

Nombre de alumno: Saulo Morales Salas.

Nombre del profesor: Lic. Eliu Morales Roblero.

Nombre del trabajo: “ensayo características de modelo de negocios”.

Materia: Taller del Emprendedor

Grado: 9

Grupo: B

Frontera Comalapa, Chiapas a 2 de junio de 2019.

INTRODUCCIÓN

En este presente trabajo daremos a conocer sobre las características de los modelos de negocio, es un tema de mucha importancia para emprender un negocio, que nos servirá de igual manera para la realización de nuestro plan de negocio. Dentro de este tema abarcaremos ciertos puntos que nos ayudara que un modelo de negocio resulte atractivo y proporcione ganancias. Uno de los puntos es bajo de costos, nos ayudara hacer frente a los competidores y obtener buenos resultados. Para continuar tenemos el siguiente punto, Innovación y diferenciación, 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. Y por último los elementos de los modelos de negocio que nos ayudaran a la selección de clientes. Todo esto nos servirá para un modelo de negocio.

MODELO DE NEGOCIO

“CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS”

Según el autor (Brandenburger, 2011) Un modelo de negocio está orientado a la creación de valor total para todas las partes implicadas. Sienta las bases para capturar valor por la empresa focal, al codefinir (junto con los productos y servicios de la empresa) el tamaño total de “la tarta”, o el valor total creado en las transacciones, que se puede considerar como el límite superior para la captura de valor de la empresa. Un modelo de negocios es la “forma de hacer negocios”, valga la redundancia, mediante la cual una empresa genera su sustento, esto es, genera ingresos. El modelo de negocios explícitamente indica cómo la empresa genera dinero mediante su posicionamiento en la cadena de valor.

Una empresa produce un bien o un servicio y lo vende a sus clientes. Si todo sale bien, los ingresos de estas ventas superarán los costos de operación y la compañía obtiene una utilidad. Otros modelos pueden ser más complejos, como la transmisión por radio y televisión. Con todo lo que se ha hablado y escrito sobre una Internet “gratuita”, es fácil de pasar por alto que la radio, y luego la televisión, transmitieron gratuitamente su programación a cualquiera que tuviera un receptor. El que emite la señal es parte de una red compleja de distribuidores, creadores de contenido, anunciantes (y sus agentes), y los radioescuchas o televidentes. Quién hace el dinero y cuanto, no se puede determinar rápidamente. El resultado depende en muchos factores que compiten entre sí.

Ya que un modelo de negocio su objetivo es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias y nos ayuda describir las operaciones de la compañía, incluyendo los componentes, procesos y funciones que tienen como resultado un costo para la empresa y un valor para el consumidor.

Para continuar para que un modelo de negocio tenga buenos resultados, o sea más atractivo ante la sociedad, se analizarán y se darán a conocer los siguientes puntos que son de mucha importancia que se debe tomar en cuenta.

(González, 2010) La palabra costos tiene dos acepciones básicas: puede significar la suma de esfuerzos y recursos que se han invertido para producir algo; en tanto que la segunda acepción se refiere a lo que sacrifica o se desplaza en lugar de la

cosa elegida; en este caso, el costo de una cosa equivale a lo que se renuncia o sacrifica con el objeto de obtenerla.

Los bajos costos, si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, obtendrá las mismas ganancias. Por lo que debe aumentar el margen de las ganancias, y disminuir los costos y de esa manera enfrentar a la competencia.

Dentro de los bajos costos se debe tomar ciertas medidas para mantener los costos lo más bajo posible, ser el número uno en el área, teniendo un buen control, esquema administrativo modesto, materias primas superiores y tecnología con un alto control de calidad.

Proseguimos con el siguiente tema, “innovación y diferenciación”, es otro de los temas de suma importancia, ya que la empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor, es decir, en todas sus actividades y costos en el proceso de producción, desde la adquisición y manejo de materias primas, el procesamiento y el resultado final o producto terminado.

Es la razón por la cual en este punto, si la empresa ofrece lo mismo que sus competidores, entonces los consumidores no tendrían por qué preferirla sobre las demás. 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 elementos de los modelos de negocio según Chesbrough y Rosenbloom, son los siguientes: propuesta de valor: que se obtiene mediante una descripción del problema del consumidor. Segmento del mercado: es el grupo de consumidores a quien va dirigido el producto. Estructura de la cadena de valor: posición de la compañía y las actividades en la cadena de valor. Generación de ingresos y ganancias: forma en que se generan los ingresos. Y estrategia competitiva: manera en que la compañía intentará desarrollar una ventaja competitiva, aprovechable y sostenible. Son elementos de gran importancia que nos ayudaran a tener un buen modelo de negocio, y de esa manera obtendremos buenos resultados.

En conclusión del tema, un modelo de negocio describe las operaciones de la compañía, incluyendo todos sus componentes, procesos y funciones que tienen como resultado un costo para la empresa y un valor para el consumidor. Esto nos quiere dar entender que un modelo es dar a conocer un producto nuevo, que servirá de gran apoyo al público. Generar un nuevo modelo de negocio significa crear un nuevo valor añadido a los clientes, siempre con el objetivo de valor, desde el punto de vista de los clientes, no de la empresa. Así de esa manera obtenemos valor cuando un nuevo servicio o producto te ahorra tiempo, dinero, esfuerzo, ofrece un servicio personalizado, aporta nuevas soluciones. En conclusión abre nuevas puertas así el éxito.

MODELO DE NEGOCIO

Bibliografía

Brandenburger. (2011). *Modelos de Negocios* . Bogotá, Colombia: 7ma edicion.

González, d. R. (2010). *CONCEPTO DE COSTO Y DE SISTEMA DE COSTOS*. Lima: 7 edicion.

MODELO DE NEGOCIO