



ALUMNO: NESTOR ADIN LÓPEZ GORDILLO

MATERIA: PLAN DE NEGOCIOS

ACTIVIDAD: SÚPER NOTA

CUATRIMESTRE: 7º

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DOCENTE: REYNAUDO FRANCISCO MANUEL  
GALLEGOS

FECHA DE ENTREGA: 26/09/2020



**Descripción de la empresa:** Ya sea que la empresa esté en marcha o no, todo plan de negocios tiene un origen y parte de una motivación personal o grupal. Así, el documento que describe la idea de negocio debe incorporar un poco de historia: cómo nació la idea, desde cuándo existe, qué motivó su creación, y los hechos más importantes que hayan transcurrido durante su desarrollo y evolución.

**Historia de la empresa** Aquí debes responder a las siguientes preguntas: ¿Cuándo se fundó la empresa? ¿Quién la fundó? ¿Cuál fue la razón o motivaciones para fundarla? ¿Cuál es el giro de la empresa y cómo ha evolucionado hasta la fecha? ¿Qué productos vende y a quiénes?

**Análisis de la industria**  
¿Cómo se encuentra el sector o industria en el que trabaja empresario? ¿La industria está creciendo, está madurando o está en declinación? ¿Qué variables económicas, sociales, tecnológicas, políticas o legales, a nivel local, regional, nacional o global podrían influir en la industria de manera positiva o negativa?

**Productos y servicios ofrecidos**  
¿Cuáles son los atributos y características distintivas de dichos productos o servicios? ¿Quiénes son sus clientes y por qué la actual propuesta de valor es relevante para ellos? ¿Quiénes son los competidores y sus principales proveedores?

**Información económica y financiera**  
Y  
Equipo empresarial y gerencial

**Descripción general del negocio**  
La descripción de la empresa incluye dos secciones:  
1. Concepto del Negocio 2. Productos y/o Servicios.

**Misión:** Una vez que ha definido y entendido las características de la industria en la que va a operar, usted está listo para definir con precisión la misión de la empresa y la importancia de dicha misión



**Mercadotecnia e imagen** El concepto de mercadotecnia no es una definición sobre lo que es y hace la mercadotecnia. Se trata de una forma de pensar, una filosofía de dirección, sobre cómo debe entenderse la relación de intercambio de los productos de una organización con el mercado.

**Análisis FODA** Se llama análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) o análisis DAFO o en inglés SWOT analysis

**Factores claves de éxito:**  
Uso de la tecnología  
Factores de éxito financiero  
Marca global  
Comercialización

**Objetivos generales de la empresa** La misión de la empresa expresa lo que se pretende lograr, las metas establecen como se pretende lograr la misión y los objetivos establecen el ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Quién?, etc. Es decir, que, los objetivos establecen claramente cómo se van a resolver las necesidades o problemas de la empresa.

**Visión** La Visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar

**Investigación de mercados:** La realización de una investigación en mercadotecnia supone llevar a cabo una serie de fases secuenciales que pueden agruparse en las cuatro siguientes: el diseño de la investigación, la obtención de la información, el tratamiento y análisis de los datos y la interpretación de los resultados y

**Análisis de mercado** Uno de los objetivos de la actividad de mercado es la convergencia de las ofertas de los fabricantes, las demandas de los consumidores y las estrategias de los productores, a fin de colocar las ofertas en el punto de reunión a la hora fijada.  
  
Otro es identificar al consumidor respecto a su sexo, edad, poder de compra, nivel académico, posición social, así como sus necesidades, sin olvidar a la competencia y sus productos.

**Mercado potencial** El mercado potencial está compuesto por todas aquellas personas e instituciones que tienen o pueden llegar a tener la necesidad que satisface el producto en cuestión. Es posible que parte de este mercado satisfaga su necesidad, comprando a la competencia, pero eso no quiere decir que en algún momento llegue a cambiar y comprar otra marca.

**Precio** El precio es un concepto que no es fácil de definir y que puede tomar muchas formas y denominaciones

**Políticas de precio** Cuando se trata de fijar el precio a un producto, pueden emplearse básicamente tres métodos, que están en función de:  
a) Los costos.  
b) La competencia.  
c) El mercado o la demanda.