



**Universidad del Sureste**



**Escuela de Medicina**

**“Súper nota”**

---

**Materia:**

**Taller del emprendedor**

**Docente:**

**Sandra Daniela Guillen Pulido**

**Alumno:**

**Tarsis Andrea Guillén Narváez**

**Semestre:**

**7° “A”**

# Operatividad empresarial

Las actividades operativas comprenden el empleo de recursos para diseñar, producir, distribuir y vender bienes y servicios.



Estas actividades generalmente operan como departamentos individuales o visiones de una organización.

## Componentes

- Investigación y desarrollo.
- Adquisiciones.
- Producción
- Distribución
- Venta y mercadeo
- Servicio

## Recordatorios

- No todas las empresas requieren cada una de estas actividades.

# Ciclo de producción

## Objetivos del área de producción:

La transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores es la producción.

## Especificaciones del producto o servicio



- Simplicidad y practicidad
- Confiabilidad
- Calidad

## tipos de bienes

- Bienes industriales.
- Bienes de consumo.

## tipos de servicios

- Servicios comerciales
- Servicios profesionales.

## proceso de producción y prestación del servicio

- proceso de producción
- Diagrama de flujo del proceso de producción es una secuencia gráfica de las operaciones;



# Ciclo de ventas

## Distribución y puntos de venta

- Costo de distribución del producto.
- Control que pueda tener sobre políticas de precio, promoción al consumidor final y calidad del producto
- Conveniencia para el consumidor del punto final de venta
- Capacidad de la empresa para distribuir el producto



## Promoción del producto o servicio

- Promover
- Publicidad
  - Periódicos
  - Radio.
  - Volantes.

## Promoción de ventas

- Actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio de la empresa

# Fijación y políticas de precio

- La cantidad de dinero que se paga por los bienes o servicios constituye su precio.

El precio influye en la percepción que tiene el consumidor final sobre el producto o servicio. No debe olvidar a qué tipo de mercado está enfocando el producto



## Plan de introducción al mercado

- Cómo se distribuirá el producto
- Como se dara a conocer el producto
- El lanzamiento

Toda informacion obtenida del estudio de mercado

## Marcas

- Es un nombre, término, signo, símbolo o diseño, que identifica los bienes y/o servicios que ofrece una empresa su competencia



# Sistema y plan de ventas

Las ventas constituyen una de las funciones básicas de la empresa.



**Segmentar** consiste en dividir al mercado en secciones más pequeñas con características homogéneas entre sí

## Análisis del clima organizacional

### Relaciones de trabajo

- ① Motivación.
- ① Comunicación
- ① Trabajo en equipo
- ① Calidad personal y de vida de todos los miembros de la organización

## Análisis de la satisfacción del cliente

- ① Se basan e insisten en "enfocarse en el Cliente", considerando este principio de gestión como la piedra angular de cualquier gestión empresarial.

# Mejora del proceso y del producto

El control de calidad es el proceso que permite elaborar un producto o prestar un servicio, de acuerdo con las especificaciones de su diseño



Contar con procedimientos de mejora continua constituye una ventaja competitiva para la empresa

## Plan de Mejora Continua

- ① Análisis de las posibles causas que han provocado problemas en el tiempo
- ② Propuesta y planificación del plan
- ③ Implementación y seguimiento.
- ④ . Evaluación

## "Memoria descriptiva"

- ① El objetivo es establecer los datos técnicos-espaciales del proyecto ejecutivo presentado, iniciando de manera general a lo particular y específico