|  |  |
| --- | --- |
| trabajar por cuenta propia | trabajar por cuenta ajena |
| Ventaja**:**  **Independencia(automía):** Tienes el control total sobre tu negocio y tomas todas las decisiones importantes.  **Potencial de ingresos:** Si tienes éxito, puedes ganar más dinero que en un trabajo por cuenta ajena, ya que no hay límites salariales.  **Flexibilidad:** Puedes establecer tus propios horarios de trabajo y gestionar tu tiempo a tu manera. | Ventaja:  **Estabilidad laboral:** Tienes un salario predecible y beneficios laborales proporcionados por el empleador, como seguro médico y vacaciones pagadas.  **Formación y desarrollo:** Puedes recibir capacitación y oportunidades de desarrollo profesional patrocinadas por la empresa.  **Red de contactos:** Puedes establecer conexiones profesionales y aprender de colegas. |
| Desventaja:    **Riesgo financiero:** Existe un mayor riesgo financiero, ya que eres responsable de las pérdidas y ganancias de tu negocio.  **Carga de trabajo adicional:** Es posible que debas trabajar largas horas para establecer y hacer crecer tu negocio.  **Inestabilidad:** Los ingresos pueden ser irregulares y no hay garantía de estabilidad laboral. | Desventaja:  **Menos flexibilidad:** Es probable que tengas horarios de trabajo establecidos y menos flexibilidad para gestionar tu tiempo.  **Límites salariales:** Los aumentos salariales suelen estar limitados por políticas de la empresa.  **Menos potencial de ingresos:** A menudo, los empleados ganan menos que los empresarios exitosos. |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

Requisito para una persona para crear una empresa:

**Financiamiento inicial:** Determina cómo financiarás la puesta en marcha de tu empresa, ya sea con capital propio, préstamos, inversionistas o subvenciones.

Conocimiento para el mercado, y experiencia.

Competidores, riesgo

Un empresario es alguien que crea y dirige un negocio con el objetivo de obtener ganancias económicas. Su rol implica asumir riesgos y tomar decisiones para el éxito del negocio.

No todos los empresario son emprendedor. Emprender debe tener la capacidad de innovar.

Las tiendas locales puede vender productos online, ofrecer servicio de carta de vip para conseguir más cliente, colaborar con otra tienda local.

Empresario profesional(intraemprendedor)

Características de emprendedor:

Red de contacto: capacidad de socializar con la gente

Habilidad para negociar

Adaptabilidad:

Pasión y motivación

Innovación

Capacidad de resumir riesgo

Honradez y humidad

Tener autocritica

Plan de empresa es un documento que pone los detalles (los departamentos ) (diferentes partes de la empresa)

**U2**

EL MERCADO:

El lugar físico o virtual donde se lleva a acabo las operaciones de la compra y la venta de bienes y servicios entra consumidores(demandantes) y vendedores(oferentes)

Consumidores puede ser empresa.

Tamaño del mercado:  la cantidad máxima de ingresos que puedes generar vendiendo tus productos o servicios a los clientes potenciales que se beneficiarían realmente de la compra de tus soluciones.

Cuota de mercado: la proporción o porcentaje que una empresa tiene en la venta de determinado producto o servicio en relación a las ventas totales de dicho producto o servicio en un territorio concreto y durante un periodo de tiempo determinado.

Cuota empresa = (ventas de una empresa / ventas totales de sector ) \* 100 = \_%

la cuota de mercado depende de el nivel de competencia de ese sector , lo más alto, mejor.

Fabricantes intermediario

Prescriptores

Consumidores

Eje x (Q) (cantidad)

Eje Y (P)(precio)

D(demanda de consumidores)

S(oferta de empresa)

Punto de equilibrio : (donde coincide la demanda y empresa)

Exceso de oferta: si empresa produce de mas de lo que los clientes compran.

Exceso de demanda: si los cliente quiere comprar mas de lo que la empresa produce.

Competencia imperfecta: representa mercados donde las empresas pueden influir en los precios de los productos

Competencia perfecta: Mercados ,las empresas no pueden influir los precios. Por lo tanto, es el propio mercado es el que pone el precio(demandantes y oferentes)

**Monopolio.** Modelo de mercado económico en el que existe un solo productor, distribuidor o vendedor de un bien o servicio. En el monopolio los consumidores no pueden optar por un bien o servicio sustitutivo, ya que no existe la competencia.  
Por ejemplo: La firma De Beers (explotación y comercialización de diamantes) controló durante décadas el total de la producción y los precios del diamante a nivel mundial.

(canal de Isabel ii, ADIF….)

**Oligopolio.** Modelo de mercado económico en el que existen pocos productores, distribuidores o vendedores de un determinado recurso, bien o servicio. Las empresas miembros de un oligopolio suelen colaborar e influenciarse entre sí para evitar el ingreso de mayor competencia al mercado. Requiere un elevada inversión de capital inicial.(productos semejantes y diferentes)  
Por ejemplo: Pepsi  y Coca – Cola poseen, en algunos países, casi la totalidad del mercado de refrescos.(cepsa,ibedrola….)

Competencia monopolista:

* Hay un gran número de vendedores u oferentes.
* Los productos que se ofrecen no son homogéneos. Es decir, existe diferenciación en los productos. Esta diferenciación puede darse en aspectos como la calidad, el servicio post-venta o la ubicación.
* Las empresas tienen libertad de entrada y salida en el mercado.

(restaurantes，nike)

Competencia perfecta:

1. Las compañías toman el precio, en vez de determinarlo.
2. Los productores entran y salen del mercado sin barrera alguna.
3. A largo plazo, las ganancias son iguales a cero.
4. Los consumidores y empresas conocen perfectamente el mercado.
5. Los productos son homogéneos.
6. Los productores tienen un influjo similar en el mercado.

(panadería, frutería)

Ejercicio de tipo de mercado:

Oblipolio con colusión. Porque petroleras tiene alta barrera de entrada al mercado, no tiene muchas empresas que dedica eso, y tiene productos homogéneos, se sospecha de que se pacta un acuerdo para conseguir más ventas. Sin embargo en Europa es sin colusión.

Aena es un monipolio natural , no tiene competidores , tiene control del precio.solo hay una empresa que ofrece infraestructura de aerolínea.

Mercadillo es competencia perfecta, hay muchas competidores y tienen productos similados. Y el precio similados. ( añade más)

Competencia monopolista, ofrece productos diferenciados , además hay un gran uso de publicidad ….

P45

Segmentación de mercado: dividir clientes en pequeños por ciertas características. (sexo,edad)

Criterio de segmentación:

Lugar

Populación

Edad

Económico

Profesión

Psicológico

Gusto y preferencia

Hábitos de compra

Tipo de empresa

Estrategia de segmentación:

Diferenciada (perfume de hombre y mujer)

Concentrada (perfume solo de mujer)

Indiferenciada (perfume unisex)

P43

Curva de difusión de innovación

Campana de caos (aplica en todos productos y servicios)

// facilidad de adoptación

Clientes innovadores ( siempre esta en el último, compra antes de vender en el mercado)

Early adopter( cliente que enfoca a hacer venda)

Mayor precoz(clientes cuando ve buena reseña y va a comprar)

// tendencia a la resistencia

Mayoría tardía (clientes tradicional, cuando producto ya está bastante sólido, mucha gente ya tiene y tiene buena reseña)

Rezagados (critica ese producto, por cual razón lo compra)

El abismo: decide el éxito de tu producto.

Texto

Descripción generada automáticamente

1. Los que le gusta la nueva producto antes de que lo lanza al mercado, pre-compra.

Los que le gusta los video juegos (jóvenes)

Los que ve cómo va ese producto y lo compra

Los que ve está sólido y compra

Los que critica ese juego pero al final lo compra.

¿¿Propuesta de valor??

Test marketing: lanza producto en un área restringida para probar un producto.

Design thinking: herramienta para desarrollar la creatividad.

-empatizar (mapear) qué tipo de mercado, qué clientes

-definir(explorar) investigar qué tipo, qué clientes objetivo, claramente cuando termina esta fase.

-idear (construir) tener idea clara como construir el producto

-prototipar(construir) construir el producto físicamente

-evaluar(testear) test producto de empresa, test markeing, entrevistar clientes.