UDS

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

LICENCIATURA EN ENFERMERIA

DOCENTE

ANDRES ALEJANDRO RESYES MOLINA

ALUMNO: MELVIN MENDOZA VILLALOBOS

MATERIA: TALLER DEL EMPRENDOR

ACTIVIDAD: CUADRO SINPTICO

FECHA: 12- 06-2020

- Los principales elementos que componen a un modelo de negocio.
  - Según Chesbrough y Rosenbloom.
    - Propuesta de valor
      - ésta se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor.
    - Segmento de mercado
      - Es el grupo de consumidores a los que va dirigido el producto, reconociendo que los distintos segmentos del mercado tienen diferentes necesidades.
    - Estructura de la cadena
      - De valor: posición de la compañía y las actividades en la cadena de
    - Generación de ingresos y ganancias
      - forma en que se generan los ingresos, el costo de la estructura y los márgenes de ganancia
    - Posición de la compañía en la red de oferentes
      - identificación de competidores, compañías complementarias, proveedores y consumidores
      - manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible.
        - A partir de los costos, diferenciación o eficiencia de operaciones.
  - Según Osterwalder y Pigner
    - Segmento del mercado
      - Los consumidores constituyen el elemento primordial de cualquier modelo de negocio, sin ellos la compañía sería incapaz de sobrevivir mucho
    - Propuesta de valor
      - Forma en que la empresa resuelve un problema o satisface una necesidad del cliente.
        - Las propuestas pueden ser cuantitativas, como el precio, velocidad en el servicio, o cualitativas como un diseño
    - Canales de distribución:
      - Es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores.
    - Relación con los consumidores:
      - la empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan.
        - es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores.
    - Flujos de efectivo:
      - es imprescindible que la empresa se cuestione hasta qué precio estaría dispuesto a pagar por su producto un consumidor del segmento de mercado al que se dirige y con base en esto, elegir la estrategia de precio.
    - Recursos clave:
      - Bienes más importantes para trabajar el modelo de negocio.
        - Permiten a la empresa crear y ofrecer la propuesta de valor, mantener relación con los segmentos del mercado
    - Actividades clave:
      - Describe las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio
        - Pueden relacionarse con la producción, la prevención y solución de problemas o el desarrollo de sistemas de soporte a la logística
    - Socios clave:
      - Red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocio. Implica crear alianzas estratégicas para optimizar el modelo de negocio
    - Estructura de costos:
      - Costos: incluye todos los costos en que se incurre, tanto para poner en marcha el modelo de negocio, como para crear y entregar el valor ofertado en la
        - Así como mantener las relaciones con el consumidor, y generar ingresos.