L

a figura modelo de negocio es un concepto muy joven, teniendo en cuenta que se viene hablando de este tema desde finales de la primera década de los años 2000. El modelo de negocio recoge diferentes variables al interior de la empresa o proyecto como tal y también involucra al medio entorno en el cual se desenvuelve.

Si lo analizamos desde el punto de vista interno de la compañía, el modelo de negocio contempla todas las áreas de la compañía como son: Mercadeo, Manufactura, Administrativa, Jurídica y Financiera. El objetivo es que el plan de negocio sea viable desde todas y cada una de las dimensiones descritas anteriormente.

La evaluación del modelo de negocio se debe iniciar desde los diferentes tópicos que maneja una empresa, lo primero que debe analizar el futuro empresario es el área comercial, es decir debe tener muy claro lo siguiente: Cuál es su mercado objetivo, cuáles pueden ser los posibles nichos de mercado y los clientes potenciales, qué estrategias de mercadeo debe implementar, cuáles van a ser sus canales de distribución, quienes serán sus competidores, etc.; todos los anteriores temas pueden ser consolidados en una investigación de mercados.

Para el caso y con el ánimo de obtener una inclusión en el International Framework, es importante enfatizar en la definición de un modelo de negocio y el desarrollo de una guía que le permita a las corporaciones desempeñarse eficientemente y generar empleo, activación económica y bienestar en la sociedad en general.

Las reflexiones en cuanto a la definición del modelo de negocio no pueden ser ajenas a los factores que conforman el medio entorno como lo son: el gobierno, la estrategia y la ubicación de recursos, riesgos y oportunidades, desempeño y perspectivas económicas. El medio entorno es el que permite llevar a cabo el proceso operacional de las compañías, en el que se determinan unas entradas que se consisten en recursos económicos y humanos, materias primas, maquinaria, tecnología y otros; dichas entradas sufren un proceso de manufactura, comercialización o prestación de servicios que se reflejan en las actividades propias de la operación del negocio y, por último, están las salidas que muestran los resultados obtenidos durante el proceso de operación y que se constituirán en productos o servicios que suplirán muchas necesidades del mercado.

Con todo, no podemos desconocer que a la larga el objetivo primordial de la figura de modelo de negocio es generar valor en el corto mediano y largo plazo.

*Helber Mauricio Monroy Pedraza*