



Alumno: Paola Jasmin Martinez Morales

Profesor: Ing. Darely Eunice Santizo Gutiérrez

Actividad: Mapa Conceptual

Materia: Plan de Negocios

Grado: 7° Cuatrimestre/LCF

Grupo: "C"

Frontera Comalapa Chiapas a 10 de Octubre de 2021.

INFORMACION PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

(VALOR 15%)

Tercera Actividad. - Parcial 1

Para la realización de la actividad tomanan como tema principal del Mapa Conceptual: **Producción / Operación de la Empresa.**

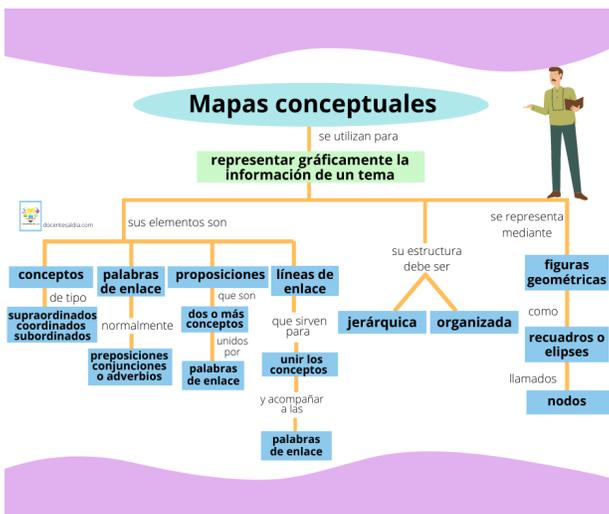
En ella, deberás incluir los siguientes subtemas, con sus elementos correspondientes según su jerarquía:

- Localización de la Empresa
- Materia Prima y Proveedores
- Proceso de Fabricación y/o presentación del servicio
- Maquinaria y/o herramientas de trabajo
- Nombre, costo y capacidad de producción
- Establecimiento de requerimientos de personal
- Infraestructura Tecnológica

- ✓ Puedes apoyarte de la **ANTOLOGIA** a partir de la pág. 49 y del Archivo denominado **Producción /Operación de la Empresa** que se encuentra en el apartado **Recursos.**
- ✓ Considera los elementos más importantes, sintetizando la información de forma clara y precisa.

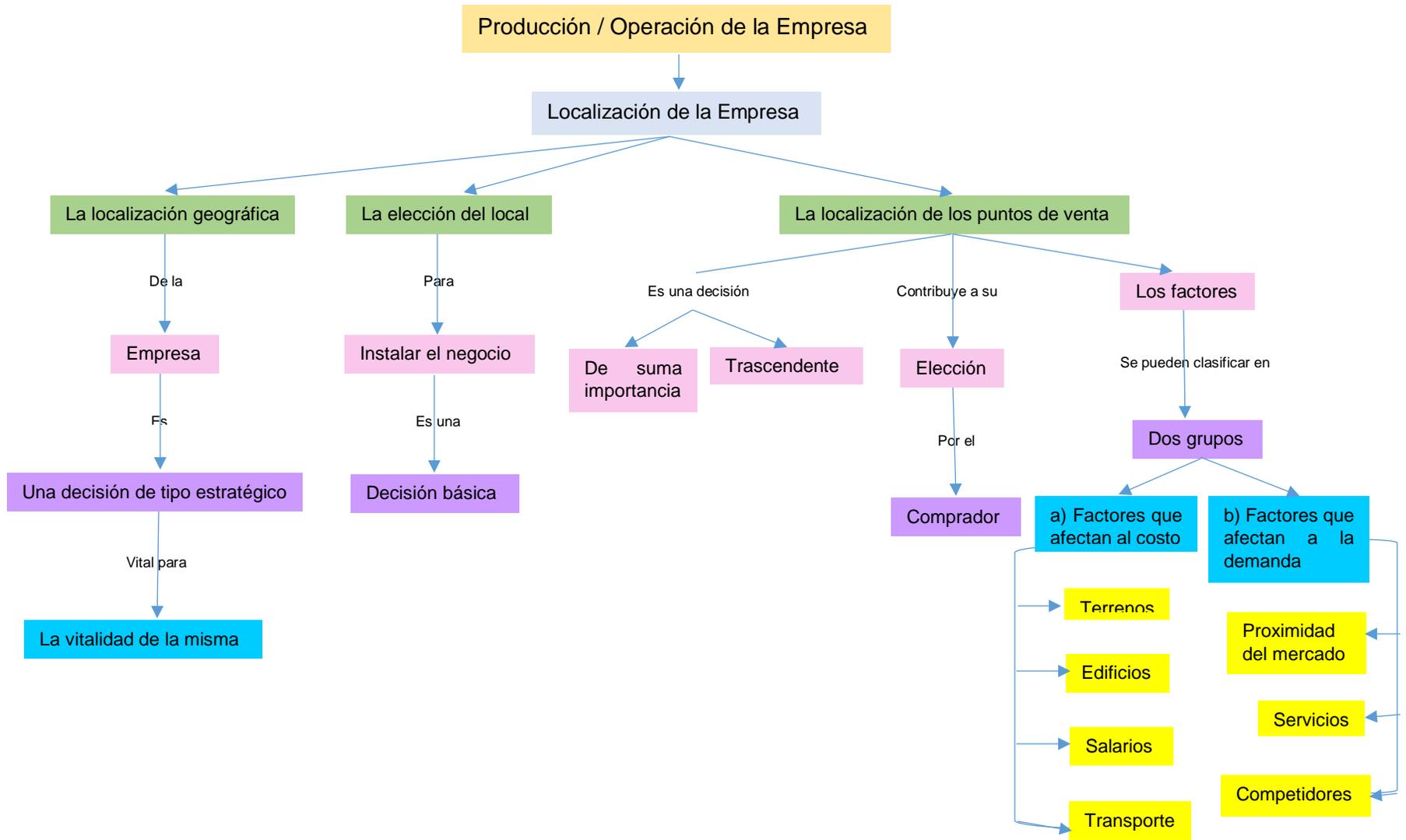
Ejemplos de Mapas Conceptuales:

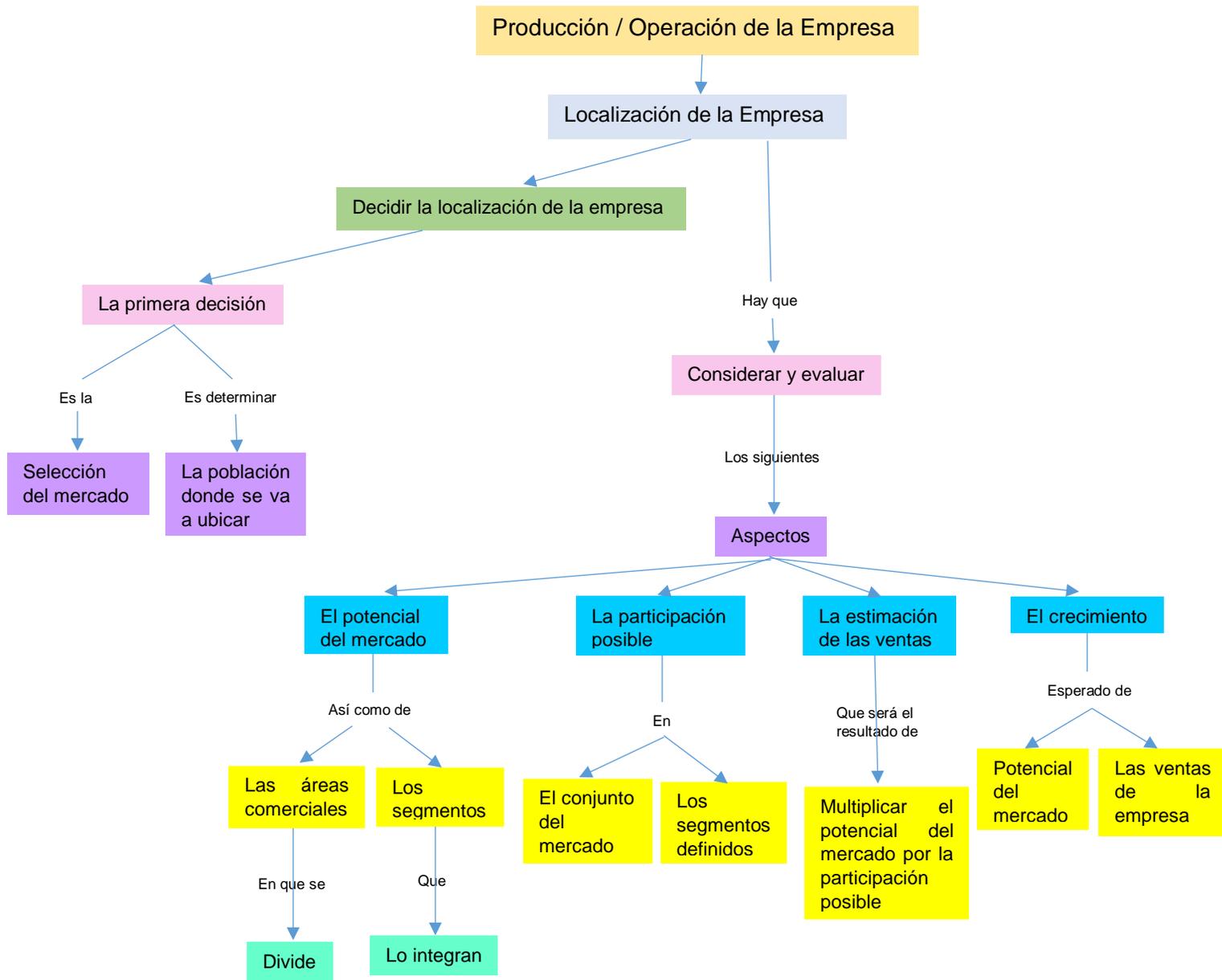
Ejemplo 1.



Ejemplo 2.







Producción / Operación de la Empresa

Localización de la Empresa

Decidir la localización de la empresa

Características de los residentes.

La proximidad del mercado y clientes.

La densidad de la población.

La distancia conveniente a las áreas de influencia.

La pirámide de población por edades.

El nivel de renta de los residentes.

El nivel de formación o educación.

La tasa de desempleo.

Dotación de servicios e industrial de la zona.

Las posibilidades de acceso a las materias primas y compradores.

Facilidad para disponer de materias primas u otros recursos (mano de obra cualificada, Universidad, centros de investigación, etc.).

Mano de obra cualificada y posibilidades de subcontratación.

La evaluación de la cercanía de los proveedores, que facilita y reduce los gastos de aprovisionamiento del negocio.

Suministro de agua, luz y teléfono, así como de infraestructura necesaria para el tipo de empresa que vaya a implantar.

Incentivos a la creación de la empresa.

Ayudas económicas e incentivos fiscales.

Calidad de vida.

Determinación del número de puntos

Una vez seleccionado

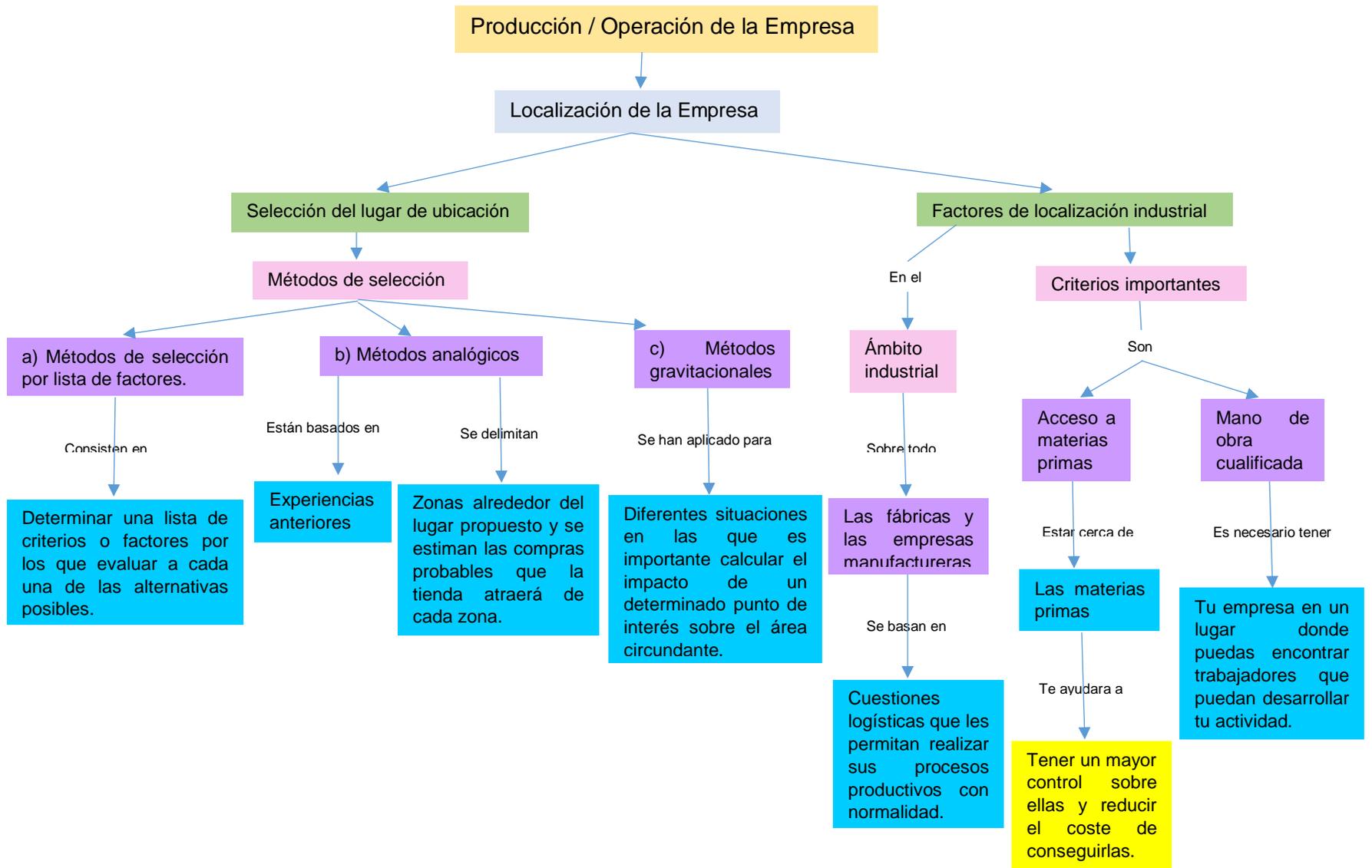
El mercado

Puede determinarse

El número de puntos de venta que van a ser necesarios para alcanzar los objetivos comerciales.

Cuanto más

Puntos de distribución existan, mayor será el volumen de ventas que se puede conseguir.



Producción / Operación de la Empresa

Localización de la Empresa

Factores de localización industrial

Criterios importantes

Son

Comunicaciones y transportes

La empresa

Necesita tener

Unas buenas comunicaciones con las redes de carreteras y una buena accesibilidad para conseguir una logística y distribución óptima.

Ayudas o beneficios fiscales

Si las

Corporaciones locales

Ofrecen

Ayudas fiscales a las empresas

Para que lleven

Los negocios a sus municipios, es probable que llame la atención a muchas compañías.

Factores de localización comercial

El

Aspecto comercial

Es vital para

Las empresas del sector de servicio

Las cuales dependen

Del lugar en el que se encuentren y la accesibilidad que tengan los establecimientos para sus clientes.

Son

Coste del establecimiento

Las mejores localizaciones

Son

Las más caras y, además, hay que contar con la cantidad de dinero que puede costar la reforma.

Proximidad a la demanda

Estar cerca

De la demanda y de nuestro target es imprescindible para que puedan llegar a nosotros.

Local visible

La importancia de

La visibilidad

Es tal que

Un negocio difícil de encontrar o que no destaque

Puede hacer que

Un consumidor no satisfaga sus necesidades.

Comunicaciones y facilidad de acceso

Este aspecto

Es fundamental para

Las empresas

Ya que

Si es difícil acceder a ellas, los clientes pueden optar por otras opciones.

Producción / Operación de la Empresa

Localización de la Empresa

Factores de localización comercial

Determinación del tamaño y características de los puntos de venta

Son

Actividades empresariales

Si alrededor de

Nuestra empresa existen otros tipos de actividades, puede ayudar y mucho, a aumentar el número de clientes en nuestro negocio.

Una vez elegida

La localización del punto de venta

Debe decidirse sobre

Su tamaño, características de las instalaciones, accesos a las mismas, estacionamiento necesario.

El surtido que se ofrecerá en el punto de venta.

La amplitud y profundidad del mismo

Estarán condicionadas por

La estrategia de distribución seguida y por el espacio disponible del punto de venta.

Una estrategia

Que persiga

La especialización

Por ejemplo

Dara lugar a un surtido poco amplio – poca variedad de productos- aunque profundo, no precisara, por lo general, de una gran superficie de venta.

La existencia

De un

Surtido suficiente

Para atender

La demanda de los consumidores, debe completarse con una adecuada presentación de los productos – que invite a comprar- y con una promocionen el punto de venta que atraiga más compradores.

Producción / Operación de la Empresa

Materia prima y proveedores

Materia prima

Se define a

Todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto.

Es

Todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final.

Es utilizada

Principalmente en las empresas industriales que son las que fabrican productos.

Debe ser

Perfectamente identificable y medibles, para poder determinar tanto el costo final de producto como su composición.

En el

Manejo de los inventarios

Que bien pueden ser

Inventarios de materias primas, inventarios de productos en proceso e inventarios de productos

Se debe tener

Especial cuidado en aspectos

Como por ejemplo

Su almacenamiento, su transporte, su proceso mismo de adquisición.

Para cada uno de

Los productos

Se deben

Enumerar las materias primas necesarias

Indicando

Proveedor

Plazo de entrega

Unidad de medida

Precio

Plazo de pago

Disponibilidad en el mercado

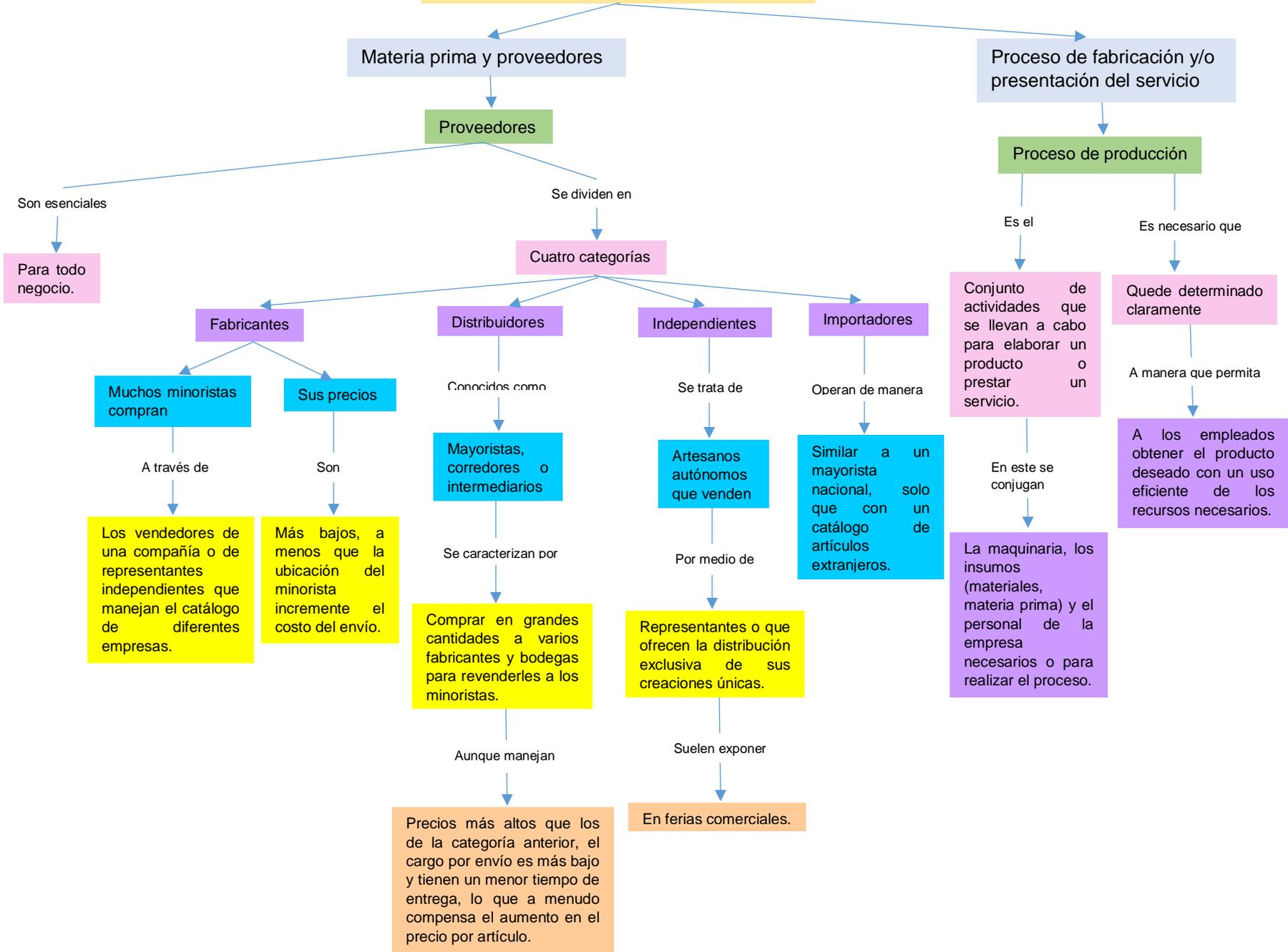
Un

Producto terminado

Tiene incluido

Una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final.

Producción / Operación de la Empresa



Producción / Operación de la Empresa

Proceso de fabricación y/o presentación del servicio

Proceso de producción

Las

Preguntas fundamentales para establecer su proceso de producción

Son

Establezca todas las actividades necesarias para elaborar el producto.

Ordene las actividades de una manera lógica y en secuencia.

Determine los tiempos requeridos para desarrollar cada actividad.

Elabore un flujo de su proceso de producción, y establezca aspectos de control de calidad de ese flujo, identificando los pasos más problemáticos del proceso.

Diagrama de procedimiento

Es el

Orden y combinación de las diferentes actividades de producción, es una secuencia de operaciones expresada en forma gráfica.

Operación

Descripción

Se refiere a cualquier actividad cuyo resultado sea una transformación física o química en un producto o componente del mismo.

Demora

Descripción

Cualquier lapso en el que un componente del producto se encuentre esperando por alguna operación, revisión o traslado.

Archivo o almacenamiento

Descripción

Custodiar un producto o insumo en el almacén, hasta que se necesite para su utilización o venta.

Inspección

Descripción

Se refiere a efectuar comparaciones o verificaciones de las características comparándolas con los estándares de calidad, así como la cantidad determinada para el mismo.

Transporte

Descripción

Cualquier movimiento que no forme parte de una operación o de una inspección.

Documento

Descripción

Generalmente se utiliza para designar cheques, requisiciones, cotizaciones, etc. Todo aquello que sea necesario para un efectivo desarrollo del proceso productivo.

Diagrama de flujo

Del

Procedimiento de manufactura

Comienza desde

La llegada del insumo necesario para la producción, hasta que se obtenga el producto final, empacado y dispuesto para la venta.

Producción / Operación de la Empresa

Proceso de fabricación y/o presentación del servicio

Producto nuevo

Generación de ideas

Puede clasificarse en

La planeación

Fases

Supone una

a) Fuentes de nuevas ideas

Función de su grado de novedad para el mercado o para la empresa que lo elabora.

Es un

Proceso complejo y, tradicionalmente, ha sido considerado como un proceso largo y secuencial.

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

Búsqueda sistemática de nuevos productos, acudiendo a una diversidad de fuentes y por medio de distintos métodos o procedimientos.

Clientes actuales

Empleados

Distribuidores y proveedores

Son

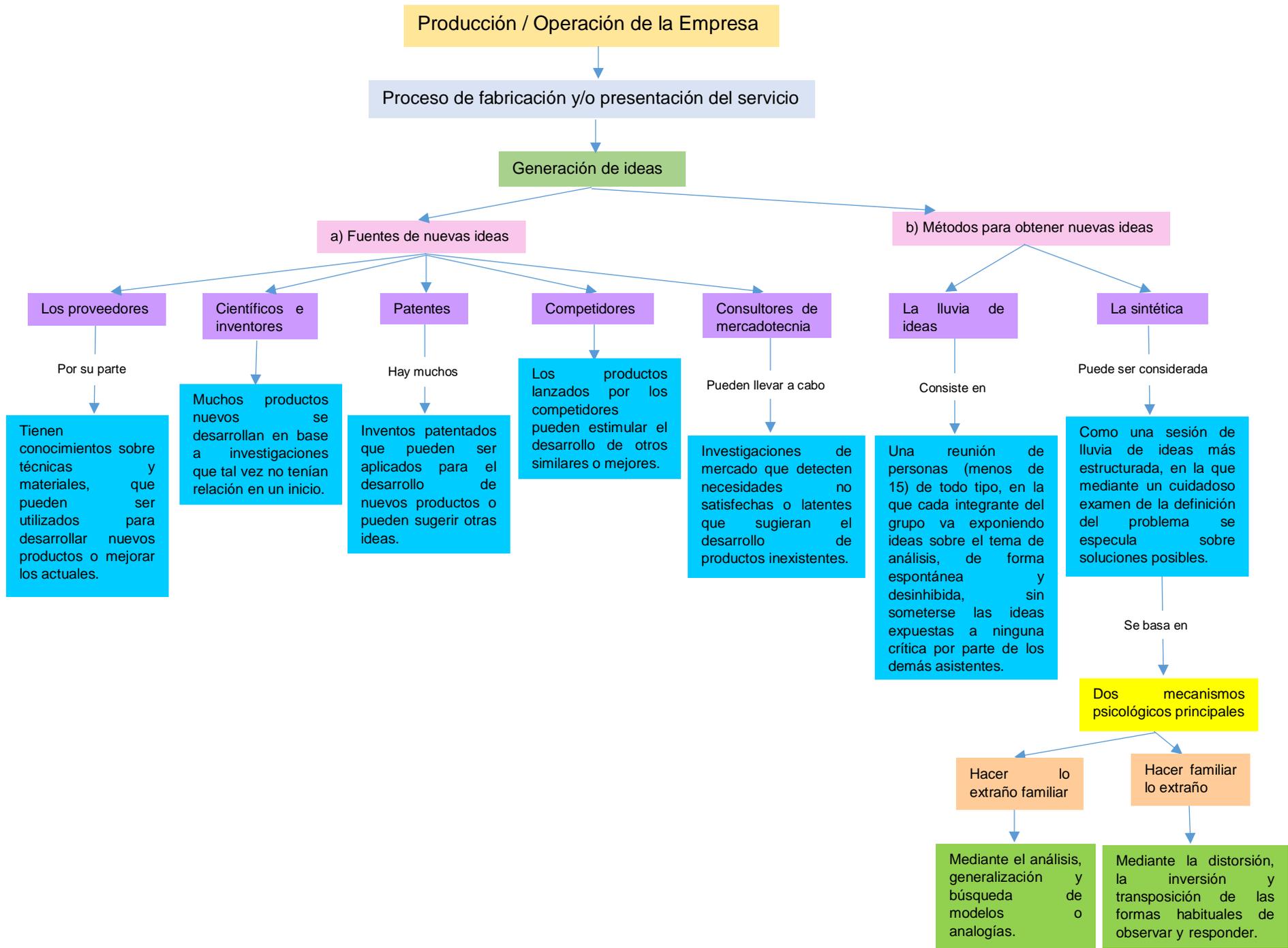
Usuarios del producto y pueden sugerir mejoras o nuevos usos para el mismo.

Pueden aportar

Ideas que contribuyan a crear un producto más completo, de mejor calidad o con más funciones.

Tienen un

Mejor conocimiento de las necesidades y problemas de los consumidores, por lo que pueden proporcionar sugerencias para nuevos productos.



Producción / Operación de la Empresa

Proceso de fabricación y/o presentación del servicio

Generación de ideas

b) Me para obtener nuevas ideas

El análisis morfológico

Es un

Método de estimulación de la creatividad y generación de ideas de nuevos productos.

Supone

La identificación de las dimensiones de un problema, así como los niveles posibles dentro de las mismas y sus interrelaciones.

El método morfológico

Trata de

Encontrar todas las soluciones teóricas concebibles de un problema.

El tamizado de las ideas

Supone

Un proceso de reducción de las mismas mediante el cual se eliminan las que son inviables o pobres.

Desarrollo y prueba del concepto

Producto

El concepto consiste en

Una descripción detallada de la idea del producto en términos que tengan significado para el consumidor.

Ejemplos

Un automóvil económico, de bajo consumo de gasolina, fácil de estacionar, para ciudad, con puerta trasera y asientos abatibles; o bien, un shampoo con acondicionador incorporado o una cuenta corriente con una tarjeta de crédito y un seguro de vida incorporados.

Prueba del concepto

Supone realizar una

Una comprobación de cómo se interpreta y evalúa el concepto del producto, debatiendo con un grupo de consumidores potenciales.

Sobre los siguientes aspectos

Claridad del concepto, distinción de los beneficios, credibilidad de los mismos, mejoras posibles, posibilidad e intención de compra, precio, etc.

Diseño, estrategia y análisis económico

Debe desarrollarse

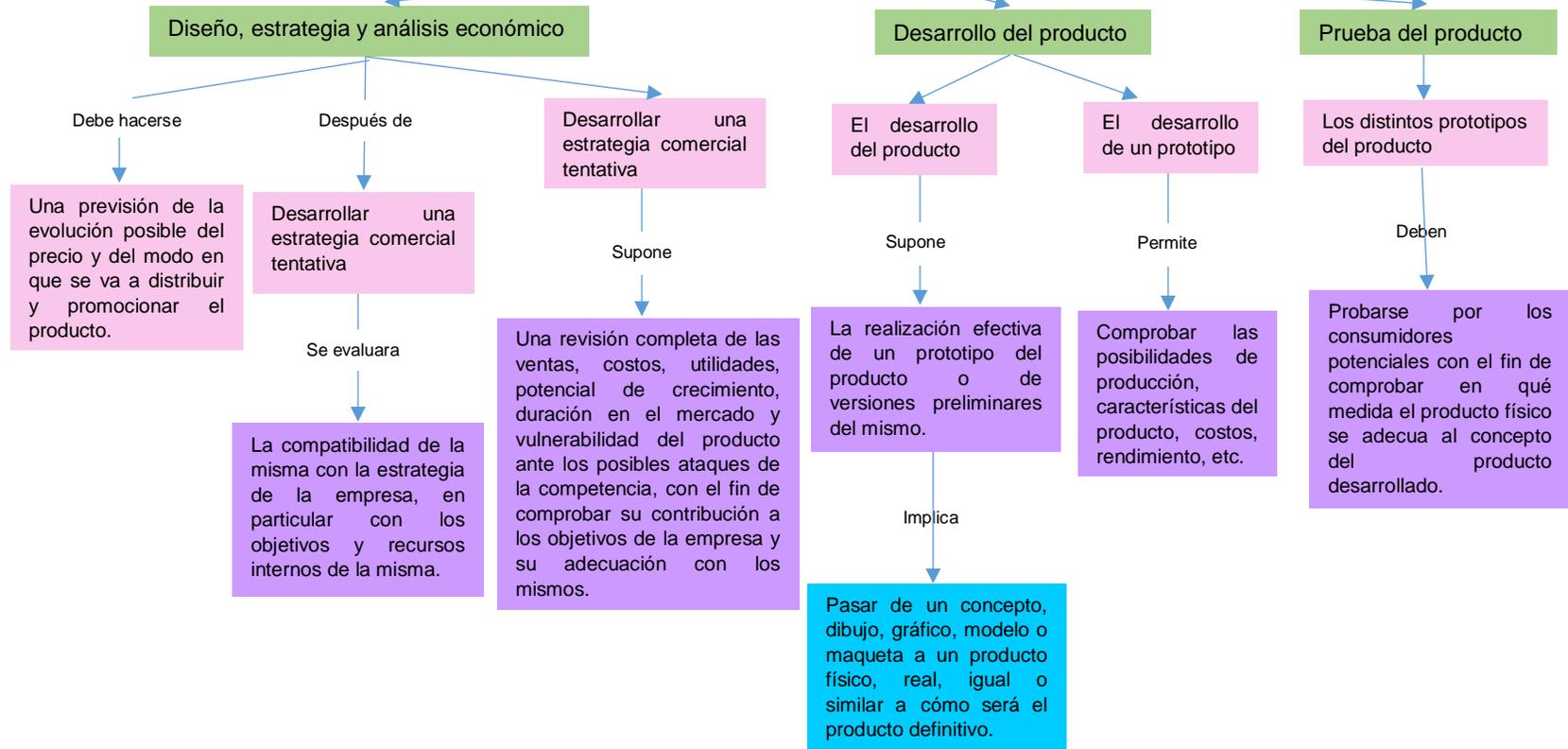
Una estrategia comercial tentativa para el producto.

Debe consistir

En una descripción del mercado meta y del posicionamiento del producto, así como en una previsión de las ventas, participación de mercado y utilidades para el tiempo estimado de vida del producto.

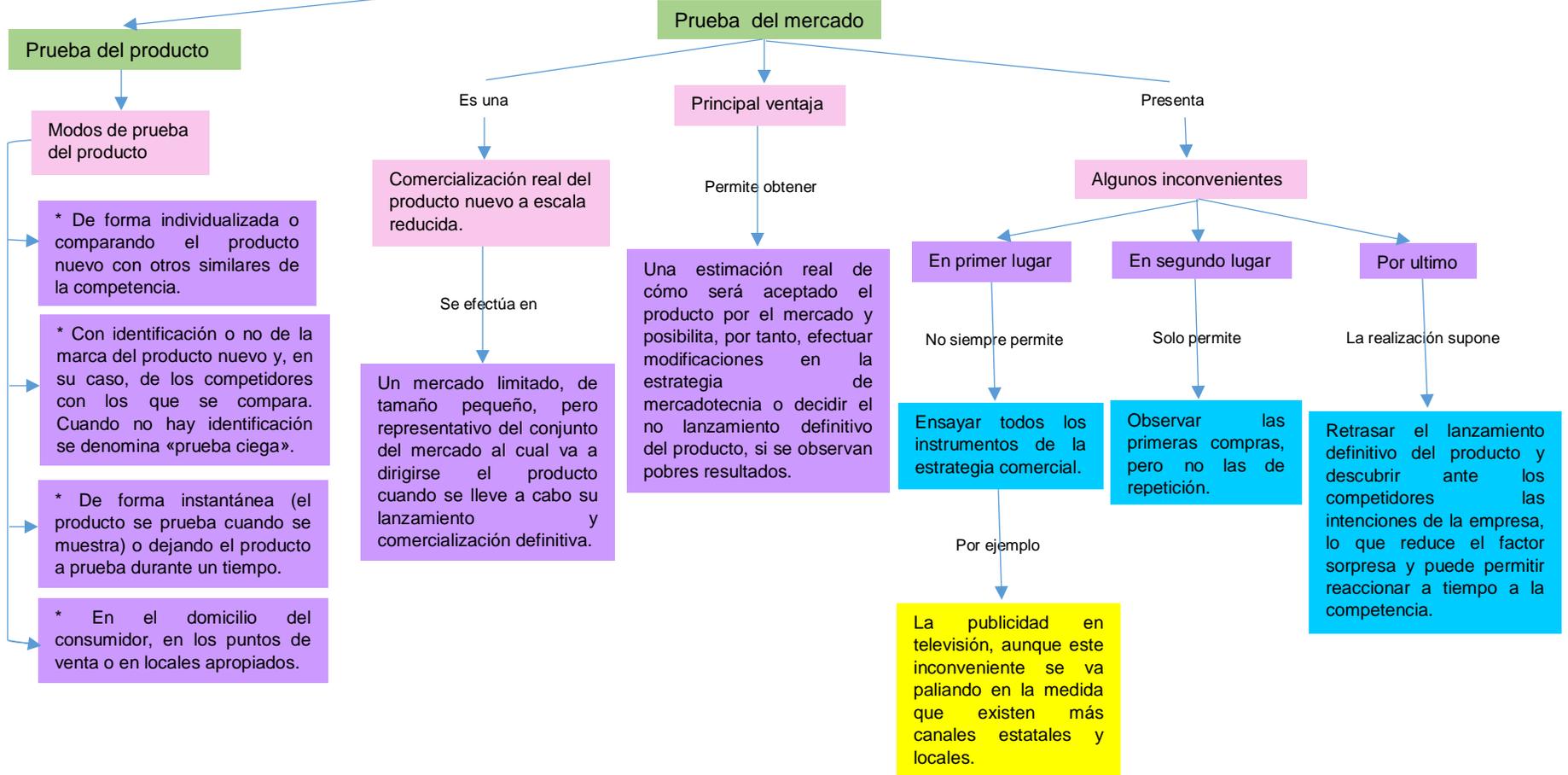
Producción / Operación de la Empresa

Proceso de fabricación y/o presentación del servicio



Producción / Operación de la Empresa

Proceso de fabricación y/o presentación del servicio



Producción / Operación de la Empresa

Proceso de fabricación y/o presentación del servicio

Maquinaria y/o herramientas de trabajo

Lanzamiento y comercialización del producto

El proceso productivo

Esta prueba

Permite establecer

Se debe realizar

Es la

De acuerdo con

La estrategia diseñada

Una vez

Las actividades a realizar

Así como

Definitiva y la que permitirá comprobar de modo efectivo el grado de aceptación del producto por el mercado, tanto a corto como a largo plazo y, en su caso, la repetición en las compras.

Los resultados obtenidos en las anteriores etapas, al efectuar el lanzamiento del producto se ultimarán la estrategia comercial, lo que supondrá la determinación definitiva de los mercados meta.

Deberá contemplar sus posibles cambios y adaptaciones a la evolución del producto a lo largo de su ciclo de vida.

Lanzado al mercado El producto experimentará un proceso de difusión y adopción.

El equipo, herramientas e instalaciones necesarias para llevar a cabo la elaboración de productos y/o prestación de servicios de la empresa.

a) Desglosar el proceso en actividades específicas.

b) Hacer un listado de todo el equipo / maquinaria requerida para cada actividad.

c) Elaborar un listado de las herramientas que se necesitan en cada actividad.

d) Determinar los insumos requeridos en el proceso.

e) Establecer el espacio necesario para llevar a cabo cada actividad.

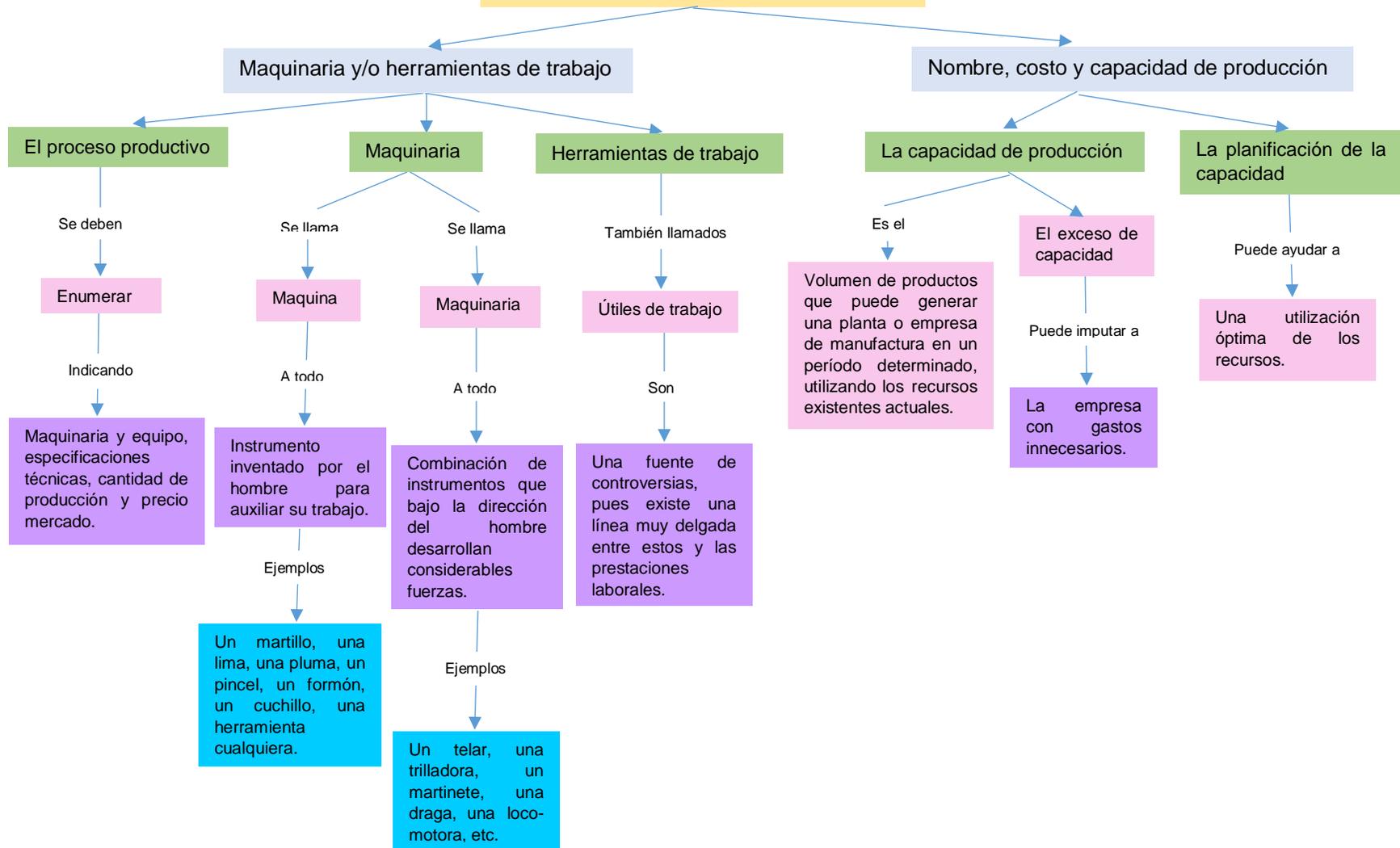
f) Determinar cualquier otro requerimiento especial de instalaciones que viabilicen el desarrollo de cada actividad.

g) No olvidar las especificaciones técnicas del proceso productivo.

También es

La única que permitirá observar el grado en que el producto resiste los ataques de los competidores.

Producción / Operación de la Empresa



Producción / Operación de la Empresa

Nombre, costo y capacidad de producción

Establecimiento de requerimientos de personal

Comprender

La capacidad de producción

Permitirá a

Una empresa estimar el rendimiento financiero futuro y crear una línea de tiempo confiable para la entrega de los productos.

La capacidad

Se puede

Calcular en base a un solo tipo de producto o a una mezcla de productos.

Forma de calcular

Es usando la cantidad total de producción para un período de tiempo determinado.

Ejemplo

Si una planta puede producir un promedio de 20.000 artículos por semana, esa es su capacidad total semanal.

La fórmula es

La capacidad de horas-máquina dividida entre el tiempo que toma fabricar un producto.

La planificación de la capacidad

Requiere que

La gerencia acepte las limitaciones que hay en el proceso de producción.

En este

Aspecto

Debe tomarse en cuenta

La capacidad instalada, y ésta se refiere al nivel máximo de producción que puede conseguir una empresa con base en los recursos con los que cuenta, refiriéndose primordialmente a maquinaria e instalaciones físicas.

En

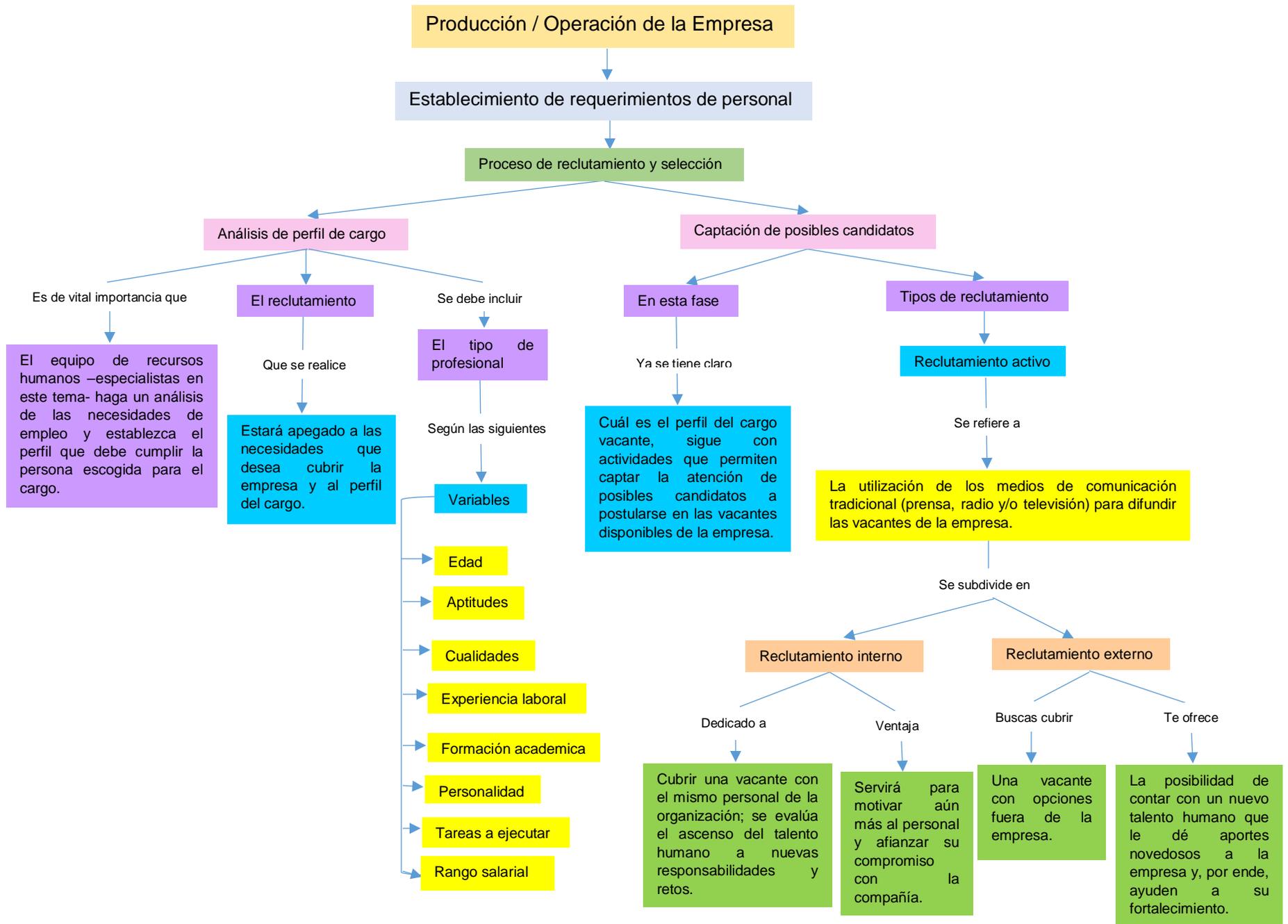
Las empresas es imperante que dentro de la planeación estratégica se incluya el reclutamiento y selección de personal.

Tener un

Personal apto

Para

Nuestra operación es el punto clave ya que en estos momentos es más importante tener un capital humano fuerte para poder así ser competitivos en un mercado que cada vez se vuelve más exigente.



Producción / Operación de la Empresa

Establecimiento de requerimientos de personal

Proceso de reclutamiento y selección

Captación de posibles candidatos

Tipos de reclutamiento

Reclutamiento pasivo

Se espera que

Posibles candidatos lleguen en búsqueda de trabajo a la empresa, bien sea de manera online o presencial.

Comprobación de la información

Se debe verificar

Uno por uno los currículos, que cumplan con el perfil del cargo vacante; para ello, se debe hacer una comprobación de cada dato aportado.

En síntesis

Se puede decir que el reclutamiento de personal inicia cuando se comienza a buscar candidatos, y termina cuando estos candidatos se postulan formalmente para optar por el cargo.

Selección de personal

La fase de selección

Es la más

Importante del proceso, es aquí en la que se determinará el candidato más idóneo y sobre todo el que cubre las necesidades del cargo vacante.

Dos criterios

Pruebas escritas

Entrevista oral

Se pueden dividir en

Test de aptitudes

Prueba de nivel intelectual

Test de personalidad

Se enfoca en las habilidades que debe tener la persona que ocupe el puesto vacante.

Es una opción para evaluar la cultura general y el conocimiento intelectual de los candidatos.

Su finalidad es poder descartar rasgos de personalidad en los candidatos que no vayan acorde al cargo y a la empresa.

El objetivo de

Diseñar una estructura organizacional

Es organizar a

Las personas que conformarán el negocio, de una manera tal que facilite el logro de los objetivos a largo plazo, es decir, delimitar las funciones de cada uno en forma simple y clara.

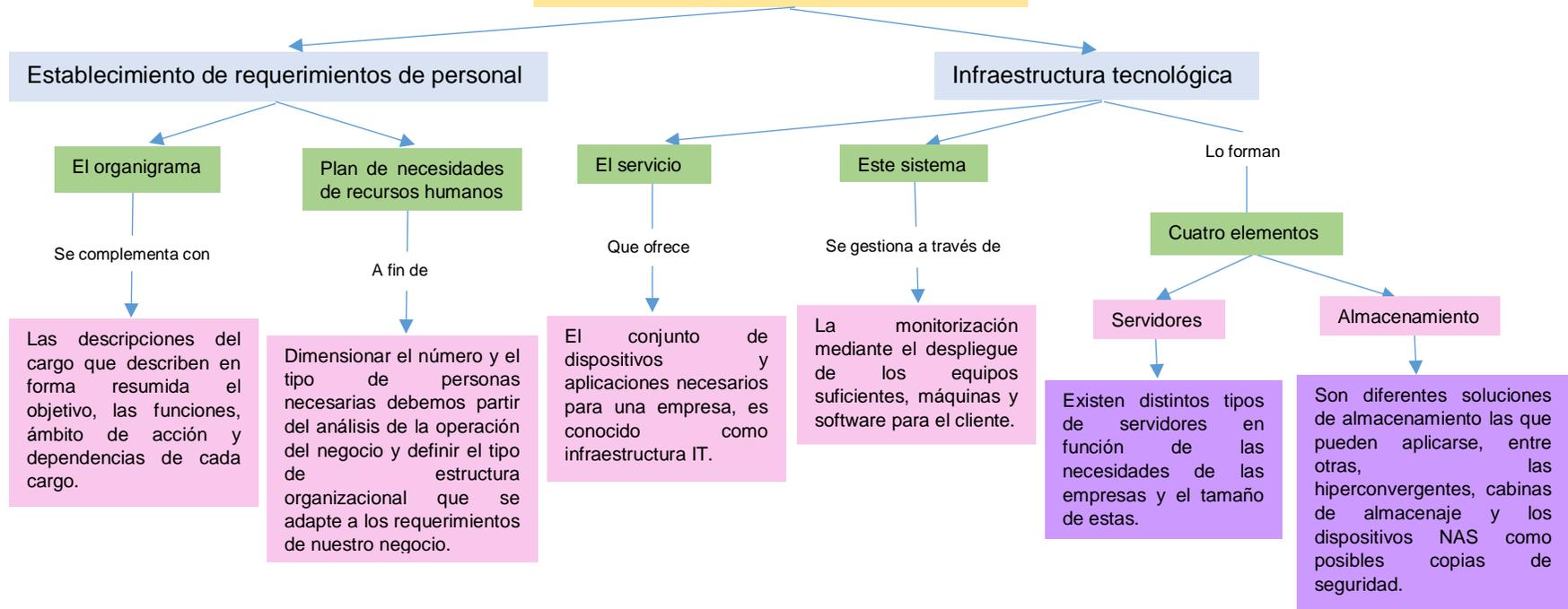
Es una forma

Simple de describir la organización de un negocio

Es a través de

Un organigrama, que es una representación gráfica de las diferentes relaciones y jerarquías en el negocio y el número de personas que los ocupan.

Producción / Operación de la Empresa



Producción / Operación de la Empresa

Infraestructura tecnológica

Lo forman

Cuatro elementos

Networking

Esto permite distintas funcionalidades al sistema sin correr riesgos de seguridad. La agilidad y la flexibilidad hacen aumentar la visibilidad en las redes.

Seguridad

Este elemento proporciona seguridad informática a la empresa y facilita el acceso a los datos en caso de pérdida o un ataque al sistema.

La transformación digital

De la posibilidad de

Poder adaptarse a los nuevos tiempos tecnológicos.

Con esta

Evolución digital

Se pueden utilizar

Plataformas virtuales para brindar servicios informáticos a empresas y así impulsar los resultados positivos en los negocios.

Las soluciones de

Estos servicios

Van desde

Las aplicaciones hasta sistemas empresariales, productos inteligentes o registros digitales, todos ellos necesitan esta especial infraestructura para ponerse en marcha.

La plataforma tecnológica

Ayuda a

Acelerar la innovación e incrementar la participación de los clientes.

La infraestructura

Es necesaria para

Ofrecer estos servicios de la transformación digital pero no tiene que residir en ninguna instalación física.

Se ha convertido

El principal componente de los servicios tecnológicos en la actualidad.

Producción / Operación de la Empresa

Infraestructura tecnológica

Es vital para el crecimiento de tu empresa

El uso de las nuevas tecnologías y las herramientas

Que esta provee

Permite a las empresas ser más rápidas y eficientes al momento de resolver problemas y usar de manera eficiente sus recursos.

Reduce riesgos

Ciberataques, robo de información, son problemas a los que todos nos enfrentamos actualmente, disponer de una infraestructura actualizada de permite minimizar la posibilidad de perder la información más importante de tu negocio.

Ofrece un mejor servicio a clientes

Procesos más rápidos y organizados hacen la diferencia entre los servicios que ofrecen tú y tu competencia.

Reduce gastos

Si bien invertir en tecnología puede parecer un gasto excesivo e innecesario, te aseguramos que en poco tiempo verás la disminución en los gastos de administración, mantenimiento y espacio dentro de tu empresa.

Dile adiós a los límites de comunicación

Al acceso a correo electrónico, redes sociales, video llamadas, hacen posible que estés en contacto desde cualquier lugar y momento con colaboradores, clientes y proveedores.

Mejora la productividad

Gracias al uso de la tecnología, se reduce el trabajo manual, los errores disminuyen y, por ende, aumenta la productividad de tus colaboradores.

Tu oficina en cualquier parte

Una de las grandes ventajas que la tecnología puede darle a tu empresa es la movilidad; ahora, el trabajo en la oficina no está limitado a cuatro paredes y una computadora, puedes compartir información relevante desde cualquier dispositivo en cualquier momento.