

**NOMBRE DEL CATEDRATICO: LIC. ALEJANDRA VELAZQUES CORTEZ**

**NOMBRE DE LA ALUMNA: LAURA DILERY CRUZ DIAZ**

**MATERIA: TALLER DEL EMPRENDEDOR**

**TEMA: PREGUNTAS**

**UNIDAD: CUARTA UNIDAD**

**GRADO Y GRUPO: 7° "A"**



### 1. ¿QUÉ ES UN MODELO DE NEGOCIO?

R.\_ Según Zimmerer (2005), un modelo de negocio (para él es equivalente al esquema de un plan de negocios) es un resumen escrito de la propuesta del negocio emprendedor, sus detalles financieros y operacionales, sus oportunidades y estrategias de marketing y las habilidades de sus administradores.

### 2. ¿CUÁLES SON LAS VENTAJAS AL ESTABLECER UN MODELO DE NEGOCIO?

R.\_ Te permite definir una propuesta de valor concisa, te permite definir tu audiencia objeto detallada, te permite definir los recursos que vas a necesitar, te permite hacer un análisis de gastos y permite hacer un análisis de ingresos.

### 3. ¿QUÉ INFORMACIÓN DEBE REUNIR EL EMPRENDEDOR PARA REDACTAR SU MODELO DE NEGOCIO?

R. Aspectos que comprenden los modelos de negocio • Seleccionar a sus clientes. • Segmentar sus ofertas de producto/servicio. • Crear valor para sus clientes. • Conseguir y conservar a los clientes. • Salir al mercado (estrategia/canales/logística/distribución). • Definir los procesos clave de negocio que deben llevarse a cabo. • Configurar sus recursos para utilizarlos eficientemente. • Asegurar un modelo de ingreso adecuado, que satisfaga a todos sus clientes internos y externos

### 4. ¿CUÁLES SON LOS ELEMENTOS ESENCIALES DE UN MODELO DE NEGOCIO?

R.\_ Guía las operaciones de una compañía al prever el curso futuro de la empresa y ayuda a planear una estrategia para el éxito. • Atrae a líderes e inversionistas. • Obliga a los emprendedores a “aterrizar” sus ideas en la realidad.

### 5. CONSIDERANDO SU PROPIA IDEA DE PROYECTO EMPRENDEDOR (EMPRESA), ¿QUÉ ELEMENTOS DEBE INCLUIR EN EL MODELO DE NEGOCIO, DE ACUERDO AL FORMATO QUE PROPONEN OSTERWALDER, CHESBROUGH Y ROSENBLUM, O RAMÍREZ.

- Propuesta de valor
- Segmento de mercado
- Generación de ingresos y ganancias
- Estrategia competitiva
- Diferenciación del producto o servicio
- Mercados y clientes