



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

ESCUELA DE MEDICINA

CUADRO SINOPTICO

Lic. Guillen Pulido Sandra Daniela

“6to” semestre grupo “B

Taller del Emprendedor

Gonzalez Requena Nymssi Michell

Comitán de Domínguez, chis. A 8 de octubre del 2021

Segundo parcial

Investigacion de mercado 1.5

- Marketing**
- Investigacion de mercado**
- Consumo aparente**
- Demanda potencial**
- Participacion de la competencia**
- Estudio de mercado**
- Encuesta**

El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece.

marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse.

Una vez que ha definido el segmento de mercado, debe tratar de establecer el **consumo aparente** que dicho segmento representa; esto se hace identificando el número de clientes potenciales, así como del consumo que se estima hagan del producto o servicio que la empresa ofrece, con base en sus hábitos de compra.

Si cuenta con un cálculo del consumo aparente (actual) del mercado, le será fácil determinar el consumo potencial del producto o servicio de la empresa, simplemente proyecte el crecimiento promedio del mercado en el corto, mediano y largo plazos.

La participación de la competencia en el mercado donde se pretende incursionar tiene una gran influencia en las decisiones que tomará la empresa para determinar sus actividades de marketing,

El estudio de mercado es el medio para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

La encuesta de mercado que se pretende aplicar debe ser cuidadosamente planeada. preguntas claras, concretas, que no impliquen cálculos complicados, sean breves y arrojen la información que busca.

Objetivos

Definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

Tamaño de mercado

El siguiente paso del plan de negocios es buscar, de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuántos clientes posibles puede tener la empresa.

Rutas de accion

- Desarrollar la entrada del nuevo producto al mercado.
- Ofrecer innovaciones periódicas, como nuevos sabores, colores o presentaciones.
- Desarrollar nuevos productos.
- Intensificar la lucha por ganar participación de mercado a través de campañas periódicas de promoción y publicidad.

Objetivos

Definir el producto o servicio que planea ofrecer, de acuerdo con el punto de vista del consumidor potencial. la cual le permitirá tomar decisiones respecto al precio, presentación y distribución del producto.

Aplicacion

Aplicarlo en la forma correcta para asegurar que la información que obtendrá sea válida para los fines perseguidos.

Resultados obtenidos

Hay que tabularla y referirla a la población total de clientes potenciales para obtener conclusiones válidas y confiables respecto a la factibilidad de mercado del producto o servicio de la empresa.

Segundo parcial

Analisis y elaboracion de protocolo 1.6

Eleccion de prototipo

Decidir plenamente lo que se diseñará y cómo se llevará a cabo el diseño, elegir los materiales, las técnicas que se emplearán, entre otros elementos.

Técnicas

Es necesario bosquejar, puede ser mediante un dibujo, los requerimientos identificados por parte de la demanda (croquis, graficos, maquetas, prototipo).

Prototipos

La construcción del prototipo no es un proceso fácil. Este puede basarse en diversos aspectos, tales como la elaboración manual de productos (prototipos) que tengan una aproximación al producto final.

Pruebas

Se pretende realizar un proceso de verificación, principalmente, desde el punto de vista técnico o comercial.

Objetivos

El objetivo de las pruebas de mercado es identificar aspectos de carácter cuantitativo sobre el grado de aceptación que va tener el producto entre los consumidores del mercado objetivo.

Boceto final

Para la realización definitiva de la propuesta de prototipo, se procesan bocetos detallados del producto o servicio. En este proceso, se incorporan algunas novedades al diseño definitivo de la propuesta, que se presenta a consumidores especializados con el propósito de analizar su desempeño.

Inspeccion detallada

detectar posibles errores, que una vez superados, permiten iniciar la producción.

Principios fundamentales de diseño

Comprovacion del producto

Se realiza una comprobacion del uso del servicio y adelanta el uso del mismo antes de ser presentado al mercado

Reduccion de riesgos

Reduccion de los riesgos funcionales, financieros, operativos entre otros al momento de indicar la etapa de induccion de los nuevos servicios

perfeccionamiento

Prueba o perfeccionamiento en el mercado, cuya finalidad sea la optimizacion del servicio y ña adecuacion final de este.

Elaboracion de un Reglamento interno 1.7

Definicion

Un reglamento es un conjunto ordenado y coherente de preceptos o normas que regirán el trabajo en una empresa, en una organización, la convivencia en un edificio de apartamentos, en una comunidad, un deporte, entre otras alternativas.

Caracteristicas

- Es una serie de normas que nos ayudan a estar en armonía y a mantener el orden dentro de una sociedad, en este caso, dentro de una empresa.
- Es un documento que reúne todas las normas que deben cumplir de forma obligatoria patrones y empleados.
- Es un acuerdo bilateral dentro del cual, trabajadores y patrones, asumen el compromiso de cumplir ciertas reglas al laborar en una empresa.
- Es importante advertir que el reglamento se encuentra contemplado en la Ley Federal del Trabajo en el Capítulo V, a partir del artículo 422

Elaboracion

- ✓ El punto de partida para comenzar a elaborarlo debería contemplar: Marco legal. Cultura empresarial. Especificaciones técnicas de la compañía.
- ✓ Requisitos de confidencialidad.
- ✓ Seguridad en el trabajo.
- ✓ Opinión de toda la plantilla de colaboradores.

Estructura

1. Proemio legal
2. Exposicion de motivos
3. Disposiciones generales
4. De la competencia y organización
5. De las facultades de las autoridades administrativas
6. De las facultades especificas de las distintas areas de la empresa
7. Derecho y obligaciones de los trabajadores
8. Transitorios
9. Firmas

Segundo parcial

Elaboracion de presupuesto de cada area funcional 1.8

Objetivos

El sistema contable de la empresa es una herramienta muy útil y practica que facilita la toma de decisiones del emprendedor y mantiene un monitoreo constante de las operaciones y salud financiera de la empresa.

Sistema contable

Es el proceso para llevar ordenadamente las cuentas de la empresa, saber cuál es su situación y buscar opciones atractivas que le permitan ahorrar en costos y/o gastos, así como aumentar sus expectativas de rendimiento.

Objetivo

facilitar la toma de decisiones, así como mantener en forma ordenada el registro de cada operación económica realizada durante cierto periodo,

Contabilidad de la empresa

El proceso contable debe determinarse antes de llevar a cabo la primera actividad económica de la empresa y, una vez diseñado, se deberá poder registrar de forma detallada cada operación; para esto es necesario planear el sistema contable que se utilizara y capacitarse para aplicarlo o contratar a la persona que lo haga.

Catalogo de cuentas

Se utiliza para anotar estas operaciones de manera ordenada y facilitar el proceso contable. El catalogo debe relacionar los números y los nombres o títulos de las cuentas, las que deben llevarse por separado para cada activo, pasivo, capital, ingresos y gastos. Para cada uno de estos conceptos se utiliza una cuenta separada.

Diario

es el primer lugar donde se registran los hechos y las cifras asociados con todas las operaciones, según el orden en que ocurren. Con este primer pasó en el proceso contable del negocio, se adquiere un historial o registro contable de los sucesos.

Presupuesto

es una representación en términos contabilísticos de las actividades a realizar en una organización, para alcanzar determinadas metas, y que sirve como instrumento de planificación, de coordinación y control de funciones.

Elaboracion

1. Pre-iniciación.
2. Elaboración del presupuesto
3. Ejecución
4. Control
5. Evaluación

Importancia

- Minimizar el riesgo en las operaciones de la organización.
- Plan de operaciones de la empresa en unos límites razonables.
- Revisión de políticas y estrategias de la empresa y direccionarlas hacia lo que verdaderamente se busca.
- Cuantifican en términos financieros
- Guías durante la ejecución de programas