

# Plan de negocios de Lambing y Kuehl (1998)

## Determinación de la misión:

Es una explicación concisa y bien definida del propósito del negocio y la filosofía de su administración. Los elementos comunes incluyen una descripción de los productos o servicios que ofrecen. Es la determinación básica que la empresa va desempeñar en un entorno determinado para conseguir la misión.

## Ambiente del negocio:

Algunos cambios podrían afectar la supervivencia de una compañía incluyen a los cambios en las tendencias demográficas, acciones tecnológicas, cambios tecnológicos, grupo de gente por interactuar para realizar actividades comerciales.

## Plan de ventas:

La compañía competirá en el mercado para la venta de los productos y servicios que incluye, una descripción más detallada de los productos y servicios, análisis de las competencias. Puntos adecuados para poder estar en competencia con otros negocios.

## Equipos de administración:

Trata sobre los recursos humanos necesarios para que el negocio prospere, tenga una mejor calidad en los productos ofrecidos.

## Datos financieros:

La sección financiera es una de las más importantes, incluyen todos los costos de inicio, forma en que la financiera el negocio, los estados financieros proyectados y el punto de equilibrio.

### Aspectos legales.

El empresario debe seleccionar una forma de organización, determinar si habrá necesidad de reservar derechos o registrar patentes o marcas industriales. Conlleva a tener la toma de decisiones de trámites legales y administrativos.

### Requerimientos seguros:

El inicio y la operación de un negocio significan riesgo de diferentes clases. Pueden contratarse seguros sobre la propiedad que reembolsan al negocio si los activos son dañados.

### Proveedores:

Es la empresa o la persona que abastece al negocio con artículos requeridos para su posterior venta.

### Riesgo.

Un riesgo puede ser financiero que puede ocasionar de no generar ingresos suficientes como para pagar a los creadores. La incertidumbre que surge durante la consecución de un objetivo.

## Clasificación de empresas por giros.

\* ¿Cómo se clasifican las empresas según la actividad que realizan? Son 3.  
Sector primario, Sector secundario, Sector terciario

\* Menciona 3 ejemplos de cada categoría

1) por su actividad: Se dedica a extraer los productos de la naturaleza (Agricultura, Ganadería, Minería, Pesca)

2) por su tamaño: Gran empresa (con más de 250 trabajadores), Mediana empresa (con más de 50 trabajadores), pequeña empresa (entre 10 y 50 trabajadores), Micro empresa (menos de 10 trabajadores).

3) por su propiedad: Pública (pertenece al estado), privada (pertenece a quien la crea con su propio capital), Mixta (es compartida entre el estado y las particulares).

\* ¿Cómo se clasifican las empresas por la propiedad a la que pertenecen? por su actividad, por su tamaño, por su propiedad, por su forma jurídica.

\* Enlista tres ejemplos de cada categoría

- Sector primario: Se relaciona con la transformación de recursos naturales en productos primarios no elaborados.

- Sector secundario: Transforma la materia prima en productos de consumo.

- Sector terciario: Abarca todas las actividades económicas relacionadas con los servicios materiales.

\* ¿A que nos referimos cuando hablamos de la naturaleza de un proyecto?  
Del nacimiento de un proyecto, resultado de un proceso de análisis y planificación

D.6

\* ¿Qué es una ventaja competitiva? Es cualquier característica de una empresa, país o persona que la diferencia de otras colocándole en una posición relativa superior para competir.

\* ¿Cuáles son los tres requisitos que deben cumplirse para considerarse una ventaja competitiva?

- Resultado
- Sostenible
- Difícil de imitar

\* Menciona los dos tipos de ventajas competitivas que puede tener una empresa y explica a que se refieren:

- Liderazgo en costes: tener una estrategia eficaz para poder obtener costes de producción bajos, sin afectar al producto y tener mayor venta en el mercado.

- Diferenciación: tener un único diseño que no pueden tener los demás para poder tener éxito, teniendo complacidos a los clientes con la calidad del producto.

## Importancia del trabajo en equipo.

2 ventajas de trabajar en equipo: - mejor resultado en el trabajo - se fomenta la creatividad de cada uno.

2 desventajas de trabajar en equipo:

- En que pueden perder el tiempo pensando en otras desiciones sobre un tema o punto de vista. - algunos integrantes estan en desacuerdo con trabajar con otros en el mismo equipo.

¿Qui es equipo efectivo? Es un grupo de personas en el cual cada integrante debe de dar su punto de vista sobre algun tema, dar en aperte de lo que piensan, asi tener mejor calidad en su trabajo

D. E.

## Perspectiva de un plan de negocios.

La definición más simple del plan de negocios es que indica lo que la empresa planea hacer, qui en la hora, cuando se hará y cuanto costará (osgeed 1985) Un plan de negocio es tener la visualización de lo que planeará para una buena empresa tomando en cuenta sus productos, envíos, equipos necesarios.

D.E

## Participación final Unidad 11

¿Qué significa para ti mercadotecnia? un proceso social y administrativo mediante el cual, grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar ingresos teniendo satisfechos a los consumidores

Origen de la palabra mercadotecnia: se compone de vocablos "mercado" proveniente del latín *mercātus*, y "-técnica", del griego *τεχνή* (*tejne*), que significa calidad técnica.

Importancia de la mercadotecnia: para poder satisfacer a los clientes, tener una mejor economía en la empresa

Marca con mejor estrategia: Spotify: ofrece una experiencia de usuario diferente.





