



**Universidad del Sur.**

**Docente: Lic. Nutrición  
Jhoanna Guadalupe Leal  
López.**

**Alumna: Evelin Samira  
Andres Velazquez.**

**Licenciatura: Medicina  
Humana.**

**7º Semestre 1er Parcial.**

**Materia: Taller del  
Emprendedor.**

**Actividad: Infografía.**

**Fecha de Entrega: 14 de  
Septiembre del 2024.**

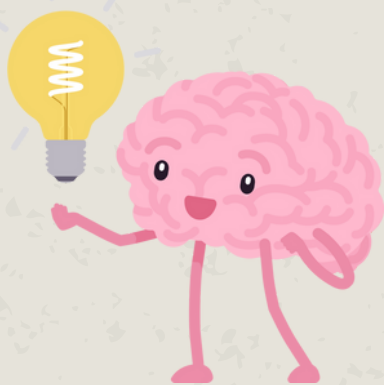
## PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN



- Fijar metas y prioridades.
- Hacer acciones coordinadas de un conjunto de personas, tiempo, costos efectivos, etc...

### PLANIFICACIÓN

- Establecer plan general y ordenado.
- Ocurre antes de todo.



### JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DE PLANEACIÓN

- Reducir incertidumbre a cambios.
- Atención en los objetivos.
- Operación económica adecuada.



- Facilitar control.
- Organizar acciones para mayor eficacia.



# Planeación Y organización EMPRESARIAL

### MISIÓN



- Es la razón de ser una empresa, el servicio que se propone lograr a largo plazo.

### VISIÓN

- Capacidad administrativa de ubicar a la empresa en el futuro.



### PRESUPUESTO

- Planes que representan expectativas para un período futuro, como dinero, horas trabajadas, unidades producidas, etc..



### OBJETIVOS

- Es el resultado que se espera obtener y hacia cual se encamina los esfuerzos conjuntos.



### POLÍTICAS.

- Guías o lineamientos de carácter general para iniciativa y buen juicio.



### METAS

- Diferentes propósitos que se deben cumplir para lograr el objetivo.



### REGLAS

- Normas precisas que regulan una situación en particular.



## BENEFICIOS

- Brinda presencia al negocio en el mercado.
- Mayor credibilidad.
- Facilidades para las empresas adquirir productos o servicios como créditos especiales.
- Evita los riesgos por cualquier incapacidad, accidente o incluso fallecimiento de alguno de los miembros.



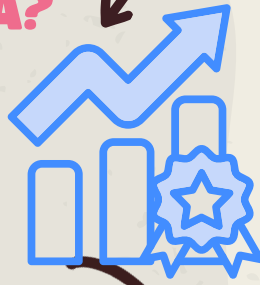
## ¿QUÉ ES?

- Conjunto de trámites realizados legalmente.
- Separar el patrimonio a nivel personal y a nivel empresarial.
- Previenen malentendidos económicos y existe un respaldo ante la ley.
- Proteger el patrimonio de los empresarios frente a contingencias.



## ¿CÓMO SE CREA UNA EMPRESA?

- Tener la responsabilidad de cumplir con todos los trámites que las autoridades solicitan.
- Elección del tipo de sociedad.
- Elección del producto.



## SOCIEDAD MERCANTIL

- Es aquella cuyas actividades están directamente relacionadas al comercio o a actos sujetos al derecho mercantil.



# Constitución de una

# MICROEMPRESA

## SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE (S.A DE C.V)

- El capital es fijo o variable, los socios aportan lo que puedan y retirarlo de igual forma, hay posibilidad de integrar nuevos socios.



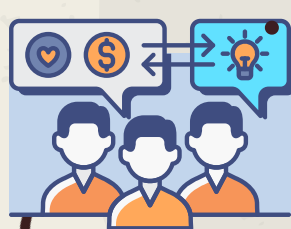
## SOCIEDAD ANONIMA (S.A)

- Se caracteriza por la posesión de cierta cantidad de acciones de cada socio.



## SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (S. DE R.L)

Limitan sus responsabilidades como sociedad ante las leyes que la rigen salvaguardando el patrimonio de los socios.



## ALTA PATRONAL

- Se realiza en el IMSS por el patrón.
- Verifica que se cumplan las obligaciones del patrón.



## REGISTRO Y AUTORIZACIÓN DE DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL

- Nombre de la empresa.
- Individualizar e identificar la empresa o sociedad.
- En la Dirección General de Normatividad Mercantil de la Secretaría de Economía.



## INSCRIPCIÓN AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES (RFC)

- La actividad comercial es económica, se tiene que pagar impuestos.
- Se cumplen con las obligaciones que se adquieren como contribuyentes ante el SAT.



## ACTA CONSTITUTIVA

- Documento obligatorio según la Ley General de Sociedades Mercantiles.



## FOLIO MERCANTIL

- Número consecutivo por el sistema registral.
- Si hay cambios en la sociedad hay que registrarlos.



## ATRIBUTOS

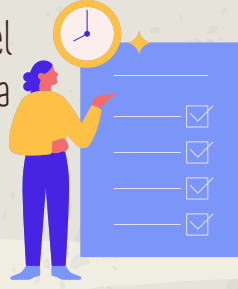
El producto debe tener:

- Calidad, diseño, Forma, envase, tamaño, servicios e imagen.



## TIEMPO DE VIDA ÚTIL

- La vida útil del producto para renovarlo o comprar uno nuevo.



## PRODUCTO O TEMA DE INTERES O GUSTO

- Afinidad con el producto, algo conocido, popular.



## BENEFICIOS



- El producto debe centrarse en los beneficios que reporta.

## PROPUESTA DE VALOR

- Coodenadas que orientan la oferta de productos.



## COMPETIDORES

- Conocer a la competencia.
- Observar precios, promociones y estrategias.



## PRODCUTO NO SATURADO

- No pasa de moda, se piensa a largo plazo.



## PRODCUTO CON MARGEN DE BENEFICIO

- Menor cantidad sea el margen, mayor cantidad se venderá.



## ANALIZA DEMANDA Y CONSUMO

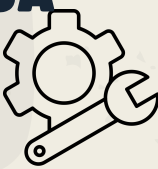
- Analizar el área de venta, zona y producto.



## SERVICIOS DESPUÉS DE LA VENTA Y ASISTENCIA TÉCNICA

Postventa:

- Instalación, garantía, etc..



# Elección de un

# PRODUCTO

## IMPORTACIÓN DEL PRODUCTO

- Costos de envío e importación, subir el precio.



## ANALIZA LA COMPETENCIA

- Invertir en marketing o analizar precios.



## PRODUCTOS CON EXCLUSIVIDAD

- Vender el producto exclusivo en una zona.



## CAPITALIZACIÓN MERCADO O FICTICIO

- Refleja el valor de la empresa en el mercado.
- Calculo:

Capitalización de mercado = # acciones de la empresa X precio de mercado de las acciones.



## CAPITALIZACIÓN DE LA EMPRESA

- Consiste en tomar parte de las ganancias para incrementar el capital propio.



## CAPITALIZACIÓN MARKETING O SUBJETIVO

- Refleja el impacto del marketing.
- La organización aumenta su valor de marketing sin aumentar el real.



## FORMAS DE CAPITALIZACIÓN

1. Real.
2. Marketing o subjetivo.
3. Mercado o ficticio



## CAPITALIZACIÓN REAL

- Tiene efectividad de las inversiones y actividades económicas de la empresa.

