

## CONTENIDO DE ESTUDIO Y RETRO ALIMENTACIÓN DE LA UNIDAD

**NOTA: No es un cuestionario es la recopilación de lo mas importante de la unidad la cual puede utilizar para estudiar.**

Jeffrey Timmons Una idea original es un requisito para el éxito posterior, pero de ninguna manera asegura el éxito en el negocio. La Propuesta de valor son los beneficios que la empresa le ofrece al cliente a través de cierto producto (o proceso) y/o servicio, la empresa debe ser capaz de responder a la pregunta del consumidor: ¿por qué debería comprarle a usted?, así mismo la propuesta de valor se describen como cadena de valor acuñado El concepto de propuesta de valor fue originalmente difundido por Porter (1985), el grupo Kaizen menciona que los atributos de los productos y servicios que generan la propuesta de valor, están relacionados con la funcionalidad, la calidad, la oportunidad y el precio.

El modelo de negocio (también conocido como diseño de negocios) describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social. Y a su vez podría ser un diagrama de los componentes clave de la empresa a integrar al iniciar y operar la misma, según Amit y Zott el modelo de negocio explicita el contenido, la estructura y el gobierno de las transacciones designadas para crear valor al explotar oportunidades de negocio.

Chesbrough y Rosenbloom (2001) definen el modelo de negocio de una forma más detallada pues para ellos es necesario, después de tener una idea de valor e identificar el segmento de mercado, poner atención en los costos y en las estrategias a utilizar.

Osterwalder, Pigneur y Tucci, definen al modelo de negocio como una herramienta conceptual; lo aprecian como un diagrama que los llevará a posteriori a la ejecución del proyecto. A partir de esta herramienta conceptual se podrá establecer la —lógica del negocio de un modelo específico (Osterwalder, Pigneur y Tucci, 2005).

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.

Un modelo de negocio tiene tres funciones esenciales: - 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 —aterrizarll sus ideas en la realidad.

El objetivo de un modelo de negocio es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias. Los modelos de negocio con más éxito cuentan con una especie de —secretoll que los diferencia de otros.

La diferenciación o innovación debe ser de valor para el comprador, y se proporciona al reducir el costo o aportar una mejor o mayor utilidad al producto, la diferenciación debe ser real y percibida por el cliente (esto es, no sólo tangible, sino de importancia para el cliente), de otra forma no habrá una preferencia por el producto.

Los principales elementos que componen a un modelo de negocio, según Chesbrough y Rosenbloom, son los siguientes:

**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 48 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.

Ejercicio de retroalimentación de actividades prácticas que se realizaron, de la empresa que usted creo escriba lo siguiente:

- **Naturaleza de su empresa**
- **La justificación de su empresa**
- **La propuesta de valor de su empresa**
- **El nombre de su empresa**
- **La descripción de su empresa.**