

NOMBRE DEL ALUMNO:

Francisco José ramos Pérez

NOMBRE DEL PROFESOR:

MARÍA ISABEL

ROBLERO ORDOÑEZ

LICENCIATURA:

Contaduría publica

MATERIA:

TALLER DEL EMPRENDEDOR

CUATRIMESTRE Y MODALIDAD:4 /domingos

NOMBRE Y TEMA DEL TRABAJO:

Ensayo

**(IMPLANTACIÓN DEL MODELO DE
NEGOCIO)**

En este ensayo hablaremos acerca del tema Implantación del modelo de negocio con su respectivo subtemas, comenzaremos con la interrogante **¿QUÉ ES?** 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. Donde hablaremos de sus objetivos, características sus tipos de mercados entre otras cosas.

Objetivo:

Uno de los objetivos es que sirve para clarificar, focalizar e investigar un proyecto. Provee un marco que ayude a planificar e identificar estrategias. Sirve como base para discutir con terceras partes (bancos, inversores, etc.). En el contexto podemos entender que el principal objetivo es poder crear estrategias para poder desempeñar un buen trato con nuestros socios que estén relacionados junto con nuestra empresa, ya sean socios o bancos.

¿Que el mercado?

El mercado es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos, que llegan a acuerdo entre el producto o servicio y el precio que se cobra por éste. Como podemos analizar el mercado es el proceso donde nosotros podemos intercambiar servicios con demás personas con diferentes ciudadanos donde el objetivo es tener un beneficio donde genere capital.

Entre ellos existen cuatro tipos de mercados de acuerdo con la demarcación geográfica que atiende, que son el:

Mercado local.

Mercado nacional.

Mercado regional.

Mercado internacional.

Mercado global.

Como leímos los mercados son, básicamente, la función de la virtud de la relación que exista entre la oferta y la demanda, es decir, el precio de los productos y servicios, que

están determinado por la oferta que los diversos proveedores realizan y cuál es la demanda, por parte de los consumidores, de dichos bienes y servicios,

Como podemos entender en el párrafo los tipos de mercados son para poder establecer precios un mejoramiento del producto o de la empresa donde laboramos y así poder brindar un mejor servicio y producto a los clientes. Uno de los principales objetivos del Marketing es que se pueden considerar básicos para todos los negocios, sea cual sea su tamaño o sector: la buena reputación de la marca, el aumento de clientes, su fidelización y, en última instancia, el incremento de ventas.

Este párrafo aremos mención de los principales objetivos. Y nos aremos la pregunta.

¿Cuáles son los objetivos de marketing?

Es poder lograr posicionar un producto o una marca en la mente de los consumidores, es el objetivo principal de la mercadotecnia. **¿Cómo logran esto?** Es poder partiendo de las necesidades que tienen los clientes, para luego diseñar, poner en práctica y controlar todas las actividades de comercialización más oportunas para la empresa.

En la investigación de los mercados podemos decir que es una de la herramienta necesaria para la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información, con el fin de poder mejorar la toma de decisiones relacionadas con la mercadotecnia.

Las características de la estructura del mercado es que agrupa a los compradores y vendedores de un producto, servicio o industria. Así, se considera principalmente el número de oferentes y demandantes, así como su poder de negociación.

El estudio de mercado es una investigación donde nos permite analizar la viabilidad comercial y económica de una idea, un proyecto empresarial, un producto o un servicio.

Como ya mencionados en los párrafos podemos entender cómo es que desde la formación de nuestro empresa hasta llegar al punto de marketing es poder ofrecer un buen producto y servicio a nuestros clientes, como tener un buen trato con nuestros socios ya sean terceras personas y así poder tener un buen rendimiento

¿Cómo se hace el estudio del mercado?

Un estudio de mercado consiste en recolectar información y realizar un análisis de datos sobre un mercado específico. Un estudio de mercado tiene tres pilares fundamentales: la oferta, la demanda y el entorno. Los tres deben analizarse con el mayor cuidado. Y así poder tener un mejor control de nuestra información y poder analizar nuestro mercado.

En las 4 P's. son el producto, precio, punto de venta y promoción. Estos son los cuatro elementos básicos con los que el profesor de contabilidad estadounidense E. Jerome McCarthy definió el concepto de marketing en 1960. Don eso nos lleva a un proceso que quiere decir que es el conjunto de actividades planificadas que implican la participación de un número de personas y de recursos materiales coordinados para conseguir un objetivo previamente identificado.

Dentro de una empresa existen un conjunto de actividades que se desarrollan en una secuencia determinada permitiendo obtener productos o salidas a partir de unas entradas o materias primas. Los procesos pueden ser industriales (en los que entran y salen materiales) o de gestión (en los que entra y sale información).

¿Cuáles son los tipos de procedimientos que existen?

Los 4 tipos de procedimientos más destacados son:

Juicio ordinario.

Juicio verbal.

Juicio Monitorio.

Juicio Cambiario.

Los procedimientos de producción son los insumos que se utilizan para producir otros bienes o servicios. Así, pueden dividirse en cuatro: tierra, trabajo, capital y capacidad empresarial.

Como podemos entender son sistemas administrativos creados para lograr metas y objetivos con el apoyo de las propias personas, o con apoyo del talento humano, los recursos disponibles, entre otras cosas para si poder tener un mejor rendimiento.

Puedo concluir diciendo que el objetivo o propósito del tema implantación del modelo de negocio, es poder formar nuevos negocios donde podamos tener rendimiento económico con el fin de poder sacar nuestra empresa a delante y generar nuevos empleos para la sociedad y así poder aportar un poco de nuestros servicio o productos para poder dar el cumplimiento de las metas y objetivos adonde que ramos llegar.

BIBLIOGRAFÍA:

[HTTPS://WWW.MODELOS-NEGOCIO-BASADOS/CKCHAIN/DP/1718053371/REF=EDICIÓN 2010/PÁG. 250/.](https://www.modelos-negocio-basados/ckchain/dp/1718053371/ref=edición%202010/pág.250/)

ANTOLOGÍA FINANZAS INTERNACIONALES UDS.