



Nombre del alumno: Verónica Anahi
Morales Borrallas

Nombre del profesor: Andrés
Alejandro Reyes Molina

Nombre del trabajo: Elementos de un
Modelo de Negocio (cuadro
sinóptico)

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Taller del Emprendedor

Grado: 9no. Cuatrimestre Trabajo
Social y Gestión Comunitaria

PRINCIPALES ELEMENTOS DE 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 de Valor

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

En ocasiones 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

Es la 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

Es la 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

Es la 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

Es la 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.

ELEMENTOS DE UN MODELO DE NEGOCIO

Segmento del Mercado

Los consumidores constituyen el elemento primordial de cualquier modelo de negocio, sin ellos la compañía sería incapaz de sobrevivir mucho tiempo.

Podemos definir distintos segmentos del mercado y la compañía debe decidir a qué segmento de mercado le interesa llegar, esto permitirá desarrollar estrategias dirigidas a la población y sus necesidades.

Propuesta de Valor

Es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás de esta forma la empresa resuelve un problema o satisface una necesidad del cliente.

Por lo general son soluciones innovadoras, que presentan una nueva oferta o tienen ciertas características distintivas, las propuestas pueden ser cuantitativas o cualitativas

Canales de Distribución

Es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores, estos canales juegan un papel importante en la experiencia del consumidor.

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 particulares del consumidor, entre otras.

Flujos de Efectivo

Es necesario 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.

Asimismo, qué otras formas de generación de ingresos puede tener la empresa, adicionales a la simple venta del producto.

Recursos Clave

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

Incluye todos los 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, como 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.

Las alianzas pueden ser entre no competidores, competidores, distribuidores, financieros o proveedores para asegurar abastecimientos confiables.

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.

Los costos deben minimizarse en cualquier modelo de negocio, ya sea bajando costos u ofreciendo una propuesta de alto valor que aprecie el cliente.

ELEMENTOS ESENCIALES UN DE MODELO DE NEGOCIO

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

Bibliografía

Antología Taller del Emprendedor