



**Nombre de alumnos:** Montoya Aguilar María Fernanda.

**Nombre del profesor:** Culebro Ana Laura.

**Nombre del trabajo:** Ensayo personal.

**Materia:** Taller del emprendedor.

**Grado:** 9° Cuatrimestre | Licenciatura en nutrición.

**Grupo:** A.

Comitán de Domínguez Chiapas a 17 de Junio de 2020.

- **ENSAYO IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.**

Durante esta unidad estamos tomando temas de gran importancia, que nos servirá de gran ayuda al momento de impartir un negocio; Para comenzar este ensayo empezare hablando sobre el marketing que será de gran importancia perder entender el concepto de este para desarrollar los demás temas.

El marketing se basa en un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los mercados a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa. Para Philip Kotler, es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes. Es un término ampliamente utilizado para las empresas ya que manejan ciertas estrategias para poderse posicionarse en los mercados, buscando conseguir la atención y la preferencia de los consumidores.

“Marketing es el proceso de planificación y ejecución del concepto, precio, comunicación, y distribución de ideas, bienes y servicios que crean intercambios, con que lograr los objetivos organizativos y del individuo” (Fundamentos del marketing, 1985).

Dentro de todo este proceso se puede observar los objetivos del marketing estos objetivos nos ayudara a visualizar que es lo que esperamos obtener del producto o servicio que se ofrecerá al público, estos objetivos se pueden relacionar a corto, mediano y largo plazo. Con el fin de plantearnos metas y un tiempo definido para lograrlo. Es de gran importancia definir estos objetivos para tener presente que es lo que buscamos conseguir durante este proceso. Esto es muy común que en nuestra vida cotidiana se emplee ya que nosotros mismo nos ponemos objetivos por lograr.

“La empresa estará en condiciones de establecer sus objetivos de marketing. La determinación de dichos objetivos debe establecerse teniendo presente dos cuestiones: Debe realizarse en el marco de la misión de la empresa y contribuir a la consecución de sus objetivos generales y Debe coordinarse con los objetivos del resto de áreas funcionales de la empresa” (Fundamentos del marketing, 1985).

Por otra parte tenemos lo que es la investigación del mercado, estos temas van relacionado ya que sin esto, sería muy difícil poder cumplir los objetivos propuestos, la investigación del mercado consiste en la recopilación y el análisis de información, del estudio del mercado para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing. Esto se hace para conocer las

necesidades y buscar la manera de que puedan satisfacerla a través del producto o servicio a brindar. Para la asociación American Marketing Association (AMA) la define como: la recopilación sistemática, el registro y el análisis de los datos acerca de los problemas relacionados con el mercado de bienes y servicios.

“El mercado se puede entender como un lugar donde se realizan intercambios, pero en este caso, desde una óptica comercial, utilizaremos este término como el conjunto de compradores y vendedores de un producto o servicio” (El estudio del mercado, pag 50, S.F)

Para la investigación del mercado es importante tomar en cuenta el tamaño del mercado y el consumo probable y la demanda potencial a conseguir. Esto se resume en el segmento del mercado al que va dirigido, detallando características como: edad, sexo, ubicación, ingresos de la población al que se dirigen, de esta forma también se hará el aproximado del consumo que se realizara por la población dirigida, buscando conocer si el mercado promedio hará llegar a cumplir los objetivos establecidos.

El estudio del mercado se encargara de recopilar, analizar y registrar todo aquel dato del mercado al cual la empresa dirigirá sus productos, este estudio busca obtener información relacionado al producto y se hará por medio de encuestas, principalmente se tendrá que seleccionar el tipo de encuesta a realizar, con preguntas claras y concretas, se realizara la aplicación de ellas, ya teniendo seleccionada la ubicación y la población, después se hará el conteo y se tendrá que elaborar un tabulador con las respuestas obtenidas para poder conseguir una conclusión y checar si los resultados salen factibles y poder proseguir con la empresa, muchas veces este tipo de estudio no se realiza y es por eso muchos emprendedores optan por cerrar su negociación porque las ganancias y la aceptación de la gente no son las esperadas. Dentro del estudio del mercado también es importante conocer nuestra competencia, saber qué es lo que ofrece tanto la calidad y cantidad del producto y los precios que manejan, nos servirá para conocer a que nos vamos enfrentar y poder mejorar en ciertos aspectos para conseguir la preferencia de los consumidores.

“La competencia es la concurrencia en el mismo mercado de distinto oferentes de bienes o servicios” (El estudio del mercado, pag 55, S.F)

En todo este aspecto del marketing, existe variedad de métodos, fórmulas que proponen las mejores y más eficaces prácticas, así como cuáles son los más importantes y repetidos errores. Dentro ellas podemos resaltar las 4 P's que describe el producto, precio, plaza y promoción, suelen ser puntos esenciales que sirven para la estrategia del marketing.

Es importante a través de esto poder empezar a desarrollar como hacer llegar estos productos al mercado, también desarrollar puntos como la promoción del producto y la publicidad que juegan un papel muy importante para que estos lleguen a más personas, en este tiempo es mucho más fácil poder llegar al alcance de más personas ya que el uso de redes sociales facilitan mucho este proceso, fijar una marca y un empaque que sea de calidad y que de una buena presentación es fundamental ya que muchas personas se basan en eso al momento de adquirir un producto, otro determinante sería el precio, manejar un buen precio accesible a toda la población hará que el mercado los prefiera, muchas veces para obtener buenos resultados se consiguen a prueba, ensayo y error, ir probando y mejorando es un proceso que hará que mejore en los servicios y poder brindar algo de calidad.

A manera de conclusión el marketing y todo lo que conlleva es muy importante para los negocios y empresas, en los últimos años este proceso se lleva más en práctica y poder obtener mejores resultados en las grandes y pequeñas empresas, obteniendo en ellas mayores clientes, mejores ventas y muchos beneficios, entre ellos la satisfacción que obtiene uno el ver crecer el negocio que tanto anhelo.

- **Bibliografía.**

Universidad del sureste, 2020, Antología de taller del emprendedor, p: 62-72.

Fundamentos del marketing. . 17/06/2020, de Universitat Jaume Sitio web:  
<http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>

Estudio del mercado. 17/06/2020., de Sitio web: <https://operagb.com/wp-content/uploads/2017/09/8448169298.pdf>

Las P's de Mercadeo. 17/06/2020., de Redalyc Sitio web:  
<https://www.redalyc.org/pdf/3223/322327242009.pdf>