



## **Mi Universidad**

**NOMBRE DEL ALUMNO: JORGE LUIS GERONIMO DIAZ**

**NOMBRE DEL PROFESOR: LILIANA GRISELL ESCOBAR HERRERA**

**MATERIA: PLAN DE NEGOCIOS**

**LICENCIATURA: CONTADURIA PUBLICA Y FINANZAS**

**TRABAJO: SUPERNOTA**

**CUATRIMESTRE: SEPTIMO**

**Frontera Comalapa Chiapas 14 de octubre de 2022**

## ELABORACION Y DESARROLLO DE PLAN DE NEGOCIOS

<p style="text-align: center;"><b>DESCRIPCION GENERAL DEL NEGOCIO</b></p> <p>Misión, visión y objetivos.</p> 	<p style="text-align: center;"><b>DESCRIPCION DE LA EMPRESA</b></p> <p>Historia de la empresa , análisis de la industria, productos y servicios ofrecidos, información económica financiera, equipo empresarial y gerencial.</p>		<p style="text-align: center;"><b>VARIABLES</b></p> <p>Comportamiento, atributos, actitudes/opiniones, motivaciones o necesidades.</p>	
<p style="text-align: center;"><b>OBJETIVOS GENERALES DE LA EMPRESA</b></p> <p>Los objetivos establecen claramente cómo resolver las necesidades o problemas de la empresa.</p>	<p style="text-align: center;"><b>ELEMENTOS BASICOS DE ANALISIS DE MERCADO</b></p> <p>Consumidor, oferta, demanda, precio, competencia, cifra de mercado.</p>	<p style="text-align: center;"><b>ANALISIS DE MERCADO</b></p> <p>identificar al consumidor respecto a su sexo, edad, poder de compra, nivel académico, posición social, así como sus necesidades.</p>	<p style="text-align: center;"><b>MERCADO META</b></p> <p>Mercado objetivo: primario, secundario, horizontal, vertical y fragmentado.</p>	<p style="text-align: center;"><b>PROMOCION</b></p> <p>Actividades diferentes de la venta personal, la publicidad, y la propaganda.</p>
<p style="text-align: center;"><b>FACRTORES CLAVES DE EXITO</b></p> <p>Actitud de los empleados, uso de la tecnología, maraca global y comercialización.</p>	<p style="text-align: center;"><b>MERCADOTECNIA E IMAGEN</b></p> <p>La mercadotecnia trata de satisfacer necesidades y deseos e identifica, crea, desarrolla y sirve a la demanda.</p>	<p style="text-align: center;"><b>ANALISIS FODA</b></p> <p>Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.</p>	<p style="text-align: center;"><b>PUBLICIDAD</b></p> <p>instrumento de la mercadotecnia utilizado para la promoción.</p>	

