

# **Introducción**

El éxito de cualquier empresa depende en gran medida de la elección acertada del modelo de negocio. En este informe, exploraremos varios modelos de negocio y evaluaremos su aplicabilidad a una idea de negocio específica: la producción y venta de yogurt. El yogurt es un producto alimenticio popular y versátil que puede comercializarse tanto al por mayor como al por menor, ofreciendo diversas oportunidades para la creación de un modelo de negocio exitoso.

## 1. Tipos de modelo de negocio

- **Venta al por menor tradicional:** En este modelo de negocio, los productos se venden directamente a los consumidores finales a través de tiendas físicas, en línea o mediante otros canales de distribución minorista. Este modelo implica la comercialización de productos en pequeñas cantidades para su consumo personal. Las tiendas minoristas suelen ofrecer una amplia variedad de productos y servicios, y los clientes pueden interactuar directamente con los productos antes de realizar una compra.
- **Venta al por mayor:** La venta al por mayor implica la venta de productos en grandes cantidades a compradores comerciales, como minoristas, distribuidores u otras empresas. Los productos se compran a precios más bajos por unidad debido al volumen de compra y se revenden a precios más altos al consumidor final. Este modelo es común en industrias donde los productos tienen una vida útil limitada o donde se requiere una amplia distribución geográfica.
- **Suscripción o modelo de membresía:** En este modelo de negocio, los clientes pagan una tarifa regular, como mensual o anual, a cambio de acceso continuo a productos o servicios. Los clientes suelen recibir beneficios exclusivos, descuentos o entregas periódicas de productos como parte de su suscripción. Este modelo fomenta la lealtad del cliente y proporciona un flujo de ingresos predecible para la empresa.

- **Franquicias:** Una franquicia es un acuerdo comercial en el que una empresa otorga a un individuo o grupo el derecho de operar una unidad de negocio utilizando su marca, productos y procesos comerciales a cambio de regalías u otras tarifas. El franquiciado (el individuo o grupo) sigue las pautas y estándares establecidos por la empresa matriz (el franquiciador) para operar la unidad de negocio. Este modelo permite a la empresa expandirse rápidamente y aumentar su presencia geográfica sin incurrir en todos los costos y riesgos asociados con la propiedad y operación directa de nuevas ubicaciones.
- **Fabricación bajo contrato:** En este modelo de negocio, una empresa (el fabricante) produce bienes o productos en nombre de otra empresa (el cliente) según sus especificaciones y requisitos. El fabricante utiliza sus instalaciones, equipo y mano de obra para producir los productos, mientras que el cliente proporciona el diseño, los materiales y, a veces, la propiedad intelectual asociada con los productos. Este modelo permite al cliente aprovechar la experiencia y la capacidad de producción del fabricante sin la necesidad de construir o administrar sus propias instalaciones de fabricación.

## **2. ¿Cuáles aplican de mejor forma a nuestra idea de negocio?**

Dado a que el modelo de negocio se centra en la producción y venta de yogurt, aquí explicamos cómo se aplican los diferentes modelos de negocio a la idea:

### **- Venta al por mayor:**

La venta al por mayor es altamente aplicable al negocio de producción y venta de yogurt debido a la naturaleza del producto. El yogurt es un producto perecedero con una vida útil limitada, lo que lo hace ideal para ser distribuido en grandes cantidades a minoristas, supermercados, restaurantes, cafeterías y otros establecimientos. Al vender al por mayor, se puede alcanzar un mercado más amplio y mantener un flujo de ingresos constante al vender grandes volúmenes a precios reducidos por unidad.

Además, la venta al por mayor permite establecer relaciones sólidas con tus clientes comerciales, lo que puede conducir a acuerdos a largo plazo y una mayor fidelidad. Se puede ofrecer descuentos por volumen, promociones especiales y servicios de entrega confiables para satisfacer las necesidades de los clientes mayoristas y garantizar su satisfacción.

### **- Suscripción o modelo de membresía:**

Si bien el modelo de suscripción o membresía puede no ser tan común en la industria de productos lácteos como lo es en otras áreas, todavía tiene cierto potencial de aplicación al negocio de yogurt. Ofrecer suscripciones de yogurt podría

ser atractivo para ciertos segmentos de clientes, como aquellos que consumen yogurt regularmente como parte de su dieta o aquellos que buscan conveniencia y ahorro de tiempo.

Se podría establecer un programa de suscripción donde los clientes reciban entregas regulares de yogurt en sus hogares u oficinas, adaptadas a sus preferencias de sabor y cantidad. Esto podría generar ingresos recurrentes y fomentar la lealtad del cliente a largo plazo. Además, ofrecer incentivos adicionales, como descuentos exclusivos, regalos gratuitos o acceso anticipado a nuevos productos, para atraer a más suscriptores.

- **Franquicias:**

Aunque la idea de franquiciar un negocio de yogurt puede no ser tan común como en otras industrias como la comida rápida o la moda, aún así podría ser una opción viable para expandir la marca y aumentar la presencia en el mercado. Si la empresa de yogurt desarrolla una marca sólida, una base de clientes leal y procesos operativos eficientes, se podría considerar ofrecer franquicias a empresarios interesados en abrir tiendas de yogurt bajo nuestra marca.

El modelo de franquicias nos permite escalar rápidamente y llegar a nuevos mercados sin la necesidad de asumir todos los costos y riesgos asociados con la apertura y operación de nuevas ubicaciones de forma independiente. Los franquiciados se benefician de nuestra experiencia y reputación en la industria, mientras que nosotros obtenemos ingresos adicionales a través de regalías y tarifas

de franquicia. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el éxito de las franquicias depende en gran medida de la selección adecuada de franquiciados, el apoyo continuo y la consistencia de la marca.

## **Conclusión**

La producción y venta de yogurt ofrecen múltiples oportunidades para la aplicación de diversos modelos de negocio. La elección del modelo adecuado dependerá de factores como el alcance deseado, la capacidad de producción y distribución, y las preferencias del mercado objetivo. Es crucial realizar un análisis exhaustivo y considerar los pros y los contras de cada modelo antes de tomar una decisión. Con una estrategia de negocio sólida y una ejecución eficiente, la producción y venta de yogurt tienen el potencial de ser un emprendimiento lucrativo y exitoso.