



**Nombre de alumno: Gilary Garduño Alvarez**

**Nombre del profesor: Andrés Alejandro Reyes**

**Nombre del trabajo: Cuadro Sinóptico**

**Materia: Taller del Emprendedor**

**Grado: 9no cuatrimestre**

**Grupo: A**

Comitán de Domínguez Chiapas a 4 de julio de 2022.

# Organización

## El mercado

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, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor, de forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización.

## Objetivos del Marketing

Dentro de los objetivos del área de marketing es necesario definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado. Se debe tener en cuenta el área y segmento de mercado en que se piensa incursionar (nivel local, colonia, sector, etc.); nivel nacional, de exportación regional, mundial, u otros), así como el tiempo en el cual se piensan lograr los objetivos.

## Investigación del mercado

Las decisiones que se tomen en el área de 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. La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información.

## Estudio del mercado

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.

## Las 4 P's

Distribución y puntos de venta

Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, es necesario determinar cómo hacer llegar los productos al mercado. Para ello se deben escoger rutas mediante las cuales, de la manera más eficiente posible, se transporte el producto desde el centro de producción hasta el consumidor.

## Producción

Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores. Producto. Resultado final de un proceso de producción que representa un satisfactor para el consumidor.

## Elementos de producción

Simplicidad y practicidad (facilidad de uso).  
 Confiabilidad (que no falle).  
 Calidad (bien hecho, durable, etcétera).  
 Características de la tecnología  
 Es importante determinar la tecnología disponible para elaborar el producto, porque hace posible:  
 Asegurar que se usará un nivel de tecnología apropiado al tipo de proyecto y a la región donde se piensa desarrollar.

Tener en mente todas las alternativas de tecnología, para considerarlas en la selección.

Materia prima  
 Independientemente del giro de la empresa es necesario contar con los insumos que apoyan el proceso productivo o la prestación del servicio, éstos deben tener la calidad y precio seleccionados; además, deben llegar a las instalaciones de la empresa en el momento oportuno para lograr el resultado deseado; por esa razón, el emprendedor debe poner especial cuidado en los puntos que se detallan a continuación.

Identificación de proveedores y cotizaciones  
 Esto facilitará el inicio de actividades productivas. Para ser más eficiente en la selección de proveedores, es indispensable establecer criterios, entre otros, se encuentran:

Especificaciones del producto o servicio =

- Cumplimiento en fechas de entrega.
- Calidad.
- Precio.
- Servicios que ofrece
- Créditos
- Localización del proveedor
- Equipo e instalaciones  
 El proceso productivo permite determinar las actividades a realizar, así como el equipo, herramientas e instalaciones requeridas para llevar a cabo la elaboración de productos y/o prestación de servicios de la empresa, para esto se necesita lo siguiente:
- Descomponer el proceso en actividades específicas.
- Elaborar una lista de todo el equipo requerido para cada actividad.

Realizar una lista de todas las herramientas necesarias para cada actividad.

Necesidades de materia prima  
 La materia prima se refiere a los elementos, partes o sustancias de las que está compuesto el producto de la empresa o a los insumos necesarios para prestar un servicio.  
 Es conveniente que, cuando se especifiquen las cantidades a utilizar de materia prima, se contemple cuánto se requerirá por un volumen dado de producción o en relación con cierto periodo.

Capacidad instalada  
 La capacidad instalada se refiere al nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa con base en los recursos con los que cuenta, principalmente en cuanto a maquinaria, equipo e instalaciones físicas.

Simplicidad y practicidad (facilidad de uso).  
 Confiabilidad (que no falle).  
 Calidad (bien hecho, durable, etcétera).  
 Características de la tecnología  
 Es importante determinar la tecnología disponible para elaborar el producto, porque hace posible:  
 Asegurar que se usará un nivel de tecnología apropiado al tipo de proyecto y a la región donde se piensa desarrollar.

Tener en mente todas las alternativas de tecnología, para considerarlas en la selección.

Materia prima  
 Independientemente del giro de la empresa es necesario contar con los insumos que apoyan el proceso productivo o la prestación del servicio, éstos deben tener la calidad y precio seleccionados; además, deben llegar a las instalaciones de la empresa en el momento oportuno para lograr el resultado deseado; por esa razón, el emprendedor debe poner especial cuidado en los puntos que se detallan a continuación.

Identificación de proveedores y cotizaciones  
 Esto facilitará el inicio de actividades productivas. Para ser más eficiente en la selección de proveedores, es indispensable establecer criterios, entre otros, se encuentran:

Especificaciones del producto o servicio =

- Cumplimiento en fechas de entrega.
- Calidad.
- Precio.
- Servicios que ofrece
- Créditos
- Localización del proveedor
- Equipo e instalaciones  
 El proceso productivo permite determinar las actividades a realizar, así como el equipo, herramientas e instalaciones requeridas para llevar a cabo la elaboración de productos y/o prestación de servicios de la empresa, para esto se necesita lo siguiente:
- Descomponer el proceso en actividades específicas.
- Elaborar una lista de todo el equipo requerido para cada actividad.

Realizar una lista de todas las herramientas necesarias para cada actividad.

Necesidades de materia prima  
 La materia prima se refiere a los elementos, partes o sustancias de las que está compuesto el producto de la empresa o a los insumos necesarios para prestar un servicio.  
 Es conveniente que, cuando se especifiquen las cantidades a utilizar de materia prima, se contemple cuánto se requerirá por un volumen dado de producción o en relación con cierto periodo.

Capacidad instalada  
 La capacidad instalada se refiere al nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa con base en los recursos con los que cuenta, principalmente en cuanto a maquinaria, equipo e instalaciones físicas.

## Organización

Forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa para alcanzar eficientemente los objetivos propuestos.

## Elementos de organización

Estructura organizacional =

1. Procesos operativos (funciones), de la empresa  
 ¿Qué se hace?  
 ¿Cómo se hace?  
 ¿Con qué se hace? - ¿Dónde se hace? - ¿En cuánto tiempo se hace?
2. Descripción de puestos  
 Agrupar las funciones por similitud.  
 Crear los puestos por actividades respecto del tiempo (cargas de trabajo).  
 Diseñar el organigrama de la empresa.
3. Definición del "perfil" del puesto, en función de lo que se requiere en cuanto a:  
 Características físicas.  
 Habilidades mentales.  
 Preparación académica.

Procesos operativos (funciones), de la empresa  
 ¿Qué se hace?  
 ¿Cómo se hace?  
 ¿Con qué se hace? - ¿Dónde se hace? - ¿En cuánto tiempo se hace?

Procesos operativos (funciones), de la empresa  
 ¿Qué se hace?  
 ¿Cómo se hace?  
 ¿Con qué se hace? - ¿Dónde se hace? - ¿En cuánto tiempo se hace?

Descripción de puestos  
 Agrupar las funciones por similitud.  
 Crear los puestos por actividades respecto del tiempo (cargas de trabajo).  
 Diseñar el organigrama de la empresa.

Estructura organizacional =

1. Procesos operativos (funciones), de la empresa  
 ¿Qué se hace?  
 ¿Cómo se hace?  
 ¿Con qué se hace? - ¿Dónde se hace? - ¿En cuánto tiempo se hace?
2. Descripción de puestos  
 Agrupar las funciones por similitud.  
 Crear los puestos por actividades respecto del tiempo (cargas de trabajo).  
 Diseñar el organigrama de la empresa.
3. Definición del "perfil" del puesto, en función de lo que se requiere en cuanto a:  
 Características físicas.  
 Habilidades mentales.  
 Preparación académica.

Procesos operativos (funciones), de la empresa  
 ¿Qué se hace?  
 ¿Cómo se hace?  
 ¿Con qué se hace? - ¿Dónde se hace? - ¿En cuánto tiempo se hace?

Procesos operativos (funciones), de la empresa  
 ¿Qué se hace?  
 ¿Cómo se hace?  
 ¿Con qué se hace? - ¿Dónde se hace? - ¿En cuánto tiempo se hace?

Descripción de puestos  
 Agrupar las funciones por similitud.  
 Crear los puestos por actividades respecto del tiempo (cargas de trabajo).  
 Diseñar el organigrama de la empresa.

Estructura organizacional =

1. Procesos operativos (funciones), de la empresa  
 ¿Qué se hace?  
 ¿Cómo se hace?  
 ¿Con qué se hace? - ¿Dónde se hace? - ¿En cuánto tiempo se hace?
2. Descripción de puestos  
 Agrupar las funciones por similitud.  
 Crear los puestos por actividades respecto del tiempo (cargas de trabajo).  
 Diseñar el organigrama de la empresa.
3. Definición del "perfil" del puesto, en función de lo que se requiere en cuanto a:  
 Características físicas.  
 Habilidades mentales.  
 Preparación académica.

Procesos operativos (funciones), de la empresa  
 ¿Qué se hace?  
 ¿Cómo se hace?  
 ¿Con qué se hace? - ¿Dónde se hace? - ¿En cuánto tiempo se hace?

Procesos operativos (funciones), de la empresa  
 ¿Qué se hace?  
 ¿Cómo se hace?  
 ¿Con qué se hace? - ¿Dónde se hace? - ¿En cuánto tiempo se hace?

Descripción de puestos  
 Agrupar las funciones por similitud.  
 Crear los puestos por actividades respecto del tiempo (cargas de trabajo).  
 Diseñar el organigrama de la empresa.

Estructura organizacional =

1. Procesos operativos (funciones), de la empresa  
 ¿Qué se hace?  
 ¿Cómo se hace?  
 ¿Con qué se hace? - ¿Dónde se hace? - ¿En cuánto tiempo se hace?
2. Descripción de puestos  
 Agrupar las funciones por similitud.  
 Crear los puestos por actividades respecto del tiempo (cargas de trabajo).  
 Diseñar el organigrama de la empresa.
3. Definición del "perfil" del puesto, en función de lo que se requiere en cuanto a:  
 Características físicas.  
 Habilidades mentales.  
 Preparación académica.

Procesos operativos (funciones), de la empresa  
 ¿Qué se hace?  
 ¿Cómo se hace?  
 ¿Con qué se hace? - ¿Dónde se hace? - ¿En cuánto tiempo se hace?

Procesos operativos (funciones), de la empresa  
 ¿Qué se hace?  
 ¿Cómo se hace?  
 ¿Con qué se hace? - ¿Dónde se hace? - ¿En cuánto tiempo se hace?

Descripción de puestos  
 Agrupar las funciones por similitud.  
 Crear los puestos por actividades respecto del tiempo (cargas de trabajo).  
 Diseñar el organigrama de la empresa.