1. Datos Generales de la asignatura

Nombre de la asignatura:	Análisis y Estructuración para la Generación de Modelos de Negocios.
Clave de la asignatura:	IDD-2402
SATCA[1]:	2-3-5
Carrera:	Ingeniería Gestión Empresarial

2. Presentación

Caracterización de la asignatura

El enfoque de los modelos de negocios es parte de una nueva corriente del pensamiento cuya principal finalidad está sintetizada en la competitividad y la generación de una propuesta de valor única, la cual principalmente se potencia a través de las plataformas tecnológicas y el internet, este enfoque ayudara a redefinir y formular de una forma exacta la estructura de los procesos claves que pondrán en marcha un modelo de negocios a medida de los requerimientos percibidos por el cliente y valorados en conjunto con el mercado meta.

La asignatura pretende identificar los principales arquetipos y componentes que dan ventaja competitiva al desarrollo de modelos de negocios altamente disruptivos y basados en las necesidades del cliente en forma conjunta con el mercado donde se constituye la propuesta de valor.

La asignatura consiste en un concentrado de teorías y herramientas que buscan introducir al alumno en el desarrollo y generación de modelos de negocio a través de la implementación de acciones creativas que identifiquen componentes claves en productos y servicios, lo cual traerá como resultado una propuesta configurada en el valor del cliente partiendo de una perpectiva que se enfoca en las necesidades y valor agregado esperado para el cliente. La materia busca correlacionar los conocimientos previos adquiridos en las materias de gestión estratégica, introducción a la gestión empresarial y plan de negocios de forma que lo aprendido sirva como un antecedente para re categorizar a nuevas formas de desarrollo competitivo en las organizaciones mediante la estructura del modelo de negocios de forma ágil, dinámica, innovadora y centrada en la convergencia de las percepciones y necesidades del cliente.

En esta asignatura se integran diferentes por actividades y metodologías novedosas que

[1] Sistema de Asignación y Transferencia de Créditos Académicos

proporcionarán herramientas imprescindibles para desarrollar y reforzar el gusto por el emprendimiento y la generación de ideas creativas viables, para que se conviertan en una realidad.

Intención didáctica

En el primer tema de la asignatura se vera la metodologia propuesta por Simon Sinek un escritor inglés especialista en liderazgo y autor del libro, “Start with why” publicado en dos mil nueve, es conocido por un modelo que él creo, llamado “The Golden Circle” y posteriormente se hizo viral a través de una charla en TED en la cual exponía el modelo y la ciencia detrás de ello.

En esta unidad se explica el por que las empresas y personas más exitosas de la historia no eran simplemente exitosas debido a los factores comunes que se conceptualizan, tales como: El capital de la empresa, el mercado, o el apoyo de la prensa. Sino que estas empresas y personas exitosas se movían en base a significados y creencias que inspiraban a las personas.

Posteriormente el alumno entendera el modelo de Rain Forest Scorecard como como una herramienta de facil comprencion, con sustento cientifico para medir el crecimiento del ecosistema del emprendimiento, en el contexto de la sociedad del conocimiento y es percibido como una ruta hacia el descubrimiento de nuevas soluciones a para los grandes retos que presenta la sustentabilidad y responsabilidad social.

El Rainforest Scorecard proporciona una estrategia para crear valor económico en el siglo XXI, construyendo y fomentando una cultura organizacional innovadora. Funciona como un marco de referencia para medir y construir cultura de escala, tanto en organizaciones del sector público como en empresas privadas. Define los aspectos clave asociados con el despliegue de estrategias pragmáticas en una organización que tiene como finalidad desarrollar el potencial de la innovación.

El Rainforest Scorecard se basa en la noción de que la comprensión, la medición y el crecimiento y desarrollo intencionado de una cultura de innovación, abordando los problemas organizativos y de liderazgo asociados con el despliegue de estrategias.

En el segundo tema se abordara la propuesta de valor que es un concepto fundamental en el ámbito empresarial, ya que se refiere a los beneficios tangibles e intangibles que una empresa ofrece a sus clientes y que la diferencia de la competencia. Una propuesta de valor sólida es esencial para atraer y retener clientes, generar ingresos y mantener una ventaja competitiva en el mercado.

La definición de propuesta de valor puede variar según los diferentes autores y expertos

en negocios, exploraremos las perspectivas de varios autores destacados como Michael Porter, Alexander Osterwalder, Philip Kotler y Peter Drucker, se analizan sus definiciones, sus enfoques y ejemplos de empresas que han aplicado con éxito sus conceptos de propuesta de valor.

Una propuesta de valor sólida es fundamental para atraer y retener clientes. Cuando una empresa ofrece un valor único y valioso, atrae la atención de los clientes potenciales y los motiva a elegir sus productos o servicios en lugar de los de la competencia. Además, una propuesta de valor sólida ayuda a fidelizar a los clientes existentes, ya que continúa satisfaciendo sus necesidades y generando valor a lo largo del tiempo.

En el tercer tema se abordara el concepto de early adopter que es aquel que utiliza los nuevos productos de una determinada marca antes que la mayoría de los demás consumidores. Conocidos también como los primeros usuarios, proporcionan retroalimentación a la marca y la ayudan a refinar algunas características, como la funcionalidad o el diseno del producto.

Modelo generador de negocios Early adopter cuya aplicación se da cuando se acaba acaba de lanzar una nueva idea de emprendimiento o se piensa crear una startup. Ya que al poner en marcha un negocio se tiene que explorar lo desconocido. Una guía para no perderte en el camino es justamente el lienzo early adopter.

En el cuarto tema se conocera el Modelo Lean canvas, ya que los emprendedores de todo el mundo han implementado el Modelo Canvas en sus negocios, obteniendo excelentes resultados.

Por su parte, el Lean Canvas puede resultar incluso más efectivo, ya que toma aspectos clave del mercado real que no abarca el formato original. Hay varias diferencias entre lean canvas y modelo canvas.

El Lean Canvas es una adaptación creada por el reconocido emprendedor y autor Ash Maurya. Es una excelente herramienta para los emprendedores que trabajan en su modelo negocio y toda persona que se ha atrevido a lanzar su propia empresa.

Mantiene el esquema original de nueve bloques del Modelo Canvas, que serán la base para desarrollar el modelo de negocio ubica la propuesta de valor en el centro del lienzo, siendo el elemento principal del formato y la base para el resto de los módulos.

3. Participantes en el diseño y seguimiento curricular del programa

Lugar y fecha de	Participantes	Observaciones

elaboración o revisión		
Instituto Tecnológico del Valle de Guadiana *Mayo del 2024*	*Octaviano Sergio Meraz Carranza* *Ana Patricia Gaytán Alarcón*	*Reunión de Academia para el diseño y elaboración del módulo de especialidad*

4. Competencia(s) a desarrollar

Competencia(s) específica(s) de la asignatura
Generar ideas de negocio que satisfagan necesidades latentes en el entorno, a través de un proceso en el que se descubrirán habilidades emprendedoras que permitan representar ideas traducidas en modelos de negocio. Capacidad para generar ideas de negocio creativas, innovadoras y disruptivas que solucionen problemas y suplan necesidades del mercado con un valor agregado. Desarrollar estructuras competitivas basadas en el enfoque de la creación de valor, para constituir modelos de negocios estructuralmente sólidos y disruptivos. Definir e identificar los parámetros exactos para la generación de un modelo de negocios que responda a condiciones cambiantes de las necesidades del mercado.

5. Competencias previas

Competencias especificas
Genera ideas de negocio creativas, innovadoras y disruptivas que solucionen problemas y suplan necesidades con un valor agregado. Reconoce las distintas etapas evolutivas de la organización para el diseño de los modelos de negocio. Aplica las herramientas de la nueva tecnología de la información y comunicación. Conoce y aplica el Proceso Administrativo, en las organizaciones para la aplicación de estrategias. Maneja conceptos sobre análisis financieros, sobre mercadotecnia, recursos humanos, producción y derecho mercantil. Reconocer los principios básicos de la comunicación formal e informal. Aplica el método científico para la realización de investigaciones de los entornos de la empresa. **Competencias instrumentales**

Capacidad de análisis y síntesis

Capacidad de organizar y planificar

Conocimientos básicos de la carrera

Comunicación oral y escrita

Habilidades básicas de manejo de la computadora

Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas

Solución de problemas

Toma de decisiones.

Competencias interpersonales

Capacidad crítica y autocrítica

Trabajo en equipo

Habilidades interpersonales

Competencias sistémicas

Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica

Habilidades de investigación

Capacidad de aprender

Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad)

Habilidad para trabajar en forma autónoma

Búsqueda del logro

6. Temario

No.	Temas	Subtemas
1	**Idea de Negocio y su Impacto en la sociedad**	1.1 Metodologia del Circulo Dorado 1.1.1El “QUE” de la Idea (What). 1.1.2 El “”COMO” de la Idea (How) 1.1.3 El “”POR QUE” de la Idea (Why)

		1.2 Rain Forest Canvas. 1.2.1 La Cultura 1.2.2 Infraestructura, Capacidades y Comunidad 1.2.3 Recursos 1.2.4 Actividades 1.2.5 Compromiso 1.2.6 Role Models 1.2.7 Lideres 1.2.8 Marcos Normativos 1.2.9 Partes Interesadas
2	**Propuesta de Valor.**	2.1 Definición de Arquetipo y problemas que deben ser resueltos con la propuesta de valor 2.2 Frustraciones del Cliente 2.3 Beneficios para el Cliente 2.4 Productos, Servicios y sus caracteristicas orientadas a generar valor. 2.5 Supresores de frustraciones 2.6 Creadores de Beneficio 2.7 Lista de verificación.
3	**Modelo Generador de Negocios Early Adopter**	3.1 Segmento del Cliente. 3.2 Objetivos. 3.3 Acciones. 3.4 Problemas.

		3.5 Soluciones Potenciales. 3.6 Beneficios. 3.7 Producto/Servicio 3.8 Validacion con el Segmento del Cliente.
4	**Modelo de Negocio Lean Canvas**	4.1 Propuesta de Valor Unica. 4.2 Ventaja Competitiva/Especial. 4.3 .Canales 4.4 Problema. 4.5 Solucion. 4.6 Metricas Clave. 4.7 Estructura de Costos y su clasificacion. 4.8 Flujo de Ingresos.

7. Actividades de aprendizaje de los temas

1. Idea de Negocio y su Impacto en la sociedad	
Competencias	Actividades de aprendizaje
Específica(s): Identifica las oportunidades y problemas para innovar. Implementa y da seguimiento a los procesos de innovación en un contexto especifico. **Genérica(s):** Capacidad de análisis y síntesis. Habilidades básicas de manejo de la computadora Comunicación oral y escrita Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas Tener la Iniciativa, espíritu emprendedor y buscar siempre el logro de sus ideas. Trabajo en equipo Toma de decisiones	El alumno, realizará un mapa de empatía con la finalidad de ponerse en los zapatos del mercado meta, de esa manera podrá conectar con el cliente y saber fundamentar por qué y para que del proyecto. Mediante una lluvia de ideas se definirán los objetivos del proyecto, se comentarán las ventajas y beneficios que supondrá la implantación de las nuevas ideas y se disiparan las posibles dudas sobre la viabilidad financiera. Se explicarán los procesos, acciones y decisiones sobre las que se pasara durante el desarrollo del proyecto. Se aplicará el Rain Forest Scorecard, para determinar, con una herramienta cuantitativa, la alineación del proyecto o idea al contexto donde se implantará, con la finalidad tener la certeza, que no tendrá conflicto con la cultura, infraestructura, marco normativo, roll models, ecosistema emprendedor, los recursos, actividades, los liderazgos y la identificación de las partes interesadas que puedan apoyar la iniciativa de negocio o empresa social.
2. Propuesta de Valor	
Competencias	Actividades de aprendizaje
Específica(s): Determina los beneficios de la propuesta de valor, identificando los problemas,	Aplicara el diagrama del perfil del cliente para determinar los problemas, frustraciones y alegrías a las que se enfrenta el cliente perteneciente a un

necesidades, expectativas y deseos que resuelve aunado a las frustraciones que esta pudiera ocasionar, con la finalidad de empatizar con el cliente y asegurar la validacion por parte de los clientes con su adquisicion. Genéricas: Capacidad de analisis y sintesis Toma de decisiones Comunicación oral y escrita Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas Tener la Iniciativa, espíritu emprendedor y buscar siempre el logro de sus ideas.	segmento del mercado. Generará un mapa de valor donde se presente una propuesta para que el producto, servicio, proceso o modelo de negocio, describa como va a resolver los problemas o necesidades de los clientes, como aumentara su valor agregado y minimizara las frustraciones del cliente. El alumno comprobara si el perfil del cliente encaja con el mapa de valor para cerciorarse que hay un alineamiento o discrepancia entre estos dos ejercicios. El Alumno realizara un prototipo o producto mínimo viable y lo validara ante los clientes mediante entrevista y prueba, con los clientes, teniendo la posibilidad de readecuarlo en caso de que haya una sugerencia o comentario por parte del usuario final.
3. Modelo Generador de Negocios Early Adopter	
Competencias	Actividades de aprendizaje
Específica(s): Conocera y aplicara la metodologia de Early Adopters para la validacion de la idea de negocio. Generara Productos Minimos Viables y los validara con el usuario que ha estado buscando soluciones a sus necesidades o problemas Genéricas: Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica Habilidades de investigación	El alumno aplicara la metodología Early Adopters para el proceso de análisis de mercado, desarrollo de negocio e identificar a los clientes objetivo los Early Adopters, que es el cliente que está dispuesto a pagar por nuestro producto, porque realmente le soluciona un problema, ya ha buscado algunas propuestas de solucion y colaboraran en la validacion de la propuesta de valor Validara el producto minimo viable, derivado del prototipo de la propuesta de valor al definir los objetivos, las acciones, los problemas, las soluciones potenciales, los beneficios y su validacion antes el

Capacidad de aprender Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad) Habilidad para trabajar en forma autónoma Búsqueda del logro	arquetipo del cliente mediante un contacto inicial con el producto minimo viable. Realizara entrevistas y dejara registro de ellas de la opinion de los clientes que interactuaron con el prototipo asegurandose de realizar los cambios sugeridos por los Early Adopters
4. Modelo de Negocio Lean Canvas	
Competencias	Actividades de aprendizaje
Específica(s): Conocera y aplicara la metodologia de Lean Canvas Estructurara los objetivos y resultados clave como resultado del desarrollo del negocio(OKR) Estructurara los indicadores clave de desempeno (KPI) para el establecimiento de las metricas que se aplicaran para el alcance de las metricas Genéricas: Capacidad de analisis y sintesis Toma de decisiones Comunicación oral y escrita Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas Tener la Iniciativa, espíritu emprendedor y buscar siempre el logro de sus ideas.	El alumno aplicara la metodología Lean Canvas, para el proceso de análisis de mercado, desarrollo de negocio, establecimiento de objetivos, métricas y resultados como parte de la operación de un negocio. El alumno determinara la alta volatilidad e incertidumbres del contexto del mercado. El alumno describirá y analizará el mercado meta y lo plasmará. Los alumnos, en equipo, deben detectar el problema o necesidad real del cliente y analizar las alternativas que ofrece el mercado Generará una respuesta que ofrecerá, a los clientes para satisfacer su necesidad o solucionar el problema Definirá una ventaja competitiva única, que lo diferencie de los productos similares, que sea difícil de copiar. Establecerá los indicadores más importantes a la hora de tomar decisiones. Mediante una presentación expondrá los imponderables que han surgido como

	resultado del análisis de la puesta en marcha del negocio.

8. Práctica(s)

Realizará un portafolio de evidencias, el cual será entregado como evidencia del desarrollo de la materia, en el cual se plasmarán:

- Lienzo de Circulo Dorado
- Lienzo de Rainforest Scorecard
- Lienzo de Generacion de Propuesta de Valor Mapas de empatía
- Lienzo de Generacion de Propuesta de Valor del Perfil del Cliente
- Lienzo de Generacion de propuesta de Valor de Mapa de Valor
- Lienzo de Early Adopters
- Lienzo de Lean Canvas

Organizar por parte del grupo, un foro con Inversionistas, Organismos de Financiamiento, Cámaras y Representantes de los diferentes Sectores, Maestros, Estudiantes y Público en General para la presentación y validación de los modelos de negocios.

Si se da al aval del modelo de Negocios dentro del foro el alumno llenara los formatos de trámites legales de inicio de operación ante las instancias correspondientes de acuerdo con el giro del negocio, para su constitución formal.

9. Proyecto de asignatura

El objetivo del proyecto que planteé el docente que imparta esta asignatura, es demostrar el desarrollo y alcance de la(s) competencia(s) de la asignatura, considerando las siguientes fases:

- **Fundamentación:** marco referencial (teórico, conceptual, contextual, legal) en el cual se fundamenta el proyecto de acuerdo con un diagnóstico realizado, mismo que permite a los estudiantes lograr la comprensión de la realidad o situación objeto de estudio para definir un proceso de intervención o hacer el diseño de un modelo.

- **Planeación:** con base en el diagnóstico en esta fase se realiza el diseño del proyecto por parte de los estudiantes con asesoría del docente; implica planificar un proceso: de intervención empresarial, social o comunitaria, el diseño de un modelo, entre otros, según el tipo de proyecto, las actividades a realizar los recursos requeridos y el cronograma de trabajo.

- **Ejecución:** consiste en el desarrollo de la planeación del proyecto realizada por parte de los estudiantes con asesoría del docente, es decir en la intervención (social, empresarial), o construcción del modelo propuesto según el tipo de proyecto, es la fase de mayor duración que implica el desempeño de las competencias genéricas y especificas a desarrollar.

- **Evaluación:** es la fase final que aplica un juicio de valor en el contexto laboral-profesión, social e investigativo, ésta se debe realizar a través del reconocimiento de logros y aspectos a mejorar se estará promoviendo el concepto de “evaluación para la mejora continua”, la metacognición, el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo en los estudiantes.

10. Evaluación por competencias

Para verificar el avance en las competencias específicas y genéricas del estudiante se puede solicitar:

INSTRUMENTOS:

- Mapa conceptual
- Mapa mental
- Cuadro comparativo
- Reporte de prácticas o avance del plan de negocios
- Casos prácticos
- Evaluación escrita
- Exposición final y entrega del plan de negocios

HERRAMIENTA:

- Rúbricas
- Lista de cotejo
- Lista de observación
- Todas las evidencias deberán integrarse en un portafolio electrónico.

11. Fuentes de información

1. Alcaráz, Rafael. (2006).El emprendedor de éxito. 3ª. Edición. Editorial McGraw Hill Interamericana. Corea.
2. Alcaráz, Rafael.-(2008). El emprendedor de éxito, Mc.Graw Hill, México. Kantis,H. Empresarialidad en Economías Emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y Este de Asia. http://www.iadb.org/sds/sme.
3. BID. Desarrollo de la Empresarialidad. http://www.iadb.org/mif/subtopic.cfm?
4. García/Garza/Sáenz/Sepúlveda. (2005). Formación de emprendedores. 4ª. Reimpresión. Editorial CECSA. México.
5. González, D. (2007), Plan de negocios para emprendedores al éxito,1ª.edicion,McGraw Hill, México.
6. Hisrich, M. Peters, M. et al. (2005). Entrepreneurship. Emprendedores, 6a.edicion, McGraw Hill,España.
7. Huerta, J., Rodríguez, G. (2006). Desarrollo de Habilidades Directivas, 1ª.edicion,Pearson Educación, México.
8. IMPI.- Instituto Mexicano de la propiedad industrial.- www.impi.gob.mx
9. Kantis,H. Empresarialidad en Economías Emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y Este de Asia. http://www.iadb.org/sds/sme
10. Maurya, Ash. Running Lean (2014), editorial Unir, La Rioja
11.Osterwalder, Alex, Yves Pigneur (2018) Value Proposition Design, Wiley 1er Edition.
12.Osterwalder, Alex, Yves Pigneur (2018) Bussines Model Generator, Wiley 3er Edition.
13 Ries, Eric. San Julian Javier (2013) El Metodo Lean Startup, Deutro, Mexico

14. Robbins,S. Coulter,M. (2005), Administracion.8ava.Ed. Pearson Educación, Mexico.
15. Salazar L., Jorge. (2006). Cómo iniciar una pequeña empresa. Su viabilidad de mercado. 3ª. Edición, 2003, 4ª. Reimpresión, Editorial CECSA. México.
16. Secretaria de Economía.
17. www.contactopyme,gob.mx