



# Laboratorio de ideas del papel al producto final

**(re)inventarse en el aula**



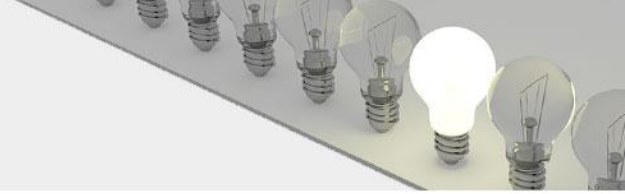
# Ejemplos reales



# THE WORLD'S BEST TRAVEL JACKETS WITH 25 FEATURES

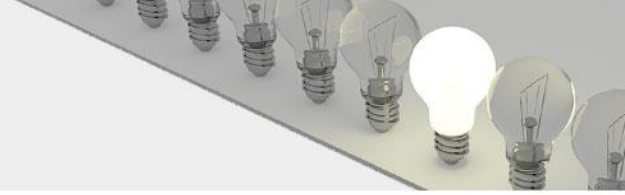


# Índice



1. Presentación
2. Marco teórico
3. Contenidos interdisciplinares
4. Ejemplos reales
5. Conclusiones
6. Práctica
7. Dudas y preguntas

# 1. Presentación



- Proyecto en grupo: diversificación de tareas
- Conjunto de actividades previas
- Escuelas de negocios y universidades
- Objetivos: lengua, empresa, interpersonales
- Evaluación: individual y en grupo; oral y/o escrita

## 2. Marco teórico



### Lenguaje de los negocios

(Alcaraz, 2000; Mateo, 2007 y Martínez Egido 2008)

# Instrucciones del proyecto

- ✓ **inventar** un producto o servicio
- ✓ función precisa en la empresa;
- ✓ presentación de la empresa ficticia;
- ✓ muestra del producto;
- ✓ «**vender**» el producto a la clase: **funcionamiento**, calidad-precio;
- ✓ campaña de comunicación: **vídeo** publicitario;
- ✓ debate final con preguntas.





# Recursos léxicos y gramaticales

Identifica las siguientes marcas. ¿De qué nacionalidad son estas empresas y qué ofrecen?



# Recursos léxicos y gramaticales



## Une cada característica con su definición

*1. Calidad. 2. Precio 3. Envase. 4. Diseño, forma y tamaño. 5. Marca y nombre 6. Servicio 7. Imagen del producto*

- a) Permiten la identificación del producto o la empresa.
- b) Valoración de las propiedades del producto a partir de unos estándares que deben apreciar o medir las cualidades y permiten ser comparativos con la competencia.
- c) Conjunto de valores añadidos a un producto que nos permite poder marcar las diferencias respecto a los demás.
- d) Opinión global que se crea en la mente del consumidor según la información recibida, directa o indirectamente, sobre el producto.
- e) Elemento de protección del producto y que tiene un gran valor promocional y de imagen.
- f) Valor final de adquisición.
- g) Facilitan la identificación del producto y permiten su recuerdo asociado a uno u otro atributo.

# Recursos léxicos y gramaticales



## Completa el texto con las palabras de la lista

*marca, competencia, rentabilidad, sector, mercado, cubrir los costes, empresas competidoras, cuota, envasado, ingresos, consumidores*

El **producto**: Debe tener las características adecuadas para satisfacer las necesidades de los \_\_\_\_\_. Es necesario diferenciarlo de los productos ofrecidos por las \_\_\_\_\_. Para ello será decisiva la elección de la \_\_\_\_\_ y el diseño del \_\_\_\_\_.

El **precio**: Es necesario que permita obtener unos \_\_\_\_\_ suficientes para \_\_\_\_\_ de la empresa y que, además, sea atractivo para los consumidores. El precio de venta puede tener diferentes objetivos, los principales son:

- conseguir la máxima \_\_\_\_\_;
- mantener o aumentar la \_\_\_\_\_ de mercado;

# Recursos léxicos y gramaticales



## 1. Lee el plan de negocio y coloca cada expresión en su hueco correspondiente

1. Descripción del producto [...]

2. Estudio de mercado

**Estamos convencidos de que** nuestro proyecto es viable porque el mercado al que nos dirigimos no cuenta con ningún producto semejante, **lo que** constituye uno de nuestros principales **puntos fuertes**. Constatamos, por lo tanto, que existe un **nicho de mercado** para nuestro producto.

España cuenta con más de dos millones de motoristas, **por lo que**, en nuestra fase inicial, nos dedicaremos exclusivamente **al** mercado nacional. Nos hemos marcado como primer objetivo consolidar la **cartera de clientes** en este ámbito y aumentar progresivamente nuestra presencia en Alemania y Francia, **donde** hemos realizado los primeros contactos con compradores potenciales, que se han mostrado muy interesados.

3. Plan de marketing [...]

4. Organización y gestión [...]

5. Plan económico-financiero [...]

# Recursos léxicos y gramaticales

**2. Coloca en la columna correspondiente las expresiones destacadas en el ejercicio anterior**

Locuciones verbales	Indicar cantidades	Vocabulario	Estructuras de relativo	Conectores discursivos
consistir en	un total de	nicho de mercado	lo que	en cuanto a
dedicarse a	ascender a	plantilla	donde	finalmente

**3. Elabora un plan de empresa como el anterior utilizando las expresiones en negrita**

# Contenidos de marketing

**Elevator pitch** o cómo presentar tu proyecto en menos de 2 minutos!



# Análisis PESTEL

## P - Políticos

Factores en materia normativa que afecten al comercio internacional y las inversiones del país, programas de financiación, tratados comerciales, política fiscal, nivel de estabilidad, porcentaje de corrupción y demás factores políticos que condicionen las operaciones empresariales.

## E- Económicos

Situación económica del país, nivel de producción nacional o PIB, política monetaria, tipo de cambio, tipo de interés, política de empleo y desempleo, nivel de impuestos, nivel de inflación y demás factores macroeconómicos que afecten al país objeto de estudio.

## S - Sociopolíticos

Situación del Estado del Bienestar, nivel de vida, distribución de la renta, situación demográfica, estilo de vida, movilidad laboral y social y otros factores sociales y culturales.

## T - Tecnológicos

Situación en I+D+i, programas y ayudas a la inversión tecnológica, costes de la energía, acceso a Internet, etc.

## E - Ecológicos

Políticas de protección al medioambiente, leyes de protección medioambiental, actitud ecológica, preocupación por el calentamiento global y variables relacionadas con el medioambiente.

## L - Legal

Existencia de patentes, licencias, derechos de propiedad intelectual, leyes de salud y Seguridad Social, contrataciones y normativa mercantil.

# Análisis DAFO

	Aspectos negativos	Aspectos positivos
Origen interno	 <b>DEBILIDADES</b> Factores internos negativos de la empresa. Ejemplo: <ul style="list-style-type: none"><li>-Proveedores débiles</li><li>-Materias primas caras</li></ul>	 <b>FORTALEZAS</b> Factores internos positivos de la empresa. Ejemplo: <ul style="list-style-type: none"><li>-Ubicación privilegiada</li><li>-Atención al cliente</li></ul>
Origen externo	 <b>AMENAZAS</b> Factores externos que influyen negativamente en la empresa. Ejemplo: <ul style="list-style-type: none"><li>-Fuga de mano de obra</li><li>-Competencia muy asentada</li></ul>	 <b>OPORTUNIDADES</b> Factores externos que influyen positivamente en la empresa. Ejemplo: <ul style="list-style-type: none"><li>-Nuevas líneas crediticias</li><li>-Sector en crecimiento</li></ul>

# Análisis 4P

## Producto

Variedad  
Calidad  
Diseño  
Características  
Nombre de marca  
Envase  
Servicios

## Precio

Precio de lista  
Descuentos  
Bonificaciones  
Periodo de pago  
Planes de crédito



## Promoción

Publicidad  
Ventas personales  
Promoción  
de ventas  
Relaciones  
públicas

## Plaza

Canales  
Cobertura  
Surtido  
Ubicaciones  
Inventario  
Transporte  
Logística

# 3. Contenidos interdisciplinares

- ☐ Trabajo en equipo
- ☐ Negociación
- ☐ Competencias transversales
- ☐ Tipo de alumnado: negocios VS universidad

# Precio

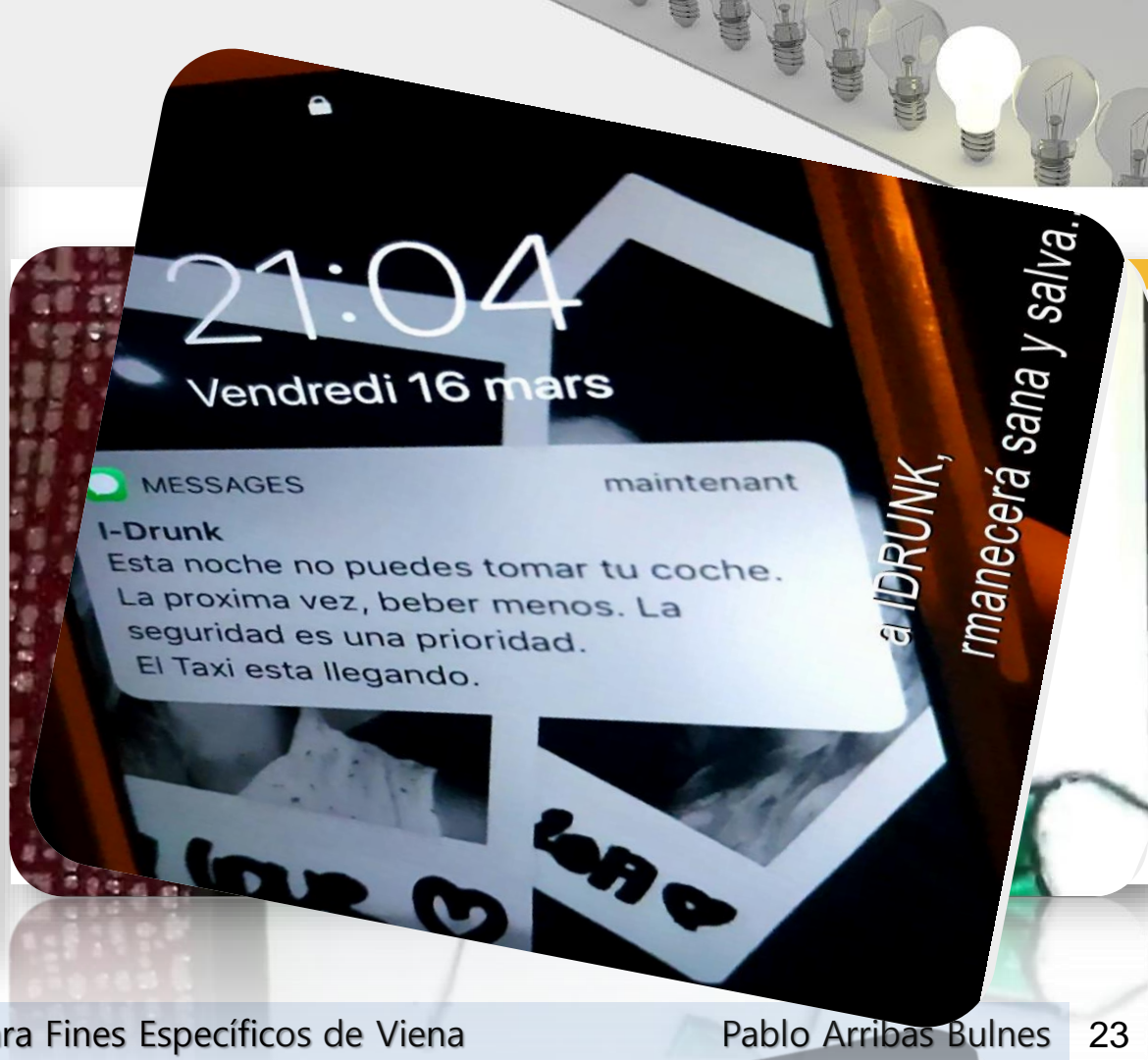
Costos fijos	Costos variables (por bolsa)
Sueldos: 177 632	Bolsas: 0,04
Cargas sociales: 113684,7	Transporte: 0,01
Garantía: 2 000	Semillas: 0,03
Publicidad: 10 000	
Mantenimiento: 3 000	
Rendimiento: 7 500	
Electricidad: 3 500	
Agua: 2 000	
Teléfono: 1 300	
Impuesto: 9 000	
TOTAL: 329616,7/año	TOTAL (para una bolsa) : <b>0,08</b>

Objetivo = **1% de cuota** de Mercado

→ 1000 supermercados orgánicos  
75 000 000 bolsas de plástico/año

Volumen de venta = **8 250 000 euros al año**

Ganancia = **1 920 383,3 euros.**



# 5. Conclusiones



- ☐ Acercamiento al mundo de la empresa
- ☐ Imaginación como fuente de inspiración
- ☐ Fomentar el respeto y las relaciones interpersonales
- ☐ Equivocarse para acertar
- ☐ Ganar confianza en español
- ☐ Aprendizaje *útil* y *práctico*

# 6. Práctica



# 6. Práctica

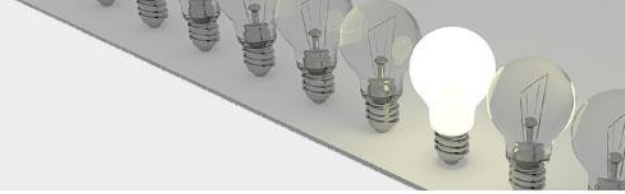


## LANZAMIENTO DE UN PRODUCTO

Cada grupo deberá inventar un producto o servicio y para ello trataremos de:

- encontrar una necesidad;
- realizar brevemente una presentación de nuestra empresa y funciones de cada miembro;
- describir el producto al resto del público. Explicar su funcionamiento, características, relación calidad-precio;
- abrir un diálogo con el público en el que se hagan preguntas a los inventores, dar su opinión y plantear si financiarían esta propuesta.
- una vez terminadas las presentaciones, el público elige el mejor producto.

# 7. Dudas y preguntas





→ [pab.arribas@gmail.com](mailto:pab.arribas@gmail.com)



→ @pabtrad

GRACIAS