



**NOMBRE DE ALUMNO: OVER ALEJANDRO GARCÍA GARCÍA.**

**NOMBRE DEL PROFESOR: ALEJANADRO MOLINA ROMAN**

**NOMBRE DEL TRABAJO: CUADRO SINÓPTICO (MODELOS DE NEGOCIOS).**

**MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR.**

**GRADO: NOVENO CUATRIMESTRE.**

**GRUPO: ÚNICO "A."**

COMITÁN DE DOMÍNGUEZ CHIAPAS A JUEVES 11 DE JUNIO DE 2020

# Modelos de negocios

## Que es un modelo de negocios

Describe las operaciones de la compañía, incluyendo todos sus componentes, procesos y funciones, que tiene un resultado un costo para la empresa y un valor para el consumidor

Con dos características: 1.- Bajos costos; para aumentar las ganancias se debe de bajar los costos, para hacer frente a la competencia.  
2.- innovación y diferenciación: esta debe ser de valor para el comprador y se proporciona al reducir el costo, para aportar una mejor utilidad al producto.

## Elementos del modelo de negocios 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 el punto 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

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

Generación de ingresos y ganancias

Forma en que se generan los ingresos mediante ventas, arrendamientos, suscripciones, etc.

Posición de la compañía en la red de oferente

Identificación de competidores, compañías complementarias, proveedores y consumidores

Estrategia competitiva

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

## Elementos del modelo de negocios según Osterwalder y Pigner.

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 distribución

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

Relación con los consumidores

La empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan.

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.

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, por supuesto, obtener ganancias.

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.

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.

## Naturaleza del proyecto

Antes de hacer cualquier negocio, es necesario definir la esencia de el mismo

Es decir, cuáles son los objetivos de crearlo, cuál es su misión,

Para la formación de una empresa exitosa, radica en lo creativo, la idea que le da origen.