



Mi Universidad

ENSAYO

NOMBRE DEL ALUMNO: **Diaz Ramírez Bianca Yulissa**

TEMA: **“IMPLANTACION DEL MODELO DE NEGOCIO”**

PARCIAL: **I**

MATERIA: **TALLER DEL EMPRENDEDOR**

NOMBRE DEL PROFESOR: **Ing. Icel Bernardo Lepe Arriaga**

LICENCIATURA: **Trabajo Social Y Gestión Comunitaria**

CUATRIMESTRE: **IX**



Download from
Dreamstime.com



119811175

Clerpes Design / Illustrations | Dreamstime.com

INTRODUCCION

El mecanismo por el cual una organización busca generar beneficios e ingresos es conocido como modelo de negocios. Su implementación es fundamental porque le permite anticiparse a posibles contratiempos y ayuda a clarificar las ideas y definir las acciones a tomar. Quizá nos cuestionamos ¿ qué es un modelo de negocio ? se dice que el modelo de negocio es una herramienta previa al plan de negocio que te permitirá definir con claridad que vas a ofrecer al mercado, como lo vas hacer, a quien se lo vas a vender y de qué forma vas a generar ingresos. Para abordar la fase de implantación de procesos se requieren habilidades específicas por parte de todos los responsables de su ejecución, las cuales trascienden las habilidades puramente técnicas, nos estamos refiriendo a aspectos como la gestión del cambio, el mercado. Por otra parte también es importante indicar que de nada nos sirve tener una muy buena formulación de nuestro modelo de gestión de procesos, si luego no podemos implántalo de forma exitosa ya que un modelo de negocios que le asegure su sostenibilidad y rentabilidad en el mercado con el fin de tener buenos resultados.

El modelo de negocio es un documento de importancia empresarial puesto que permite planificar qué es lo que va a pasar con el negocio que se pretende llevar a cabo. Se utilizan para describir y clasificar negocios emprendedores y también en el contexto de empresa.

El modelo de negocio de una empresa es una herramienta previa al plan de negocio, cuyo objetivo es permitir conocer con claridad el tipo de negocio que se va a crear e introducir en el mercado, a quién va dirigido, cómo se va a vender y cómo se van a conseguir los ingresos. Es por ello que este trabajo tiene como propósito darnos a conocer acerca de lo que es el tema de implantación del modelo de negocio.

IMPORTANCIA DE UN MODELO DE NEGOCIO

Estos son los principales beneficios de realizar un modelo de negocio:

1. **Ventaja competitiva:** Puede resultar una ventaja frente a tu competencia. Implementar un modelo novedoso que aporte ideas nuevas.

2. **Plan de crecimiento:** Un modelo de negocio previamente establecido tendrá una reserva económica para poder expandirse.
3. **Inversores:** Si el negocio presenta la necesidad de buscar inversores y mecenas, será necesario conocer a fondo cada detalle para presentarlo ya que tendrá que responder a cada una de las cuestiones que se pregunten para saber su rentabilidad.

(Timmers, 1998)

Menciona que un modelo de negocio representa la arquitectura de base para el producto, el servicio y el flujo de información, incluida una descripción de los distintos actores empresariales y sus funciones.

EL MERCADO:

El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, 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 consumidor, de forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

(McCarthy)

Según Jerome McCarthy, creador del concepto marketing mix, «el marketing es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente».

OBJETIVOS DEL MARKETING


Dentro de los objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado. Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar (nivel local: colonia, sector, etc.; nivel nacional: de exportación regional, mundial, u otros), así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos.

(Kotler, 2017) Señala que

Philip Kotler explica que Marketing es un proceso tanto administrativo como social, por el cual las personas obtienen lo que desean y necesitan a través de la generación de deseo, oferta e intercambio de productos de valor.

INVESTIGACION DEL MERCADO

Las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse.

- 
- **Tamaño del mercado:** El siguiente paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa, dónde están y quiénes son; para ello se requiere obtener algunos detalles de los futuros clientes: edad, sexo, estado civil, ingreso mensual, etcétera.
 - **Consumo aparente:** Una vez que ha definido el segmento de mercado, debe tratar de establecer el consumo aparente que dicho segmento representa; esto se hace identificando el número de clientes potenciales, así como del consumo que se estima hagan del producto o servicio que la empresa ofrece, con base en sus hábitos de compra.
 - **Demanda potencial:** Si cuenta con un cálculo del consumo aparente (actual) del mercado, le será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa, simplemente proyecte el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos.

ESTUDIO DEL MERCADO:

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.


Objetivo del estudio de mercado: Es necesario conocer en forma directa al cliente, en especial los aspectos relacionados con el producto o servicio (opinión sobre el producto, precio que está dispuesto a pagar, etc.), para lo cual se recomienda hacer un estudio de mercado, a través de una encuesta o entrevista.

Para Kotler, Bloom y Hayes, el estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización"

LAS 4 P'S:

¿Qué son los 4 P's?

La mezcla de mercadotecnia, también llamadas las **4p's** del marketing o Marketing Mix, representan los cuatro pilares básicos de cualquier estrategia de marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

- 
- **DISTRIBUCION Y PUNTOS DE VENTA:** 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. Para ello se deben escoger rutas mediante las cuales, de la manera más eficiente posible, se transporte el producto desde el centro de producción hasta el consumidor.
 - **PROMOCION DEL PRODUCTO O SERVICIO:** Promover es, en esencia, un acto de información, persuasión y comunicación, que incluye varios aspectos de gran importancia, como la publicidad, la promoción de ventas, las marcas e, indirectamente, las etiquetas y el empaque.
 - **PUBLICIDAD:** Hacer publicidad es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta; su objetivo principal es crear un impacto directo sobre el cliente para que compre un producto, con el consecuente incremento en las ventas.
 - **PROMOCION DE VENTAS:** Otro elemento que causa un gran impacto en el mercado meta es el sistema de promoción de ventas, actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa; la promoción de ventas debe llevarse a cabo para que el cliente ubique al producto o servicio de la empresa en el mercado, ejemplo de estas actividades son: 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, etcétera.

PRODUCCION: Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores.

Producto. Resultado final de un proceso de producción que representa un satisfactor para el consumidor.

IMPORTANCIA DE LA PRODUCCION: Sin duda, la producción es un proceso muy importante para cualquier país, pues tanto el nivel de vida de una sociedad, así como el grado de desarrollo económico que se logra alcanzar depende de la disponibilidad de bienes y servicios que estén al alcance de los consumidores.

ELEMENTOS DE PRODUCCION:

- Descripción del proceso de producción o prestación del servicio: Independientemente de si se producirá, maquilará o comprará en un principio, es necesario conocer el proceso de producción y/o prestación de servicios de la empresa. El proceso de producción es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o para prestar un servicio.
- Equipo e instalaciones: El proceso productivo permite determinar las actividades a realizar, así como el equipo, herramientas e instalaciones requeridas para llevar a cabo la elaboración de productos y/o prestación de servicios de la empresa.
- Necesidades de materia prima: La materia prima se refiere a los elementos, partes o sustancias de las que está compuesto el producto de la empresa o a los insumos necesarios para prestar un servicio. Es conveniente que, cuando se especifiquen las cantidades a utilizar de materia prima, se contemple cuánto se requerirá por un volumen dado de producción o en relación con cierto periodo.

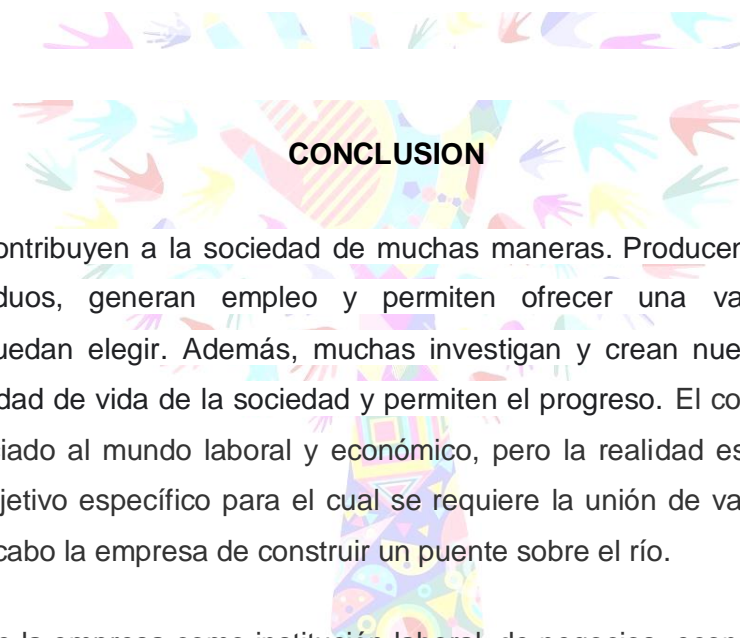
ORGANIZACIÓN:

Es la Forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.

- Objetivos del área de organización La organización es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.

ELEMENTOS DE ORGANIZACIÓN

- Estructura organizacional El primer paso para establecer un sistema de organización en la empresa es hacer que los objetivos de la empresa y los de sus áreas funcionales concuerden y se complementen.
- ADMINISTRACION DE SUELDOS Y SALARIOS: Cuando se cuenta con una descripción básica de desempeños, perfiles por puesto y organigrama de la empresa, el proceso de administrar sueldos y salarios resulta muy sencillo y rápido de realizar pues sólo implica jerarquizar los puestos de la empresa. Sin embargo, la parte difícil es determinar cuánto se le pagará a cada quien, para que la remuneración sea justa y acorde con sus responsabilidades y obligaciones.
- MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN: La empresa es un conjunto de recursos organizados por el titular (emprendedor), con el fin de realizar actividades de producción o de intercambio de bienes o servicios que satisfacen las necesidades de un mercado en particular.



CONCLUSION

Las empresas contribuyen a la sociedad de muchas maneras. Producen bienes de calidad para los individuos, generan empleo y permiten ofrecer una variedad donde los consumidores puedan elegir. Además, muchas investigan y crean nuevos productos que aumentan la calidad de vida de la sociedad y permiten el progreso. El concepto de empresa suele estar asociado al mundo laboral y económico, pero la realidad es que una empresa puede ser un objetivo específico para el cual se requiere la unión de varios individuos, por ejemplo llevar a cabo la empresa de construir un puente sobre el río.

La importancia de la empresa como institución laboral, de negocios, económica tiene que ver directamente con el hecho de que es ella, la empresa, la que funciona como unión de todos aquellos que están destinados a trabajar por ese objetivo común.

Como se puede comprobar las definiciones del concepto son diversas. Desde una definición simple del modelo como un uso de recursos hasta definiciones que hablan del modelo de negocio como una estructura. El elemento común de las definiciones es que el modelo de negocio explica la lógica de como una empresa hace negocios. Por lo tanto una empresa Es importante tener muy claro el antes de arrancar un negocio, ya que de esta forma podremos evaluarlo por nosotros mismos o por terceros y podremos tomar las medidas necesarias

para optimizarlo, debido a que es un concepto dinámico. Bueno en este caso la implantación del modelo de negocio significan mucho en nuestra actualidad ya sea en nuestra vida laboral como hemos visto anteriormente Su implementación es fundamental porque le permite anticiparse a posibles contratiempos, y ayuda a clarificar las ideas y definir las acciones a tomar. Un modelo de negocios se debe ocupar de áreas de mucha importancia, tales como infraestructura, oferta y viabilidad económica. Ya que los negocios son muy importantes porque Promueven el crecimiento económico, Promueve la inversión local y extranjera, Aumenta la competitividad de las empresas. Incrementa la calidad y cantidad de productos en los mercados. Si bien los planes y modelos de negocios tienen muchos propósitos, la importancia principal de un plan de negocios es que ayudan a los dueños de negocios a tomar mejores decisiones. Y existen muchas razones por las que las pequeñas empresas fracasan, muchas de las más comunes se abordan a propósito en los planes y modelos de negocios. Ningún negocio es una isla y es posible que tengas un control sólido de todo lo que sucede bajo tu propio techo, es igualmente importante comprender el terreno del mercado. Escribir un plan de negocios puede ser de gran ayuda para comprender mejor a la competencia y al mercado en el que operas, de manera más amplia, además de identificar las tendencias y preferencias de los consumidores, las posibles interrupciones y otros conocimientos que no siempre son claramente visibles. En definitiva nos damos cuenta acerca de lo que es la importancia de la implantación del modelo de negocio a través de este trabajo aprendimos ciertas definiciones que nos ayudan a comprender como es que se puede crear y promover un negocio y que nos puede ser de gran utilidad y orientación en un futuro para que podamos desempeñar lo que nos guste puesto que Concretar el modelo de negocio es fundamental a la hora de emprender, porque nos va a permitir conocer, cuanto antes y comprometiendo la menor cantidad de recursos posibles, si nuestro negocio es viable tal y como lo hemos planteado.

BIBLIOGRAFIA:

Fernando Trias de Best. (2007). El libro negro del emprendedor: no digas que nunca te lo advirtieron. Gestión del conocimiento.: Empresa activa.

