

Nombre del alumno: María del Pilar Roblero González

Nombre del profesor: Icel Bernardo Lepe Arriaga

**Licenciatura: Licenciatura en Enfermería,
Semiescolarizado, Sábados.**

Materia: Taller del Emprendedor.

Nombre del trabajo:

Ensayo del tema:

“Implantación del Modelo de Negocio”

INTRODUCCION

Un modelo de negocios describe la manera y la forma lógica de como una organización intenta ganar dinero a través de crear, distribuir bienes o servicios. Siendo así el modelo de negocios son estrategias de la empresa y su implementación hacia el público, en el cual se recogen los datos como la selección de los clientes, como darse a conocer al mercado, como conseguirá el beneficio y la forma de distribuirlo.

Por lo tanto un modelo de negocios de empresa u organización determina la forma por la cual el negocio crea, proporciona y captura su valor. Por esa razón el saber realizar un buen modelo de negocio es muy importante para las organizaciones que quieren conseguir éxito, y así mismo encontrar alternativas innovadoras para poder diferenciarse de los demás competidores.

Antes de comenzar era necesario definir que es un modelo de negocios, en este ensayo se hablara sobre la implantación de modelo de negocios, se dará a conocer aspectos que se deben de tener en cuenta para llevar acabo la implantación de negocio a los consumidores, como son el mercado, el marketing, investigación del mercado, estudio el mercado y las 4 P's.

IMPLANTACION DEL MODELO DE NEGOCIOS

Definiendo de forma general un modelo de negocios es una herramienta utilizada por organizaciones o empresas, ya que contienen un conjunto de elementos y se basa en estrategias para poder alcanzar sus objetivos.

El modelo de negocios ayuda a que las organizaciones puedan formular e implantar estrategias y mediante el diseño y la elaboración de esos componentes forman una cadena de valor y así convertir esos pagos de valor en beneficios. También permiten expresar la lógica de un negocio, que ofrezca segmentos a los clientes, su red de negocios para la creación, comercialización y entrega de esos bienes o servicios.

Por lo tanto es necesario saber los procesos que con lleva para la implantación de un modelo de negocios. El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución, la venta de bienes o servicios que la empresa ofrece, así como definir el producto o servicio con base a la preferencia de los consumidores, con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores y de la empresa. El objetivo del marketing en sí, es definir lo que se desea lograr con el producto o servicio, en los términos de venta, distribución y posicionamiento en el mercado, para eso es necesario seleccionar el área donde se dará a conocer el producto, ya sea un nivel local como los mercados, localidades o de nivel nacional. De igual forma definir el tiempo que se tiene previsto que se lograra la meta.

Por esa razón se tiene que definir un buen mercado, que se al correcto, mas sin embrago se necesita investigarlo, ya que como se había mencionado antes, este tiene el propósito de satisfacer las necesidades de los consumidores y de la empresa, la investigación del mercado se utiliza como herramienta valiosa para la obtención de esa información.

Una vez seleccionado el mercado, se debe tratar de establecer el consumo aparente, esto se realiza identificando el número de clientes potenciales, también el consumo que se piensa que aproximadamente que hagan del producto o servicio que la empresa ofrece, basándose en los hábitos de compra de los clientes.

De ahí implica la importancia el estudio del mercado, es necesario el estudio del mercado, porque ahí nos permite recopilar, registrar y analizar los datos en relación con el lugar donde se distribuirá y donde ofrecerá sus productos. Sin embargo se necesita conocer de forma directa al cliente para conocer los aspectos relacionados al producto y conocer la opinión y el precio que está dispuesto a pagar. Ya terminado la empresa debe determinar los que desea lograr, donde le permitirá tomar las mejores decisiones respecto al precio, presentación y distribución del producto.

Para lo cual se recomienda hacer un estudio del mercado, utilizando estrategias o métodos, como entrevistas o encuestas que permitan obtener información, agregando preguntas claras, concretas que no impliquen cálculos complicados, que sean breves y arrojen la información que se busca; también determinar cómo y cuándo se va a llevar a cabo, además de seleccionar quien lo aplicara.

Todo esto con el fin de obtener una imagen más clara de las ventas que la empresa lograra, el sistema de comercialización o plan de ventas adecuado y la mezcla de marketing ideal para realizar el plan.

Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado. Se deben escoger rutas mediante las cuales, de la manera más eficiente, se transporte el producto desde el centro de producción hasta el consumidor.

Por eso existe una serie de pasos para llevar el producto o servicio al cliente de una forma que este satisfecho el cliente al recibir el producto.

Como primero está la promoción, es un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye aspectos como la publicidad, la promoción de ventas, las marcas, etc. La publicidad son una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado, este tiene como objetivo crear un impacto directo sobre el cliente para que compre un producto. Hoy en día, hay una variedad de medios para dar a conocer un producto o servicio, como mediante anuncios en televisión, radio, carteles, lonas, folletos, etc.

Como siguiente paso esta la fijación y políticas de precios, donde el comprador da un valor económico al vendedor, es decir ya es el uso de dinero a cambio de los bienes o servicios que la empresa está ofreciendo, esta es una parte muy importante, una vez establecidos los precios y los costos fijos ya es posible determinar el valor total del producto en los diferentes sitios de distribución es decir del mercado, respetando el precio que el consumidor está dispuesto a pagar. Luego sigue la producción, es donde se llevaba a cabo la transformación del producto con ayuda de los recursos humanos, físicos y técnicos, es el resultado final que se obtendrá que sea agradable para el consumidor.

Finalmente esta lo que se llama plaza, es decir la ubicación de la empresa, para determinar la ubicación ideal, se debe tener en cuenta la distancia al cliente, distancia de los proveedores, a los trabajadores y requerimientos legales.

La cuestión es que es el responsable específicamente, por como el cliente llega hasta los productos o servicios.

CONCLUSION

Para finalizar, como se hizo mención anteriormente, se concluye que el modelo de negocios se puede considerar como una fuente de ayuda o competitiva en una organización o empresa, ya que si el modelo está bien hecho puede ser clave para el éxito y alcanzar las metas propuestas de la empresa.

Además la implantación de un modelo de negocios para que sea llevado al éxito, pasas por una serie de procesos, donde se va abarcando varias características, como la elección del mercado, del producto, como promocionarlo y distribuirlo.

Por eso es necesario identificar cada uno de estos aspectos, como sabemos en la actualidad la mayoría de los negocios pasan por cambios e incluso la competencia, donde quizá hay productos más atractivos y novedosos. Es así que es importante implementar un buen modelo de negocio que se adapte al cambio que sea modelado exacto y con mucha eficiencia para que pueda adaptarse a cambios exigidos por el mercado.

Esa es la razón de implementar un buen modelo de negocios y tomar en cuenta todo para llevar acabo su implantación al mercado, eligiendo un buen precio, la producción, promoción y plaza.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Alcázar Rodríguez I. El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocio. Mc Graw hill

Kloter, p., & Armstrong, g. (2003). Fundamentos de marketing. México: Pearson.