



NOMBRE DE ALUMNO: GRISEYDA JOACHIN VELÁZQUEZ

NOMBRE DEL PROFESOR: LUCERO DEL CARMEN GARCIA HERNANDEZ

NOMBRE DEL TRABAJO: MAPA CONCEPTUAL "MODELO DE NEGOCIOS"

MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR

GRADO: 8VO

GRUPO: A



COMITÁN DE DOMÍNGUEZ CHIAPAS

16/06/2024.



NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

MODELO DE NEGOCIOS

Un modelo de negocio (también conocido como diseño de negocios) describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social. Un modelo de negocio es la forma en que se llevará a cabo una actividad de servicios o manufactura, para que sea rentable y se obtengan beneficios económicos.

estos

Modelos de negocio comprenden los aspectos que se enlistan a continuación:

- Seleccionar a sus clientes.
- Segmentar sus ofertas de producto/servicio.
- Crear valor para sus clientes.
- Conseguir y conservar a los clientes.

CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

El objetivo de un modelo de negocio es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias. La estrategia de la compañía de combinar y poner a trabajar sus áreas de producción, capital, mercado, trabajo y administrativa, determinan un modelo de negocio único. para que este resulte atractivo y genere ganancias debe considerarse ciertos puntos.

son

- **Bajos costos:** para aumentar el margen de ganancias debe disminuir los costos y así hacer frente a la competencia.
- **Innovación y diferenciación:** La empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor

ELEMENTOS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

El modelo de negocio proporciona información importante acerca de la selección de clientes, el producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado, de los recursos necesarios. Los elementos de modelo de negocio según **Osterwalder y Pigner (2009)**.

son

1. Segmento del mercado: los consumidores constituyen el elemento primordial de cualquier modelo de negocio.
2. Propuesta de valor: Las propuestas pueden ser cuantitativas, como el precio, velocidad en el servicio, o cualitativas como un diseño innovador en el producto, etc.
3. Canales de distribución: es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores.
4. 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.