Nombre de alumnos: Adi Prisila Méndez López

Nombre del profesor: Andrés Alejandro Reyes Molina

Nombre del trabajo: Cuatro sinóptico

Materia: Taller del emprendedor

Grado: noveno cuatrimestre

Grupo: C

Comitán de Domínguez Chiapas a 10 de junio de 2020.

- Los principales elementos que componen a un modelo de negocio.
  - Chesbrough y Rosenbloom
    - Propuesta de valor
      - Se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor
        - 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,
        - 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
        - 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.).
        - Costo de la estructura y los márgenes de ganancia.
    - Composición de la campaña en la red de ofertas (competencias)
      - Identificación de competidores, compañías complementarias, proveedores y consumidores
        - Permite utilizar las redes para hacer llegar mayor valor al consumidor.
    - Estrategias competitivas
      - Manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible.
  - Osterwalder y Pigner
    - Nueve elementos esenciales en el modelo de negocio,
      - Principales áreas del negocio: consumidores, oferta, infraestructura y viabilidad financiera
        - Segmento del mercado
          - Los consumidores constituyen el elemento primordial de cualquier modelo de negocio,.
        - Propuestas de valor
          - 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.
            - Son soluciones innovadoras, que presentan una nueva oferta o tienen ciertas características distintivas
          - Propuestas
            - Cuantitativas: como el precio, velocidad en el servicio
            - Cualitativas :como un diseño innovador en el producto
        - Canales de distribución
          - Es la forma en que la empresa hará llegar los productos a sus consumidores.
            - Da a conocer los productos y servicios de una compañía, permiten a los consumidores evaluar fácilmente la propuesta de valor.
        - 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
            - Personales y auto matizadas.
              - Incluye como asistencia personal al consumidor y atención a necesidades particulares del consumidor
        - Flujos de efectivo
          - Es imprescindible que la empresa se cuestione hasta qué precio estaría dispuesto a pagar por su producto un consumidor
            - Elegir la estrategia de precio. Asimismo otras formas de generación de ingresos puede tener la empresa
        - Recursos clave
          - Bienes más importantes para trabajar el modelo de negocio.
            - Permite crear y ofrecer la propuesta de valor, mantener relación con los segmentos del mercado
              - Tipos de recursos
                - Físicos, de información, técnicos, humanos y financieros.
        - Actividades claves
          - Describe las acciones más importantes que una empresa realiza para hacer funcionar su modelo de negocio.
            - Se relaciona con producción, la prevención y solución de problemas o el desarrollo de sistemas de soporte a la logística de operación.
        - Socios clave
          - Red de proveedores y socios que hacen funcionar el modelo de negocio. Implica crear alianzas estratégicas para optimizar el modelo de negocio
            - Las alianzas
              - Puede ser entre no competidores, competidores, distribuidores, financieros o proveedores
        - Estructuras de costos
          - Incluye todos los costos en que se incurre, tanto
            - El modelo de negocio, como para crear y entregar el valor ofertado en la propuesta
              - Mantener las relaciones con el consumidor, y generar ingresos.
                - Los costos
                - Deben minimizarse en cualquier modelo de negocio,
                - Pueden calcularse ya que se definen los recursos, actividades y socios clave