



UNIVERSIDAD DEL SURESTE (UDS)

NOMBRE DEL PROFESOR: Reynaldo Francisco Manuel

NOMBRE DEL ALUMNO: Víctor Manuel Hernández Hernández

CARRERA: Contaduría Pública

MATERIA: Plan De Negocios

TRABAJO: Súper Nota

GRADO: 7° cuatrimestre GRUPO: LCP05SSC0118-A

FECHA: 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.

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.

### Mercadotecnia e imagen

La mercadotecnia trata de satisfacer necesidades y deseos e identifica, crea, desarrolla y sirve a la demanda.

### Análisis FODA

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

### Descripción general del negocio

La descripción del negocio describe la naturaleza y propósito de la empresa e incluye la misión, objetivos, propuesta de valor, y la descripción de productos y servicios.

La descripción de la empresa incluye dos secciones:

1. Concepto del Negocio
2. Productos y/o Servicios

### Factores claves de éxito

La actitud

Uso de la tecnología

Factores de éxito financiero

Marca global

Comercialización

La misión es lo que el negocio aspira a ser.

Expresa el propósito y razón de ser por la cual la empresa se diferencia del resto de las compañías del sector

- Precisar cual es el producto o servicio
- Quiénes son los clientes o beneficiarios
- Quiénes más están compitiendo
- Cuales son sus expectativas

### Visión

capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás,

es el sueño alcanzable a largo plazo, el futuro aspirado por la empresa, un sueño que representa su máxima aspiración

### Objetivos generales de la empresa

Los principales beneficios o ventajas de establecer objetivos para una empresa son:

- establecen un curso a seguir.
- permiten enfocar esfuerzos hacia una misma dirección.
- sirven de guía para la formulación de estrategias.
- sirven de guía para la asignación de recursos.
- sirven de base para la realización de tareas o actividades.
- sirven de base para la planeación, organización, coordinación y control de la empresa.

sientan las bases para el diseño de puestos.  
sientan las bases para la toma de decisiones.  
minimizan los conflictos.

Investigación de mercados	
una investigación en mercadotecnia supone llevar a cabo una serie de fases secuenciales que pueden agruparse en las cuatro siguientes:	<ol style="list-style-type: none"> <li>I. el diseño de la investigación.</li> <li>II. la obtención de la información.</li> <li>III. el tratamiento y análisis de los datos.</li> <li>IV. la interpretación de los resultados y presentación de conclusiones.</li> </ol>

