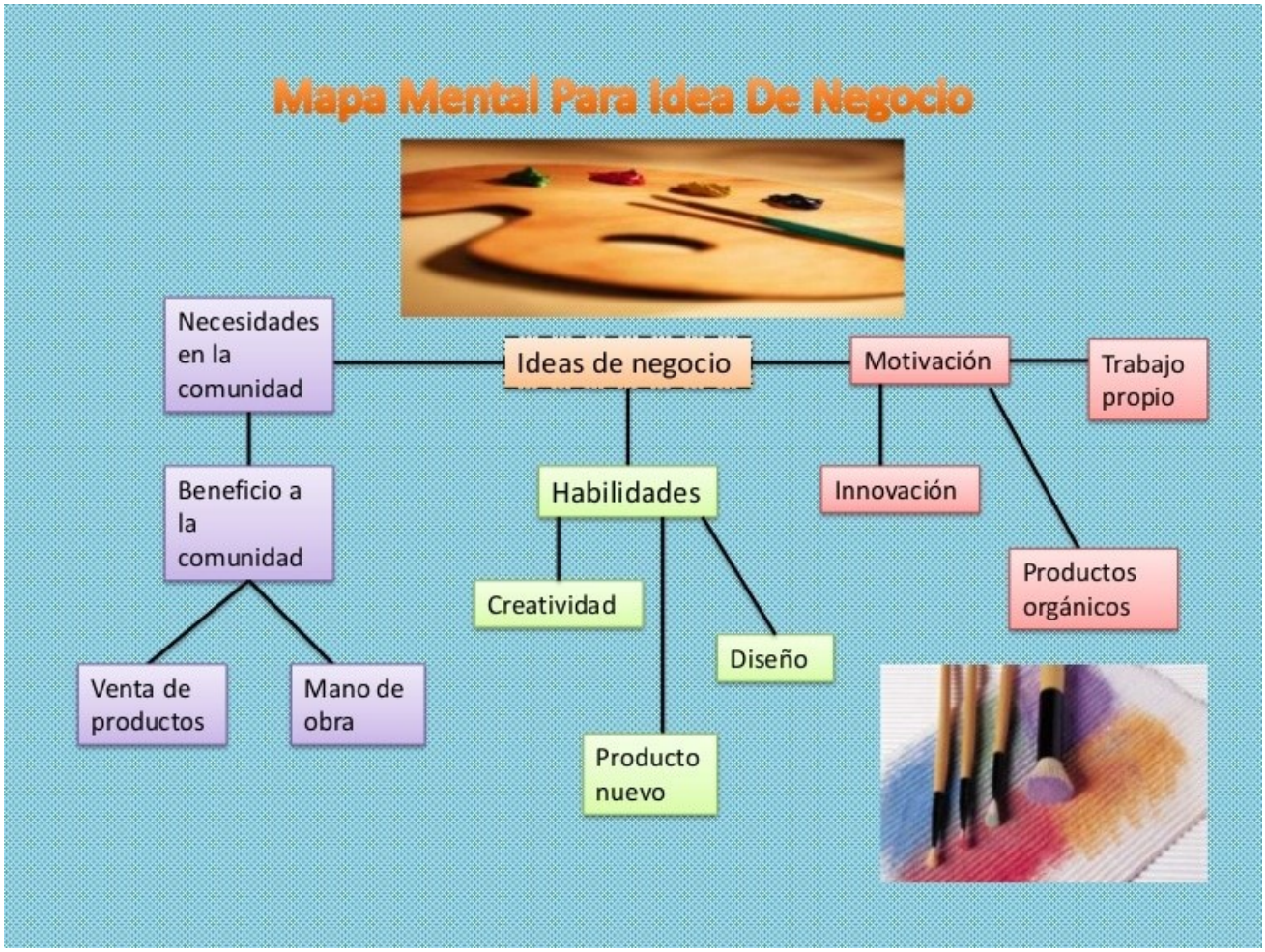
PROPÓSITO:

GUIA O1

Identi?car oportunidades de negocio

MOTIVACIÓN:



EXPLICACIÓN:

Identificación de oportunidades de negocio

Absolutamente todas las empresas, los productos y los servicios que existen, nacieron de necesidades insatisfechas o de problemas que requerían solución, por lo tanto con el siguiente ejercicio, identificaremos que problemas encontramos en nuestro entorno y partiendo de allí, buscaremos con creatividad las opciones de solución, que a su vez se convierten en oportunidades de negocio

EJERCICIOS:

ACTIVIDAD 1: Árbol de Problemas

Ramas: efectos del problema o consecuencias

Tronco: Problema central

Raíces: Causas del problema

ACTIVIDAD 2: Definir de manera clara y precisa la empresa que se pretende crear con la idea de negocio.

¿Qué empresa quiere crear?

¿Dónde ubicará la empresa?

Municipio: _____ Corregimiento: _____ Vereda: _____

¿Por qué la quiere crear? o (Qué lo motiva)

Sector al que pertenecerá la empresa: Industrial___ Comercial___ Servicios___ Mixto___

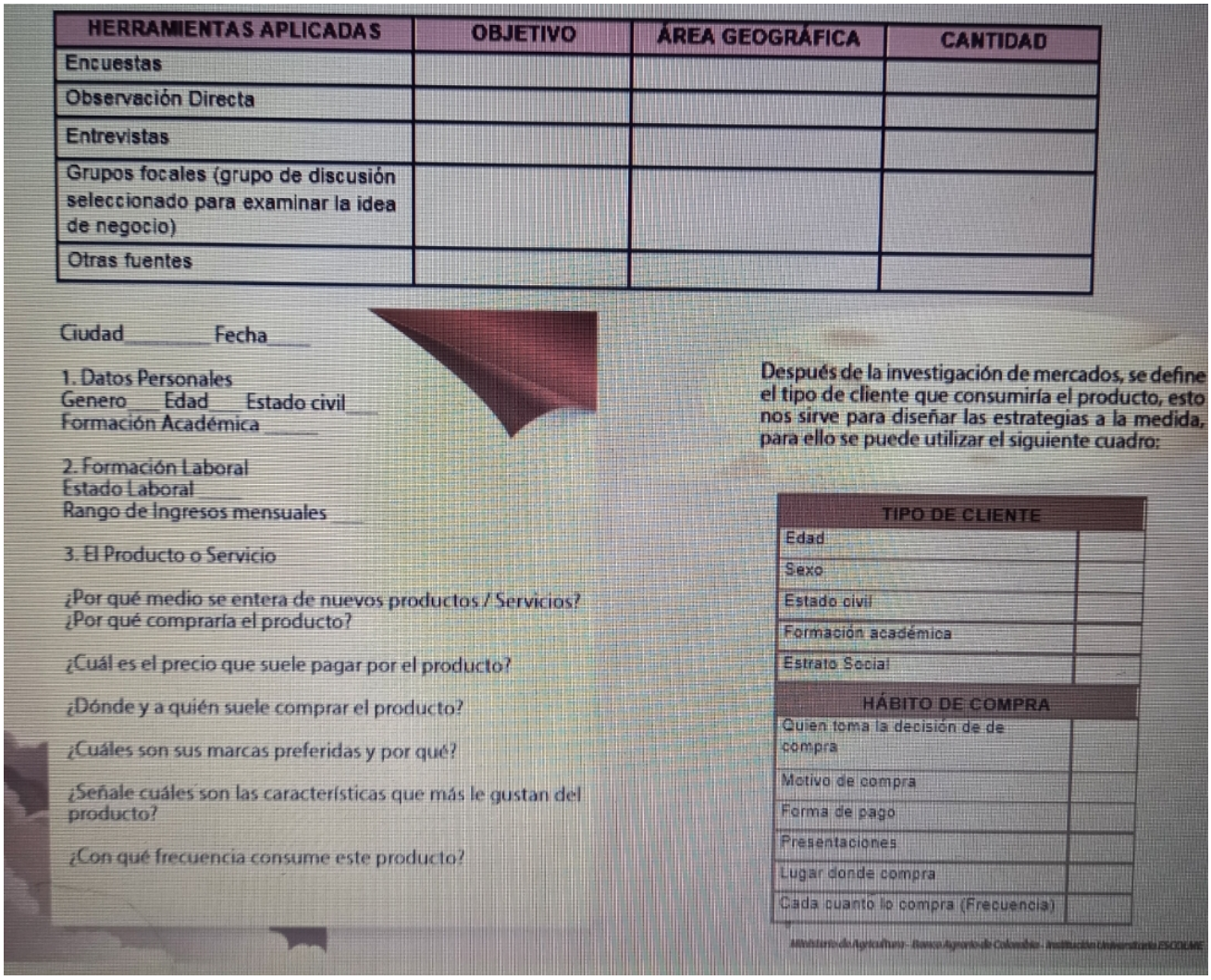
Actividad económica a la que pertenecerá (Marque con una X)

Actividades culturales y deportivas		Fabricación productos caucho y plástico	
Agropecuario		Hoteles, restaurantes, bares, y similares	
Alimentos y bebidas		Industrias manufactureras	
Artesanías		Maquinaria, equipos tecnología	
Comercio		Marroquinería	
Construcción		Servicios de salud	
Educación		Telecomunicaciones y mensajería	
Fabricación productos químicos		Textil y confección	
Otra. ¿Cuál?			

¿Qué productos o servicios quiere vender?

ACTIVIDAD 3: Realiza una investigación de Mercado.

¿Qué actividad de investigación de mercado se puede realizar?



HERRAMIENTAS APLICADAS	OBJETIVO	ÁREA GEOGRÁFICA	CANTIDAD
Encuestas			
Observación Directa			
Entrevistas			
Grupos focales (grupo de discusión seleccionado para examinar la idea de negocio)			
Otras fuentes			

Ciudad_____ Fecha____

1. Datos Personales
Genero___ Edad___ Estado civil___
Formación Académica_____

2. Formación Laboral
Estado Laboral_____
Rango de Ingresos mensuales___

3. El Producto o Servicio

¿Por qué medio se entera de nuevos productos / Servicios?
¿Por qué compraría el producto?

¿Cuál es el precio que suele pagar por el producto?

¿Dónde y a quién suele comprar el producto?

¿Cuáles son sus marcas preferidas y por qué?

¿Señale cuáles son las características que más le gustan del producto?

¿Con qué frecuencia consume este producto?

Después de la investigación de mercados, se define el tipo de cliente que consumiría el producto, esto nos sirve para diseñar las estrategias a la medida, para ello se puede utilizar el siguiente cuadro:

TIPO DE CLIENTE	
Edad	
Sexo	
Estado civil	
Formación académica	
Estrato Social	
HÁBITO DE COMPRA	
Quien toma la decisión de de compra	
Motivo de compra	
Forma de pago	
Presentaciones	
Lugar donde compra	
Cada cuanto lo compra (Frecuencia)	

EVALUACIÓN:

El estudiante presentan la información como quieran fotos, video, cuadros. En forma creativa Uno de los integrantes de la empresa recopila la información y la envía. Al correo luceromartinezangel@hotmail.com Quienes asisten a clase y sustentan su nota puede llegar a 5.0

BIBLIOGRAFÍA:

Institución Unversitaria www.escolme.edu.co e-mail: info@escolme.edu.co