

Ensayo sobre la Implantación del Modelo de Negocio y Presentación del Modelo del Negocio

**Taller del Emprendedor
Beatriz Adriana Méndez Gonzales**



PRESENTA EL ALUMNO:

Eliset López Álvarez

9no Cuatrimestre "A" Enfermería Escolarizado

Pichucalco, Chiapas

10 de junio del 2021

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DEL NEGOCIO Y PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Un modelo de negocios es un plan de rentabilidad, cada negocio, empresa u organización sin importar su tamaño necesita al menos un modelo de negocios que le asegure su sostenibilidad y rentabilidad en el mercado, con el fin de generar la cantidad de beneficios esperados y que puedan asegurar que la empresa se mantenga en ese balance necesario para mantener la competitividad que se necesita hoy en día para subsistir en el medio. Ya que mencione el termino de ventaja competitiva se puede confirmar que implementando un modelo de negocios es asegurarle un valor agregado a la compañía, sea ofreciendo un producto de calidad, atención al cliente de calidad, etc. Hay que considerar que un modelo de negocios consta de cuatro elementos interrelacionales entre sí, que si están juntos pueden crear o generar ese valor agregado como la propuesta de valor para el cliente, la segunda es la fórmula de utilidades, una gran cantidad de empresas cada año cierran sus puertas debido a la mala organización financiera, para estos casos la implementación de un modelo de negocios es clave que nos obliga a mantener al día de todas las utilidades obtenidas en cada mes, el manejo de recursos clave y el manejo de los procesos clave, estos vienen siendo los cimientos de cualquier empresa, la propuesta de valor para el cliente y la formula de utilidades definen el valor para el cliente y la empresa, los recursos y procesos claves definen como será ese valor entregado hacia los clientes y la empresa. Un plan de negocio es la principal herramienta que utiliza el inversor financiero para evaluar el proyecto empresarial. Un plan de negocio tiene un propósito fundamental que es el de atraer a inversores y convencerles de que el proyecto empresarial que les proponemos es una oportunidad única que no pueden dejar escapar. Tiene que resultar atractivo para éstos y demostrar que el negocio es realmente interesante para sus intereses. Son modelos esquemáticos que describen la manera en que las empresas crean y producen valor para sus clientes y la recompensa que se obtiene de ellos. El modelo de beneficio de una empresa empieza por identificar sus fuentes de ingresos y los costes asociados.

Puesto que el ingreso es igual a precio por cantidad y el precio es una dimensión esencial del valor creado para los clientes. Este modelo se vincula con el modelo de creación de valor. Los modelos de ingresos más comunes son transaccionales en los que los clientes pagan un precio fijo por unidad del producto o servicio por ejemplo un modelo de suscripción según el cual los clientes pagan una tarifa fija por unidad de tiempo y a cambio reciben un número fijo de unidades de producto o servicio. Un modelo de negocio es la forma en que una empresa crea o aporta valor a sus clientes, obteniendo una rentabilidad a cambio. Esa es la esencia del modelo de negocio: crear valor, donde los posibles clientes estén dispuestos a pagar por ese valor y, evidentemente, obtener ingresos con esta actividad que superen los costos. Si no tenemos muy claro estos 3 pilares básicos del modelo de negocio, realmente no tenemos un negocio. Por la creación de valor obtenemos unos ingresos que deben ser mayores a nuestros gastos para que nuestro negocio sea viable. Necesitamos un lenguaje común para hablar de modelos de negocio, simple, claro y enfocado. Los clientes son el corazón de cualquier modelo de negocios. Para satisfacerlos de la mejor forma posible es posible agruparlos en distintos segmentos, comportamientos comunes, o algún otro atributo. Una organización debe realizar un análisis sobre cuáles segmentos servir y cuáles ignorar. Una vez definidos, el modelo de negocios debe ser diseñado en torno a un entendimiento de sus necesidades específicas. La propuesta de valor es la razón, es el por qué los clientes prefieren una empresa sobre otra, satisface la necesidad del cliente al que apunta. Es un conjunto de beneficios que una organización ofrece a sus consumidores. Algunas propuestas pueden ser innovadoras y presentan una idea nueva o disruptiva. Los canales de comunicación, distribución y ventas son la interface con los clientes. Son puntos de contacto que juegan un rol importante en la experiencia del cliente. Se debería clarificar el tipo de relación que la empresa quiere establecer con su segmento de clientes. Las relaciones pueden ser desde personalizadas a automatizadas. Las relaciones pueden ser motivadas por: adquirir nuevos clientes, retener clientes o incrementar ventas. Una compañía debería preguntarse por qué propuesta de valor los clientes están dispuestos a pagar. Contestando esta pregunta, se detectan los distintos flujos de ingresos. Toda empresa requiere de recursos que le permitan crear y ofrecer una propuesta de valor, alcanzar sus mercados, mantener sus relaciones con los clientes y generar ingresos. Se requieren diferentes recursos para distintos modelos de negocios. Ellos pueden ser físicos, financieros, intelectuales o humanos y pueden ser propios, arrendados o adquiridos de socios.

(UDS, 2021)

(Rojas, 2002)

BIBLIOGRAFÍA

Rojas, E. J. (17 de Mayo de 2002). *Ejofre.Dii.Uchile.Cl*. Obtenido de <https://www.dii.uchile.cl/~ceges/publicaciones/ceges35.pdf>

UDS. (2021). *Implantación del Modelo de Negocio y Presentación del Modelo de Negocio*.