

**Nombre de alumnos: Amci Jahdai Hernández León.**

**Nombre del profesor: Reyes Molina Andrés Alejandro.**

**Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico.**

**Materia: taller del emprendedor.**

**Grado: Noveno cuatrimestre.**

**Grupo: "B".**





## Características de los modelos de negocio:

Modelo de negocio:

Describe operaciones de la compañía.

Incluye:

- \*Componentes.
- \*Procesos.
- \*Funciones.

Su objetivo:

- \*Mantener costos fijos, bajos y un valor para el consumidor.

Se acompaña de estrategias en:

- \*Producción.
- \*Capital.
- \*Mercado.
- \*Trabajo.
- \*Administrativa.

Bajos costos:

Si mantenemos lo mismo que los competidores.

Tendremos las mismas ganancias.

Medidas para mantener bajos costo:

- \*Ser el numero 1 en el sector.
- \*Tener el control.
- \*Administración modesta.
- \*Materias primas superiores.
- \*Tecnología de calidad.

Ayudara a reducir costo y ser aceptado en el mercado.

Innovación y diferenciación:

Cadena de valor.

Actividades costos en proceso producción.

y el de

Algunas formas de hacer la diferencia e innovar:

- \*Trato del cliente.
- \*Tiempo de entrega.
- \*Garantía
- \*Calidad.
- \*Servicios entre otros.

Se debe permanecer en el mercado y dar alta competitividad.

Algunas características.

- \*Uso de tecnología apropiada.
- \*Basar el modelo en eficiencia.
- \*La producción local(lógica bajo costo.)

Elemento de los modelos de negocio:

Proporciona:

Información importante de selección de clientes.

Para redactar nos podemos guiar de:

Principios según Chesbrough Rosenbloom:

- \*Propuesta de valor.
- \*Segmento de mercado.
- \*Estructura de la cadena de valor.
- \*Posición de la compañía en la red de oferentes.
- \*Estrategias competitivas.
- \*

- ¿Quién es el cliente potencial, de esa empresa?
- ¿Cuáles son las ventajas competitivas?
- ¿Cómo obtendrá ganancias la empresa

Según Osterwalde y Piner:

- \*Segmento del mercado.
- \*Propuesta de valor.
- \*Canales de distribución.
- \*Relación de los consumidores.
- \*Relación con los consumidores.

Consumidores contribuyentes.

La razón por la cual el consumidor nos prefiere.

Las relaciones pueden ser de tipo personal o auto matizadas.

Trabajar bajo un modelo de negocios.

Asegurar un establecimiento confiable.

Se pueden calcular una vez teniendo los recursos.

