

Nombre del alumno:

Gabriel Alejandro González Ramírez

Nombre del profesor:

Lic. Likza Hally Roblero Muñoz

Licenciatura:

Trabajo Social y gestión Comunitaria

Materia:

Taller Del Emprendedor

Nombre del trabajo:

Ensayo del tema:

“unidad 3; implantación del modelo de negocios”

INTRODUCCIÓN

En este presente ensayo de la materia “Taller del emprendedor” con dicho tema “Implantación del modelo de negocio”, se estará explicando desde los conceptos de la antología, de igual manera conceptos para su análisis profundo con investigaciones de otros autores para tener una comprensión más clara a cerca del modelo de negocio.

Dentro de este trabajo se estará abordando todo lo relacionado con el mundo de las empresas, mercado, producto, y herramientas para tener un buena producción y ventas de productos en una empresa.

UNIDAD 3. IMPLANTACION DEL MODELO DE NEGOCIO.

Al hablar del “mercado” se habla de la organización de todo el marketing que una empresa tiende a desarrollar para que su producto logre tener impacto y éxito en la sociedad, que esto a su vez busca la venta y distribución del producto de una empresa y tenga una relación entre empresa y consumidor.

Para (NADAL, 2010) MENCIONA QUE:

El concepto de mercado es uno de los más importantes en la historia de las ciencias sociales. La evolución de este concepto ha tenido un profundo impacto en la estructura de las ciencias sociales. La razón es que el concepto de mercado es el fundamento de la autonomía de la teoría económica. En efecto, afirmar que el mercado es un dispositivo social que se auto-regula equivale a sostener que la dimensión de lo económico no necesita de la intervención de las demás esferas de la vida social.

Los objetivos del marketing definirán el futuro exitoso del producto que se vaya a lanzar al mercado es todo un proceso creativo ya que lo que se quiere es que el producto o servicio sea atractivo para el cliente y este se venda, todo esto a través de los términos de ventas, distribución y posicionamiento del mercado.

Según: (Tirado, 2000) define que:

El marketing es una actividad fundamental en las empresas. Su estudio se centra en el intercambio, por lo que su área de interés engloba el análisis de las relaciones de una empresa con los diferentes agentes del entorno que interactúan con ella. Especial atención merece el mercado, constituido por los consumidores, los intermediarios y los competidores.

La investigación del mercado ayudara a la empresa a tener una visión más clara del futuro del producto en venta, de las necesidades de sus clientes, de que tan factible será el producto en su función, costos etc, todo esto mediante herramientas que ayudaran a la empresa a obtener todos estos datos.

Referente al tamaño del mercado dependerá de varios factores entre ellos cuantos clientes tiene la empresa, quienes son y donde están, todo esto para establecer el segmento del mercado donde operara la empresa.

Sobre el consumo aparente dependerá del número de clientes potenciales, así como del consumo del producto o servicio que la empresa ofrezca a la sociedad.

la demanda potencial ofrece a la empresa un cálculo del consumo aparente del mercado a corto plazo, a mediano, plazo y a largo plazo.

SEGÚN (SCHOELL, 2011)

La investigación de mercados es la función que enlaza al consumidor, el cliente y el público con el mercadólogo a través, de la información.

El estudio del mercado servirá para obtener datos con relación a los clientes, sus necesidades, sus posibilidades económicas para con el producto de poder adquirirlo y si satisface las necesidades el servicio o producto que la empresa ofrece. Para obtener dichos datos las empresas elaboran encuestas bien elaboradas, las aplican y analizan los resultados.

(MARSAN, 2000) MENCIONA QUE:

Con el estudio de mercado se trata de averiguar la respuesta del mercado ante un producto o servicio, con el fin de plantear la estrategia comercial más adecuada.

El proceso de distribución posibilita incrementar la distribución a un mayor número de clientes potenciales, cuando se elige un canal de distribución se toman los 4 aspectos que son los costos de distribución, el control de políticas de precio, la conveniencia del punto final de venta y la capacidad de la empresa de distribuir su producto.

En la promoción de producto o servicio se ven los aspectos que ayudaran a favorecer lo que es la publicidad del producto de la empresa para su beneficio de si misma. Al hablar de promoción de productos se habla también de los medios en el cual se hace la publicidad como pueden ser; los periódicos, la radio, los volantes que cada empresa realiza para su promoción.

PARA (CANADA, 2004) MENCIONA QUE:

El mercado es mucho más que una simple campaña publicitaria, este debe de comprender los distintos métodos de promocionar su producto o servicio para elegir la mejor opción para su empresa.

También hace mención de los elementos de producción son el conjunto de actividades que se llevaran a cabo para elaborar un producto o para prestar un servicio. Con la ayuda de maquinaria, recursos humanos y todo un proceso de elaboración y promoción la empresa es como logra hacer una buena presentación del producto.

Como en todo sistema si hay una buena organización laboral dentro de una empresa el resultado será óptimo y exitoso los elementos de organización son la estructura organizacional dentro de la empresa al elaborar la producción para ello se definen aspectos tales como los procesos operativos, descripción de impuestos y definición del perfil.

De las funciones específicas por puesto son señaladas en los manuales operativos individuales, divididos entre cada área funcional de la empresa tales como administración de sueldos y salarios que resulta sencillo ya que solo se trata de jerarquizar los puestos de la empresa; se habla también del marco legal de la organización.

SEGÚN (PONCE, 2000) :

Organización es la estructuración de las relaciones que debe de existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes.

Se concluye que, al hablar de marketing, mercado, venta de productos o servicios de una empresa se está hablando de todo un sistema laboral y organizacional de la misma para alcanzar el éxito de sus productos. También se habla de la importancia del estudio cualitativo y cuantitativo de los mismos clientes para con sus productos, es decir, que tan factible será el servicio que la empresa ofrece, que tan satisfechos quedaran los clientes, de los costos de las posibilidades que los clientes tengan al adquirir dichos producto etc. Se habla al mismo tiempo de la importancia del proceso de producción y distribución del producto, de como en la producción está la clave para obtener un servicio de calidad o un producto bien hecho, de la distribución de a donde llegara y a quienes llegara el producto.

Por lo tanto la implantación de modelo de negocio en una empresa es una estructura de mucha organización laboral y de una garantía excepcional y de calidad para con los clientes, pero principalmente organizacional dentro de la misma empresa para que esta pueda ser exitosa y obtenga muchas ventas.

CONCLUSIÓN

Al terminar de leer esta unidad y elaborar dicho ensayo llego a la conclusión de que es muy importante conocer y aprender correctamente a utilizar y desarrollar las herramientas en el mundo de los negocios para poder tener un éxito total en el mundo empresarial.

De igual manera llego a mejorar mis conocimientos para poder emprender el proyecto de la materia, y de esa forma conocer como crecer y lograr los objetivos utilizando las técnicas del modelo del negocio.

Bibliografía

CANADA, R. E. (2004). INFO ENTREPRENEUS. 1-2.

MARSAN, M. (2000). ESTUDIO DE MERCADO LIBRO VIRTUAL UNAN CAP. III. 2-22.

NADAL, A. (2010). CONCEPTOS Y FENOMENOS FUNDAMENTALES DE NUESTRO TIEPO. 15-69.

PONCE, A. R. (2000). MANUAL DE LA ORGANIZACION . 1-33.

SCHOELL, G. (2011). UDELAR-RRII. 7-84.

Tirado, D. M. (2000). FUNDAMENTOS DE MARKETING. 6-150.