



**UDS**

**Mi Universidad**

Universidad del sureste

Rolando Cruz Roblero

TALLER DEL EMPRENDEDOR

CATEDRATICO :

M.V.Z ETY JOSEFINA ARREOLA

Tapachula Chis

04/07/25

BIBLIOGRAFIA:

<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/como-disenar-un-exitoso-modelo-de-negocios>

# PASOS DEL MODELO DE NEGOCIOS

## PARA QUE PUBLICO TE DEDICARAS?

Aquí defines tu(s) público(s) objetivo, es decir, las personas o empresas que comprarán lo que ofreces. Pueden ser jóvenes, adultos mayores, empresas, estudiantes, etc



## PROPUESTA DE VALOR

Propuesta de valor es el corazón del modelo de negocio. Representa el conjunto de beneficios o soluciones que la empresa ofrece a sus clientes para resolver un problema o satisfacer una necesidad.



## CANALES DE DISTRIBUCION

Los canales son los medios a través de los cuales la empresa hace llegar su producto o servicio al cliente final. Incluyen tanto los canales de comunicación, como los de venta y entrega.



## FUENTES DE INGRESO

Este bloque define cómo gana dinero la empresa, es decir, cuáles son sus fuentes de ingresos. Estas pueden ser diversas: venta directa de productos, cobros por suscripción, rentas, licencias, comisiones o publicidad.



## ACTIVIDADES CLAVE

Las actividades clave son aquellas tareas fundamentales que se deben realizar para operar el negocio. Incluyen procesos como producción, ventas, marketing, servicio al cliente, logística o innovación.

## RELACION A CLIENTES

Este paso describe cómo la empresa interactúa con sus clientes, desde que los atrae hasta que mantiene su fidelidad. Las relaciones pueden ser personales, automatizadas, asistidas, por comunidad, autoservicio o una combinación de ellas



## RECURSOS CLAVE

Aquí se identifican los activos esenciales para que el negocio funcione.

Pueden ser físicos (locales, equipos), humanos (personal especializado), intelectuales (patentes, marca), financieros (capital, inversión) o tecnológicos (software, redes).

## SOCIOS CLAVE

Este bloque identifica a los aliados estratégicos necesarios para el funcionamiento del negocio. Pueden ser proveedores, distribuidores, asociaciones, inversores, socios tecnológicos o logísticos.