**Conceptos y relaciones para el examen de los temas 1, 2 y 3 de Empresa e Iniciativa emprendedora.**

**TEMA 1**

1. **¿Es lo mismo empresario que emprendedor? Argumenta la respuesta.**

**No, empresario y emprendedor no son lo mismo. Según el documento, un empresario es una persona que crea y dirige una empresa, mientras que un emprendedor es una persona que inicia una acción creativa e innovadora, generalmente aceptando un riesgo. Un emprendedor puede ser empresario, pero también puede ser político, investigador, docente, etc.**

1. **Define Intraemprendedor.**

**Un intraemprendedor es un trabajador que investiga, descubre y promueve nuevas oportunidades de negocio para el beneficio de toda la empresa. Es un miembro de la plantilla que dedica al menos una parte de su jornada a desarrollar e implementar proyectos innovadores.**

1. **¿Es el riesgo algo inherente a la actividad emprendedora? Argumenta tu respuesta a través de sus componentes.**

**Sí, el riesgo es inherente a la actividad emprendedora. Sus componentes son:**

* 1. **Situación de incertidumbre (no se conocen de antemano los resultados)**
  2. **Varios escenarios o situaciones futuras posibles.**
  3. **Una necesidad de elección entre dos o más posibilidades.**
  4. **Posibilidad de pérdidas o beneficios**

1. **Identifica cada una de las siguientes frases con la cualidad del emprendedor a la que alude.**
   1. **Me gusta alcanzar los objetivos que me propongo y necesito fijarme continuamente retos.**
   2. **A pesar de que las cosas vayan bien, considero seguir experimentando.**
   3. **Me gusta establecer contactos y relaciones, por el simple hecho de conocer gente e intercambiar información.**
   4. **Normalmente, cuando algo me sale mal, no paro hasta que descubro en qué me estoy equivocando.**
   5. **A la hora de realizar un trabajo, no necesito instrucciones precisas.**
   6. **Aunque encontrase un buen trabajo, no abandonaría la idea de crear mi propia empresa.**
   7. **No me asusta arriesgar todo lo que tengo para montar una empresa, es la mejor inversión que puedo hacer.**
   8. **No suelo despertarme durante la noche asaltado por las preocupaciones.**
   9. **Suelo organizar e intentar nuevas cosas, y disfruto mucho con ello.**
2. **Identificación de frases con cualidades del emprendedor:**

**a. Motivación de logro**

**b. Innovación**

**c. Habilidades sociales**

**d. Tenacidad e. Autonomía**

**f. Visión de futuro**

**g. Capacidad para asumir riesgos**

**h. Tolerancia a la frustración y la incertidumbre**

**i. Iniciativa y creatividad**

**TEMA 2**

1. **Definición de empresa.**
2. **¿Por qué decimos que la empresa es un sistema abierto?**
3. **¿Por qué decimos que la empresa tiene una función económico-social?**
4. **¿Qué es el macroentorno (o entorno general)? ¿Cuáles son sus factores?**
5. **¿Qué es el microentorno (o entorno específico)? ¿Cuáles son sus factores?**
6. **¿La localización de la empresa es una decisión estratégica con efectos a l/p o c/p? Argumenta tu respuesta.**
7. **Aspectos a tener en cuenta para la elección de la localización.**
8. **Herramientas para analizar el entorno.**
9. **¿Qué estrategias nacen a partir del DAFO cruzado?**
10. **Tipos de objetivos empresariales.**
11. **¿Es lo mismo objetivo que estrategia? Argumenta tu respuesta.**
12. **¿Es lo mismo estrategia que decisión? Argumenta tu respuesta.**
13. **Tipos de decisiones**
14. **Tipos de estrategias**
15. **Definición de cultura empresarial y elementos (defínelos también)**
16. **Definición de imagen corporativa.**
17. **Definición de Responsabilidad Social Corporativa.**
18. **¿Por qué es importante la RSC? ¿Sabrías poner un ejemplo?**

**TEMA 3**

1. **¿Cómo podemos encontrar una idea novedosa?**
2. **Técnicas para estimular la creación de ideas.**
3. **Definición y estructura de un modelo Canvas.**
4. **¿La única forma de llegar a una buena idea es a través del pensamiento lógico? Argumenta tú respuesta.**
5. **¿Qué es la investigación de mercados?**
6. **Conceptos básicos que se derivan de la investigación de mercados.**
7. **¿Qué entendemos por target?**
8. **Definición de producto y sus atributos.**
9. **¿Cómo puede innovarse a través de los atributos de un producto?**
10. **¿Qué es el mapa de empatía?**
11. **¿Cómo analizamos la competencia?**
12. **Fuentes de información en el proceso de investigación de mercados.**
13. **Tipos de investigación en el proceso de investigación de mercados.**
14. **Define cada tipo de investigación y sus componentes.**

**Entiendo que deseo que responda a todas estas preguntas basándome en la información proporcionada en los tres documentos. Voy a proceder a responder cada pregunta en orden:**

**TEMA 2**

1. **Una empresa es una unidad económica que, a partir de la combinación organizada de diferentes factores materiales y humanos, produce un bien o servicio destinado a conseguir un beneficio económico.**
2. **Decimos que la empresa es un sistema abierto porque está en permanente interacción con el entorno, del que recibe inputs (materias primas o productos semi terminados) y al que ofrece outputs (inputs sometidos a un proceso de transformación).**
3. **La empresa tiene una función económico-social porque genera empleo, contribuye al crecimiento económico, satisface las necesidades de los consumidores y aporta innovación y desarrollo tecnológico.**
4. **El macroentorno o entorno general son los factores que afectan de manera general a todas las empresas. Sus factores son: económicos, socioculturales, tecnológicos, político-legales y demográficos.**
5. **El microentorno o entorno específico son los agentes económicos con los que se relaciona la empresa y que afectan directamente a su funcionamiento. Sus factores son: clientes, proveedores, competidores e intermediarios.**
6. **La localización de la empresa es una decisión estratégica con efectos a largo plazo. Se argumenta que es difícilmente modificable por su elevado costo y puede definir el éxito o fracaso de la empresa.**
7. **Aspectos a tener en cuenta para la elección de la localización:** 
   * **Normativa legal**
   * **Buena accesibilidad y cercanía a clientes y proveedores.**
   * **Disponibilidad suficiente de mano de obra cualificada**
   * **Costo de compra o alquiler de terrenos**
   * **Tipo de actividad**
8. **Herramientas para analizar el entorno: Análisis DAFO y Análisis CAME.**
9. **Las estrategias que nacen del DAFO cruzado son:** 
   * **Estrategias de supervivencia (DA)**
   * **Estrategias de reorientación (DO)**
   * **Estrategias de defensa (FA)**
   * **Estrategias ofensivas (FO)**
10. **Tipos de objetivos empresariales:** 
    * **Objetivos generales: a largo plazo, varían con el entorno y la estructura de la empresa.**
    * **Objetivos operacionales: definen tareas para la consecución de objetivos a largo plazo.**
11. **No es lo mismo objetivo que estrategia. Un objetivo es lo que se quiere lograr, mientras que una estrategia es el conjunto de acciones que permiten conseguir los objetivos de la empresa a largo plazo.**
12. **No es lo mismo estrategia que decisión. Una estrategia es un plan a largo plazo para lograr un objetivo, mientras que una decisión es una elección entre alternativas en un momento dado.**
13. **Tipos de decisiones:** 
    * **Decisiones estratégicas**
    * **Decisiones tácticas**
    * **Decisiones operativas**
14. **Tipos de estrategias:** 
    * **Liderazgo en costes**
    * **Diferenciación**
    * **Desarrollo de nuevos mercados y nuevos productos.**
15. **La cultura empresarial es un marco ideológico asumido y compartido por todas las personas que conforman la organización. Sus elementos son:** 
    * **Misión: razón de existir de la empresa**
    * **Visión: imagen del futuro deseado**
    * **Valores: principios asumidos y desarrollados por todos los integrantes de la empresa**
16. **La imagen corporativa es la representación mental que los agentes externos se forman de la empresa, como consecuencia de la información que perciben al respecto.**
17. **La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) consiste en la integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en las relaciones de su entorno.**
18. **La RSC es importante porque mejora la imagen de la empresa, incrementa el compromiso de los empleados, potencia la lealtad de los clientes, establece relaciones más estables con los proveedores y aumenta la credibilidad ante las instituciones y la sociedad. Un ejemplo es CaixaBank, cuya fundación destinó en 2021 más de 500 millones de euros a programas sociales.**

**TEMA 3**

1. **Podemos encontrar una idea novedosa:** 
   * **Observando y analizando cambios de la sociedad.**
   * **Cambiando el canal de distribución**
   * **Ofreciendo un bien/servicio de forma diferente**
   * **Ampliando el público objetivo**
2. **Técnicas para estimular la creación de ideas:** 
   * **Lluvia de ideas o lluvia de ideas**
   * **El pensamiento lateral**
   * **CORRETEAR**
   * **Método Delphi**
   * **Técnica de escape**
3. **El modelo Canvas es una técnica para crear modelos de negocio que estructura el modelo en 9 módulos básicos que reflejan la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos.**
4. **No, la única forma de llegar a una buena idea no es a través del pensamiento lógico. El pensamiento lateral, que busca soluciones fuera de lo convencional, también puede llevar a ideas innovadoras.**
5. **La investigación de mercados es una recopilación y análisis de toda la información posible sobre el mercado en el que va a operar la empresa.**
6. **Conceptos básicos derivados de la investigación de mercados:** 
   * **Mercado**
   * **Mercado potencial de un producto**
   * **Segmentación de mercado**
   * **Cuota de mercado**
7. **El target es el mercado objetivo, es decir, los grupos de compradores a los que la empresa decide dirigirse por ser los más rentables.**
8. **Un producto es un bien o servicio que se ofrece con la finalidad de satisfacer los deseos del consumidor. Sus atributos incluyen diseño, envase, marca, servicios relacionados y productos sustitutivos y complementarios.**
9. **Se puede innovar a través de los atributos de un producto mediante:** 
   * **Innovación del producto (nuevo bien/servicio o mejorado)**
   * **Innovación de organización**
   * **Innovación en marketing**
   * **Innovación del proceso**
10. **El mapa de empatía es una herramienta que permite conocer lo mejor posible a los clientes potenciales para identificar qué les hace decidirse por nuestro producto en lugar de elegir el de la competencia.**
11. **Analizamos la competencia:** 
    * **Identificando la competencia**
    * **Analizando sus características, cuota de mercado, política de precios, etc.**
    * **Realizando un análisis comparativo DAFO**
12. **Fuentes de información en el proceso de investigación de mercados:** 
    * **Primarias: información recopilada por la propia empresa**
    * **Secundarias: información recogida en otros estudios e investigaciones por otras entidades**
13. **Tipos de investigación en el proceso de investigación de mercados:** 
    * **Investigación cuantitativa: recoge información objetiva y medible que permite un tratamiento estadístico. Usa principalmente encuestas.**
    * **Investigación cualitativa: basada en la observación y el análisis de las motivaciones y deseos de las personas. Usa herramientas como la observación, la pseudocompra y la experimentación (que incluye pruebas ciegas, pruebas de envase y tiendas simuladas).**