



**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.