

Mecanismos de fijación de precios

Cada fuente de ingreso puede tener un mecanismo de fijación de precios diferentes. Hay dos tipos de de mecanismos de fijación de precios principales:

fijo: son los precios predefinidos basados en variables estáticas. En este mecanismo destaca:

lista de precios fija: el precio fijo para el producto, servicio y otra propuesta de valor individual.

según el segmento de mercado: el precio depende del tipo o característica de un segmento de mercado.

según las características del producto: el precio depende de la cantidad o calidad de la propuesta de valor.

según el volumen: el precio depende de la cantidad adquirida.

dinámico: son los precios que cambian en función del mercado. En este mecanismo destaca:

negociación: el precio se negocia entre dos o más socios y depende de la habilidad o el poder de la negociación.

gestión de la rentabilidad: el precio depende del inventario y del momento de la compra.

mercado en tiempo real: el precio se establece en función del precio y la demanda.

subastas: el precio se determina en una oferta.

Los modelos de negocio necesitan recursos clave, diferentes, que permitan a las empresas crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con el mercado y percibir ingresos. Los recursos claves pueden ser físicos, intelectuales, humanos o económicos. La empresa, puede tenerlos en propiedad, alquilarlos u obtenerlos un socio.

A la empresa le surge una serie de preguntas como:

¿Qué recursos clave necesitan nuestra propuestas de valor, qué canales de distribución, relación con el cliente, y qué fuentes de ingreso?

Existen varios segmentos de mercado:

Físicos: hay activos físicos como instalaciones de fabricación, edificios, vehículos, máquinas de venta, etc. Los minoristas como Wal-Mart, es un buen ejemplo, ya que, tiene muchas tiendas, en amazon.com, en cambio, requieren de los recursos físicos, que a menudo requiere de un capital elevado.

Intelectuales: son elementos cada vez más importantes en un modelo de negocio sólido. Los recursos intelectuales son difíciles de desarrollar, pero, al conseguirse, ofrecen un valor considerable. Algunos ejemplos, son las marcas, la información privada, patentes, derechos de autor, asociaciones y bases de datos del cliente.

Humanos: todas las empresas necesitan recursos humanos, aunque, en ciertos casos, hay personas más importantes que otras. En los ámbitos creativos que necesitan un nivel alto conocimientos, los recursos humanos son fundamentales. Un ejemplo clave de *segmentos de mercado humanos* es la empresa farmacéutica Novartis, donde, su modelo de negocio se basa en un ejército de científicos expertos y un gran equipo comercial con agentes experimentados.

Económicos: algunos modelos de negocio necesitan recursos o garantías económicas para poder contratar a empleados. El fabricante de telecomunicaciones, Ericsson ofrece un ejemplo de estimación de recursos económicos en un modelo de negocio. La empresa solicita bancos y mercados de capital para utilizar una parte de esos ingresos, después de haberlo utilizado para ofrecer financiación a los compradores de equipo.

