

Modelo de Negocio para el Fortalecimiento de la Competitividad y Posicionamiento de un taller de Calzado en Guayaquil

PROBLEMA

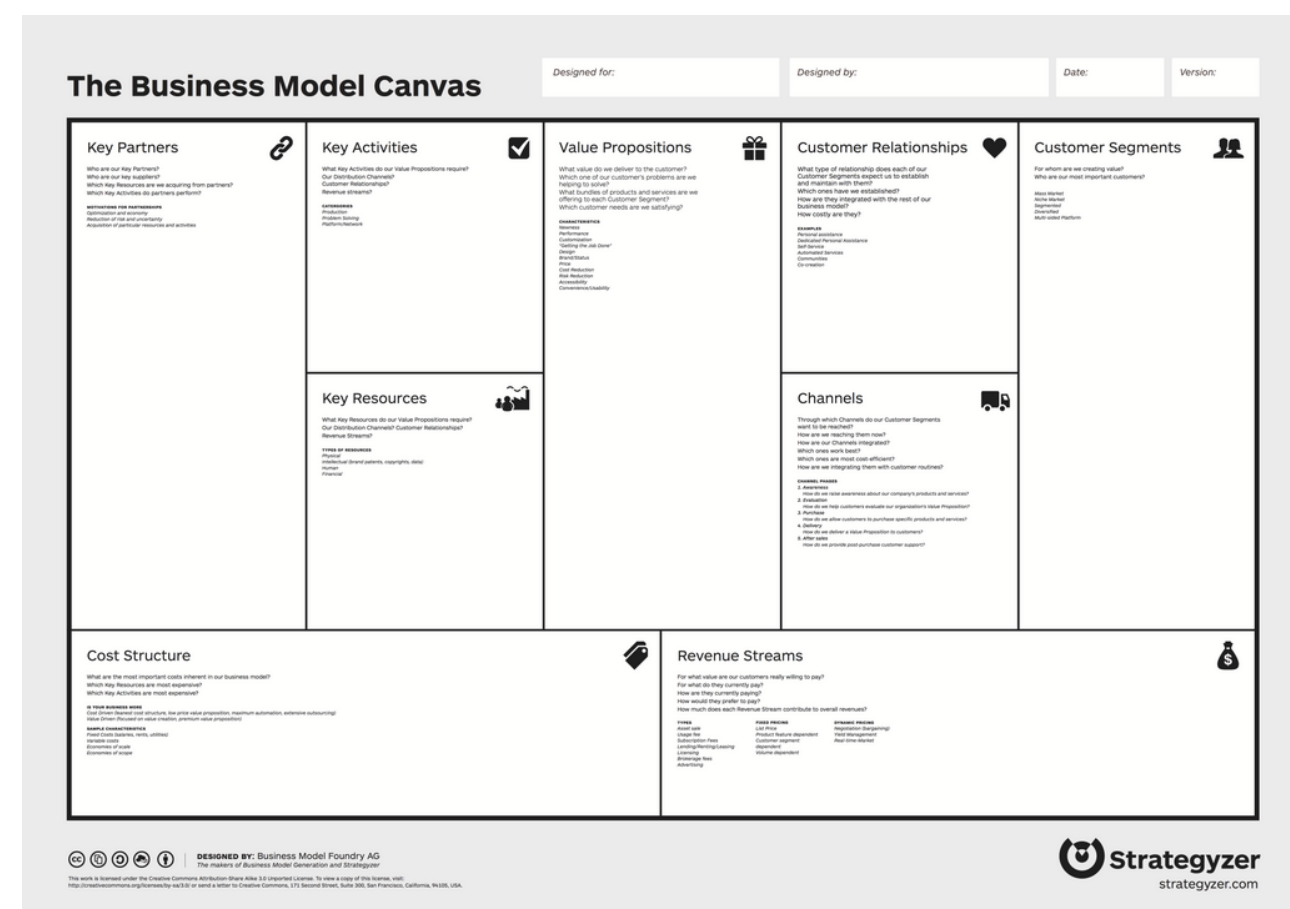
"Calzado Rey" enfrenta desafíos significativos debido a la creciente competencia de calzado importado a bajo costo, la falta de posicionamiento estratégico, altos costos laborales y escasez de materia prima. Además, la limitada infraestructura para producción masiva y la dependencia del aumento de precios afectan su rentabilidad. Ante esta situación, se plantea la necesidad de un modelo de negocio que analice su realidad, identifique oportunidades y facilite estrategias para un crecimiento sostenible en un mercado competitivo.

OBJETIVO GENERAL

Proponer mejoras en el modelo de negocio de "Calzado Rey", basado en la evaluación de los componentes del modelo de negocios, para brindar recomendaciones o sugerencias de forma integral que mitiguen su bajo potencial de crecimiento.

PROPUESTA

Desarrollar un modelo de negocio integral para "Calzado Rey" basado en el Business Model Canvas de Alexander Osterwalder y Yves Pigneur, con el objetivo de mejorar su competitividad y posicionamiento en el mercado local. Este modelo permitió analizar su situación actual, identificar oportunidades de mejora y proponer estrategias que optimicen recursos, fortalezcan su propuesta de valor, diversifiquen canales de distribución, y mejoren la relación con los clientes, impulsando así un crecimiento sostenible y rentable.



Se desarrollaron fichas de observación basadas en los componentes del modelo Canvas para estructurar y analizar la información del negocio.

Se realizaron entrevistas semiestructuradas al propietario de "Calzado Rey" y al expresidente del gremio de artesanos para obtener información cualitativa relevante.

Se utilizó un análisis de frecuencia para identificar patrones y verificar el cumplimiento de las variables definidas en el modelo Canvas.

RESULTADOS

Modelo de negocio actual

MODELO DE NEGOCIO CANVAS					
ZAPATERIA: Calzado Rey					
Socios Claves	Actividades Claves	Propuesta de Valor	Relación con los consumidores	Segmentación de cliente	
- Distribuidores que se encargan de la exhibición del calzado. 	- Vinculan su WhatsApp para una comunicación más detallada del producto/servicio de esta manera reciben pedidos personalizados. 	- Productos fabricados por artesanos. - Personalización de calzados de cuero. - Calidad del producto/servicio. 	- Respuesta inmediata ante consultas en medios digitales. - Interacción con el cliente ante comentarios positivos. 	- Dirigidos a mujeres adultas y de tercera edad. Ofrecen sus productos principalmente para habitantes guayaqueños, siendo la ciudad donde se encuentra ubicado su local comercial. 	
	Recursos Claves				Canales
	-Espacio Físico. 				-Distribución Indirecta (Distribuidores) -Comunicación Taller de calzado WhatsApp
Fuentes de Ingresos					
- Venta de calzados de cuero. - Servicio por personalización de calzados de cuero. - Servicios de refacción y reparación. 					

Modelo de negocio propuesto

MODELO DE NEGOCIO CANVAS				
ZAPATERIA: Calzado Rey				
Socios Claves	Actividades Claves	Propuesta de Valor	Relación con los consumidores	Segmentación de cliente
Distribuidores para exhibición y venta de calzado. Proveedores de cuero y materiales sintéticos de alta calidad. Socios tecnológicos para la gestión de la tienda online y redes sociales.	Gestión de redes sociales para promoción y venta directa del catálogo de productos. Desarrollo de una página web o plataforma de e-commerce. Personalización de calzado de cuero y sintético. Servicio postventa de refacciones y reparaciones.	Calzado de alta calidad fabricado con cuero natural y materiales sintéticos premium. Servicio de personalización adaptado a las preferencias del cliente. Inclusión de servicios de reparación y refacción para extender la vida útil del producto.	Comunicación directa y personalizada a través de WhatsApp y redes sociales. Ofrecimiento de asesoría sobre cuidado del calzado y beneficios de los materiales premium. Fidelización mediante programas de descuentos y recompensas por compras recurrentes.	Mujeres y hombres adultos interesados en productos de calidad. Consumidores que valoran la personalización y durabilidad del calzado. Clientes interesados en servicios de reparación y refacción.
	Recursos Claves		Canales	
	Espacio físico optimizado para producción y ventas. Herramientas y maquinaria para trabajar cuero y materiales sintéticos. Tecnología para la gestión de ventas online.		Tienda física y distribuidores locales. Página web y redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp Business) para ventas online y marketing digital. Participación en ferias y exposiciones locales.	
Fuentes de Ingresos				
Venta de calzado de cuero y sintético. Servicio de personalización de calzado. Servicio de refacción y reparación.				

El modelo final es un Modelo Canvas que describe detalladamente las estrategias para mejorar el posicionamiento y la competitividad de la zapatería "Calzado Rey". Este modelo se estructura en los bloques del lienzo de negocio de Alexander Osterwalder, ofreciendo una representación visual clara y organizada de los elementos clave del negocio.

CONCLUSIONES

- "Calzado Rey" debe incorporar canales digitales, como redes sociales y un sitio de comercio electrónico, para ampliar su alcance, mejorar la visibilidad y fortalecer la relación directa con los clientes.
- Adoptar un enfoque de venta directa al consumidor permitiría un mayor control sobre la experiencia de compra y mejores márgenes de ganancia.
- Es fundamental comunicar de manera efectiva la calidad y autenticidad del producto mediante estrategias de marketing centradas en destacar la diferenciación frente a la competencia del calzado importado.