

EMPRESA: INSTITUTO BILIGÜE JOSE DE CALASANZ.

<p>Asociaciones clave... ¿Qué actividades puede dejar de realizar la compañía para enfocarse en sus acciones clave? La “compañía” cuenta con socios que invierten en la educación de la institución, sin embargo pueden haber tropiezos con ellos, por ello, en parte es fundamental contar con ellos para mejora y crecimiento de la institución privada.</p>	<p>Actividades clave... ¿Qué estrategias únicas tiene tu negocio para entregar su propuesta al cliente? Un plan de negocio académico diferente al resto de los demás, sin embargo gracias a nuestro método académico los alumnos se desarrollan más en el aprendizaje y en la vida cotidiana para ser mejores personas. Y promociones que damos en eventos especiales como, buen fin, navidad o fiestas patrias.</p>	<p>Propuesta de valor... ¿Qué tan convincente es tu propuesta de valor? Avance y progreso de personas y sociedades. ¿Por qué tus clientes consumen tu producto? Por el servicio educativo, y la atención. ¿Por qué compran? Por un mejor futuro en la sociedad y por la formación o conocimiento que se les otorga.</p>	<p>Relaciones con clientes... ¿Cómo interactúas con el cliente a través de su proceso? En una comunicación somos comprensivos y por medios de eventos escolares los padres interactúan con sus hijos, docentes y directivos, sin embargo gracias a la formación y avance académico del niño, los padres agradecen y aportan a una mejor comunidad en la escuela, por ello hay una relación común y familiarizada.</p>	<p>Segmentos de clientes... ¿Quiénes son tus clientes? Mis clientes son los padres de familia de un colegio privado. ¿Qué piensan ellos? Formación en valores, garantizar seguridad y conexión con el mundo laboral. ¿Qué ven? Calidad, educación y servicio. ¿Qué sienten? Confianza en una calidad educativa hacia los alumnos. ¿Qué hacen? Observan el progreso académico de sus hijos y notan habilidades distintas.</p>
<p>Estructura de costes... ¿Cuáles son los principales generadores de costes de la empresa? en parte gracias a los docentes y su participación a la enseñanza ¿Cómo se vinculan a los ingresos? viene a ser una empresa, cuya financiación proviene al 100% de los padres de los alumnos.</p>	<p>Recursos claves... ¿Qué activos estratégicos únicos tiene mi negocio para competir? Recursos: humanos (profesores, directores, etc.), didácticos (métodos, procedimientos), materiales (libros, audiovisuales, maqueta, etc.) y ambientales (espacios, instalaciones, mobiliario).</p>	<p>Fuente de ingresos... ¿Cómo genera ingresos tu propuesta de valor? A través de colegiaturas mensuales e inscripciones anuales. Nos patrocinamos a través de nuestras redes sociales.</p>	<p>Canales... ¿Cómo se promueven, venden y entregan tus productos o servicios? Por la enseñanza. ¿Por qué? Es el medio donde nuestros servicios circulan. ¿Están funcionando? Por supuesto que sí, es el medio más eficaz.</p>	

LUIS ANGEL MOLINA TREJO

1-A

MATERIA: FRANQUICIAS

INEF-ESCUELA DE NEGOCIOS CON ENFOQUE EN EMPRENDIMIENTO