

Fecha de entrega 17 de
septiembre del 2023.



MI UNIVERSIDAD.

Nombre: Luis Antonio Alfaro Pérez

Docente: Yaneth Del Rocío Espinosa Espinosa.

SÚPER NOTA.

Plan de negocios

Lic. En contaduría pública y finanzas

7 cuatrimestre

Elaboración y desarrollo del plan de negocios

Descripción de la empresa: es cuando la empresa ya está funcionando y entonces se describe el origen de la empresa y como fue creada si fue parte de una motivación, entonces se dice como nació la idea, desde hace cuánto existe, y cuál fue el motivo de su creación y cuanto ha transcurrido desde su creación.



Información económica y financiera se debe presentar los estados financieros de los últimos dos o tres años, que permitan conocer la situación económica y financiera de la compañía en sus términos de liquidez, rentabilidad, solvencia y gestión financiera.



Equipo empresarial y gerencial para un potencial es indispensable conocer quiénes serían sus socios, por lo tanto, en este apartado esperan la respuesta de las siguientes preguntas, de quienes son los accionistas el porcentaje que le toca a cada uno de ellos etc.



descripción general del negocio se describe la naturaleza y el propósito de la empresa e incluye la misión los objetivos los valores, y la descripción breve de los productos.



Misión una vez que ha definido y se ha entendió las características en la que se va a tratar debe ser definido con precisión la misión de la empresa, es decir, es lo que el negocio aspira a ser, es importante que se pueda definir la misión desde el principio ya que es un papel muy importante.



Visión la visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, es decir lo que la empresa desea visualizar, y que quiere ver con su imaginación y ver el resultado final que se pretende alcanzar.



Objetivos de la empresa estos se definen claramente cómo se van a resolver las necesidades o problemas de la empresa, por lo general, los objetivos son fácilmente medibles ya que tiene indicadores de acción sobre su actividad que puede ser lograda dentro del tiempo establecido en la empresa.



factores clave del éxito estas actitudes impulsan el comportamiento que resultan en cambios, un factor clave para el éxito es que nuestro personal este motivado y comprometido para el crecimiento de la empresa.



Uso de la tecnología evita mantenerte al día con la tecnología a tu propio riesgo, la empresa utiliza tecnología para abrir nuevos mercados y atender a los clientes de una mejor manera y así aumentar la eficiencia y desarrollar nuevos productos y servicios y tener una mejor oportunidad de mejorar ante la competencia.



Factores de éxito financiero la mayoría de los dueños mide en primer lugar el éxito financiero mientras que la empresa necesita obtener un beneficio para sobrevivir, y sobre todo si la tecnología no es la adecuada.



Mercadotecnia e imagen se trata de una forma de pensar, es más que nada una filosofía de dirección, sobre todo debe entenderse la relación de intercambio de los productos de una organización con el mercado.



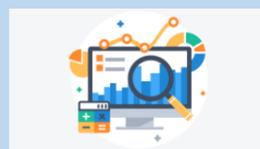
Investigación de mercados se supone llevar a cabo una serie de fases secuenciales que se pueden agrupar en el diseño de la investigación, la obtención de dicha información, el tratamiento y análisis de los datos y la interpretación de los resultados y más que nada la presentación de nuestras conclusiones.



Marca global el tamaño de la marca a es importante para que en un futuro la medida pueda tener éxito, en este mundo actualmente tenemos la oportunidad de usar la tecnología y de expandir la información a diferentes lugares y que muchos puedan de conocer la marca.



Definir el tipo de investigación debe ser analizarse el diseño y la estructura y el plan de estudio que sirve para la recolección de análisis de los datos.



Análisis FODA es un esquema en el que se tiene como punto central lo que quieres conseguir y en cuatro ejes básicos los factores lo rodean para poder obtenerlo.



Análisis 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 la reunión a la hora fijada.

- Mercado potencial
- Mercado meta
- Precio
- Política de precio



Referencias bibliográficas.

- Munch, Lourdes. (2015). Fundamentos de administración. Ciudad de México, México: Trillas.
- Araujo, Noelia. (2015). Guía práctica para la elaboración de un plan de empresa. Madrid, España: EAE.
- Prieto, Carlos. (2016). Emprendimiento. Conceptos y plan de negocios. Ciudad de México, México: Pearson.
- Pedraza, Hugo. (2017). Modelos de plan de negocio para la micro y pequeña empresa. Ciudad de México, México: Grupo editorial patria