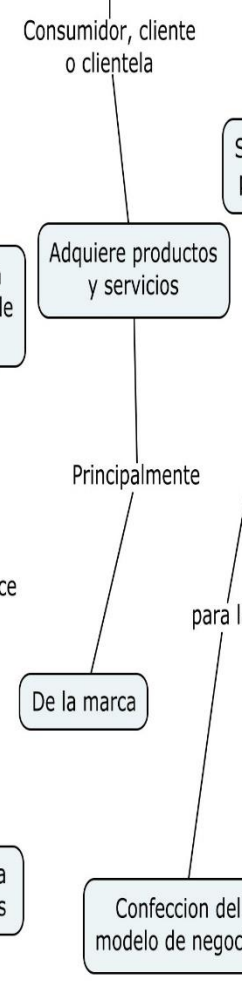
Recursos clave



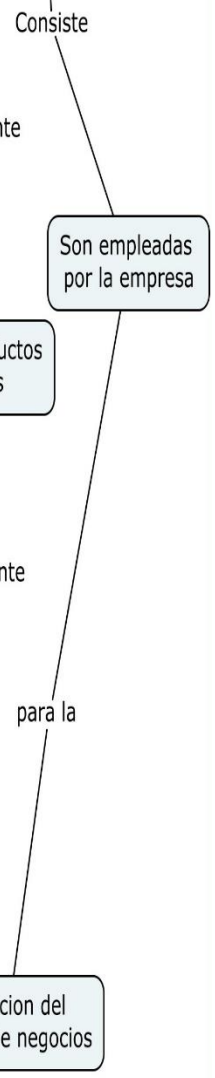
El retorno del valor (beneficio). PVE, PBE



El efecto marca



El efecto plataformas



Consiste

Consumidor, cliente o clientela

Definir

Son los siguientes

Estos son:

Produce

Es decir

puede convertirse en:

Son de tres tipos

Se mantiene el publico

mientras

Estos son

Que ofrece

Principalmente

para la

Entre ellas

Proveedores

Distribuidores

Clientes

Nuevos participantes

Canal directo

Canal detallista

Canal mayorista

Canal agente/intermediario

Fiel a determinada marca

Las conversaciones suenan humanas

Ayudan a la competitividad

Formacion de sociedades:

Mercados sin rivales

creando

Liderazgo de producto e inovacion

Mejor compra o menor costo total

Llave en mano

Cautiverio

Costo de la propuesta de valor

Adquiere productos y servicios

Son empleadas por la empresa

De la marca

La empresa a sus clintes

Confeccion del modelo de negocios

NATURALEZA DEL PROYECTO

DEFINE QUE ES SU NEGOCIO

ANTES DE INICIAR CUALQUIER NEGOCIO SERIAN:

OBJETIVOS PARA CREARLO

MISION QUE PERSIGUE

PORQUE ES JUSTIFICABLE DESARROLLARLO

CONSTA DE UNA SERIE DE SECCIONES

DESCRIPCION DEL PROYECTO

JUSTIFICACION

MARCO INTITUCIONAL

FINALIDAD DEL PROYECTO

DESCRIPCION DEL PROYECTO

METAS

BENEFICIARIOS

LOCALIZACION FISICA Y COVERTURA ESPACIAL

PRODUCTOS

ERRORES MAS COMUNES

SUSTENTAR LAS IDEAS SOBRE INFORMACION POCO SOLIDA

CONFUNDIR AUDANCIA CON IMPROVISACION

DIVAGAR CON RESPETO A LOS OBJETIVOS

IGNORAR LOS CAMBIOS Y OTROS FACTORES EXTERNOS

PLANIFICAR EN SOLITARIO

DEFINICION Y SECCIONES INCOMPLETAS

BIBLIOGRAFIA

- <https://www.grandespymes.com.ar/2011/08/11/los-12-elementos-claves-de-los-modelos-de-negocio/>
- <https://prezi.com/yakopzb07df7/caracteristicas-de-un-modelo-de-negocios/>
- Blog.comparasoftware.com