



**Nombre de alumno: ALEKSANDRA PRZEKAZINSKA**

**Nombre del profesor: IVÁN ALEXIS RIVAS ALBORES**

**Nombre del trabajo: ENSAYO**

**Materia: TALLER DEL EMPRENDEDOR**

**Grado: 9°**

**Grupo: LCF26SDC0120-B**

**Comitán de Domínguez Chiapas a 8 de julio de 2023**

## IMPLANTACIÓN DEL MODELO DEL NEGOCIO

La implantación del modelo de negocio es un proceso fundamental en el ámbito empresarial, donde se ponen en marcha las estrategias diseñadas para alcanzar los objetivos de la empresa. Es el momento donde las estrategias de marketing se convierten en acciones concretas, se aprovechan las oportunidades del mercado y se ponen en marcha los procesos de producción para dar vida a los productos o servicios ofrecidos.

El mercado es un espacio donde las personas realizan intercambios de bienes y servicios. En este proceso, los vendedores ofrecen productos y establecen el precio, mientras que los compradores determinan cuánto están dispuestos a pagar por esos productos. El precio final depende de la relación entre la oferta, eso es la cantidad disponible de productos y la demanda o sea el interés de los consumidores en adquirirlos. Si la demanda es baja, habrá más productos disponibles y los precios serán más bajos, pero si la demanda es alta, la oferta será limitada y los precios probablemente serán más altos.

El marketing es una disciplina que se encarga de identificar, satisfacer y comunicarse con los clientes para satisfacer sus necesidades y lograr los objetivos de una empresa. Philip Kotler, uno de los considerados padres del mercadeo a nivel mundial, lo define como: "...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."

El marketing abarca diferentes actividades, como la investigación de mercado para comprender las preferencias y comportamientos de los consumidores, el desarrollo de productos o servicios que satisfagan esas necesidades, la fijación de precios adecuados, la elección de canales de distribución eficientes y la promoción de los productos a través de tácticas de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y marketing digital.

La relación entre el mercado y el marketing es estrecha y fundamental. El marketing es una disciplina que se enfoca en entender, satisfacer y comunicarse con los consumidores en el mercado. Su objetivo principal es identificar las necesidades y deseos de los clientes, y desarrollar estrategias para ofrecerles productos o servicios que satisfagan esas necesidades de manera efectiva.

El mercado, por su parte, es el entorno donde se llevan a cabo las transacciones comerciales. Es el espacio en el que los compradores y vendedores interactúan para intercambiar bienes y servicios. El mercado está compuesto por diversos segmentos y nichos, cada uno con características y preferencias particulares.

El marketing utiliza el análisis del mercado para comprender las demandas, tendencias y comportamientos de los consumidores. ¿Pero que es el análisis del mercado?

El análisis del mercado es un proceso sistemático de recopilación, interpretación y evaluación de datos e información relacionados con un mercado específico. Su objetivo es comprender las características, tendencias, oportunidades y desafíos que existen en el mercado en el que opera una empresa o se pretende ingresar.

El análisis del mercado implica investigar y recopilar información relevante sobre diversos aspectos, como el tamaño y la estructura del mercado, los segmentos de clientes, los competidores, las tendencias del consumidor, los factores económicos, políticos y sociales que pueden influir en el mercado, entre otros. Al llevar a cabo el análisis del mercado, se utilizan herramientas y técnicas de investigación de mercado, como encuestas, entrevistas, análisis de datos demográficos, análisis de la competencia y revisión de fuentes secundarias, como informes de la industria y datos económicos.

El análisis del mercado permite a las empresas obtener una visión clara y actualizada de su entorno competitivo y del comportamiento de los consumidores. A partir de los resultados obtenidos, las empresas pueden tomar decisiones estratégicas informadas sobre la segmentación del mercado, el posicionamiento de sus productos o servicios, el diseño de estrategias de marketing, la fijación de precios y otras acciones destinadas a maximizar el éxito en el mercado.

Uno de los conceptos más famosos y clásicos de cuando se habla de marketing, es la mezcla de mercadotecnia o Marketing Mix. El concepto que fue creado por el profesor Jerome McCarthy. Fue el quien trajo uno de los fundamentos actualmente más aplicados para la comprensión del mercadeo: las 4p's.

McCarthy planteó que producto, precio, promoción y punto de venta, son las variables fundamentales para que una empresa ponga en marcha su estrategia de mercadeo.

Producto se refiere al bien tangible o servicio intangible que una empresa ofrece al mercado. Esto incluye aspectos como el diseño, características, calidad, marca, empaque y servicios adicionales relacionados con el producto.

Precio como su nombre lo indica hace referencia al valor monetario que se asigna al producto o servicio. El precio debe ser establecido considerando diversos factores, como los costos de producción, la competencia, la demanda, los márgenes de beneficio y las estrategias de fijación de precios.

Plaza o distribución son las estrategias relacionadas con la forma en que el producto o servicio llega al mercado y está disponible para los consumidores. Esto incluye decisiones sobre canales de distribución, intermediarios, logística, almacenamiento y puntos de venta.

Y por último la promoción, eso es todas las actividades de comunicación que una empresa utiliza para informar, persuadir y recordar a los consumidores sobre su producto o servicio. Esto incluye publicidad, relaciones públicas, promociones de ventas, marketing directo, marketing en línea y otras herramientas de comunicación.

Las 4P's son consideradas fundamentales en la estrategia de marketing de una empresa, ya que permiten diseñar y ejecutar acciones específicas para alcanzar los objetivos de marketing.

Por último, al hablar sobre tema de mercado y marketing es necesario e inevitable mencionar el proceso de producción.

La producción es una actividad fundamental en el ámbito empresarial que tiene como objetivo transformar los insumos disponibles en productos o servicios que satisfacen las necesidades del mercado. Es un proceso complejo que implica la combinación de recursos humanos, físicos y técnicos de manera eficiente y efectiva para lograr resultados finales de calidad.

En este proceso de producción, existen diversos elementos que desempeñan un papel clave. Uno de estos elementos son los insumos, que son los recursos necesarios para llevar a cabo la producción. Estos insumos pueden incluir materiales, mano de obra, equipos, tecnología y capital. Cada uno de estos recursos desempeña un papel específico en el proceso y su adecuada gestión es crucial para el éxito de la producción.

Otro elemento fundamental es el proceso de producción en sí mismo. Este proceso involucra una serie de pasos y actividades secuenciales que permiten transformar los insumos en productos terminados. Incluye etapas como la planificación, compra de materiales, la fabricación, el control de calidad y la distribución.

La tecnología también juega un papel fundamental en la producción. La tecnología abarca desde el conocimiento técnico hasta la maquinaria, herramientas y métodos utilizados en el proceso. El uso adecuado de la tecnología puede aumentar la eficiencia y la capacidad de producción, mejorando la calidad y reduciendo los tiempos de producción. Es importante estar al tanto de las últimas innovaciones tecnológicas y utilizar aquellas que sean adecuadas para el proceso de producción.

La capacidad de producción es otro elemento esencial para tomar en cuenta. Se refiere a la cantidad máxima de productos o servicios que una empresa puede producir en un período determinado. La capacidad de producción está determinada por factores como el equipo disponible, el nivel de habilidades de la mano de obra y la eficiencia del proceso.

La gestión de la producción es un elemento casi omnipresente ya que abarca todas las etapas y recursos involucrados en el proceso. Implica la planificación, organización y control de las actividades de producción para lograr los objetivos establecidos. Esto incluye la gestión de inventarios, la programación de la producción, el control de calidad y la mejora continua. Una gestión eficiente de la producción garantiza la optimización de los recursos y la entrega de productos o servicios de calidad a tiempo.

La calidad es otro aspecto super importante en el proceso de producción. Se refiere al nivel de excelencia que posee un producto o servicio. La gestión de la calidad en la producción busca asegurar que los productos cumplan con los estándares y expectativas de los clientes. Esto implica la implementación de controles de calidad, el seguimiento de procesos y la retroalimentación constante para identificar oportunidades de mejora.

La gestión de los costos de producción también es esencial. Los costos de producción incluyen los gastos incurridos en el proceso, como el costo de los insumos, la mano de obra, el mantenimiento de equipos y otros costos indirectos. Una gestión eficiente de los costos permite optimizar los recursos y maximizar la rentabilidad.

Por último, la productividad. Es un elemento clave en la producción. Se refiere a la relación entre la cantidad de productos o servicios producidos y los recursos utilizados en el proceso. Una mayor productividad implica producir más con menos recursos, lo cual es esencial para mejorar la eficiencia y competitividad de una empresa.

En conclusión, el mercado y el marketing son dos conceptos interrelacionados que juegan un papel fundamental en el mundo empresarial. El mercado es el escenario donde ocurren los intercambios comerciales, mientras que el marketing es la disciplina que nos ayuda a entender, atraer y satisfacer a esos clientes tan demandantes.

Pero en mi opinión la producción es la estrella del show, porque es la encargada de convertir esos insumos en productos y servicios que enamoren a los clientes. Requiere de la combinación perfecta de recursos, tecnología y una planificación cuidadosa.

Como dijo Peter Drucker, uno de los gurús de la gestión empresarial: "El propósito de un negocio es crear y retener clientes". Esta cita nos enseña que el objetivo final de cualquier emprendedor, negocio o empresa es generar lealtad y satisfacción en los clientes a través de una producción y un marketing excepcionales.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Antología Institucional
- <https://www.sernac.cl/portal/607/w3-propertyvalue-21057.html>
- <https://www.euroinnova.mx/blog/que-es-mercado-y-sus-caracteristicas>
- <https://blog.hubspot.es/marketing/estudio-de-mercado>
- <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-mercado/>
- <https://blog.corponet.com/proceso-de-produccion-y-su-importancia-en-las-empresas>