



**Nombre de la alumna: Ruleydi Sales Felipe**

**Nombre del profesor: Eliu morales Roblero**

**Nombre del trabajo: ensayo características de los modelos de negocio**

**Materia: Taller del emprendedor**

**Grado: 9no cuatrimestre**

**Grupo: b**

Frontera Comalapa, Chiapas a 05 de junio del 2020.

## **Características de los modelos de negocios**

Si bien un modelo de negocios es una mezcla de procesos y funciones que tiene como propósito la estabilidad del mismo para que este obtenga el éxito que mantenga siempre la preferencia de los clientes y así también sus ganancias deseadas si todo esto se realiza correctamente obtendremos lo que es un modelo de negocios exacto lo que nos diferenciara de los demás.

(Cordero, 2012) un modelo de negocios es la forma como una empresa se plantea generar ingresos y beneficios. forma parte de lo que se debe definir en el plan de negocios.

Si bien como antes menciona el autor un plan de negocios está basado en la superación de la empresa o negocio, el avance que trae consigo la innovación empresarial lo cual conduce a la satisfacción del cliente.

así también deberemos de tomar los siguientes puntos:

### **Bajos costos**

Una estrategia viable es el de los costos bajos, pues si los precios son iguales a los de la competencia, no genera ninguna diferencia, sin embargo, si los precios son bajos creará una competencia por lo que se mantendrá la preferencia así también la movilización de mercancía a mayor escala.

### **Innovación y diferenciación**

Como bien especificamos en el párrafo anterior uno de los factores de la competitividad se define con el precio sin embargo existen aún otros factores que de igual manera marcar la diferencia como es el tiempo de entrega, la amabilidad, garantía, calidad, o también algo innovador algo nuevo que solo la empresa pueda brindar; aportar una mejor o mayor utilidad al producto ya existente.

(Pymes, 2013) la innovación y diferenciación no son conceptos nuevos para la empresa, las pymes interesadas en innovar para estimular el crecimiento se centran en la expansión de sus ofertas de productos y servicios. cada sector considera que las nuevas ofertas son una iniciativa de crecimiento fundamental, el sector mayorista como el sector minorista la colocan en el primer puesto de la lista de las estrategias de crecimiento, mientras que la de consumo la de fabricación y la de los servicios profesionales las ubican en el segundo lugar.

Esto nos hace mención que tiene una mayor competitividad siempre será la oferta que es considerada como una estrategia con mayor realce en diferentes aspectos como se menciona con anterioridad según las pymes.

Inciden otras características como son:

- El uso de tecnologías apropiadas
- Basar el modelo en la eficiencia en el uso de recursos como el capital y el trabajo
- La producción local, por una cuestión lógica de reducción de costos, y para una mayor adaptabilidad del producto a las características y necesidades locales

## **Elementos de los modelos de negocios**

El modelo de negocio es una forma de cómo dar a conocer a los clientes lo que se quiere dar a conocer el producto o servicio, como se dará a conocer en el mercado, cuáles serán los recursos.

### **Propuesta de valor**

(barres, 2011) nos dice que la propuesta de valor según Michael Porter, es la mezcla de commodity, calidad, precio, servicio y garantía que la organización ofrece a sus clientes.

De acuerdo a la aportación del autor Michael Porter La propuesta de valor es lo mejor que la empresa puede brindar a los clientes pues con ella obtendrá una aprobación de sus productos o servicios pues será de calidad con un precio accesible entre otras cosas las cuales servirán como un escalón para triunfar en el área de negocios.

### **Segmento de mercado**

Hace referencia al grupo de personas a la que el producto va dirigida el modelo de negocios podrá basarse en varios segmentos es así como le permitirá desarrollar estrategias y así entender sus necesidades.

### **Canales de distribución:**

Es la forma en la que la empresa hará llegar sus productos al consumidor

### **Relación con los consumidores**

Esto también tiene que ver con el tipo de segmento que le interesa ya que deberá mantener una relación ya sea personal o automatizadas para conocer mejor a las personas con las que quiere interactuar sus productos o servicios.

## **Flujos de efectivos**

Elegir la estrategia de precio pues es importante tener en cuenta lo que el consumidor está dispuesto a pagar por el servicio, de igual manera ver la generación de más ganancias adicionales a la venta del producto

## **Recursos claves**

incluye todos los tipos de recursos: físicos, de información, técnicos, humanos y financieros.

## **Socios claves**

Los socios son personas o empresas que nos ayudaran a distribuir el producto estos pueden ser competidores no competidores o proveedores.

## **Estructura de costos**

Esto nos habla sobre los costos que incluye todo desde el modelo de negocios hasta la puesta en marcha del mismo. Los costos pueden calcularse una vez que se definen los recursos, actividades y socios.

barres, g. (2011). 12 elemnetos claves de los modelos de negocio. *grandes pymes*, pp3.

cordero, p. c. (2012). ¿que es y como se define un mdlolo de negocios. *el financiero*, pp5-7.

pymes. (2013). innovacion y diferenciacion. *pymes: etiquetadas para competir*, pp3-4.