



**Nombre de alumno:**

Blanca Edith Sánchez González

**Nombre del profesor:**

C.P Osvaldo Francisco Silvestre  
Cardenas

**Nombre del trabajo:**

Cuadro sinóptico “Producción/operación  
de la empresa” y “Evaluación y gestión  
del plan de negocios”

**Materia:** Plan de Negocios

**Grado:** 7º.

**Grupo:** “B”

**PRODUCCIÓN/  
OPERACIÓN DE LA  
EMPRESA**

**LOCALIZACIÓN DE  
LA EMPRESA**

La localización de los puntos de venta es una decisión de suma importancia y trascendencia

Se clasifican en dos grupos

- Factores que afectan al costo: terrenos, edificios, salarios, transporte.
- Factores que afectan a la demanda: proximidad de mercado, servicios, competidores, etc.

Los aspectos son: el potencial del mercado, la participación posible en el conjunto del mercado, la estimación de las ventas, el crecimiento esperado del potencial del mercado.

**DETERMINACIÓN  
DEL NUMERO DE  
PUNTOS DE VENTA**

Cuanto mas puntos de distribución existan, mayor será el volumen de ventas que se pueda conseguir

Los rendimientos marginales procedentes pueden ocasionar que las ventas medias del punto de distribución disminuyan de tal modo que este deje de ser rentable, lo que provocará el abandono de la distribución del producto.

- Método de selección por lista de factores
- Métodos análogos
- Métodos gravitacionales

**MATERIA PRIMA Y  
PROVEEDORES**

Se define como materia prima todos los elementos que incluyen en la elaboración de un producto.

Es utilizada principalmente en las empresas industriales que son las que fabrican un producto

Pueden disponer de todos los recursos que integran los productos que elaboran, a si como de los servicios adicionales

Es, por tanto, de suma importancia llevar a cabo una buena administración de compras que garantice los suministros de materiales y competentes en la calidad y cantidad requeridas

**PROCESO DE  
FABRICACIÓN**

Un producto nuevo puede clasificarse en función de su grado de novedad para el mercado o para la empresa que lo elabora

Si el producto ya existe en el mercado y es nuevo solo para la empresa, no será en realidad un nuevo producto y consistirá simplemente en una nueva marca.

Fases o etapas

- Generación de ideas
- Depuración de ideas
- Desarrollo y test del concepto
- Desarrollo del producto
- Test del producto
- Test del mercado

**GENERACIÓN DE  
IDEAS**

Supone una búsqueda sistemática de nuevos productos, acudiendo a una diversidad de fuentes

Métodos o procedimientos

- Fuentes de nuevas ideas
- Métodos para obtener nuevas ideas

Científicos actuales, empleados, distribuidores y proveedores, científicos e inventores, patentes, competidores

Van desde lo menos estructurados, como los que se derivan de las relaciones habituales entre los clientes y la empresa

**DESARROLLO Y  
PRUEBA DEL  
CONCEPTO**

Consiste en una descripción detallada de la idea del producto en terminos que tengas significados para el consumidor.

Por ejemplo: un automóvil económico, de bajo recurso de gasolina, facil de estacionar, para estacionar, para cuidad

Supone realizar una comprobación de como se interpreta y evalúa el concepto del producto

**PRODUCCIÓN/  
OPERACIÓN DE LA  
EMPRESA**

**DISEÑO ESTRATEGIA  
Y ANÁLISIS  
ECONÓMICO**

Ete planteamiento debe consistir en una descripción del mercado meta y del posicionamiento del producto

Debe hacerse una previsión

De la evolución posible del precio y del modo en que va a distribuir y proporcionar el producto

El análisis económico supone una revisión completa de las ventas, costos, utilidades, potencial de crecimiento, duración en el mercado

**DESARROLLO DEL  
PRODUCTO**

Supone la realización efectiva de un prototipo del producto o de versiones preliminares del mismo

Permite comprobar las posibilidades de producción, características del producto, costos, rendimiento, etc.

**PRUEBA DEL  
PRODUCTO**

Los distintos prototipos del producto nuevo deben probarse por los consumidores potenciales con el fin de comprobar en que medida el producto físico se adecua al concepto del producto desarrollado

Puede hacerse de distintos modos

De forma individualizada o comparando el producto nuevo  
Con identificación o no de la marca del producto nuevo  
De forma instantanea  
En el domicilio del consumidor

**PRUEBA DEL  
MERCADO**

Es una comercialización real del producto nuevo a escala reducida

Su principal ventaja

Permite obtener una estimación real de cómo será aceptado el producto por el mercado y posibilita, por tanto, efectuar modificaciones en la estrategia de mercadotecnia

**LANZAMIENTO Y  
COMERCIALIZACIÓN  
DEL PRODUCTO**

Si en todas las etapas anteriores los resultados han sido satisfactorios, el producto se lanzará finalmente al mercado.

La estrategia diseñada deberá contemplar sus posibles cambios y adaptaciones a la evolución del producto a lo largo de su ciclo de vida.

Una vez lanzado al mercado, el producto experimentará un proceso de difusión y adopción, tal como se describe en el siguiente apartado.

**MAQUINARIA**

Se llama máquina a todo instrumento inventado por el hombre para auxiliar su trabajo; y se llama maquinaria a toda combinación de instrumentos que bajo la dirección del hombre desarrollan considerables fuerzas.

La importancia de las máquinas en la producción es indiscutible e inmensa, pues aumentan y aceleran los procedimientos, perfeccionan los trabajos, abaratan las cosas, ahorran esfuerzos penosos

**PRODUCCIÓN/  
OPERACIÓN DE LA  
EMPRESA**

<p>HERRAMIENTAS DE TRABAJO</p>	<p>Los también llamados útiles de trabajo, con frecuencia, tanto para las compañías que los otorgan como para los colaboradores que los reciben</p>	<p>Por tal razón resulta vital conocer las características de estas herramientas y sus alcances en la organización</p>	<p>Bajo este contexto los trabajadores deben recibir de sus patrones sus instrumentos de trabajo, siempre que aquellos no se hubiesen comprometido a emplear utensilios propios.</p>
<p>CAPASIDAD DE PRODUCCIÓN</p>	<p>Es el volumen de productos que puede generar una planta o empresa de manufactura en un período determinado, utilizando los recursos existentes actuales.</p>	<p>Permitirá a una empresa estimar el rendimiento financiero futuro y crear una línea de tiempo confiable para la entrega de los productos</p>	<p>Estos factores que afectan la capacidad de producción se relacionan a un nivel tal, que un cambio en un factor afecta potencialmente a los demás.</p>
<p>CONTROL DE CALIDAD</p>	<p>Trata del conjunto de herramientas, acciones o mecanismos que tienen como objeto la identificación de posibles errores en los distintos procesos de la empresa, y la eliminación del producto o servicio en que se detectan.</p>	<p>Algunas características mas importantes</p>	<p>Se trata de una desición empresarial Se orienta a la satisfacción del cliente Establece un marco para mejorar los procesos de la empresa Busca el liderazgo y la participación Puede ser objeto de certificación o no</p>
<p>INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA</p>	<p>Este sistema se gestiona a través de la monitorización mediante el despliegue de los equipos suficientes, máquinas y software para el cliente.</p>	<p>Son cuatro los elementos que forman</p>	<p>Servidores Almacenamiento Networking Seguridad</p>
<p>IDENTIFICACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN</p>	<p>También llamados costos de operación son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento</p>	<p>El costo de producción tiene dos características opuestas</p>	<p>La primera es que para producir bienes uno debe gastar; esto significa generar un costo. La segunda característica es que los costos deberían ser mantenidos tan bajos como sea posible y eliminados los innecesarios.</p>
<p>ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS</p>	<p>Se ve reflejado claramente, cumpliendo así con su propósito que es el de utilizar de manera eficiente y eficaz los recursos en todo organismo social.</p>	<p>La administración personal tiene diversas excepciones</p>	<p>Relaciones industriales Administración de Recursos Humanos Administración de personal Relaciones Humanas en el Trabajo Relaciones Laborales</p>

**PRODUCCIÓN/  
OPERACIÓN DE LA  
EMPRESA**

**EQUIPO DE  
LÍDERES DE  
PROYECTO**

Es la persona que tiene la responsabilidad total del planeamiento y la ejecución acertados de cualquier proyecto.

**Su misión**

Es la de dirigir y coordinar los proyectos de desarrollo y mantenimiento de las aplicaciones de un área de la empresa, supervisando las funciones y los recursos de análisis funcional, técnico y programación,

Con el fin de satisfacer las necesidades de los usuarios y asegurando la adecuada explotación de las aplicaciones.

**DEFINICIÓN DE  
FUNCIONES Y  
RESPONSABILIDADES**

- División de trabajo
- Jerarquización
- Departamentalización
- Descripción de funciones

Es la separación y delimitación de las actividades  
Que significa superior  
Tipos: funcional, productos, geográfica, clientes, equipos y secuencia  
Definir con toda la claridad las labores y actividades

**ORGANIGRAMA**

Consiste en la representación gráfica de la estructura de la empresa

representa las estructuras departamentales, además de ser un buen esquema de las relaciones jerárquicas y competenciales dentro de la empresa.

**CLASIFICACIÓN DE  
ORGANIGRAMAS**

- Por su naturaleza
- Por su finalidad
- Por su ámbito
- Por su contenido
- Por su presentación o disposición gráfica

- Microadministrativos, Macroadministrativos, Mesoadministrativos.
- Informativo, Analítico, Formal, Informal
- Generales, Específicos
- Integrales, Funcionales, De Puestos, Unidades y Plazas
- Verticales, Horizontales, Mixtos, De Bloque, Circulares

**EVALUACIÓN Y  
GESTIÓN DE PLAN  
DE NEGOCIOS**

**FUENTES DE  
FINANCIAMIENTO Y  
OTROS APOYOS**

Según Cisneros existen 7  
modelos de financiamiento  
basicos para las  
organizaciones

FFF  
Fondos gubernamentales  
Capital semilla  
Inversionistas Ángeles  
Capital riesgo  
Private equity  
Financiamiento bancario

**MODELOS DE  
INCUBACIÓN DE  
EMPRESAS EN  
MÉXICO**

Las mas  
importantes del  
país

CIEBT  
EI ITESM  
Venture institute  
Unicube  
ITESO  
Ángel ventures

**PRESENTACIÓN  
DEL DOCUMENTO**

Diez diapositivas  
Exponer en diez minutos  
Usa una fuente en tamaño de  
treinta puntos

El problema,tu solución,el modelo de negocio, venta  
competitiva,marketing y ventas, competencia, el equipo  
Debes intentar hacer tu exposición en veinte minutos, para  
tener cuarenta de sobra para el debate.  
Esfuézrate por no utilizar una fuente más pequeña que treinta  
puntos.

**VALIDACIÓN DE  
PLAN DE  
NEGOCIOS**

Tener el "business plan" como documento  
guía.  
Perfecciona la idea  
Un estudio, a fondo, de mercado  
¿Qué hace la competencia?  
Busca tu propuesta de valor  
Finanzas realistas  
Prepara un buen Plan B

El plan de negocio no es un mero trámite  
para conseguir un crédito o una subvención  
Puede que tú pienses que tu idea de negocio es la mejor del mundo  
Debe obtener la mayor información posible: estudios sectoriales de tu sector  
Investiga quiénes serán los competidores con los que te disputarás el mercado.  
Calidad, originalidad, atención al público, servicio postventa...  
Asegúrate de que vas a tener un fondo de maniobra suficiente  
Prepárate para todas las eventualidades posibles