

Nombre del alumno:

Griselda Jazmín Cruz Ramírez

Nombre del profesor:

Lic. Likza Hally Roblero

Licenciatura:

Trabajo Social y gestión Comunitaria

Materia:

Trabajo Social II

Nombre del trabajo:

Ensayo del tema:

“Implantación del Modelo de Negocio”

IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Un aspecto importante de nuestro modelo de negocio es la actividad conocida como marketing. Esta incluye la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del cliente.

Ahora bien, para que estas actividades tengan éxito, nuestro primer paso debe ser conocer las necesidades de los clientes y cómo satisfacerlas. Esto se logra mediante una investigación de mercado, en la que buscamos de manera objetiva y con base en fuentes de información confiable, cuántos son clientes posibles para la empresa, dónde están y quiénes son.

Una vez que tenemos definido este segmento de mercado, podemos movernos a aspectos como el potencial consumo y demanda que nuestra empresa o negocio generará.

Para esto, usamos el estudio de mercado, que es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual le ofreceremos nuestros productos y servicios. Para lograr lo anterior, debemos definir el producto o servicio que planeamos ofrecer, tomando en cuenta el punto de vista del potencial cliente.

La encuesta de mercado que se pretende aplicar debe ser cuidadosamente planeada, con preguntas claras, concretas, que no impliquen cálculos complicados, sean breves y arrojen la información que busca.

Ahora bien, después de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, es necesario preguntarnos cómo haremos llegar efectivamente los productos al mercado.

Cada paso del proceso de distribución posibilita incrementar la distribución a un mayor número de clientes potenciales; pero al mismo tiempo también provoca una pérdida de control y contacto directo con el mercado.

Por eso, tenemos que tomar en cuenta aspectos como:

- Costo de distribución del producto.
- Control que pueda tener sobre políticas de precio, promoción al consumidor final y calidad del producto con base en los deseos del cliente.

- Conveniencia para el consumidor del punto final de venta (por cercanía, preferencia de compra en cierto tipo de tiendas, etc..)
- Capacidad de la empresa para distribuir el producto.

¿Cómo hacemos promoción a nuestro producto? A partir de elementos esenciales como la publicidad, la promoción de ventas, las marcas e, indirectamente, las etiquetas y el empaque.

Nuestro objetivo con la publicidad (ya sea con radios, comerciales, periódicos, volantes, entre otros) tiene que ser animar a los posibles compradores a buscar el producto o servicio que se les ofrece y, sobre todo, ganar la preferencia del cliente.

También incluye promoción de ventas, que es una actividad ampliamente usada mediante muestras gratuitas, regalos en la compra del producto, ofertas de introducción, patrocinio y/o participación en actividades sociales, educativas, culturales o deportivas de la comunidad.

A partir de todo esto, nos movemos a producción. En él la maquinaria, la materia prima y los recursos humanos son necesarios para realizar el proceso. Es importante que este proceso quede establecido en forma clara, de modo que permita a los trabajadores obtener el producto deseado con un uso eficiente de los recursos necesarios.

Cito aquí lo que nuestra antología menciona, dado que nuestra empresa puede producir bienes o servicios:

Podemos destacar dos tipos de bienes:

1. Bienes industriales. Productos que se utilizan para producir otros bienes; algunos de ellos entran directamente en el proceso productivo, como materia prima, producto semi terminado o componentes.
2. Bienes de consumo. Productos que usan los consumidores finales para satisfacer sus necesidades personales; se clasifican en bienes duraderos o perecederos.

Los servicios se clasifican, en general, de la siguiente forma:

1. Servicios comerciales. Algunos ejemplos son: reparación y mantenimiento de maquinaria y equipo, diseño de instalaciones, etcétera.
2. Servicios profesionales. Algunos ejemplos son: administrativos, atención médica o dental, educativos, de asesoría, etcétera.

No olvidemos que arte del proceso de producción es escoger cuidadosamente nuestros proveedores de materia prima, ya que mucho de la calidad de nuestro producto dependerá de esto.

Por último, organización (Rodríguez, 2000). Esto conlleva disponer y asignar el trabajo entre el personal de la empresa, para que los objetivos propuesto en nuestro modelo de negocio sean alcanzados eficientemente.

Establecer criterios que nuestros empleados deben cumplir, así como los salarios y horarios bajo los que estos mismos operaran.

Más que nada, estamos conscientes de que cuando se pretende constituir legalmente una empresa es importante tomar en cuenta, entre otros, los siguientes aspectos:

- Número de socios que desean iniciar el negocio.
- Cuantía del capital social (aportaciones por socio).
- Responsabilidades que se adquieren frente a terceros.
- Gastos de constitución de la empresa.
- Trámites a realizar para implantarla legalmente.
- Obligaciones fiscales que se deberán afrontar.
- Diferentes responsabilidades laborales que se adquieren.

Ya que estos nos permitirán manejar nuestra empresa lo más fluidamente posible. Adicionalmente, el emprendedor, es decir, nosotros, deberá estar asesorado, de preferencia por un contador y un abogado.

Referencias

Rodríguez, I. (2000). Planeación, organización y dirección de la pequeña empresa.