

ALUMNA:

BLANCA YESENIA ALVAREZ GARCIA

MATERIA:

PLAN DE NEGOCIOS

PROFESORA:

YANETH ESPINOSA ESPINOSA

GRADO Y GRUPO: 7° A



15 DE OCTUBRE DEL 2023



## BIBLIOGRAFIA:

- Munch, Lourdes. (2015). Fundamentos de administración. Ciudad de México, México: Trillas.
- Araujo, Noelia. (2015). Guía práctica para la elaboración de un plan de empresa. Madrid, España: EAE.
- Prieto, Carlos. (2016). Emprendimiento. Conceptos y plan de negocios. Ciudad de México, México: Pearson.
- Pedraza, Hugo. (2017). Modelos de plan de negocio para la micro y pequeña empresa. Ciudad de México, México: Grupo editorial patria.

# HABLEMOS SOBRE LA UNIDAD 3 Y 4

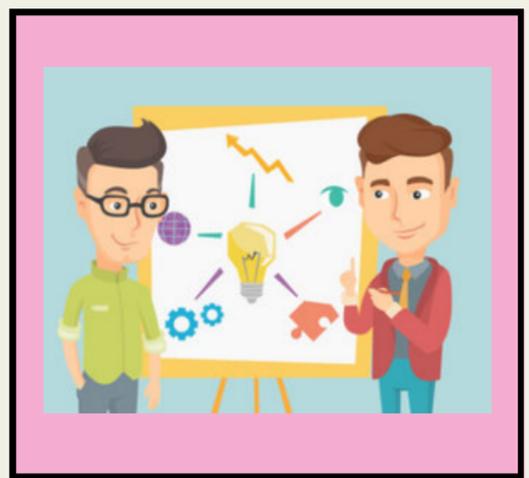
## LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA



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.

## 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 .LA EXISTENCIA DE UN SURTIDO SUFICIENTE PARA ATENDER LA DEMANDA DE LOS CONSUMIDORES, DEBE COMPLETARSE CON UNA ADECUADA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS



### MATERIA PRIMA

ES TODO AQUEL ELEMENTO QUE SE TRANSFORMA E INCORPORA EN UN PRODUCTO FINAL.

### PROVEEDORES

. EN LA MAYORÍA DE LOS CASOS, LA OFERTA DE LOS PRODUCTOS QUE EFECTÚA UNA EMPRESA DEPENDE DEL ADECUADO SUMINISTRO DE UNA MULTITUD DE PROVEEDORES Y DE LA EXISTENCIA DE UN MERCADO DE TRABAJO AMPLIO Y CAPACITADO.

### GENERACIÓN DE IDEAS

LA GENERACIÓN DE IDEAS SUPONE UNA BÚSQUDA SISTEMÁTICA DE NUEVOS PRODUCTOS, ACUDIENDO A UNA DIVERSIDAD DE FUENTES

### Desarrollo del producto

supone la realización efectiva de un prototipo del producto o de versiones preliminares del mismo. Implica pasar de un concepto, dibujo, gráfico, modelo o maqueta a un producto físico, real, igual o similar a cómo será el producto definitivo.

## PRUEBA DEL MERCADO

ES UNA COMERCIALIZACIÓN REAL DEL PRODUCTO NUEVO A ESCALA REDUCIDA. SE EFECTÚA EN UN MERCADO LIMITADO, DE TAMAÑO PEQUEÑO, PERO REPRESENTATIVO

TIENE COMO PRINCIPAL VENTAJA EL QUE PERMITE OBTENER UNA ESTIMACIÓN REAL DE CÓMO SERÁ ACEPTADO EL PRODUCTO POR EL MERCADO Y POSIBILIT

LA VENTAJA DEL RECLUTAMIENTO INTERNO ES QUE SERVIRÁ PARA MOTIVAR AÚN MÁS AL PERSONAL Y AFIANZAR SU COMPROMISO CON LA COMPAÑÍA. PRUEBA DE NIVEL INTELECTUAL: ES UNA OPCIÓN PARA EVALUAR LA CULTURA GENERAL Y EL CONOCIMIENTO INTELECTUAL DE LOS CANDIDATOS. TEST DE PERSONALIDAD: SU FINALIDAD ES PODER DESCARTAR RASGOS DE PERSONALIDAD EN LOS CANDIDATOS QUE NO VAYAN ACORDE AL CARGO Y A LA EMPRESA.

