



**Nombre de alumna: Yadis Guadalupe
Gutiérrez Roblero**

**Nombre del profesor: C.P. Víctor Tadeo Cruz
Recinos**

Nombre del trabajo: Cuadro Sinóptico

Materia: Macroeconomía

Grado: 6° Cuatrimestre

Grupo: "B"

Frontera Comalapa, Chiapas a 24 de mayo de 2020

FILOSOFIA EMPRESARIAL

CONCEPTO

Es el conjunto de saberes, establece, de manera racional los principios para organizar una empresa

Es la base para perfeccionar, objetivos y estrategias para el futuro de la empresa

Si una empresa no tiene filosofía propia, sus posibilidades de éxito son reducidas

MISION

Marco conceptual que define cual es y cuál sería el negocio, establece estrategias que le dan rumbo al

Se debe apoyar en una promesa, que atrae la voluntad del consumidor y representa su esperanza de satisfacer su necesidad

3 partes de una misión:

- ◆ Demanda
- ◆ Oferta
- ◆ Habilidad distintiva

VISION

Define a la empresa, como sería su imagen en el futuro mediante las estrategias para lograrlo

Si una empresa no tiene visión, no puede dar una imagen de empresa confiable, o responsable, y es seguro que el consumidor no quisiera estar con ellos

OBJETIVOS

Ejemplo:

- ◆ Brindar al cliente un servicio competente
- ◆ Establecer un vínculo
- ◆ Ofrecer al cliente un sistema de crédito
- ◆ Mantener la imagen de honradez

- ◆ Calidad de trabajo
- ◆ Crecer dentro del mercado de la empresa
- ◆ Instalar tecnología al alcance de nuestros clientes

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Es un sistema de distribución de puestos de trabajo, por departamentos

Se establecen los canales de distribución, de diferentes niveles, vertical, horizontal, o circular

EQUIPO DE TRABAJO

Conjunto de personas que trabajan en una organización

GERENTE GENERAL:

- El que toma las decisiones en general dentro de la empresa
- Supervisión a sus empleados

SUBGERENTE:

- Designación de operarios
- asignación, compra de repuestos

SECRETARIA CONTADORA

- Cobro de factura pendientes
- Pago de facturas a proveedores
- Elaboración de facturas
- Cobro de cheques

MAESTRO PRINCIPAL:

- Chequeo de los trabajos realizados por los maestros antes del gerente y subgerente

POLITICAS

Son las reglas, normas, lineamientos, internos de la empresa a los que se rigen, jefes, empleados, clientes, proveedores, y público en general

- ♦ Hora de entrada: se trabaja por jornada
- ♦ Días de trabajo: se trabaja durante los días de atención
- ♦ Días festivos: no se trabajan los días 2 de nov. 25, 31 de dic.

- ♦ Trabajadores: puntualidad, portar uniforme, no llegar ebrio, brindar servicio cordial al cliente
- ♦ Jefes: puntualidad, brindar seguridad a sus trabajos, cumplir con los exigencias del cliente

- ♦ Cliente: No dejar cosas de su pertenencia, respetar el horario de atención, cumplir con el pago de sus facturas
- Ambiental: cumplir con todas las normas ambientales, deberán acogerse a las normas

ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Es el camino que toda empresa deber recorrer para alcanzar sus objetivos.

Estrategias de marketing: sirven de dirección para todas las áreas de una organización

Estrategias, nacionales, regionales, locales:

Desarrollar planes de marketing diferentes para distintas zonas geográficas

Estrategias del mercado:

Ampliar a un nuevo mercado, centrarnos en un mercado con gran potencial

ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Estrategias del precio:

Fijar precios inferiores o superiores a la competencia, es habitual tener precios bajos a la de la competencia

Estrategias del personal de venta:

Determinar si se debe incorporar una estructura de marketing

Estrategias de promoción:

Se realizan para cubrir necesidades en un periodo limitado

FODA

Consiste en evaluar las fortalezas y debilidades, que están relacionadas con el ambiente interno de la empresa

Requiere evaluar:

- ♦ Aspectos económicos, tecnológico, político
- ♦ La competencia actual y potencial

Para el análisis interno:

- ♦ Los recursos humanos y materiales disponibles
- ♦ Bienes inmateriales, como la marca, imagen

1.- ¿Qué es una franquicia?

Es una forma de negocio en el que una empresa o negocio en el que una persona o empresa cede a otra el derecho de explotación de su sistema de negocio a cambio de una contraprestación de negocio.

2.- ¿Quién es el franquiciador?

Persona física o jurídica que posee una marca de y un know how propios y decide cederlos a otra persona a cambio de una remuneración económica.

3.- ¿Quién es el franquiciado?

Persona física o jurídica que pone en marcha su empresa en asociación con el franquiciador, lo que le permite emprender un negocio cuyo éxito ha sido comprobado, reduciendo el riesgo al que se enfrenta.

4.- ¿Qué es la marca?

El baluarte del negocio, la clave. El franquiciador posee la propiedad de una marca y cede su uso al franquiciado, que deberá utilizarla conforme a la identidad corporativa y a las instrucciones pertinentes.

5.- ¿Qué es know how?

El saber hacer, los procesos, sistemas y normativas propios de la marca. Después de esta es el segundo distintivo más importante del negocio, la clave para que la franquicia sea rentable y de éxito, el franquiciado recibirá un manual operativo de los procedimientos seguir.

6.- ¿Qué es un contrato?

Es el documento jurídico que determina la relación entre las partes, las cuales se unen para lograr el éxito de la franquicia. En este acuerdo estará reflejada la autorización del franquiciador para que el franquiciado utilice la marca y el know how de la empresa, además de la obligación de este último de respetar las características distintivas del negocio.

7.-Tipos de franquicias y ejemplo:

- ✚ Franquicias comerciales: son aquellas en que el franquiciador cede a sus franquiciados los elementos necesarios para la venta de productos o servicios al cliente final.
 - Ejemplo: tienda de móviles pone house.
- ✚ Franquicias industriales: el franquiciador cede al franquiciado su know how(saber hacer), el derecho de fabricación, la comercialización de los productos, la marca, los procedimientos administrativos y la gestión.
 - Ejemplo: Coca-Cola
- ✚ Franquicias de producción: el franquiciador fabrica los productos y el franquiciado los vende. En este contrato se suele obligar a los

franquiciados a que distribuyan esos productos en exclusiva. Aquí se asegura que su producción se va a vender.

- Ejemplo: empresa de ropa Mango

- ✚ Franquicias de distribución: el franquiciador se dedica a revender los productos fabricados por otras empresas. También emplea a otra red de franquiciados para la distribución, en este caso una central de compras -ejemplo: cadena de supermercados intermarche.

8.- Derechos y obligaciones de una franquicia:

- ❖ Derechos del franquiciador:
 - Derecho a cobrar cuota inicial y unas regalías por su marca y know how
 - Derecho a tomar las decisiones estratégicas que considere oportunas
 - Derecho a exigir al franquiciado el cumplimiento de las normas de la confidencialidad de los procesos internos y utilización de los métodos de gestión de que se ve.
- ❖ Obligaciones del franquiciador: estar inscrito en el registro o institución pertinente que le sustituya.
 - Controlar los stocks y la calidad de los productos o servicios
 - Facilitar los proveedores o mercancías necesarias al franquiciado
 - Asesoramiento al mismo en lo que necesite
- ❖ Derechos del franquiciado: derecho a utilizar la marca know how mientras esté en vigor el contrato
 - Derecho a contar con la asistencia del franquiciador para la puesta en marcha del negocio.
 - Derecho a recibir asistencia por parte del franquiciador siempre que sea necesario
 - Derecho a que este le suministre los materiales necesarios para el desarrollo de la actividad
 - Derecho a la exclusividad territorial en el negocio.
- ❖ Obligaciones del franquiciado:
 - seguir los métodos y sistemas que marque el dueño de la franquicia.
 - Mantener la confidencialidad de los procesos internos
 - Utilizar los proveedores homologados

9.-Pasos para montar una franquicia:

- Estudia la viabilidad del negocio
- Determina la forma jurídica de la empresa
- Busca financiación
- Consigue el local
- Licencias y permisos

10.- Ventajas y desventajas de la franquicia:

Ventajas: podrá abrirse a nuevos mercados, disminuir el riesgo de inversión y ahorrar muchísimo en gastos de personal e infraestructuras.

Desventajas: tendrá un menor conocimiento del funcionamiento global del negocio y paralelamente, puede sufrir un pequeño aumento de competencia desleal.