UDS
UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Crea tu mejor historia
EMPRENDAMOS JUNTOS

MATERIA:

DESARROLLO EMPRESARIAL

FACILITADOR:

C.P VICTOR TADEO CRUZ RECINOS

TRABAJO:

CUADRO SINOPTICO

PRECENTA:

MARILUZ ROBLERO PEREZ

GRUPO, CUATRIMESTRE, MODALIDAD:

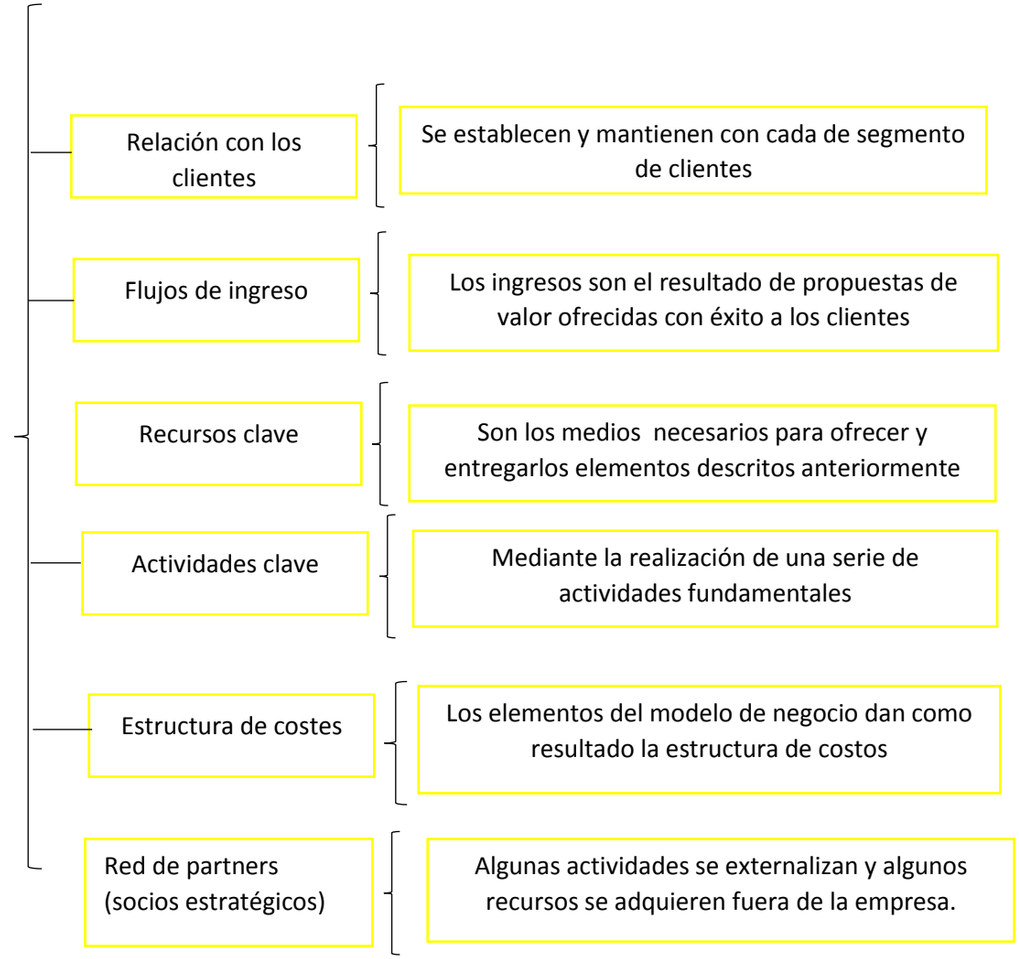
6TO CUATRIMESTRE ¨B¨LIC.CONTADURIA PUBLICA

FRONTERA COMALAPA CHIS.

A 14 -06-202o

MODELO DE NEGOCIO

- **Describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social.**
  - Abarca un amplio rango de actividades que conforme aspectos claves de la empresa
    - Como el proceso de la misma
    - Estrategias, infraestructuras, bienes que ofrecen
    - Estructura organizacional, operaciones, políticas
    - Obtención de recursos, entre otros
- **Importancia**
  - Para emprendedores un modelo de negocios es lo principal
    - Es una herramienta que permite saber quién eres
    - Como lo haces, a que costes, con qué medios
    - Y que fuentes de ingresos vas a tener
      - Además este modelo facilitara a traer socios inversionistas, diferenciar ofertas, crear valor para los clientes, salir al mercado y conseguir utilidades
- **Características**
  - 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
      - El objetivo de un modelo de negocio es mantenerlos costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias
        - Para que proporcionen ganancias deben centrarse en los bajos costos y en la innovación y diferenciación
- **Elementos de un modelo de negocio**
  - Proporciona información acerca de la selección de los clientes
    - El producto a ofrecer
    - Como saldrá al mercado
    - De los recursos necesarios.
      - De acuerdo a Alex osterwalder y Yves Pigneur
        - Propuesta de valor
          - Trata de resolver problemas de los clientes y satisfacer las necesidades con nuestras propuestas de valor
        - Segmentación de clientes
          - Uno o varios segmentos de clientes
        - Canales de distribución y comunicación
          - Las propuestas de valor se entregan a los clientes a través de la comunicación, la distribución y los canales de venta


Relación con los clientes
Se establecen y mantienen con cada de segmento de clientes
Flujos de ingreso
Los ingresos son el resultado de propuestas de valor ofrecidas con éxito a los clientes
Recursos clave
Son los medios necesarios para ofrecer y entregarlos elementos descritos anteriormente
Actividades clave
Mediante la realización de una serie de actividades fundamentales
Estructura de costes
Los elementos del modelo de negocio dan como resultado la estructura de costos
Red de partners (socios estratégicos)
Algunas actividades se externalizan y algunos recursos se adquieren fuera de la empresa.