



**Nombre del alumno: Adela Azucena Solis Calderón**

**Nombre del profesor: Eliu Morales Roblero**



**Nombre del trabajo: Modelos de negocio**

**Materia: Taller del emprendedor**

**Grado: Noveno**

**Grupo: D**

Frontera Comalapa, Chiapas a 03 de junio del 2020

## **INTRODUCCIÓN**

En el siguiente resumen veremos sobre el tema modelos de negocio donde nos dice que es el que describe las operaciones de una compañía, su objetivo de este es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto, esto quiere decir que nuestra empresa debe tener un buen equipo de competitividad sin manejar altos costos, que sea un buen precio pero también un buen servicio y buen producto.

# MODELOS DE NEGOCIO

Se dice que 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. Su objetivo es mantener los costos fijos bajos y el valor para el cliente alto para maximizar las ganancias. Para que un modelo de negocio tenga éxito debe contar con una especie de secreto que los diferencia de otros como lo es la estrategia de la compañía de combinar y poner a trabajar sus áreas de producción, capital, mercado, trabajo y administrativa, la combinación de estas variables y el nivel de superioridad del modelo determinan sus ventajas competitivas.

Para que un modelo de negocio resulte atractivo y proporcione ganancias, debe poner especial atención en los siguientes puntos:

- Bajos costos: si la compañía tiene los mismos costos que sus competidores, entonces tendrá las mismas ganancias. Por tanto, lo que hay que hacer para aumentar el margen de ganancias es disminuir los costos y así hacer frente a la competencia. Se pueden tomar medidas como ser el número uno en el área o sector, teniendo un muy buen control, esquema administrativo modesto, materias primas superiores y tecnología con alto control de calidad. Las compañías que buscan ahorrar en tecnología y calidad a la larga pueden presentar un aumento en los costos de sus productos, ya que éstos suelen tener más fallas y/o rechazo por parte de los compradores.
- Innovación y diferenciación: en este punto la empresa debe hacer algo diferente al resto de sus competidores en la cadena de valor. La razón por la que es necesario este punto es que 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 de otra forma no habrá una preferencia por el producto.

Algunas otras formas de establecer la diferencias puede ser el buen trato al cliente, tiempo de entrega, garantía, calidad y servicio, entre otras, Las compañías que agregan diferenciación en sus productos y procesos son atractivas, contrario a las empresas que venden productos simples deben mantener sus precios al mínimo, ya que el precio es el factor determinante para que el cliente adquiera dichos productos. Las empresas deben lograr una combinación de mejor uso de recursos y más ideas de valor. Esta mezcla puede eliminar la competencia, al tiempo que favorece incluso la disposición del cliente para pagar más por adquirir el producto.

Por otra parte, las empresas que desean tener éxito y permanecer en un mercado de alta competitividad como el que se vive hoy en día, deben confrontar varios retos como lo son:

- El uso de tecnologías apropiadas que favorezcan su eficiencia técnica, operativa, administrativa, financiera y de mercado
- Basar el modelo en la eficiencia en el uso de recursos como el capital y el trabajo como el uso óptimo y eficiente de recursos
- La producción local no sólo debe centrarse en el consumidor o en el producto, sino que debe observar toda la arquitectura del sistema que crea valor social y económico para poder retener a sus consumidores y aliados.