**I) REACTIVOS DE OPCIÓN MÚLTIPLE**

Subraya la respuesta correcta de lo que se pide en cada pregunta. **10 ptos.**

1.- ¿De qué se encarga el marketing?

R.- El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor

2.- ¿Cuál es el objetivo del área de Marketing?

R.- Los objetivos del área de marketing son definir lo que se desea lograr con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado.

3.- ¿Para que nos sirve el estudio de mercado?

R.- Para recopilar, registrar y analizar datos en relación con el mercado específico al cual la empresa ofrece sus productos.

4.- ¿Qué se requiere para hacer publicidad?

R.- Hacer publicidad es una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta; su objetivo principal es crear un impacto directo sobre el cliente para que compre un producto, con el consecuente incremento en las ventas.

5.- ¿Qué medios se utilizan para la publicidad de productos o servicios?

1. Periódico, radio, volantes, perifoneo, redes sociales, entre otros.

6.- ¿Qué se puede realizar en la promoción de ventas?

R.- Muestras gratuitas, regalos en la compra del producto, ofertas de introducción, patrocinio y/o participación en actividades sociales, educativas, culturales o deportivas de la comunidad, etcétera.

7.- ¿Qué es una etiqueta?

R.- Formas impresas que lleva el producto para dar información al cliente acerca de su uso o preparación.

8.- ¿Qué función tiene un empaque?

R.- El empaque debe ayudar a vender el producto, en particular el que es adquirido directamente por el consumidor final.

9.- El precio de un producto es una variable relacionada ¿con qué elementos?

R.- Plaza, publicidad y producto

10.- ¿Qué se conoce como producción?

R.- Transformación de insumos a partir de recursos humanos, físicos y técnicos, en productos requeridos por los consumidores

**REACTIVOS DE RESPUESTA CORTA: 5 ptos.**

 Anote la palabra (s) que faltan el la linea.

11.- Tanto Hebert como Link (1989) y Hatten (1997) lo definen al emprendedor como el especialista en ***\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_*** de la localización y el uso de bienes, recursos e instituciones; es decir, un “ágil captador y aprovechador de información y recursos” con la facultad para detectar oportunidades de negocios y aprovecharlas.

12.- Morris y Kuratko (2002) dicen que, además de hacer uso óptimo de los recursos disponibles y utilizarlos en combinaciones que maximizan sus resultados factibles, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ a cualquier proceso o actividad en la que interviene.

13.- Otros autores señalan que el emprendedor es capaz de concentrar su mente en ciertos aspectos del medio que le rodea e ignorar otros, esto le permite aplicar su tiempo y esfuerzo en la búsqueda y ***\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_***. Agregan que es un alquimista peculiar que toma un sueño propio y lo transforma en algo espléndido y real, por lo cual tiene “dinamismo creativo”. Harper (1991) lo identifica como una persona capaz de revelar oportunidades y poseedor de las habilidades necesarias para elaborar y desarrollar un nuevo concepto de negocio; esto es, tiene la virtud de detectar y manejar problemas y oportunidades mediante el aprovechamiento de sus capacidades y de los recursos a su alcance, gracias a su autoconfianza. Joseph Schumpeter

14.- El emprendedor es consciente de la importancia de la planificación pero también cuenta con el conocimiento, ***\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_***, y sentido común necesario para tomar buenas decisiones.

15.- El Emprendedor tiene la habilidad y capacidad para ***\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_***. Se lidera a si mismo y a las demás, generando mística e identificación con el trabajo, se capacita, planifica, prevé posibles riesgos y diseña estrategias de emergencia

**PREGUNTAS ABIERTAS: 10 ptos.**

16.- ¿Cuáles son las caracteristicas de un modelo de negocios?

17.- ¿Cómo se pueden mantener los costos lo mas bajo posibles?

18.- ¿Qué deben de hacer las empresas diferente al resto de sus competidores?

19.- ¿Qué significa segmentar el mercado?

20.- ¿Qué significa estructura de la cadena de valor?

21.- A que nos referimos con generación de ingresos y ganacias

22.- Resume naturaleza del proyecto

Antes de iniciar cualquier negocio, es necesario definir la esencia del mismo, es decir, cuáles son los objetivos de crearlo, cuál es la misión que persigue y por qué se considera justificable desarrollarlo. A partir de la definición de la naturaleza del proyecto, el emprendedor establece y define qué es su negocio.

23.- Resume justificación de la empresa

Una vez que ha seleccionado una idea, debe justificar la importancia de la misma, especificar la necesidad o carencia que satisface, o bien el problema concreto que resuelve.

24.- Resume propuesta de valor y nombre de la empresa.

Ya que tiene claro cuál es el producto o servicio que ofrecerá la empresa, el siguiente paso es redactar ***la propuesta de valor***, es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento, la idea que diferenciará un producto de elementos similares a los de la competencia; dentro de su contenido especifica los aspectos que motivarán al consumidor a preferirlo, puede ser su precio, calidad, servicio posventa, utilidad, y cualquier otro atributo al que el cliente potencial le otorgue valor.

***Nombre de la empresa***

El nombre de la empresa es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo y, por ende, debe reunir una serie de características específicas. El nombre de la empresa debe ser, entre otras cosas:

 Descriptivo. La denominación, por sí misma, debe reflejar el giro de la empresa y/o sus características distintivas de especialización.

 Original. La ley establece que el nombre de una empresa debe ser nuevo (que no exista ya en el mercado) y se puede constituir por cualquier signo o símbolo, palabra o palabras, figura, forma geométrica o tridimensional, o bien por el nombre propio de una persona.

 Atractivo. Debe ser llamativo y fácil de recordar; visible, esto es, que esté bien identificado en el lenguaje verbal común, para facilitar su aceptación y memorización.

 Claro y simple. Que se escriba como se pronuncia y viceversa.

 Significativo. Que se pueda asociar con formas o significados positivos; por ejemplo, “Excellence” o “Excelentia”, reflejan su significado: excelencia, lo cual se asocia con cosas muy bien hechas, con clase, etcétera.

 Agradable. Una característica muy importante es que el nombre sea agradable, de buen gusto; que no implique dobles sentidos o términos vulgares, ya que esto provoca rechazo inmediato en el consumidor, aun cuando en un principio pudiera parecer gracioso.

25.- Resume descripción de la empresa

***Descripción de la empresa***

Tipo de empresa

El giro de una empresa es su objeto u ocupación principal. En México existen tres giros en los que toda empresa se puede clasificar, de acuerdo con la Secretaría de Economía (SE).

Comercial. Se dedica a la compraventa de un producto determinado.

Industrial. Cualquier empresa de producción (manufacturera o de transformación) que ofrezca un producto final o intermedio (a otras empresas) se ubica en este giro.

Servicios. Las empresas que ofrecen un producto intangible al consumidor se clasifican en este giro.