



Nombre del alumno: Gloria Villatoro Hernández.

Nombre del profesor: Lic. Beatriz Adriana Méndez Gonzales.

Nombre del trabajo: Ensayo de la unidad 3 y 4

Materia: Taller del emprendedor.

Grado: 9no cuatrimestre.

Grupo: "A"

Pichucalco, Chiapas a 08 de junio de 2021.

Implantación del modelo de negocio y presentación del modelo de negocio.

Un modelo de negocios es una herramienta posterior a la elaboración de un plan de negocios, lo cual nos permite conocer con mayor ángulo el tipo de negocio que se estará introduciendo al mercado, ejemplo de ello es que nos permite conocer características tales como a quién va dirigido, como se venderá y de qué manera se conseguirán los ingresos para continuar con los objetivos. Dicho esto es importante mencionar un concepto que va más allá de una sola palabra, el marketing, es una terminología que se le aplica a las acciones o actividades mediante un proceso de planeación y se entorna al servicio o producto, por ejemplo el precio, la definición del producto, distribución con base a las necesidades y preferencias del consumidor, esta integración es un intercambio entre el prestador de servicio-producto y el cliente, lo cual conlleva el compromiso de satisfacer dichas necesidades de este.

De acuerdo a los objetivos del marketing a grandes rasgos se entiende que dependerán del tiempo. Objetivos a corto plazo, a mediano y a largo plazo, para el logro de dichos objetivos es necesario conocer el tipo de mercado al que se introducirá, la finalidad del producto, a que público va dirigido, y lo que se desea lograr con ello.

Uno de los principales puntos clave a recordar es que las decisiones tomadas en dicha empresa deberán ir enfocadas entorno a las necesidades, así como la satisfacción de ellas hacia el cliente y claro por ello recordar la finalidad de nuestro producto en relación con la empresa, la calidad juega un papel muy importante, ya llevar un control hará más fácil identificar posibles variantes negativas y la forma de resolverlo.

El tamaño del mercado ira encaminado a los objetivos de corto a largo plazo, ya que de manera objetiva se debe informar en cantidades cuantos clientes posibles pueda tener la empresa, así como la obtención, conocer quienes son, la edad, sexo y demás variantes, lo cual nos enfocara y posicionara dentro del mercado y nos permite conocer a nuestros clientes en resumen el mercado donde se posicionará.

Con la definición del segmento del mercado se podrá establecer el consumo aparente, dicho termino nos indica la estima de producto en base al consumo y la cantidad de servicio o producto que se pueda ofrecer, también dicho dato nos ayuda a proyectar un crecimiento a largo plazo.

“El estudio de mercado es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.” (UDS)

Considero el estudio del mercado es una forma de analizar como consumidor y no solo como proveedor, es permitir conocer el producto del punto de las necesidades del cliente, ¿yo lo compraría?, ¿por qué lo compraría?, ¿Cubre mis necesidades?, considero son cuestionamientos básicos a resolver, lo cual nos permite un mayor compromiso de servicio, una de las herramientas que nos ayudara a recopilar dicha información es por medio de las encuestas así como la aplicación de forma correcta que permita la obtención de resultados específicos.

Ahora bien, la distribución y puntos de venta son otras variantes que deben establecerse, con ello se connota la existencia de las 4p's, siendo el transporte desde el centro de producción hasta el consumidor del producto.

Cada paso del proceso de distribución posibilita incrementar la distribución a un mayor número de clientes potenciales; sin embargo, cada paso también provoca una pérdida de control y contacto directo con el mercado. Por ello, cuando elija un canal de distribución deberá tomar en cuenta aspectos como promoción del producto o servicio, publicidad, promoción de venta lo que incluye marca, etiquetas, empaque, fijación y políticas previas, y producción. (UDS)

En cuanto a presentación del modelo de negocio, cabe mencionar la relevancia predicha ante un plan de trabajo, consiste, básicamente, en asignar tiempos, responsables, metas y recursos a cada actividad de la empresa, de tal manera que sea posible cumplir con los objetivos, para ello un buen marketing nos permitirá como se ha mencionado anteriormente, desarrollar una investigación del mercado, elaborar un análisis de competencia, establecer el sistema de distribución, definir la publicidad de la empresa, Diseñar etiquetas, anuncios, logotipo, eslogan, nombre comercial, etc... Definir un sistema de promoción, el diseño del paquete del producto o servicio.

Al igual que el marketing, la producción abarca una serie sistemática de actividades a realizar, siendo parte del proceso donde se diseñará el producto o servicio, se definirá el proceso de producción, ubicar las instalaciones y su distribución, identificar y seleccionar los proveedores, así como el equipo de mano de obra, entre demás características, antes mencionar que en ella se reclutan y capacitan la mano de obra necesaria y se diseña el sistema de calidad de la empresa mediante la organización en todo momento, en la fase de organización Definir las funciones de la empresa y el personal que las llevará a cabo, diseñar la estructura organizacional de la empresa y establecer los perfiles de cada puesto, lo que lo hará funcional. No se debe olvidar los aspectos legales, tales como permisos, régimen, tramites de todo tipo, y demás aspectos legales de implantación y operación, no dejar que esto repercuta de cierta forma en un obstáculo para la continuación exitosa al cumplir con nuestros objetivos planteados, así como costos y gastos, siendo uso del proceso de administración y sus herramientas tal es el caso de la elaboración del análisis FODA, fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Trabajos citados

UDS. (s.f.). estudio del mercado. En *Taller del emprendedor* (pág. 65).

UDS. (s.f.). las 4'ps. En UDS, *Taller del emprendedor* (págs. 66-70).