

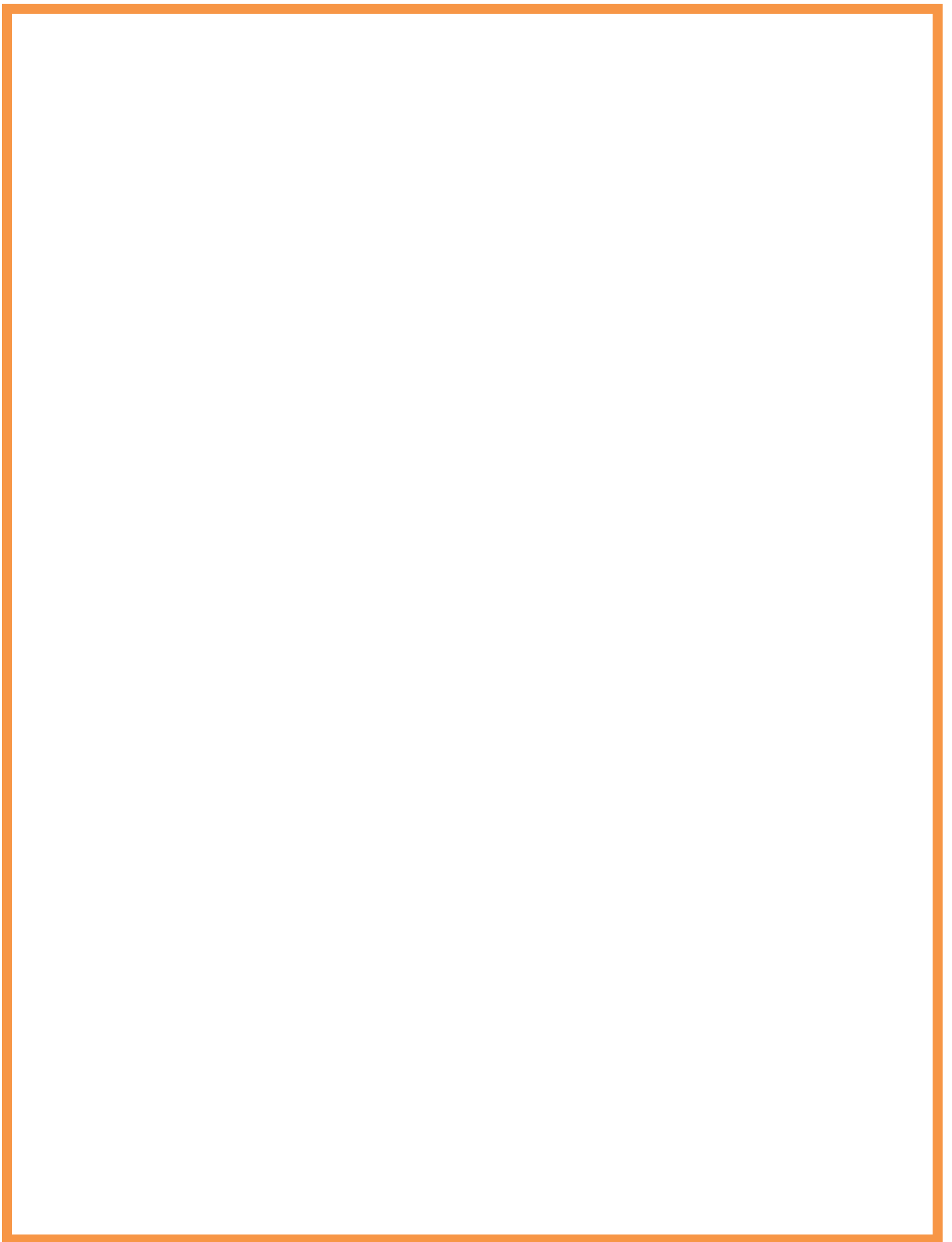
Actividad de plataforma



- **Materia:** Taller del Emprendedor
- **Carrera:** Enfermería
- 9no cuatrimestre grupo "C"
- **Docente:** Reyes Molina Andrés Alejandro
 - **Alumno:** Hernández Vázquez Cesar Andrés

Fecha de entrega

12/06/2020



LOS PRINCIPALES ELEMENTOS QUE COMPONEN A UN MODELO DE NEGOCIO, SEGÚN CHESBROUGH Y ROSENBLUM

- **Propuesta de valor:** ésta se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor, el producto que resuelve ese problema y el valor de ese producto desde la perspectiva 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. En ocasiones el potencial de un producto sólo se aprovecha cuando se dirige a un nuevo segmento de mercado que resulta ser más adecuado.
- **Estructura de la cadena de valor:** posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor, así como la forma en que la compañía captura o genera el valor creado en la cadena.
- **Generación de ingresos y ganancias:** forma en que se generan los ingresos (mediante ventas, arrendamientos, suscripciones, etc.), 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. La determinación de estos componentes permite utilizar las redes para hacer llegar mayor valor al consumidor.
- **Estrategia competitiva:** manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible, por ejemplo, a partir de los costos, diferenciación o eficiencia de operaciones.

ELEMENTOS ESENCIALES EN EL MODELO DE NEGOCIO SEGÚN OSTERWALDER Y PIGNER (2009)

- 1. Segmento del mercado:** los consumidores constituyen el elemento primordial de cualquier modelo de negocio, sin ellos la compañía sería incapaz de sobrevivir mucho tiempo. Podemos definir distintos segmentos del mercado y la compañía debe decidir a qué segmento de mercado le interesa llegar. Esto permitirá que desarrolle estrategias dirigidas a esa población y entender mejor sus necesidades.
- 2. 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. Por lo general son soluciones innovadoras, que presentan una nueva oferta o tienen ciertas características distintivas. Las propuestas pueden ser cuantitativas, como el precio, velocidad en el servicio, o cualitativas como un diseño innovador en el producto, etc.
- 3. 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, además de dar a conocer los productos y servicios de una compañía, permiten a los consumidores evaluar fácilmente la propuesta de valor.
- 4. Relación con los consumidores:** la empresa debe establecer el tipo de relación que desea con los segmentos de mercado que le interesan. Las relaciones pueden ser de dos tipos: personales y automatizadas. Puede incluir aspectos como asistencia personal al consumidor y atención a necesidades particulares del consumidor, entre otras.
- 5. 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. Asimismo, qué otras formas de generación de ingresos puede tener la empresa, adicionales a la simple venta del producto.
- 6. 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 y, por supuesto, obtener ganancias; incluye todos los tipos de recursos: físicos, de información, técnicos, humanos y financieros.
- 7. 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 de operación.
- 8. Socios clave:** red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocio. Implica crear alianzas estratégicas para optimizar el modelo de negocio, reducir el riesgo, o adquirir recursos. Las alianzas pueden ser entre no competidores, competidores, distribuidores, financieros o proveedores para asegurar abastecimientos confiables.
- 9. 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. Los costos pueden calcularse una vez que se definen los recursos, actividades y socios clave. Los costos deben minimizarse en cualquier modelo de negocio, ya sea bajando costos u ofreciendo una propuesta de alto valor que aprecie el cliente

RESPUESTAS FORO SECCIÓN 1

- 1.- Es un negocio anteriormente comprobado en varios lugares sobre su alto índice de prestación de servicio, siendo el lugar a establecer un ejido, carece de competencia por lo que resulta ser innovador para la misma comunidad, suele ser una inversión grande, pero se presenta de manera económica para los consumidores
2. que si hay un producto igual en el mercado, los consumidores generan antigüedad comprando con el competidor, lo cual genera confianza hacia el mismo, por lo que los costos bajos suelen atraer clientela a los nuevos negocios, haciendo esto publicidad para el mismo

RESPUESTAS FORO SECCIÓN 2

- 3.- no suele ser tan innovador ante una gran zona urbana, pero al ser un ejido, resulta ser bastante innovador, por lo que los jóvenes que es a la población que va dirigida, suele ser de mucha atención
- 4.- es un modelo que proyecta las características generales de un negocio, con todo y los factores relacionados.... Los elementos son.... El segmento del mercado: es a quien va dirigido el producto o a que grupo de consumidores, estrategia competitiva: es la forma en la que la empresa tratará de ganar ventaja a comparación de sus competidores

RESPUESTAS FORO SECCIÓN 3

- ¿Quién es el cliente potencial para la empresa? Niños y jóvenes principalmente
- ¿Está perfectamente clara la propuesta de valor que se ofrece al cliente potencial? Si está claro ya que se ha tomado ejemplos de otros negocios, y se ha dado accesibilidad al servicio en lugares donde no lo había
- ¿Cuáles son las ventajas competitivas que diferencian a la empresa? La accesibilidad del servicio, la calidad, atención del mismo, y la asociación con otros micronegocios que ayudaran a dar realce al mismo
- ¿Qué apoyos son necesarios para la eficiente producción o prestación del servicio? Solamente el apoyo de personal que prestara atención a los grupos de consumidores
- ¿Con qué recursos se cuenta y cuáles es necesario conseguir? Al ser un negocio de videojuegos, se cuenta con las tv y algunas consolas de videojuegos, local donde se prestara el servicio, y mobiliario, se invertirá en mas consolas de videojuegos, y productos alimenticios para la comodidad del consumidor
- ¿Hasta dónde se quiere llegar con este proyecto? Seguir innovando con el avance tecnológico de los videojuegos, siempre con la idea de poder brindar accesibilidad de estos productos al cliente
- ¿Cómo obtendrá ganancias la empresa? Una vez establecido el negocio, se dará el servicio a los consumidores
- ¿Defina con sus propias palabras que es la Naturaleza del proyecto? Es un negocio anteriormente comprobado, por lo que el éxito del negocio suele ser mayor. De igual manera se estará dando en un lugar donde el servicio es de difícil acceso y se brindara al mismo precio que los competidores