



Modelo de negocio de servicios de entrega a domicilio

Dr. Guillermo Benítez López

guillermo.benitez@itsna.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0003-2006-9876>

M.C. Margarita Cruz Chávez

margarita.cruz@itsna.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0000-0001-7394-7957>

M.C. María de los Ángeles Valdez Pérez

angeles.valdez@itsna.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0000-0002-0242-0055>

Instituto Tecnológico Superior de Naranjos

Naranjos – México

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se realizó en una empresa que surgió en los inicios de la pandemia del virus SARS-Co-V-2 causante de la enfermedad COVID-19 ya que vieron la oportunidad de negocio debido a la inmovilidad y la falta de empleo tomo la iniciativa de ofrecer servicios a domicilio. El objetivo del trabajo de investigación es presentar un Modelo de Negocio que ayude a las empresas que se dediquen a este giro visualizar de manera global los principales factores involucrados para que una empresa sea exitosa es por ello que se decidió utilizar el modelo CANVAS ya que esta herramienta involucra nueve aspectos básicos que se debe de considerar para crear un Modelo de Negocio exitoso. Como principal resultado es el diseño del Modelo Canvas identificando los aspectos involucrados en una empresa de servicio a domicilio.

Palabras clave: modelo de negocio; modelo canvas; diseño.

Correspondencia: guillermo.benitez@itsna.edu.mx

Artículo recibido 10 noviembre 2022 Aceptado para publicación: 10 diciembre 2022

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Cómo citar Benítez López, G., Cruz Chávez, M., & Valdez Pérez, M. de los Ángeles. (2022). Modelo de negocio de servicios de entrega a domicilio. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 8328-8335.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.4000

Home delivery services business model

ABSTRACT

The present research work was carried out in a company that emerged at the beginning of the pandemic of the SARS-Co-V-2 virus that causes the COVID-19 disease since they saw the business opportunity due to immobility and lack of employment took the initiative to offer home services. The objective of the research work is to present a Business Model that helps companies that are dedicated to this turn visualize in a global way the main factors involved for a company to be successful, which is why it was decided to use the CANVAS model since this tool involves nine basic aspects that must be considered to create a successful Business Model. The main result is the design of the Canvas Model identifying the aspects involved in a home service company.

Keywords: *business model; canvas model; design.*

INTRODUCCIÓN

El tema de investigación es la creación de un modelo de negocios basado en la herramienta CANVAS dirigido a las pequeñas empresas que surgen con ideas innovadoras para poder hacer frente a necesidades que el entorno necesita en este caso prestar servicios a domicilio, lo que se busca es establecer las directrices que los negocios pueden tomar como base para poder emprender un negocio exitoso de este giro ya que a pesar que las restricciones de movilidad ya no existen en la actualidad esta nueva modalidad de prestar servicios a domicilio no ha disminuido si no que he prevalecido y las personas se quedaron acostumbradas a pagar para ahorrar tiempo y es por ello la importancia de establecer un modelo de negocios para poder mejorar el servicio a los clientes.

METODOLOGÍA

El concepto de modelo de negocio tiene un notable potencial para las empresas como ventaja competitiva, según señala Mejía Trejo, J., et. Al. En su trabajo factores determinantes de la innovación del modelo de negocios en la creación de ventaja competitiva.

Los modelos de negocios satisfactorios en una economía digital y sus fuentes de valor son importantes para analizar la situación actual que las empresas utilizan de forma novedosa, según señala Sánchez, J. I. L., et. Al. En si investigación evolución del modelo de negocio en internet.

Los modelos de negocio existen desde la aparición del comercio y este se ha visto modificado gracias a los acontecimientos de cada época generando con la aparición del internet una herramienta que ha motivado al hombre de negocios a reinventar los modelos, como los señala Santiago, L. A. D., et. Al. En su trabajo de investigación los modelos de negocio y las tecnologías de la información y comunicación.

Las PYMES han sido en los últimos años el centro de atención de numerosos trabajos de investigación no obstante, siguen necesitadas de fundamentos estratégicos, operativos y de alianzas que brinden oportunidades para mejorar su competitividad, así lo señala Morejón, V. M. M., et. Al. En su trabajo modelo de negocios de las PYMES.

Según señala Escalante, Z., et. Al. En su investigación modelos de negocios en entornos de desarrollo tecnológico, donde analiza los modelos de negocio en entorno de desarrollo de empresas dedicadas a la fabricación de software, a raíz del uso de software libre en diferentes sectores productivos se ha generado polémica entre este tipo de empresas

poniendo en peligro su modelo de negocio por lo cual es importante analizar los modelos de negocio del entorno para identificar mejoras en los mismos.

La construcción de un modelo de negocio como propuesta de valor para cualquier tipo de empresa es importante indicar las características, la propuesta de valor de una realidad empresarial que fortalezca el modelo de la empresa, como lo señala Rivera, O.N. en su propuesta de modelo de negocio desde el emprendimiento social.

El análisis de las necesidades de un modelo de negocio como eje o base de la ventaja competitiva para comprender su dinámica sus formas de evaluación y representación, a través de la importancia de innovar en una empresa para poder mantenerla en un rango competitivo, así lo señala Barrios, M. en su trabajo modelo de negocio.

Según señala Preciado Lemos, K. E. en su investigación, diseño de un modelo de negocio para la creación de una empresa para la producción y comercialización de flores, el diseñar un modelo de negocio basado en e-commers se tiene que manejar una gestión comercial de manera directa con los clientes en la cual los procesos de venta los requerimientos e inquietudes sobre algún producto o servicio se recomienda hacerlos de manera presencial en las empresas ya que se puede correr el riesgo de perder su participación en el mercado, reducir ventas, perder clientes y en algunos casos cerrar operaciones e instalaciones.

Para desarrollar un modelo de negocio para una empresa de servicios se tiene que llevar a través de una metodología que permita realizar un análisis de la industria, el uso de modelos de marketing los requerimientos operacionales y técnicos y un análisis económico financiero según señala Loch Rojas, J. E. en su investigación para el diseño de un modelo de negocio de una empresa de servicios.

El libro de generación de modelos de negocio de Alexander Osterwlder e Yves Pigneur describe una guía práctica de cómo desarrollar un modelo de negocio exitoso considerando nueve aspectos importantes: Segmento de mercado, propuesta de valor, canales, relaciones con los clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, asociaciones clave y estructura de costos que se desarrollan con la herramienta canvas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados que se llegaron al analizar la situación actual de la empresa se llegaron al siguiente modelo de negocios.

1. Segmento de mercado.

El segmento de mercado es muy amplio ya que se proporciona el servicio a toda la población que requiera un servicio a domicilio. Sin embargo, a los clientes frecuentes que por lo regular son personas que trabajan se les da preferencia al recibir un llamado por parte de ellos ya que por sus horarios de trabajo no pueden realizar por ellos mismos. Los servicios de preferencia son: recoger paquetes, realización de compras en el supermercado, farmacéuticos, pago de servicios, papelería, refacciones y retiros o depósito y pagos en efectivo en sucursales bancarias.

2. Propuestas de valor.

Realización de servicios a domicilio en un amplio horario de trabajo de 7:00 - 20:00 hrs. sin tener que trasladarse para realizar ayudando a los clientes en realizar sus actividades cotidianas haciendo sus pedidos a un costo mínimo.

3. Canales.

Los canales de comunicación son directos por medio de mensajes operadores de redes móviles.

4. Relaciones con los clientes.

Asistencia personal realizando los servicios con rapidez buscando que los clientes se sientan satisfechos logrando la fidelización y asistencia personal exclusiva dando prioridad a los clientes frecuentes.

5. Fuentes de ingreso.

Directo de los clientes pagando una simbólica aportación para la prestación del servicio a domicilio. El pago se realiza en efectivo y por transferencia después de haber recibido el servicio. El ingreso contribuye al 100% de ingresos a los ingresos generales. Los clientes pagan por servicio recibido.

6. Recursos clave

Aumentar el recurso humano para poder contar con más personal para poder minimizar el tiempo de atención a los clientes y ampliar la cartera de cliente.

7. Actividades clave.

Realizar los servicios de manera eficiente, atención personalizada, buscar la fidelización de los clientes.

8. Asociaciones clave.

La asociación será con los trabajadores para motivarlos a mejorar la atención a los

clientes y así comprometerlos con la mejora continua.

9. Estructura de costos.

Costo fijo son los salarios de cinco trabajadores que se les paga de manera semanal, pago de servicios de agua de manera mensual y de luz bimestral. Los costos variables es el consumo de gasolina de las 5 motocicletas. Las motocicletas son propiedad de los trabajadores y el local es propio.

ILUSTRACIONES, TABLAS, FIGURAS.

En la siguiente ilustración 1 se muestra la estructura propuesta del modelo de negocio utilizando la plantilla CANVAS.



CONCLUSIONES

Con la investigación realizada a la empresa de prestadora de servicios a domicilio y con la información recabada nos podemos dar cuenta que un negocio siempre nace de una necesidad y en esta ocasión no fue la excepción la pandemia vino a cambiar el panorama de todos nosotros, tanto los prestadores de servicios así como a los compradores motivando a comprar en línea y contratando servicios pagando un simbólico precio para que otros realicen nuestras necesidades sin tener que salir del domicilio, y aunque las restricciones se terminaron por el momento este tipo de negocio es rentable.

LISTA DE REFERENCIAS

- MEJÍA-TREJO, J., & SÁNCHEZ-GUTIÉRREZ, J. (2014). Factores determinantes de la innovación del modelo de negocios en la creación de ventaja competitiva. *Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle*, 11(42), 105-128.
- Sánchez, J. I. L., & Sandulli, F. (2007). Evolución de los modelos de negocios en internet: situación actual en España de la economía digital. *Economía industrial*, 213-229.
- Santiago, L. A. D., Hernández, M. G. S., & Delgado, R. O. (2017). Los modelos de negocios y las tecnologías de la información y comunicación. *Tlatemoani: revista académica de investigación*, 8(26), 170-188.
- Morejón, V. M. M., Hernández, L. J. G., & Jaramillo, V. V. S. (2014). Modelo de negocios de las Pyme: Un análisis de sus manejos financieros. *Revista Raites*, 7(13), 69-82.
- Escalante, Z., & García, J. (2009). Modelos de negocios en entornos de desarrollo tecnológico. *CICAG: Revista del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, 6(1), 77-104.
- Rivera, O. N. (2015). Propuesta de un modelo de negocio desde el emprendimiento social. *Revista de Investigación Apuntes Universitarios*, 1(1).
- Barrios, M. (2010). Modelo de negocio. *Universidad Americana*, 11-26.
- Preciado Lemos, K. E. (2015). Diseño de un modelo de negocio para la creación de una Empresa para la producción y comercialización de flores Heliconias en la Provincia de Esmeraldas (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil, Facultad de Ingeniería Química.).
- Loch Rojas, J. E. (2012). Diseño de un modelo de negocio para una empresa de servicios orientada al ámbito público del mercado farmacéutico chileno.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio.
- Alexander Osterwalder & Yves Pigneur (2010). Generacion de modelos de negocio. Primera edición.
- Alcaraz, R. (2006). *El Emprendedor de éxito*. 3ra Edición. México: McGraw-Hill.
- Filion, L.; Cisneros, L. y Mejía-Morelos, J. (2011). *Administración de PYMES. Emprender, dirigir y desarrollar empresas*. México: Parson Educación.
- Gil, M. (2012). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. 8va Edición. México: Alfaomega Grupo Editor.
- Hisrich, R. (2005). *Entrepreneurship. Emprendedores*. 6ta Edición. España: McGraw-Hill.

Shepherd, C.; Ahmed, P. y Ramos, L. (2012). Administración de la Innovación. México: Pearson Educación.

Vainrub, R. (2006). Convertir sueños en realidades. Una guía para emprendedores. 5ta Edición. Caracas: Ediciones IESA.

Bangs, D. (1991). Guía para la planeación de su negocio. Primera edición México: Ed. Patria.

Finch B. (2002). Como desarrollar un plan de negocios. Primera edición España: Ed. Gedisa.

Stutely. R. (2000). Plan de negocios: la estrategia inteligente. Primera edición. Buenos Aires, Argentina: Macchi Grupo editor S.A.