



Universidad del sureste

CATEDRATICO: Reynaldo Francisco Manuel Gallegos

MATERIA: plan de Negocios

NOMBRE DEL ALUMNO: Morales Espinosa

José Artemio.

TRABAJO: Super Nota de la 2 unidades

CARRERA: Administración De Empresas.

GRADO: 7 Cuatrimestre

FECHA: 26-septiembre -2020

Elaboración y desarrollo del plan de negocios



Descripción de la empresa

Ya sea que la empresa este en marcha o no , todo plan de negocios tiene un origen y parte de una motivación n personal o grupal



Descripción del negocio

descubre la naturaleza y propósito de la empresa e incluye la misión, objetivos propuestas de valor y la descripción de productos y servicios.



La misión es lo que el negocio aspira ser, lo suficiente general para no dejar fuera al mercado , metas tiene que ser realista directo y poderoso para un negocio.



La visión es la capacidad de ver mas allá en tiempo y espacio y por encima de los demás.



Objetivos generales de la empresa.

Misión de la empresa expresa lograr las metas establecidas como pretende lograr la misión y los objetivos .

Elaboración y desarrollo del plan de negocios



Son elementos que el permiten al empresario alcanzar los objetivos que se ha trazado y testigüen ala empresa de la competencia haciéndola única.



Se llama FODA toda fortaleza, oportunidades , debilidades , amenazas. Es una esquema en el que tiene como punto central lo que quiere conseguir



Actualmente estamos en una etapa que permite el marketing de percepción es decir lo que percibimos del mercado, empresa , marca , o determinado producto

Mercadotecnia e imagen

Elaboración y desarrollo del plan de negocios



La investigación de mercado es un elemento fundamental para adquirir perspectiva ante la oportunidad de un negocio. La salida de un nuevo producto al mercado la elección de una estrategia la toma de decisión importante



Son todos los consumidores que pretende a un mercado y forma parte del mercado real.



Mercado potencial

El mercado potencial esta compuesto por todas aquellas personas e instituciones que tienen o pueden llegar atender la necesidad que satisface el producto en cuestión.

Análisis de mercado



Tres elementos fundamentales para el análisis de mercado: consumo, oferta, demanda.

Elaboración y desarrollo del plan de negocios



El precio puede ser considerado como el punto en el que se iguala el valor monetario de un producto



Publicidad generalmente se refiere a mensajes controlados pagados, en los medios mientras que promoción incluye actividades de mercadotecnia pagando y gratuitas tales como vetas o patrocinios



Cuando se trata de fijar el precio a un producto puede emplearse básicamente tres métodos. Los costos. La competencia. El mercado o la demanda.



Esta estrategia te permite lograr un crecimiento horizontal y vertical.