

Modelo de Negocio para la venta de Barbacoa de Chivo

ASCENCIO-GONZÁLEZ, Samuel Esteban*†

Instituto Tecnológico de Acapulco. Avenida Instituto Tecnológico S/N, Crucero del Cayaco C.P. 39905, Acapulco, Gro.

Recibido Junio 4, 2014; Aceptado Octubre 13, 2014

Resumen

En la actualidad, la población mundial atraviesa una época de cambios trascendentales derivados en cambios socioeconómicos principalmente. Estos cambios son impulsados potencialmente por las diversas condiciones y situaciones que existen en cada país. El ser humano debe de responder con la mayor inteligencia y con todo los métodos que tenga a su alcance para ser frente a dichos cambios, tomados de manera adecuada, pueden llegar a traer grandes beneficios para aquel audaz que sea capaz de sobrevivir y adecuarse a ellos.

Modelo, negocio, barbacoa.

Abstract

At present, the world population is going through a time of momentous changes in socioeconomic mainly derived changes. These changes are potentially driven by various conditions and situations that exist in each country. Man must respond with greater intelligence and all the methods at its disposal to be against these changes, taken properly, can bring great benefits reach for that daring to be able to survive and adapt to them.

Pattern, business, barbecue.

Citación: ASCENCIO-GONZÁLEZ, Samuel Esteban. Modelo de Negocio para la venta de Barbacoa de Chivo. Foro de Estudios sobre Guerrero. Mayo 2014 Abril 2015, 1-2:586-588

* Correspondencia al Autor (Correo Electrónico: samest@outlook.com)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

Aterrizando el planteamiento anterior al medio empresarial Acapulqueño y conociendo la crisis económica que vive y agobia a la mayoría de pequeños empresarios del sector comercial minorista, éstos deben responder con una lucha constante para sobrellevar esta situación y salir adelante, reflejada en hacer crecer sus negocios y evitar a toda costa su cierre.

Mientras el Gobierno del Estado de Guerrero realiza las acciones que considera pertinentes para abatir la crisis económica y mejorar la infraestructura de los establecimientos, la iniciativa privada no debe quedarse de brazos cruzados en espera de que sean los representantes públicos quienes la lleven de la mano, muy al contrario, debe mostrar pro-actividad y valerse de los muy variados recursos que existen actualmente para ayudar a sus empresas a afrontar la situación. Aunque la situación es hasta cierto punto desfavorable y desalentadora al no dejar ver el fin del problema, se debe de mantener, por difícil que esto sea, el optimismo que alguna vez caracterizo a aquellos “emprendedores”, hoy en día empresarios, dueños de sus establecimientos y responsables de la toma de decisiones, para iniciar un nuevo proyecto, actualizando sus viejas costumbres, que posiblemente hace muchos años les contribuyeron al crecimiento de su negocio, pero en la actualidad no les está funcionando, es por esto que con esta tesis se propone realizar y aplicar un Modelo De Negocio que sea implementado por cualquier establecimiento del Mercado Central, concretamente en los negocios de Barbacoa de Chivo y que pueda generar un mejor desarrollo de este producto típico y contribuir al ingreso público.

Por ello, considero de suma importancia afrontar los problemas como oportunidades de superación y crecimiento, sobre todo para aquellos sectores que se encuentran más desprotegidos.

Como es el caso de las pequeñas empresas de Barbacoa de Chivo establecidas en el Mercado Central de Acapulco, que por su frágil estructura financiera y por la etapa de crecimiento en que se encuentran dentro de su ciclo de vida, es pertinente brindar un impulso mediante un estudio enfocado a lograr una mejora sustancial en la administración financiera de sus activos y pasivos a corto plazo.

Objetivos

- Aplicar un diagnóstico a los microempresarios para determinar los factores que impulsen su crecimiento.
- Diseñar un Modelo de Negocio
- Aplicarlo en una microempresa como estudio de caso

Metodología

1. Identificar los factores que detienen el crecimiento y corroborarlos en las teorías de los diferentes tipos de diagnóstico.
2. Investigar Diagnóstico para poder aplicarlos a los microempresarios, seleccionar los diagnósticos adecuados que cubra de acuerdo a los factores que impulsan su crecimiento.
3. Diseño del Diagnóstico
4. Aplicación del Diagnóstico
5. Análisis de Resultados
6. Investigar los Modelos de Negocios existentes
7. Adoptar un Modelo de Negocio que pueda ser implementado y hacerle algunos cambios para adecuarlo a los establecimientos.

8. Aplicar el Modelo de Negocio en el “Cabrito” como estudio de caso

Resultados

En Proceso

Discusión

En Proceso

Conclusión

De manera general, los resultados indicaron que una implementación de un Modelo De Negocio si puede llegar a ser factible siempre y cuando se traten los puntos que más se acomoden al negocio puede mejorar mucho el negocio para esto se aplicara un estudio de caso para verificar la autenticidad del proceso.

Referencias

“Generación de modelos de negocio” escrito por Alex Osterwalder e Yves Pigneur.

Tu Modelo de Negocio escrito por Tim Clark