



## PLAN DE NEGOCIOS.

7mo. CUATRIMESTRE. ADMINISTRACION Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS.

MAESTRO: REYNALDO FRANCISCO MANUEL.

ALUMNA: VANESSA GUADALUPE SÁNCHEZ PIMENTEL.

# Producción/Operación de la empresa.

## Localización de la empresa

La localización de los puntos de venta es una decisión de suma importancia y trascendencia. Una adecuada localización del punto de venta contribuye favorablemente a su elección por el comprador.

### Factores

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

### Determinación del número de puntos de venta

Una vez seleccionado el mercado, puede determinarse el número de puntos de venta que van a ser necesarios para alcanzar los objetivos comerciales.

### Selección del lugar de ubicación

Existen diversos métodos para seleccionar el lugar de ubicación de los puntos de venta. Pueden agruparse en: métodos de selección por lista de factores, analógicos y gravitacionales.

### Determinación del tamaño y características de los puntos de venta

Una vez elegida la localización del punto de venta, debe decidirse sobre su tamaño, características de las instalaciones, accesos a las mismas, estacionamiento necesario, etc.

## Materia prima y proveedores

### Materia prima

La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final.

La materia prima es utilizada principalmente en las empresas industriales que son las que fabrican un producto.

### Proveedores

Pocas empresas u organizaciones son totalmente autosuficientes y pueden disponer de todos los recursos que integran los productos que elaboran, así como de los servicios adicionales (transporte, almacenaje, seguro, crédito, asesoría jurídica y económica, etc.) que precisan.

## Proceso de fabricación y/o presentación del producto

La planeación de nuevos productos es un proceso complejo y, tradicionalmente, ha sido considerado como un proceso largo y secuencial.

### Fases o etapas

- Generación de ideas.
- Depuración de ideas.
- Desarrollo y test del concepto.
- Diseño, estrategia y análisis económico
- Desarrollo del producto
- Test del producto
- Test del mercado.
- Lanzamiento y comercialización del producto.

## Maquinaria y/o herramientas de trabajo

### 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.

## Capacidad de producción

La capacidad de producción es el volumen de productos que puede generar una planta o empresa de manufactura en un período determinado, utilizando los recursos existentes actuales.

## Establecimiento de requerimientos de personal

En la actualidad en las empresas es imperante que dentro de la planeación estratégica se incluya el reclutamiento y selección de personal.

- Captación de posibles candidatos.
- Comprobación de la información.
- Selección de personal.

## Herramientas de trabajo

También llamados útiles de trabajo, con frecuencia, tanto para las compañías que los otorgan como para los colaboradores que los reciben, son una fuente de controversias, pues existe una línea muy delgada entre estos y las prestaciones laborales.

Una de las formas más fáciles de calcular la capacidad es usando la cantidad total de producción para un período de tiempo determinado.