

Guía TFI - parte Silvia

Capítulo 1 Saporosi

- Figura 1.2 → 2.1.3
- Figura 1.4 → 7.1
- Figura 1.6 → 2.1.1
- Figura 1.12 → 1.5
- Figura 1.18 → 1.5

Capítulo 2 Saporosi → Estos diagramas no van en si pero el resumen ejecutivo esta en base a esto

- Figura Idea-plan de negocio (primer concepto del capítulo)
- Figura 2.4 (etapas plan de negocio)
- Figura 2.5 (que preguntas se hicieron para elaborar el resumen ejecutivo)

Capítulo 3 Saporosi

- Preguntas: → 6.4
 - ¿Qué es el producto/servicio y qué no es?
 - ¿En qué industria y en qué sector industrial (en qué negocio) existe este eslabón o lo estamos inventando?
 - ¿Quién es el comprador del producto?
 - ¿Cómo queremos que sea percibido nuestro producto?
 - ¿Cómo se diferencia nuestro producto de los que ya existen?
 - ¿Cuál es el precio de nuestro producto?
 - ¿Por qué se lo necesita, a qué reemplaza, qué mejora, qué beneficios trae?
- Figura 3.1 (negocio y cultura) → 7.5
- Figura 3.2 (producto y cultura) → 6.4.1
- Punto 6.2 Fórmula satisfacción del cliente (pg. 96): → 6.3
 - $\text{Satisfacción del cliente} = (\text{valor} + \text{rendimiento}) / (\text{necesidades} + \text{expectativas})$
- Figura 3.7 → 6.4.3
- Fórmula Producto-mercado (pg. 104) → 9.2
 - $P_f + P_i > P_e$
- Figura 3.18 (precio del producto punto 1.5) → 1.5
- Figura 3.19 (último ítem del punto 1.12) → 1.12

Extras

- Competencias → 2.2
- Agregar autores Hamel y Prahalat → 1.5
- Agregar en el resumen ejecutivo un enlace al video de la idea presentando el proyecto
- En algún punto del item 6 tiene q estar la estrategia de marketing sustentable basado en marketing social → crear un punto 6.6.3 “Marketing Social y Estrategia de Sustentabilidad
- Referenciar a Willensky con su aporte sobre barreras tecnológicas, simbólica, financiera → 4.2 (cree un 4.2.1)
- Producto imaginario, como quiero que el cliente visualice mi producto → crear 6.4.5 Visualización del producto imaginario
- Modelo Competitivo de Red (figura 5.1) → 2.2.2.1