



Laboratorio 1: Estrategia

Evaluación y Gestión de Proyectos

Integrantes: -Bastian Onetto
-Carla Lütjens
-Gonzalo Ibáñez
-Benjamin Jorquera
Curso: Evaluación y Gestión
de Proyectos
Sección A-1
Profesor(a): Rodrigo Osorio
Ayudante: Constanza Palomo
Fecha: 23 de Octubre, 2021

Índice

Empresas elegidas	3
Primera empresa: Samsung.	3
Misión	3
Visión	3
Valores	3
Segunda empresa: LG Corporation.	3
Misión	3
Visión	4
Similitudes y diferencias	4
Misiones	4
Visiones	4
Valores	4
Elección de una empresa	5
Modelo Canvas	6
Proyectos Propuestos	10
Conclusión	14
Bibliografía	15

Empresas elegidas

Primera empresa: Samsung.

Es una de las compañías más grandes y prósperas de Corea del Sur, empezó en los años 1930 como una empresa distribuidora y ahora es mundialmente conocida. Debido a su desarrollo tecnológico e industrial otorgan una gran variedad de servicios y productos de alta calidad (*Información de la compañía | Sobre nosotros | Samsung Chile, 2021*).

Misión

“Samsung sigue una filosofía empresarial simple: dedicar su talento y tecnología a crear productos y servicios superiores que contribuyan a una mejor sociedad global. Para lograrlo, establece un alto valor en sus personas y tecnologías”.

Visión

“Apoyar a las personas para que sean mejores sobre la base de los recursos humanos y la tecnología”.

Valores

“Personas, Excelencia, Cambio, Integridad, Prosperidad conjunta”.

Segunda empresa: LG Corporation.

Es una gran empresa multinacional, con elevados estándares de calidad en productos tecnológicos e industriales, comenzaron en 1947 como una empresa de venta de artículos de limpieza y han evolucionado de manera transversal a la organización que es ahora (*About LG, s. f.*) (Arteaga, 2020).

Misión

(Traducido del inglés) *“Nos dirigimos a consumidores exigentes con una gran sensibilidad, personas que siguen explorando nuevas actividades y asumiendo nuevos retos para experimentar más y lograr una vida mejor. Hemos desarrollado nuestra imagen de marca de forma gradual y coherente, siempre para comunicar: "La vida es buena". Somos contemporáneos y a la vez auténticos, evolucionando siempre nuestras filosofías fundamentales al ámbito moderno”.*

Visión

(Traducido del Inglés) *La visión de LG es convertirse en la empresa líder del mercado, con un amplio reconocimiento en el mercado.*

Valores

(Traducido del Inglés) *El mundo, el futuro, la juventud, la humanidad y la tecnología. Nuestra filosofía se basa en la Humanidad. Además, representa los esfuerzos de LG para mantener relaciones estrechas con nuestros clientes en todo el mundo.*

Similitudes y diferencias

Misiones

Ambas misiones se parecen por el enfoque en la ayuda a las personas y a la mejora de su vida mediante el uso de la tecnología, pero LG se enfoca mucho más en el aspecto social de la marca, concentrándose en la necesidad de las personas, mientras que Samsung se enfoca mucho más en la tecnología, la innovación y en la contribución a la sociedad global.

Visiones

Mientras que la misión y valores son similares, la visión de Samsung se orienta mucho más al aspecto humanitario, lograr la satisfacción de las necesidades de los consumidores es la meta que se proponen, mientras que por el lado de LG, su visión está orientada al aspecto empresarial y a su reconocimiento como marca.

Valores

Ambos ponen sus valores en la calidad de sus productos, y la confianza con sus consumidores, en lo que LG se enfoca más es en la relación con los mismos consumidores, y Samsung espera ganar una reputación en base a resultados.

Elección de una empresa

Mediante un consenso llegado por parte del grupo de trabajo, se ha seleccionado a la empresa Samsung. En cuanto a las razones de la elección, se requiere que cada integrante del grupo explique sus razones, las cuales serán listadas de la siguiente manera:

- Bastian Onetto: “Uno de los puntos más interesantes sobre el trabajo con Samsung es probar la capacidad de mejorar una de las empresas más reconocidas en el campo de la tecnología, reconociendo sus falencias y potenciando nuestro estudio gracias a eso”.
- Benjamin Jorquera: “La dirección que tiene Samsung respecto a las personas gira en torno a la ética, según la información recopilada de la empresa siguen esa línea para cumplir sus objetivos. Le asignan valor a la sociedad y a la tecnología, conceptos que se han involucrado y complementando con el tiempo. Como organización se puede observar un gran compromiso con sus valores y una conducta que genera confianza y respeto”.
- Carla Lütjens: “El que Samsung reconozca el talento de su equipo y hable de contribuir a una mejor sociedad global para las personas a través de sus productos y servicios, demuestra lo comprometido que está con las tecnologías las personas, además, sus valores son claros, específicos y puntuales. Por otro lado, el reconocimiento que tienen en la actualidad a nivel global demuestra que su estrategia y modelo de negocios ha podido adaptarse a los cambios en la sociedad”.
- Gonzalo Ibáñez: “Uno de los puntos más valorables que considero que tiene Samsung es que la empresa es socialmente responsable, esto se puede ver en los enfoques que tiene la empresa, como por ejemplo, el medio ambiente, la responsabilidad digital, la diversidad e inclusión, y el trabajo y los derechos humanos, en todas estas áreas, la empresa trata de mejorar las mismas, siendo ético y responsable en las tecnologías que ofrece”.

Modelo Canvas

Modelo de negocios CANVAS: Samsung



Figura 1: Modelo Canvas Samsung.
Fuente: Elaboración propia

1. **Propuesta de valor:** Los valores que Samsung entrega a sus clientes son prosperidad, excelencia e integridad centrados en las personas. Los problemas de los clientes que resuelve Samsung son las necesidades que son satisfechas a través de sus productos y servicios, con estos los clientes esperan y logran mejorar su calidad de vida, ya que aspiran a obtener una vida más cómoda y sencilla, lo que se traduce en clientes satisfechos y felices. Por otro lado, Samsung también se preocupa por la comunicación de sus clientes; con respecto a los productos, Samsung ofrece una variedad de categorías, que a su vez se dividen en otras sub categorías, las principales son las líneas blancas de electrodomésticos y los aparatos digitales, tales como smartphones, computadoras y televisores, dirigidos al segmento de clientes que se describe a continuación.
2. **Segmento de clientes/mercado:** Mercado masivo, a personas que necesitan comunicarse o adquirir electrodomésticos y que tengan los ingresos económicos necesarios para acceder a las tecnologías de Samsung, para un público mayor o igual a 15 años y menor o igual a 55 años, sin restricciones de género, pues tiene accesibilidad para todo tipo de usuarios, incluso para aquellos que presenten algún tipo de discapacidad (visual, auditiva, entre otros).
3. **Relaciones con los clientes:** Una relación a largo plazo, reflejado en una relación transaccional y en un ámbito post venta y preventiva. Área preventiva iniciado en la asesoría al futuro cliente o en la abertura de preventas en un nuevo lanzamiento y área post venta determinada por la garantía de los productos o servicios ofrecidos, y además acompañando al cliente en el servicio técnico de sus dispositivos, ofreciéndole además, recibir la información más reciente sobre nuestros nuevos productos o servicios a través de medios digitales, de forma que la colaboración se extienda a través del tiempo.

El tipo de relación que Samsung espera establecer con los clientes es la confianza, reflejada en los valores como la calidad, garantía y la disponibilidad de los productos. Samsung ha establecido relaciones comprometidas con lo tecnológico, manteniéndose a la vanguardia en este ámbito, por esto mismo entregan también una relación de rapidez debido a su alta demanda. Por otro lado, se tiene que la facilidad de uso de los productos junto con precios justos para los clientes son clave para fortalecer esa relación.

4. **Canales:** Los canales por los cuales Samsung llega a sus clientes son principalmente las tiendas de tecnología, existen de forma física y virtual. Samsung cuenta con tiendas especializadas y propias de su marca. También existen las tiendas que sirven como intermediarias, aquellas que adquieren productos de Samsung para luego venderlos y distribuirlos, en forma física o virtual. Los productos son entregados a los clientes directamente o por encomienda.

Dependiendo del producto que adquieran los clientes tendrán que escoger alguna vía de entrega que se adecue a sus necesidades, por lo mismo para algunas personas es más cómodo y fácil adquirir los productos de forma virtual, sin embargo, el verdadero valor está en la entrega directa del producto, ya que el cliente tiene la opción de verlo y compararlo.

El canal de distribución más costoso es el físico, ya que el costo se genera en otros servicios, como la distribución a la tienda o los flujos de caja, versus una compra online que proviene

desde una bodega. Las compras físicas pueden ser adquiridas durante el día, en cambio las virtuales pueden ser realizadas a cualquier hora, pero tienen el costo de tiempo de espera. Después de la venta, Samsung ofrece siempre canales de comunicación para entregar soporte y garantía de los productos, estos canales son llamados Call Centers, además en su página web tienen opciones de chat en vivo con operadores de Samsung, para ayudar a resolver los problemas de los clientes.

5. **Actividades clave:** Las actividades clave son principalmente la venta de productos de línea blanca, línea marrón, equipos tecnológicos, smartphones, computadores, televisores, monitores, aparatos electrónicos, dispositivos, electrónica en general, a través de los canales de distribución. Estas actividades son completadas por la acción de trabajadores, presentes en toda la cadena de producción y distribución. Comienzan con la manufactura de estos productos en las fábricas de origen, llamado proceso de producción, estos productos son testados para cumplir con los estándares de calidad necesarios para su utilización. Luego está el manejo de inventario, la gestión de logística y los centros de distribución de los productos ya terminados. Finalmente, se encuentran las ventas, donde los productos son adquiridos por los clientes. Otras actividades son: servicio al cliente, actividades de soporte técnico, gestión de finanzas, gestión de organización y administración, recursos humanos, contratos, subcontratos, entre otros.
6. **Recursos clave:** Los recursos clave que las propuestas de valor necesitan son principalmente los componentes de los productos, el acceso a estos componentes, los recursos humanos que manejan la producción, distribución y venta, los recursos de maquinaria y los recursos de retail, ya sean sucursales, bodegas, vendedores y mantención. Por otro lado se tienen los técnicos profesionales y los expertos que manejan las áreas más complejas de la organización, también están los asesores, las tecnologías de pago, de bases de datos, sistemas de información y gestión, y los centros de distribución. También están los recursos financieros, los materiales, los datos, las patentes y los recursos legales.
7. **Socios clave:** Los socios clave de Samsung son las tiendas de retail, empresas de tecnología, almacenes y tiendas tecnológicas, compañías publicitarias, empresas de telecomunicaciones y software (por ejemplo Google), servicios de electrónica y técnicos, plataformas de Streaming como HBO (*Cómo Samsung y HBO están brindando a los espectadores contenido premium y experiencias de usuario actualizadas*, s. f.) y Twitch. Los proveedores clave son las fábricas de microchips y componentes electrónicos, empresas de subcontratación, manufacturadores y proveedores de electrodomésticos. Samsung implementa en sus dispositivos la aplicación bancaria de BBVA (*BBVA ofrece su aplicación bancaria en los nuevos Galaxy Watch4 y Galaxy Watch4 Classic*, s. f.).
8. **Flujo de ingresos:** Los valores por los cuales los clientes de Samsung están dispuestos a pagar son la excelencia tecnológica y la innovación. Los clientes pagan por los productos y los servicios que entrega Samsung, porque confían en ellos, resuelven los problemas de la vida cotidiana y satisfacen sus necesidades.
Los clientes pueden ocupar distintas formas de pago, ya sea efectivo, transferencia bancaria, créditos, entre otros. Lo que más prefieran dependerá del producto o servicio que están

adquiriendo. Este flujo de ingreso es el principal y es el que más hace crecer a la compañía, ya que es su especialidad.

Los flujos de ingreso secundarios son los convenios con otros proveedores, y los tratos de negocios con otras empresas de tecnología, bancarias u otro tipo de servicios. Por otro lado, se tiene al servicio técnico de Samsung, donde están los más capacitados para entregar y arreglar el mal funcionamiento de los equipos. También están los inversionistas y accionistas de la compañía, que son un pilar fundamental ya que se comprometen con el crecimiento de la empresa. Por último está el ingreso por publicidad que puede entregar la compañía (Lacort, 2021).

9. **Estructura de costos:** El costo inherente del modelo de negocios de Samsung se centra en la cadena de producción de sus productos, principalmente en la manufacturación, ensamblaje y adquisición de componentes electrónicos para luego distribuirlos y venderlos en tiendas, almacenarlos en bodegas, enviarlos a otras empresas y comercializar. Los recursos clave más costosos son los aparatos tecnológicos de alta gama, aquellos que son cada vez más potentes, los de última tecnología; además que Samsung también posee otro tipo de servicios y líneas de comercio bastante costosas, como por ejemplo construcción de barcos, que serían parte de las actividades clave más costosas de la compañía.

Por otro lado se tienen los costos de varios tipos de impuestos, la compra de insumos generales, mantención de locales, de sistemas, softwares, hardware y telecomunicaciones. Además de publicidad y remuneraciones.

Proyectos Propuestos

1. Ampliar la gama de edad para clientes Samsung: Las tecnologías Samsung están dirigidas para apoyar a las nuevas generaciones, sin embargo segregar a las antiguas crea una brecha social entre estas. Para evitar esto, Samsung se enfocará en adaptar sus productos para personas de la tercera edad, de forma en que pueda valerse por sí mismas en el manejo de nuestras tecnologías con la ayuda de las mismas, para que corroboren el beneficio en el uso de nuestros productos y se verifique que éstas existen para apoyar a todas las personas por igual. Para ello se requiere un catastro y una investigación para comprender cuáles son las necesidades de los clientes en cuestión y las dificultades con nuestros productos actuales, luego de comprender esas dificultades, se trabaja en una actualización de los actuales dispositivos o en la creación de dispositivos nuevos, según lo determine el estudio de costos entre ambas opciones. Para financiarlo se realizarán eventos para atraer a inversionistas y colaboradores que deseen participar en el proyecto y finalmente, la consecución de este proyecto está determinado en un rango de 3-5 años debido a los estudios que requiere y la planificación de patrocinadores, junto con la actualización o creación de nuevas tecnologías acorde a la necesidad del nuevo segmento de mercado que se desea alcanzar.
2. Ofrecer a instituciones de educación públicas y privadas todo tipo de charlas y/o capacitaciones, pagadas, y asociadas a las áreas que Samsung abarca, para conseguir más afiliaciones con organizaciones de renombre, obtener dinero para otros proyectos y además, realizar publicidad sobre nuestras tecnologías, de forma en que el conocimiento de Samsung esté al alcance de las personas. Para llevar a cabo esto, se creará un departamento específico que cubra esta área, con profesionales o trabajadores de Samsung con larga trayectoria y reconocimiento. El departamento se dividirá según área abarcada, y cada área, se encargará de la organización de cada charla, además, preocupándose de difundir la información asociada al ofrecimiento de las charlas a las instituciones, ofreciendo “en bandeja” el servicio para dar a las instituciones un sentimiento de individualidad, dejando además el espacio de que estas últimas puedan solicitar el servicio. Para financiar el proyecto y la creación de este departamento se pueden directamente usar las ganancias de Samsung y destinar parte de ellas a un ahorro para la creación de este proyecto, también, se pueden asociar a instituciones educativas en alguna especie de “plan” para que estas obtengan constantemente las charlas, y Samsung el dinero que necesita. Se presupuesta para este proyecto, un tiempo de realización entre 2-3 años.

3. Ampliar el segmento de ventas al área de la física/física cuántica/astronomía. Ya que ya hay una reputación en cuanto a tecnologías médicas, no será tan complejo extenderse a otra área igual de relevante para la ciencia a partir de la reputación ganada en el área médico. Además, que la extensión en esta área puede llevar a colaboraciones con grandes organizaciones, como la NASA y Samsung, conllevando a mayor reconocimiento y más clientes para Samsung. Esto requiere de un estudio de las tecnologías necesarias en la física y profesionales requeridos para realizarlas, más un estudio de mercado para corroborar cuántas organizaciones ya abarcan este sector. Lo más preciso es considerar la creación de una nueva subempresa o departamento encargado completamente de este sector, como sucede en el área médica. Esto se financiará principalmente de inversionistas, afiliaciones, socios y colaboradores, ya que para un proyecto de tal magnitud, son estrictamente necesarios. Se propone un tiempo estimado de realización entre 5-10 años para realizar la primera tecnología asociada, junto a la creación de la empresa, las campañas de inversión y el conseguir los recursos económicos y humanos necesarios para trabajar (Lacort, 2021).
4. Hacer una campaña de recolección de artículos electrónicos, donde se ofrezca al cliente un descuento específico a partir de la cantidad de artículos que lleve y el tipo de artículo. Se llevaría a cabo mediante las tiendas físicas de Samsung, donde estarán los puntos de “reciclaje”. Se financiará mediante una alianza con empresas de recolección de artículos electrónicos, La ganancia se obtiene de dos lados, por una parte, mediante la alianza, se podría llegar a obtener una ganancia monetaria, y por otra parte, aumentan las compras de las tiendas, ya que al dar un descuento, las personas tienen más incentivo de comprar cosas. Además de que se obtiene mejor reputación, ya que se está incentivando a las personas a ayudar al medio ambiente con el “reciclaje”, por lo que el cliente Samsung sentirá la colaboración con la empresa para la consecución de un planeta con menor impacto medioambiental. El tiempo mínimo para poder desarrollar esta propuesta es de 3 meses, ya que hay que hacer una evaluación exhaustiva antes de saber en qué lados estratégicos implementarlo.
5. Apertura a dispositivos externos a su ecosistema, esto es, que no sea únicamente necesario un dispositivo controlador Samsung, para manejar otro de la misma marca. Lo ideal es los productos de la compañía no solo alcancen a otros usuarios Samsung, sino que también se amplíe su alcance a usuarios y clientes de otras compañías, de esta forma, tendrán la oportunidad de también probar las tecnologías y corroborar la calidad y excelencia detrás de estas sin sentirse “segregados” u “obligados” a cambiar su dispositivo para utilizar un electrodoméstico. Para ello, se eliminará la modalidad de dispositivos pareados, y se ofrecerá un software gratuito que permite la sincronización de cualquier dispositivo Samsung con otro que no sea necesariamente de la misma marca, ofreciendo así, mayor alternativas a aquellos que no puedan costearse la totalidad de los productos Samsung, para crear este software necesitamos a un equipo de desarrolladores dispuestos a trabajar en este proyecto y este se financiará con ganancias de samsung, afiliación con otras empresas similares e inversionistas, el rango de término del proyecto está entre 1-2 años.

6. Proyecto de colaboración directa con sus competencias para generar un dispositivo o software libre y compatible. La propuesta de valor de este proyecto se basa en la unificación de las corporaciones más grandes del mundo, el objetivo es lograr un acuerdo con marcas como Apple y Amazon para así llevar a cabo subproyectos de ingeniería tecnológica del futuro. En un principio será crear un dispositivo o smartphone maestro, con las mejores características de las compañías involucradas, a su vez, el área de TI e informática se encargará de diseñar y desarrollar los programas correspondientes para su elaboración. El presupuesto de este proyecto será de un costo total de casi la mitad de todo el patrimonio de cada compañía, puesto a que deben dejar sus diferencias de lado. Por otro lado, el tiempo estimado podría estar en un rango de 5 a 10 años. Los beneficios finales serán dados por los clientes que estarán interconectados a través de los diferentes servicios y productos que ofrecerá este nuevo proyecto.
7. Producir videos tutoriales oficiales para los artículos que lo necesiten, para no tener solo el manual de uso, ya que no siempre se pueden llegar a entender bien. Se llevaría a cabo en la tienda web oficial de Samsung, donde cada artículo tendrá en la misma página de compra, el video tutorial necesario. Se financiará con dinero de la empresa, ya que los videos no se consideran una inversión a gran escala. La ganancia obtenida es de mejor reputación, ya que le da más comodidad al usuario al ver cómo se utilizan los artefactos, aunque esta consecuencia también genera un pequeño impacto positivo, ya que al aumentar la reputación, por consecuencia aumentan las ventas. El tiempo para poder implementar esto, serían 6 meses, para poder hacer videos de calidad y completos en contenidos, además de implementarlos en la página.
8. Orientarse en el mercado educacional, ayudando con la manufacturación de materiales y software que ayude al mejoramiento de las clases tanto online como offline. Para poder llevar a cabo esto, se debe implementar una nueva zona de Samsung (una zona física, y una online), que se especialice en la creación de los materiales, y software relacionados al entorno educacional. Para financiar esto, además del financiamiento proveniente de las ventas, se buscaría una alianza con empresas de software educacional, y también, empresas de manufacturación de artículos tecnológicos relacionados con la educación. La ganancia está en las ventas que se generarán a medio-largo plazo, cuando Samsung empiece a obtener cierta reputación en el área. El tiempo mínimo para poder hacer bien este proyecto, sería de mínimo 2 años, ya que hay que evaluar diversas variables.

9. Impulsar laboratorios de investigación para la desalinización y potabilización del agua marina de forma en que el proceso sea más eficiente (debido a que en el proceso de extracción de la sal se producen residuos salinos y sustancias contaminantes que pueden perjudicar a la flora y la fauna y además, suponen un gasto elevado de consumo eléctrico.), para ser uno de los pioneros en un sector que afecta directamente a las personas y el medio ambiente, de forma en que nuestras tecnología destaquen además, en un tema tan relevante como lo es hoy el medio ambiente y la limitación de los recursos naturales. Para llevar a cabo esto, Samsung tiene que hacer un convenio con laboratorios de investigación, con el fin obtener los conocimientos acordes a las tecnologías necesarias y los pasos a seguir, por otro lado, debe conseguir a su propio equipo capaz de realizar el producto que se especifica, para ello se requieren numerosos profesionales que puedan realizar las pruebas necesarias para el desarrollo y la finalización del proyecto. Considerando el tiempo que ya ha tardado la consecución del objetivo de construir plantas desalinizadoras más competitivas, menos contaminantes y que utilicen fuentes de energía renovables en otras organizaciones, se estima un rango de 5-10 años para conseguirlo. Para financiarlo se dependerá principalmente de socios, afiliaciones, inversionistas y colaboradores, pues es un proyecto de gran magnitud, que se considerará un gran logro si es que se consigue, además, aunque otra organización se convierta en el pionero, ofreceremos al mercado más posibilidades (colaboradores de Wikipedia, 2021).
10. Frente al alza de las tecnologías Chinas como competencia, Samsung debe mejorar y publicitar sus aparatos tecnológicos. Para esto tiene varias opciones, una de ellas es asociarse con otro de los gigantes comerciales como LG, o mejorar sus políticas de innovación y desarrollo tecnológico. Esto se debe a que últimamente los clientes prefieren otras opciones en el mercado, como smartphones de marca Huawei o Xiaomi que tienen similar gama a uno Samsung, ya que saben que aún teniendo las mismas características, saben que estos últimos son altamente costosos, además de que muchos se han deteriorado rápidamente. Aquí la propuesta de valor es mejorar la imagen de los aparatos Samsung, para esto deben estudiar muy bien a la competencia, y tener mucho cuidado con la inflación, los costos de manufacturación y los precios de venta de los equipos, es decir, una reestructuración dentro de la cadena productiva de la empresa. Los segmentos de clientes y los canales siguen siendo los mismos, lo importante es un cambio en la relación con los clientes, en los recursos clave, en las actividades clave y si es posible en los socios clave, por ejemplo establecer alianzas estratégicas con otras empresas. El tiempo estimado para llevar a cabo este proyecto debe ser de un año aproximadamente, el costo del proyecto será la manufacturación de mejores materiales pero a menor costo, automatizando procesos, y realizar una campaña publicitaria sobre la nueva tecnología utilizada, pensando siempre a futuro. Así los clientes volverán a confiar en los equipos de Samsung, y puede que no solo en sus smartphones, sino también en computadores, televisores, monitores, relojes, entre otros.

Conclusión

A través de lo analizado en el presente documento es posible percatarse y comprender la relevancia de la estrategia y el modelo de negocios de una organización, comprendiendo ambas como el centro de la organización y la justificación de su existencia; y aunque existen muchas empresas y cadenas de organizaciones que cubren las mismas necesidades y áreas, la misión o la razón de ser de la empresa, su visión o lo que aspiran a ser y sus valores, es decir, en qué creen, junto a sus propuestas de valor presentes en el modelo de negocio CANVAS, son las que determinarán sus diferencias, su nivel de alcance en la sociedad o en lo que se propongan y las que medirán la consecución de sus objetivos a lo largo del tiempo.

La empresa escogida para el desarrollo del informe es amplia, globalmente reconocida y además se descubrió que no es solo por su desarrollo en electrodomésticos, smartphones y computadoras que ha obtenido tanta reputación, sino que también es una empresa ampliamente desarrollada en distintos ámbitos, por lo que han dejado su huella en varios sectores, teniendo total sentido con la estrategia que tienen. Por otro lado, en base a esto, se puede vislumbrar que han tenido una numerosa cantidad de proyectos, es por eso que se complicó el proceso de pensar en proyectos para esta organización. Sin embargo, estos proyectos de Samsung ya concretados, fueron posibles gracias a un respectivo modelo de negocios para cada uno de ellos.

Finalmente, a pesar de que en esta entrega se pudo ejercitar sobre la estrategia y el modelo de negocio de una empresa, es también relevante trabajar en un modelo de negocios respectivo para cada proyecto. Es así, como se deja abierta la instancia para que en la siguiente entrega, se analice el modelo de negocios CANVAS a seguir para desarrollar un proyecto, los que existen porque se está creando o dando forma a un modelo de negocios que sustenta a una propuesta de valor, por lo que son relevantes para toda organización.

Bibliografía

- *About LG.* (s. f.). LG Global. <https://www.lg.com/global/about-lg>
- Arteaga, S. (2020, 25 julio). *LG: la historia de Lucky-Goldstar cuyos orígenes se remontan a 1947 con productos de limpieza para el hogar.* ComputerHoy.
<https://computerhoy.com/reportajes/industria/lg-historia-680787>
- *BBVA ofrece su aplicación bancaria en los nuevos Galaxy Watch4 y Galaxy Watch4 Classic.* (s. f.). Samsung.
<https://news.samsung.com/es/bbva-ofrece-su-aplicacion-bancaria-en-los-nuevos-galaxy-watch4-y-galaxy-watch4-classic>
- colaboradores de Wikipedia. (2021, 7 octubre). *Desalinización.* Wikipedia, la enciclopedia libre.
<https://es.wikipedia.org/wiki/Desalinizaci%C3%B3n#:~:text=La%20desalinizaci%C3%B3n%20es%20un%20proceso,agua%20de%20mar%20o%20salobre.&text=Las%20plantas%20desalinizadoras%20de%20agua,han%20utilizado%20en%20condiciones%20extremas>.
- *Cómo Samsung y HBO están brindando a los espectadores contenido premium y experiencias de usuario actualizadas.* (s. f.). Samsung.
<https://news.samsung.com/pe/como-samsung-y-hbo-estan-brindando-a-los-espectadores-contenido-premium-y-experiencias-de-usuario-actualizadas>
- *Información de la compañía | Sobre nosotros | Samsung Chile.* (2021, 8 junio). Samsung cl.
<https://www.samsung.com/cl/about-us/company-info/>
- Lacort, J. (2021, 8 marzo). *Así es como gana dinero Samsung: ni TVs ni smartphones son la base de su negocio.* Xataka.
<https://www.xataka.com/empresas-y-economia/asi-como-gana-dinero-samsung-tvs-smartphones-base-su-negocio-1>