

Taller del emprendedor

Docente: Andrés Alejandro Reyes Molina



Actividad: Cuadro sinoptico

Leonardo Pérez García

Enfermería 9 "B-D"

Elementos esenciales para un modelo de negocio

Chesbrough y Rosenbloom

Propuesta de valor: Descripción del problema del consumidor. Producto resuelve el problema y valor desde la perspectiva del consumidor.

Segmento del mercado: Grupo de consumidores a los que va dirigido el producto.

Estructura de la cadena de valor: posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor.

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 (competencia): identificación de competidores, compañías complementarias, proveedores y consumidores

Estrategia competitiva: manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible.

Osterwalder y Pigneur

Segmento del mercado: Podemos definir distintos segmentos del mercado y la compañía debe decidir a qué segmento de mercado le interesa llegar.

Propuesta de valor: es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás. Forma en que la empresa resuelve un problema o satisface una necesidad del cliente.

Canales de distribución: es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores. Estos canales juegan un papel importante en la experiencia del consumidor.

Relación con los consumidores: la empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan. Pueden ser de dos tipos: personales y automatizadas.

Flujos de efectivo: Cuestionar la cantidad que pagaría un comprador por el producto.

Recursos clave: Permiten a la empresa crear y ofrecer la propuesta de valor, mantener relación con los segmentos del mercado y obtener ganancias.

Actividades clave: describe las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio.

Socios clave: red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocio.

Estructura de 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 propuesta, así como mantener las relaciones con el consumidor, y generar ingresos.