



Mi Universidad

Súper Nota.

Nombre del Alumno: Siomara Grisela Vázquez Gómez.

Nombre del tema: Producción / Operación de la empresa.

Parcial: 3

Nombre de la Materia: Plan de Negocios.

Nombre del profesor: Víctor Manuel Martínez Pérez.

Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategia de Negocios.

Séptimo Cuatrimestre.

Comitán de Domínguez, Chiapas, 2 de noviembre del 2024.

PRODUCCIÓN / OPERACIÓN DE LA EMPRESA.

ELABORADO POR: SIOMARA GRISEL VÁZQUEZ GÓMEZ.

3.1 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.



Los factores que determinan la localización de los puntos de venta se pueden clasificar en los dos grupos siguientes:

- a) Factores que afectan al costo: Terrenos, edificios, salarios, transporte, etc.
- b) Factores que afectan a la demanda: Proximidad del mercado, servicios, competidores, etc.

La decisión de localización y dimensión de los puntos de venta ha de partir de la selección del mercado al que se va a dirigir la empresa.



Se debe proceder a determinar el número de puntos de venta, el lugar de su ubicación y el tamaño y características de los puntos de venta.

Determinación del número de puntos de venta: Una vez seleccionado el mercado, puede determinarse el número de puntos de venta que van a ser necesarios para alcanzar los objetivos comerciales.

Selección del lugar de ubicación:

Existen diversos métodos para seleccionar el lugar de ubicación de los puntos de venta. Pueden agruparse en: métodos de selección por lista de factores, analógicos y gravitacionales.



3.2 MATERIA PRIMA Y PROVEEDORES.

Materia prima: Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. La materia prima es utilizada principalmente en las empresas industriales que son las que fabrican un producto.



Las empresas comerciales manejan mercancías, son las encargadas de comercializar los productos que las empresas industriales fabrican. La materia prima debe ser perfectamente identificable y medible, 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 terminados, se debe tener especial cuidado en aspectos como por ejemplo su almacenamiento, su transporte, su proceso mismo de adquisición, etc.



PROVEEDORES.

En el mundo empresarial y profesional, un proveedor es una persona física o jurídica que atiende las necesidades específicas (tangibles o intangibles) de otra organización.

Esta dinámica de especialización de las empresas es la que permite el surgimiento de redes de intercambio que generan riqueza compartida; los proveedores obtienen un beneficio que pagan las empresas contratantes, y estas últimas trasladan normalmente estos costos de producción al bien final que adquiere el consumidor.

