

DISEÑO DE MODELOS DE NEGOCIO



El diseño de modelos de negocio innovadores **comienza con la generación de ideas valiosas y rentables**, aquellas que no solo sean aceptadas por el mercado, sino que también produzcan beneficios económicos sostenibles a largo plazo.



La capacidad de una empresa emergente para innovar de manera efectiva depende en gran medida del **liderazgo en la gestión** de este proceso.

Para diseñar modelos de negocio innovadores, es esencial comprender y visualizar el modelo desde la perspectiva del cliente.



MAPA DE EMPATÍA

La **evaluación inicial** de las ideas es un paso crucial para determinar su viabilidad.

Para que un modelo de negocio innovador sea exitoso, debe ser **escalable y sostenible**.

ESCALABLE

Puede expandirse sin necesidad de aumentar significativamente los costos.

SOSTENIBLE

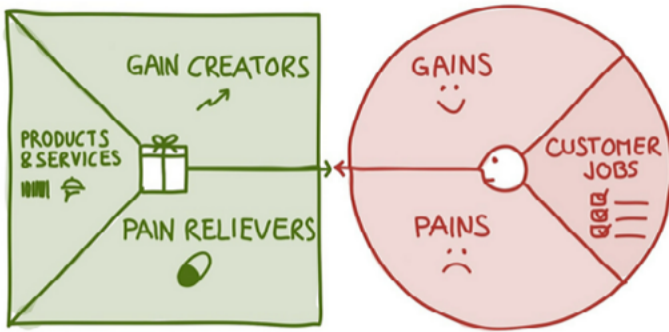
El modelo de negocio puede mantener su éxito a largo plazo.



DISEÑO DE MODELOS DE NEGOCIO



Herramientas para la generación de ideas de negocio



Lienzo de propuesta de valor de Alex Osterwalder

Los productos y servicios ofrecidos deben estar diseñados específicamente para aliviar los dolores y crear los beneficios que los clientes valoran.

Pasos para la aplicación del Lienzo de la Propuesta de Valor de Alex Osterwalder:

- 1** Completar el diseñador de la propuesta de valor.
- 2** Testar la hipótesis sobre el cliente.
- 3** Ajustar el perfil del cliente en función de lo aprendido.
- 4** Rediseñar la propuesta de valor.
- 5** Empezar a testar la propuesta de valor re-diseñada.



Lienzo de modelo de negocio de Alex Osterwalder

Ayuda a describir, diseñar, desafiar y pivotar modelos de negocio.

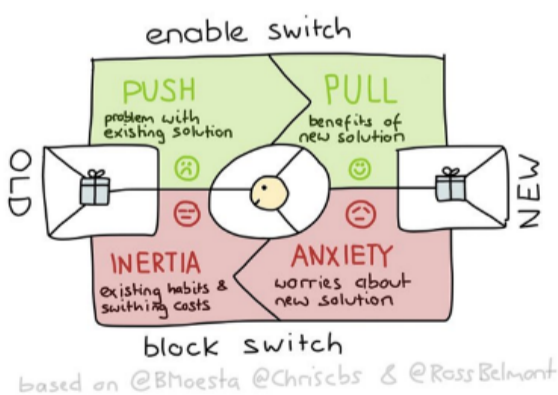
Está compuesto por nueve bloques básicos que cubren las cuatro áreas principales de un negocio:

Clientes

Oferta

Infraestructura

Viabilidad financiera



Modelo de Diagrama de Fuerzas

Ayuda a comprender las dinámicas que hay detrás de la adopción de productos y explica cómo los clientes adquieren productos y/o servicios o cómo los vendedores (o diseñadores de productos) pueden aprovechar esto para aumentar las ventas.

Es crucial salir del entorno teórico y validar nuestras ideas en el mundo real, interactuando con clientes, proveedores, distribuidores, socios y otras partes interesadas.