



Nombre del Alumno:

Guadalupe Nájera López

Nombre del trabajo:

Súper nota

Nombre de la Materia:

Plan de negocios

Nombre del profesor:

Lic. Yaneth del Rocío Espinosa Espinosa

Nombre de la Licenciatura:

Contaduría pública y finanzas

Cuatrimestre:

7º cuatrimestre

Comitán de Domínguez a 12 de octubre del 2023.



SUPER NOTA

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.

1. Descripción de la empresa GRUPO BIMBO.

1.1 Historia de GRUPO BIMBO.



Grupo Bimbo fue fundado en México, en 1945, por Lorenzo Servitje, Roberto Servitje, José T. Mata, Jaime Sendra, Jaime Jorba y Alfonso Velasco. Bajo el liderazgo de Daniel Servitje, actual Presidente del Consejo de Administración y Director General del Grupo, se ha consolidado como una empresa de panificación global, al reportar un aumento en sus ventas, de USD 4.67 mil millones en el 2004, a USD 10.712 millones, durante el 2011.

El nombre de Bimbo aparece por primera vez en 1945. La principal hipótesis es que este resultó de la combinación de Bimbo y Bimbi. Tiempo después, los fundadores sabrían que a los niños, en italiano, se les dice bimbo, mientras que, en húngaro, la palabra significa capullo y que, curiosamente, el fonema que se utiliza en China para nombrar al pan suena muy parecido.

La imagen de la empresa, el Oso Bimbo, nació de la caricatura de un oso que regaló al señor Jaime Jorba en una tarjeta de Navidad. Anita Mata, la esposa de Jaime Sendra, le añadió el gorro, el delantal y el pan bajo el brazo. Este es el oso que, hasta hoy, caracteriza a Bimbo, por su ternura, limpieza, blancura y suavidad.

Bimbo se convirtió en una marca reconocida como "famosa" por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), desde el 23 de abril de 2010, y es una de las 27 marcas selectas que han alcanzado esta categoría, en el país. En 2014, el Brand Footprint de Kantar World Panel la colocó en el séptimo lugar a nivel global, en la categoría alimenticia.

Historia de la empresa

Aquí debes responder a las siguientes preguntas: ¿Cuándo se fundó la empresa? ¿Quién la fundó? ¿Cuál fue la razón o motivaciones para fundarla? ¿Cuál es el giro de la empresa y cómo ha evolucionado hasta la fecha? ¿Qué productos vende y a quiénes?



Análisis de la industria

¿Cómo se encuentra el sector o industria en el que trabaja empresario? ¿La industria está creciendo, está madurando o está en declinación? ¿Qué variables económicas, sociales, tecnológicas, políticas o legales, a nivel local, regional, nacional o global podrían influir en la industria de manera positiva o negativa.



Productos y servicios ofrecidos

¿Cuáles son los atributos y características distintivas de dichos productos o servicios? ¿Quiénes son sus clientes y por qué la actual propuesta de valor es relevante para ellos? ¿Quiénes son los competidores y sus principales proveedores?



Información económica y financiera

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



Equipo empresarial y gerencial

Para un potencial inversionista es indispensable conocer quiénes serían sus "socios". Por lo tanto, en este apartado esperan la respuesta a las siguientes preguntas: ¿Quiénes son los accionistas de las empresas? ¿Qué porcentaje del total de acciones tiene cada uno de los accionistas?



Objetivos generales de la empresa

La misión de la empresa expresa lo que se pretende lograr, las metas establecen como se pretende lograr la misión y los objetivos establecen el ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Quién?, etc.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Crear un servicio de calidad a nuestros clientes que brinde diferentes productos (muebles ergonómicos) al por mayor y al detal, en diferentes lugares de la ciudad.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Ofrecer a nuestros clientes muebles de calidad, comodidad y ergonomía.
- Revisar constantemente los resultados y ganancias obtenidas para evaluar la productividad y desempeño de los trabajadores.
- Participar en la reforestación de los bosques, de donde proviene la madera usada en nuestros muebles contribuyendo así al medio ambiente.
- Aumentar las ventas anuales en un 40% y mantener el 100% de la calidad de nuestros productos.

Misión

La misión es lo que el negocio aspira a ser. Es importante el tratar de definir la misión desde el principio ya que juega un papel importante en la definición del resto del plan de negocios



Visión

La Visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar.



Valores

Son los principios éticos, morales, empresariales que define la identidad corporativa y la orientación de la organización.

la honestidad, la transparencia, la pasión, la diferencia y la orientación al cliente.

NUESTROS VALORES

- Honestidad**
 - No robo, ni perjudico a los demás.
 - Hablo siempre con la verdad.
 - Soy ético y tengo presente las consecuencias de mis actos.
- Cooperación**
 - Me gusta trabajar en equipo, apoyo a mis compañeros y valoro su ayuda.
- Disciplina**
 - Trabajo puntualmente, todos los días, cumpliendo con las normas de la empresa.
 - Mantengo limpias y ordenadas las áreas de trabajo.
- Superación**
 - Estoy siempre abierto al cambio.
 - Siempre busco una manera de hacer mejor las cosas.
 - Quiero mejorar por mí y por mi familia.
- Lealtad**
 - Estoy comprometido con la empresa y difundiendo una imagen positiva de ella, de sus productos y de mis compañeros de trabajo.
- Respeto**
 - Acepto y comprendo la forma de ser y pensar de los demás aunque no sea igual a la mía.

Análisis FODA

Se llama análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) o análisis DAFO o en inglés SWOT analysis. Es un esquema en el que tienes como punto central lo que quieres conseguir y en cuatro ejes básicos los factores que lo rodean para obtenerlo.

análisis FODA Metodología de estudio de la situación de una empresa o proyecto.

- AMENAZAS** Situaciones que provienen del entorno planteadas contra la estabilidad de la organización.
 - Ejemplos:
 - Condiciones económicas
 - Regulación desfavorable
 - Cambios en la legislación
- DEBILIDADES** Factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia.
 - Ejemplos:
 - Salarios bajos
 - Equipamiento viejo
 - Falta de capacitación
- FORTALEZAS** Capacidades internas y recursos con que cuenta la empresa.
 - Ejemplos:
 - Buen ambiente laboral
 - Proximidad en el entorno de la empresa
 - Conocimiento del mercado
- OPORTUNIDADES** Factores que resultan positivos y favorables en el entorno de la empresa.
 - Ejemplos:
 - Regulación a favor
 - Competencia débil
 - tecnología más avanzada

Bibliografía básica y complementaria

- 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
- 9 valores esenciales de una empresa y cómo cultivarlos (rockcontent.com)