



NOMBRE DEL ALUMNO: Bartola Bernal Alvarez

NOMBRE DEL TEMA: Infografía

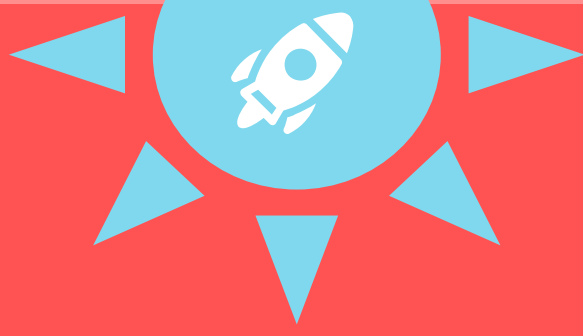
NOMBRE DE LA MATERIA: Taller Del Emprendedor

NOMBRE DEL PROFESOR: Lic. José Luis López Santis

NOMBRE DE LA LICENCIATURA: Enfermería

CUATRIMESTRE: 9° "A"

Pichucalco, Chiapas, a 15 de Junio de 2024



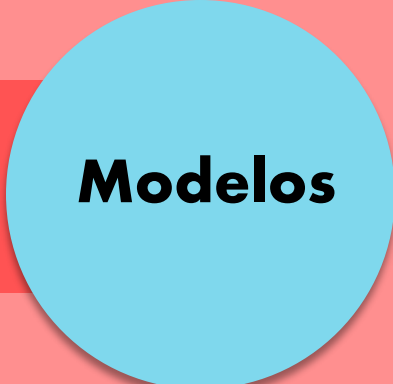
INFOGRAFIA



Modelos de negocios

Describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social.

- Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).
- Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).
- Análisis técnico-operativo.
- Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.
- Análisis financiero.



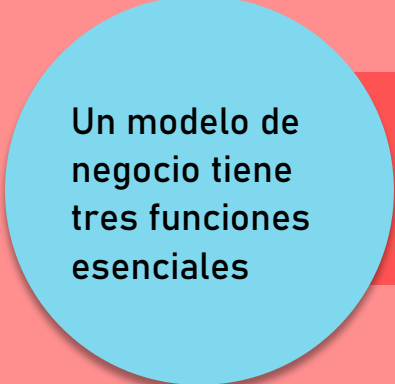
Modelos

Ramírez cita a Rappa (2005)

Señala que el modelo de negocio es “el mecanismo por el cual un negocio describe la mecánica para la creación de valor económico”

Definición

El término modelo de negocio es un concepto relativamente nuevo como tal, aunque su utilización ha existido y ha sido recomendada desde hace varias décadas



Un modelo de negocio tiene tres funciones esenciales

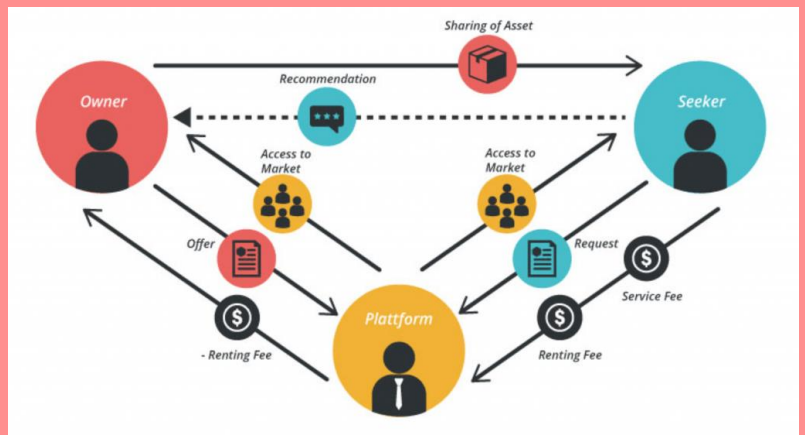
- Guía las operaciones de una compañía al prever el curso futuro de la empresa y ayuda a planear una estrategia para el éxito.
- Atrae a líderes e inversionistas.
- Obliga a los emprendedores a “aterrizar” sus ideas en la realidad.

CARACTERÍSTICA DE MODELOS DE NEGOCIOS

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

OBJETIVOS

Es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias.



BAJOS COSTOS

Ser el número uno en el área o sector, teniendo un muy buen control, esquema administrativo modesto, materias primas superiores y tecnología con alto control de calidad.

INNOVACION Y DIFERENCIACION

Debe ser de valor para el comprador, y se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto, la diferenciación debe ser real y percibida por el cliente (esto es, no sólo tangible, sino de importancia para el cliente), de otra forma no habrá una preferencia por el producto.

Las empresas deben lograr una combinación de mejor uso de recursos y más ideas de valor; esta mezcla puede eliminar la competencia, al tiempo que favorece incluso la disposición del cliente para pagar más por adquirir el producto.

ELEMENTOS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS

PRINCIPALES ELEMENTOS

- Propuesta de valor
- Segmento de mercado
- Estructura de la cadena de valor:
- Generación de ingresos y ganancias:
- Posición de la compañía en la red de oferentes
- Estrategia competitiva:

Consumidores

Oferta

Viabilidad financiera

Infraestructura



- Segmento del mercado
- Propuesta de valor
- Canales de distribución
- Relación con los consumidores
- Flujos de efectivo
- Recursos clave
- Actividades clave
- Socios clave
- Estructura de costos

Según Osterwalder y Pigneur

Referencia bibliográfica:

- ANTOLOGIA. TALLER DEL EMPRENDEDOR. UNIVERSIDAD DEL SURESTE
- <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/07d2de51bc72215f6edf47cd23bae962.pdf>