



**Nombre de alumno: Teresa de Jesús
Méndez Jiménez**

**Nombre del profesor: Reynaldo Francisco
Manuel**

**Nombre del trabajo: Ensayo de las
cuatro unidades**

Materia: Plan de Negocios

Grado: 7mo Cuatrimestre

Grupo: LCP05SSC0118-A

El siguiente ensayo hablara de la empresa, como es su utilidad y como se desarrolla en el ámbito del mercado, el mercado busca una mayor satisfacción para productos y poder brindar un buen servicio, su evolución en los negocios y en el país, su gestión social en distintos grupos y en el como se vincula en su combinación de materialismo económico. Su ámbito social rebalsa una fuerza política de poder que se relaciona con los negocios.

Los negocios integran una seria de actividades originales y exitosas en el cual a través de sus ventas obtienen un intercambio de productos o servicios, su objetivo primordial requiere un proceso de análisis, para cualquier negocio se debe de tomar decisiones claras para su establecimiento del negocio para que sus ideas de cada empresa puedan evaluar debe de contar con el valor al cliente para que su mercado tenga una mejor satisfacción para los productos, su mercado potencial obtiene un valor económico para que el cliente analicé detallado su tema correspondiente de datos básicos y así brinden un mejor objetivo y su grado de innovación de sus productos o servicios para que su innovación oferte su producción, para su viabilidad es necesario poder evaluar sus posibilidades ya que lleva a cabo sus proyectos y su rentabilidad estudia su exitoso negocio para poder indicar sus ganancias a largo plazo.

Los estudios de su evolución empresarial se sistematizo sus resultados para estudiar la formación y desarrollo en 1989 salió a la luz publica el trabajo por Edmundo Jacobo sobre los empresarios de México sus políticas, existen 2.9 millones de establecimientos de los cuales en 99 por ciento corresponde a micro, pequeñas y medianas empresas, su dimensión social y política debate sus influencias culturales de los sectores empresariales más allá de aquellas instituciones de negocios y organizaciones se ha enriquecido las perspectivas de la tecnología y su innovación.

Los factores del éxito contribuyen a desarrollar habilidades para lograr el éxito y así su acercamiento a la estrategia trate de ganar dinero su comportamiento de su entorno, su proceso de dirección estratégica define su sector con mayor claridad posible para su división en macroentorno y microentorno para su separación de estrategias, su análisis del entorno determina el grado de rivalidad de los competidores para negociar la entrada económica y entrada de nuevos competidores, su análisis interno realiza las necesidades para los clientes y así poder utilizar diferentes metodologías para la venta de productos.

Los factores del riesgo se centran en el estudio de diferentes organizaciones para tomar en cuenta el riesgo económico trata de disminuir su beneficio macroeconómico para

establecer sus condiciones generales, los riesgos bancarios afectan negativamente sus resultados de las instituciones financieras, sus factores de prevención fundamentan el trabajo práctico de los sistemas de las organizaciones y su análisis negativo mantiene su funcionamiento para sus procesos internos.

Existe un sinnúmero de planes de negocios como el plan de negocios de Lean que trata de gestionar sus estrategias para poder agilizar su información para los proyectos, el plan de negocios estándar genera un extenso negocio puntual que tiene la necesidad de analizar los productos y servicios, el plan de negocios del Startup analiza su plan de negocios para cumplir cada uno de los requisitos y así incorpora su proyección y el plan de negocio One-Page refleja una visión para sus propuestas de sus negocios.

Las razones administrativas guía y pone en marcha sus actividades para organizar y controlar dichas actividades, las razones de variedad permiten la flexibilidad que busca incrementar sus ideas y así mismo las razones de financiamiento demuestra la viabilidad de sus negocios.

Las empresas desarrollan un plan de negocios que motiva su creación y representa su situación económica, los negocios trata de incluir su visión y objetivos, sus propósitos desarrollan un análisis de proyección ya que define su importancia para el manejo directo para visualizar cada uno de sus propósitos trata de establecer sus metas y objetivos para así poder resolver problemas o necesidades, sus actividades impulsan su crecimiento y pone en marcha su administración de planeación y coordinación, sus uso de tecnología de cada empresa trata de aumentar y su eficiencia para lograr sus éxitos y así poder medir sus términos financieros trata de marcar el tamaño de su marca global que a futuro tendrá la capacidad de compartir información y desarrollar nuevos productos y abrir nuevos mercados para su comercialización.

La diversidad de personas es recomendable para un buen análisis para organizar buenos resultados estratégicos, la fortaleza de cada empresa contiene objetivos, las debilidades fortalece la ejecución de sus objetivos para que sus oportunidades tenga una popularidad competitiva y lo perjudicial trata de convertir todas sus oportunidades en objetivos.

La mercadotecnia trata de satisfacer las necesidades y desarrolla su necesidad, expresa su voluntad para los factores culturales y sociales para su demanda de recursos sus necesidades son ilimitadas ya que asigna el modo más conveniente. El análisis del mercado trata de ofertar demandas a los consumidores y plantear estrategias de sus

productos, por parte del mercado abastece las empresas, el mercado potencial se compone por aquellas personas e instituciones que tienen que llegar a la necesidad de satisfacer su necesidad, el mercado meta trata de que sus consumidores permanezcan a acciones que se agrupa en cinco mercados como primario, secundario, horizontal, vertical y fragmentado.

El precio define sus denominaciones que considera su valor monetario para que el comprador pueda satisfacer su utilidad ya que cuando se trata de fijar el precio se emplea básicamente es los costos, competencia y la demanda, en general sus métodos fundamentan la utilidad del costo del producto que a simple vista sus métodos básicos se clasifican en 2 modalidades básicas que con el método de costo de margen y del precio objetivo en el que puede determinar.

El ciclo de los productos empieza a distribuirse, su publicidad debe de comunicarse en la mercadotecnia ya que es utilizada como instrumento de la promoción y a su vez diferencia sus ventas personales forma parte esencial de la transmisión de mensajes y su promoción integrada por aquellas actividades diferentes de la venta personal de efectividad de los consumidores mediante sus demostraciones.

La localización de puntos de ventas es de suma importancia para determinar sus factores y así cuenta son su finalidad, la materia prima es utilizada en empresas industriales para la fabricación de productos que determinar en costos y sus proveedores pueden disponer de todos los recursos que integran los productos es importante una buena administración de compras abarca una gran diversidad de situaciones para su planeación de nuevos productos.

Su desarrollo interpreta y evalúa sus consumidores para sus estrategias y su participación en el mercado, su análisis económico contribuye su desarrollo de distintos prototipos de los consumidores su comercialización tiene como ventaja principal su estimación real de los productos en el mercado, sus estrategias están diseñadas para complementar cambios y evoluciones de productos.

Las herramientas de trabajo que son las maquinarias es inventado por el hombre para poder auxiliar su trabajo ya que son sus aparatos mas poderosos, su capacidad de producción genera su capacidad de producir su rendimiento para así poder satisfacer la demanda, el control de calidad deriva sus distintos procesos sus servicios ofrece el conjunto de nuevos tiempos tecnológicos para poder acelerar su innovación e

incrementos, sus costos de producción son gastos necesarios para la producción, gestiona sus recursos económicos.

La división de trabajo delimita sus actividades con el fin de realizar su proyección de trabajo, el organigrama estructura fundamentalmente su labor y trata de impulsar su análisis de satisfacción de todos los clientes.

Para concluir entendemos que cada empresa trata de formar una serie de pasos cuyo objetivo y metas sean alcanzar un buen manejo de recursos, trata de operar en forma organizada para que sus recursos entre en elaboración. El mercado trata de obtener ganancias para implementar sus avances tecnológicos y así desarrollar un buen manejo. En tendemos que cada empresa trata de demostrar con que capacidades cuenta, y al mismo tiempo innovar sus funciones.