



# UNIDAD II 2. NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

# CONCEPTOS CLAVE DE LA UNIDAD:

## ► ¿Qué es una propuesta de valor?

1. Es crear una ventaja competitiva, agregar factores que identifiquen y diferencien a la compañía de sus competidores y le den una posición única y superior en el mercado.
2. Una propuesta de valor es un recurso para transmitir de manera objetiva y directa las ventajas que una empresa puede aportar a sus clientes.
3. Es la razón por la cual los consumidores prefieren a esa empresa sobre las demás.

## ► ¿Qué es segmento de mercado?

1. 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.

## ► ¿Qué es una estrategia competitiva?

1. 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.



# CONCEPTOS CLAVE DE LA UNIDAD:

- ▶ ¿Qué es una estructura de la cadena de valor?

1. 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.

- ▶ ¿Qué es un modelo de negocio?

1. Un 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. El término abarca un amplio rango de actividades que conforman aspectos clave de la empresa, tales como el propósito de la misma, estrategias, infraestructura, bienes que ofrece, estructura organizacional, operaciones, políticas, relación con los clientes, esquemas de financiamiento y obtención de recursos, entre otros.



## Idea original:

- Una idea **original** es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, es la idea que **diferenciará** un producto con elementos similares a los de la competencia, el factor que dará a los compradores una razón para **escoger ese producto** y no otro.



## Las oportunidades que se convertirán en ideas de negocio caben en alguna de las siguientes categorías:

- ▶ • Existe demanda de un producto o servicio y nadie ha atendido o satisfecho bien esta necesidad.
- ▶ • Es posible fabricar un producto u ofrecer un servicio más barato o de mejor calidad que los existentes en este momento.
- ▶ • Un producto es susceptible de ser sustituido ventajosamente por otro con mejores atributos, o más económico o, en general, apreciado como de mayor valor por el cliente.

- 
- 
- Un producto susceptible de ser mejorado, ya sea porque es muy costoso, o bien porque cuando se descompone o se rompe, no tiene reparación.
  - • En un país existe un producto que en otro no es conocido y que sería una buena oportunidad para exportar.

- 
- • En un país se importa un producto extranjero, que podría ser producido y comercializado en ese lugar, con mejores atributos que el que se trae de fuera.
  - • El emprendedor o alguien asociado a él ha desarrollado un nuevo invento que puede producirse y comercializarse para obtener ganancias económicas.

- 
- Posibilidad de reciclar una materia prima o desperdicios de algún tipo en la industria.
  - • Capacidad para sustituir una materia prima por otra que ofrezca más ventajas, ya sea por precio, calidad, disponibilidad o beneficio social.



## 2.1 Propuesta de valor

- Una propuesta de valor es un recurso para transmitir de manera objetiva y directa las ventajas que una empresa puede aportar a sus clientes.
- 

# ¿ Cómo hacer una propuesta de valor?

- ▶ **Título**
- ▶ La parte principal de la propuesta, el título debe ser breve, pero debe aportar información sobre lo que hace tu empresa **en un máximo de 2 frases.**
- ▶ Para enriquecerlo, las marcas, a menudo, usan frases impactantes que captan la atención del lector con una entonación sofisticada.





## ➤ Subtítulo

- El subtítulo es la sección donde la propuesta es más detallada, con información más específica sobre el negocio.
- En general, **alrededor de 3 líneas son suficientes** para hablar más sobre lo que hace una empresa, a quién va dirigido el producto y qué beneficios aporta.
- por ejemplo: «un buen rendimiento, cuando corres, depende directamente de un tenis capaz de convertir el impacto en propulsión.»



## ➤ Bullet points

- Los bulletpoints tienen el poder de captar la atención del lector, ya que **se destacan del resto del texto**.
- Son temas en los que la empresa resaltará los beneficios principales del producto, indicando cómo satisfacen las necesidades del consumidor.
- “precio inmejorable: tenis de alta calidad con el mejor costo-beneficio del mercado;
- comodidad: la mejor tecnología de absorción de impactos a tu disposición.
- garantía: todas las zapatillas tienen una garantía de 3 años contra defectos de fabricación”.

## ➤ Imágenes

- El atractivo visual es de gran importancia cuando impulsa campañas e información dentro de un sitio web.
- Deben usarse para dar más énfasis a la propuesta de valor, **siempre ilustrando la idea que se aborda en el contenido escrito**. Lo importante es que se refuerza el mensaje principal.

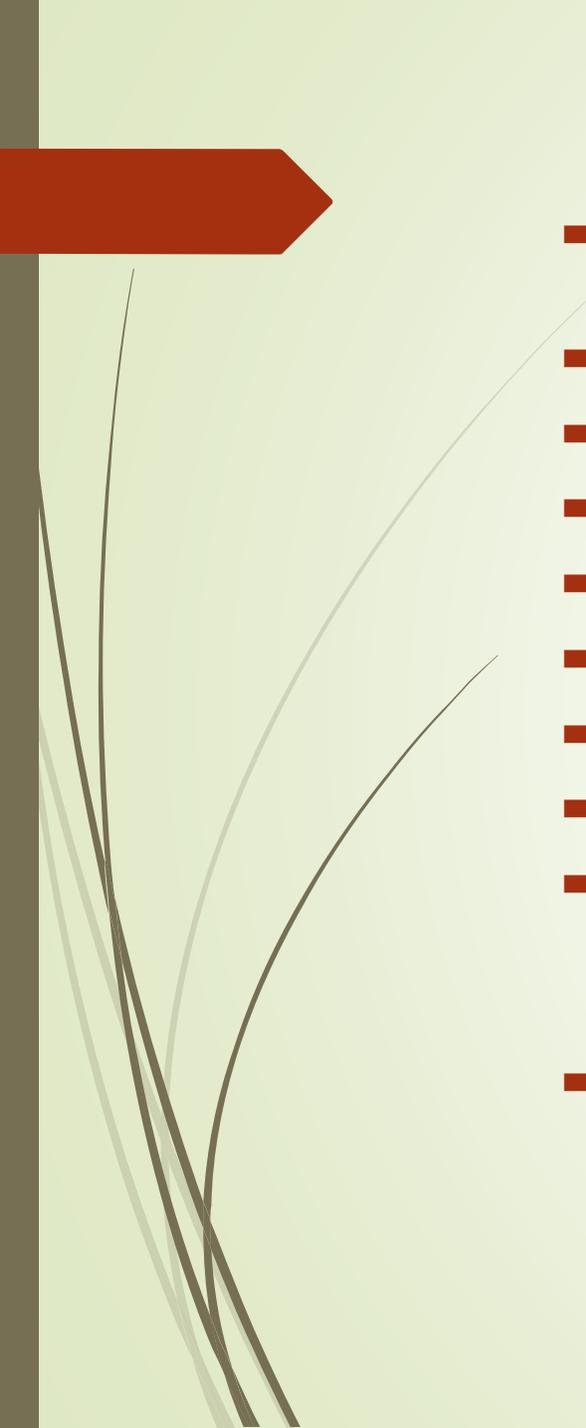


- 
- **Bónus: propuesta de valor interactiva**
  - Hay un formato más completo y original todavía para presentar el valor del producto o servicio de una empresa: las **páginas web interactivas**.



## 2.2 Modelo de negocio

- ▶ Un 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.
- ▶ Debe de contener:
- ▶ aspectos clave de la empresa, tales como el propósito de la misma,
- ▶ estrategias,
- ▶ infraestructura,
- ▶ bienes que ofrece,
- ▶ estructura organizacional,
- ▶ operaciones,
- ▶ políticas,
- ▶ relación con los clientes,
- ▶ esquemas de financiamiento y obtención de recursos, entre otros.

- 
- ▶ Los modelos de negocio comprenden los aspectos que se enlistan a continuación:
    - ▶ • 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.
  - ▶ El diseño del modelo de negocio que se seleccione no es definitivo, sino que debe evolucionar ante el entorno cambiante, lo que generará variaciones en el futuro de los modelos generados en el presente.



# 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.



**¿Cuáles son los pasos para hacer un modelo de negocio?**



# 1. Dimensiona el valor de tu solución en el segmento de mercado

- ▶ Muchas veces pensamos que lo que queremos ofrecer es justamente lo que las personas quieren, pero no siempre tenemos la razón. ¿Realmente sabes cuáles son las quejas de los consumidores con las empresas que competirán contigo? ¿Sabes qué es lo que esperan y lo que piden?
- ▶ A lo mejor tu solución no es lo que buscan y debes cambiar tu oferta, o a lo mejor lo es, pero tienes que saberlo comunicar.
- ▶ El punto clave es no asumir nada. Por mucho que en tu cabeza suene como una idea increíble, debes dudar de que lo sea hasta que tengas evidencia tangible y real.



## 2. Asegúrate de que tu producto o servicio soluciona un problema

- ▶ También es posible que tu idea sea única en el mercado o que carezca de competidores en tu zona. En ese caso deberías preguntarte por qué nadie más lo ha intentado.
- ▶ ¿Es porque es muy difícil o porque a nadie le hace falta?
- ▶ Supongamos que quieres abrir un tienda de empeño porque no hay ninguna otra en tu ciudad. ¿Te consta que las personas necesitan ese servicio? ¿Realmente estás solucionando un problema?
- ▶ Si la respuesta es no o no sé, tienes que empezar a dialogar con tu segmento de mercado, descubrir cuáles son sus preocupaciones, motivaciones y miedos. De esa forma, podrás elaborar un panorama más claro sobre los problemas que tienen y cómo puedes ayudarles a solucionarlos.



## 3. Prueba tu canal y busca soporte a tu estrategia

- ▶ Una vez que entiendas cuáles son los retos de tus potenciales clientes, es hora de que compruebes que tu solución es atractiva y factible.
- ▶ Haz un grupo focal con personas seleccionadas específicamente y exponlos a los precios que manejarás, al marketing que piensas usar y háblales sobre la distribución del producto o el mantenimiento del servicio.
- ▶
- ▶ En pocas palabras, asegúrate que tu estrategia está bien encaminada y ajústala si descubres que no lo está.



## 4. Habla con expertos de la industria e inversionistas

- ▶ Ahora que sabes lo que opinan tus compradores, es hora de hablar con los verdaderos expertos.
- ▶ Por mucho que tu estrategia sea buena y a tus potenciales clientes les encante, tienes que comprender que cada nicho tiene sus particularidades y retos. Si no tienes mucha experiencia al respecto, necesitas conseguir a alguien que sí la tenga.
- ▶
- ▶ Además, no cometas el error de pensar que los inversionistas solamente están ahí para poner dinero. La mayoría saben muchísimo sobre negocios y tienen contactos muy importantes en la industria.
- ▶
- ▶ Asegúrate de absorber todo el conocimiento que estén dispuestos a ofrecerte y utilizarlo para desarrollar tu modelo de negocio.

## 5. Planea y ejecuta una prueba piloto

- ▶ Una vez que ya estés bastante seguro de cómo debe trabajar tu negocio, es hora de probar si funciona en la práctica. Después de todo, en el papel todas las empresas son multimillonarias.
- ▶ Recuerda que lo que estás buscando es una validación del modelo de negocio. Lo que quieres es demostrar a tus inversionistas (y a ti mismo) que lo que quieres hacer es factible y va a aportar buenos dividendos en mayor escala.
- ▶
- ▶ Utiliza la información que recopilaste anteriormente para encontrar un ambiente que favorezca tu propuesta, la haga más atractiva y se exponga al tipo de personas que la necesitan.



## 6. Concéntrate en conseguir referencias de clientes

- ▶ Al inicio, lo más importante es tratar muy bien a esos primeros clientes: a los primeros que creyeron en ti y en la solución que ofreces.
- ▶ Una vez que estén contentos y satisfechos con el trabajo que has hecho, pídeles su testimonio y que te promuevan con sus colegas. Si te cuesta demasiado conseguir su apoyo, considéralo como una advertencia de que quizás tu negocio no podrá escalar como lo esperas.
- ▶
- ▶ Dicho esto, si surge efecto el llamado, podrás agrandar tu cartera de clientes y hacerte conocido en la industria, lo cual no es nada fácil para una empresa pequeña.



## 7. Intenta participar en eventos nacionales y de asociaciones de la industria

- ▶ Por último, participa en todos los eventos de la industria que puedas. No solo puedes conseguir buenos aliados y clientes en estos lugares, sino que te ayudarán a entender qué otras opciones hay disponibles en el mercado.



# Herramientas para crear un modelo de negocio eficaz

- **Análisis FODA**
- Es un acrónimo de “Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas”. Este análisis, hecho de la manera correcta, actúa como una radiografía de tu empresa
- **MAT – Plan de negocios simplificado**
- Este plan tiene todo que ver con las metas de tu empresa y cómo alcanzarlas. De hecho, MAT también es un acrónimo de: **Metas;**
- **Acciones para alcanzarlas;**
- **Tareas que serán realizadas en esas acciones.**



## ► **Bussiness Canvas**

- Esta herramienta, también conocida simplemente como Canvas, tiene como función ayudar a la creación de modelos de negocio de una manera simple, visual y fácil de comprender.
  - ¿Qué es el Business Model Canvas?
  - En términos generales, el término técnico " Business Model Canvas " significa que usted puede presentar claramente su idea de negocio en un pedazo de papel. Esto le permite visualizar su modelo de negocio, detectar debilidades y probar si puede funcionar.
- 

# Modelo de Negocios CANVAS

Diseñado por:  
Juan Carlos Morales S.

Diseñado para:  
Medios Inter.

Fecha: 30/08/2018

Versión: 1

