

EL EMPRENDEDOR Y LA IDEA EMPRENDEDORA. NUESTRA PROPUESTA DE VALOR.

1. Haz un definición de:
 - a. Concepto de emprendedor
 - b. Concepto de empresario.
 - c. Intraemprendedor.
2. Explica las características de los emprendedores.
3. Define el riesgo empresarial. En qué se concreta la posibilidad de correr riesgo con un negocio?
4. Argumenta porqué se afirma, que la empresa tiene un valor social, dicho de otro modo, tiene un impacto en la sociedad o entorno en el que actúa.
5. Define el término de innovación. E indica los tipos de innovación que podemos aplicar en un negocio.
6. La empresa:
 - a. Haz una definición
 - b. Indica los tipos de recursos que utiliza
 - c. Explica sobre un esquema o mapa conceptual los tipos de empresas
7. Entorno empresarial.
 - a. Define el entorno
8. La cultura corporativa y Imagen corporativa.
 - a. Define la cultura corporativa y sus elementos. Defínelos y explica como los has enfocado desde tu plan de empresa.
 - b. Define la imagen corporativa y las herramientas que usan las empresas para crear y conseguir una imagen que represente lo que quieren transmitir a su entorno.
9. Haz una definición de los siguientes elementos del mercado: Oferta, demanda, tamaño, cuota de mercado.
10. El cliente potencial. ¿Quién es?
 - a. Define el término de segmentación.
 - b. Concreta que criterios de segmentación que se pueden utilizar para hacer una identificación correcta del cliente potencial de una empresa.
 - c. Y, ahora explica quién es y como es el segmento a quien va dirigido el producto o servicio que ofreces en tu propuesta de valor (que se identifica con tu idea de negocio).
11. Explica la Propuesta de valor de tu plan de empresa. Detallando los criterios que has utilizado, es decir, que factores o atributos consideraste importantes para definirla.

PLAN DE MARKETING.

12. El marketing mix:
 - a. Indica los elementos que lo componen.
 - b. Y como los vas a plantear y explotar en tu plan de empresa.
13. Explica las estrategias que aplica el modelo de las 4 P's que conforman el marketing digital.
14. Explica los niveles a los que podemos llevar un producto.
15. Indica las distintas fases de ciclo de vida del producto.
16. El precio, defínelo e indica las estrategias de precios que se dan en el mercado.
17. La marca:
 - a. define la marca indicando que elementos puede utilizar.
 - b. Explica las estrategias que puede adoptar con su marca.
18. Explica los siguientes términos:
 - a. Descuento por pronto pago:
 - b. Descuento por volumen de compra:
 - c. Precios de prestigio:
 - d. Precio paquete:
 - e. Precio cautivo:
 - f. Fidelización:
 - g. Merchandising.
19. La distribución:
 - a. Define la distribución.
 - b. Indica los tipos de canales Cita ejemplos de distribución.
20. La promoción:
 - a. Explica sus tres elementos básicos.
 - b. Desarrolla dos tipos de actividades que podría llevar a cabo tu empresa.
21. La atención al cliente: Argumenta con tus palabras la importancia de elemento del marketing de las personas, como uno de los más importantes a tomar en cuenta para la imagen de la empresa.
22. Dentro de los tipos de distribución, identifica a que tipo corresponde cada una de las siguientes situaciones, y justifica el porqué :
 - a. En FERRARI el fabricante desea diferenciar su producto mediante una política de alta calidad, de prestigio o de calidad de servicio, en la que servicio posventa es importante.
 - b. Líneas de galletas Digestive de Fontaneda.
 - c. Boutiques Nespresso o alguno de los centros de El Corte Inglés en los que se puede comprar cápsulas y máquinas de café Nespresso.

PLAN DE PRODUCCIÓN:

23. La localización, que es elemento importante para el éxito de la empresa, ha de reunir unas condiciones apropiadas. Cuáles son? Y en el caso de tu plan de empresa, ¿Cuál ha sido el lugar elegido para ubicarla, y por qué?

24. ¿Qué es el plan de producción?

- a. Defínelo.
- b. La clasificación de recursos. Es decir, ¿qué recursos se han de incluir en tu Plan de producción? Para ello, concreta la tipología de los mismos de acuerdo a su naturaleza, indicando la partida económica que supone, dicho de otro modo, cual va a ser su coste (cómputo anual). Y para organizar la información te sugerimos que utilices una tabla o herramienta similar. Como ejemplo inicial te presentamos la siguiente:

Humanos:	
Materiales:	
1. Técnicos	
2. Instalaciones	
3. Transportes	
4. Económicos	

RECURSOS HUMANOS

25. Detalla la composición del Plan de recursos humanos? Cuántos son, su función y su vinculación con la empresa.

26. ¿Cuáles son los costes salariales? Para explicarlo puedes presentarlo en forma de esquema, tabla, en todo caso, que sea lo más gráfico posible.

LA VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA

27. Análisis de costes:

- a. Define el término de coste. Relaciónalo con el término de coste total.
- b. Indica y explica los tipos de costes según las dos clasificaciones que existen. Consulta el documento del AVirtual que explica los tipos de costes.
- c. Desde el punto de vista de gestión de la empresa, analiza los diferentes costes expuestos anteriormente, y determina cuáles son los que más interesa fomentar o disminuir en la empresa, según el caso, y porqué.

28. Precio de venta:

- a. Haz una definición.

Empresa e iniciativa emprendedora
Actividades consolidación

b. Explica los criterios que has utilizado en tu Plan de Empresa para decidir el precio de tu servicio o producto.

29. Punto muerto

- a. Defínelo e indica que otro nombre recibe.
- b. Explica cómo se calculan los ingresos.
- c. Indica la fórmula para calcular el punto muerto.

30 Plan de inversiones y Plan de gastos iniciales.

- a. Define a cada uno, explicando su capacidad de retorno.
- b. Indica qué partidas (tipos de inversiones y gastos) se incluyen en tu Plan de Empresa, en líneas generales. Es aconsejable que las presentes en una tabla (véase libro IPE2 pag 157).

31 Plan de financiación:

- a. Define los tipos de financiación y aclara si son recursos propios o ajenos. Para ello puedes presentar una tabla indicando y definiendo cada uno.
- b. Detalla las vías de financiación que vas a emplear en tu negocio.

32. Explica qué es y qué información nos da la cuenta de resultados

33. Análisis económico financiero

- d. Explica cómo se lleva a cabo una conclusión sobre la viabilidad económico-financiera.
- e. Define el fondo de maniobra.