

## Objetivos del examen para ESB V.2

### Dominios objetivos

#### 1. Conceptos empresariales y de pequeñas empresas

##### 1.1 Identificar los conceptos fundamentales del emprendimiento y la pequeña propiedad empresarial

1.1.1 Definir emprendimiento y pequeñas empresas

1.1.2 Clasificar tipos de empresas

1.1.3 Identificar diversas estructuras legales de una empresa

1.1.4 Identificar roles y responsabilidades dentro de una empresa

1.1.5 Definir estructuras de compensación empresarial

1.1.6 Definir el ciclo de vida empresarial

1.1.7 Identificar elementos del proceso de pensamiento de diseño

##### 1.2 Identificar conocimientos y habilidades de un emprendedor exitoso

1.2.1 Identificar las características de una mentalidad emprendedora

1.2.2 Identificar los riesgos, beneficios, oportunidades y desventajas de ser emprendedor

##### 1.3 Reconocer posibles oportunidades de negocio

1.3.1 Identificar las características de una oportunidad de negocio

1.3.2 Determinar la viabilidad de una oportunidad de negocio

##### 1.4 Identificar los elementos de un plan de negocios

1.4.1 Identificar los propósitos y el valor de un plan de negocios, presentación y estrategia lean. lienzo

1.4.2 Definir los componentes clave de un plan de negocios y presentación

##### 1.5 Identificar conceptos de propiedad intelectual

1.5.1 Diferenciar entre marcas comerciales, secretos comerciales, derechos de autor y patentes

1.5.2 Identificar el valor, los riesgos y las pautas asociadas con el uso de licencias materiales

#### 2. Marketing y Ventas

##### 2.1 Interpretar la investigación de mercado

2.1.1 Definir el mercado objetivo, la propuesta de valor y los precios

2.1.2 Distinguir entre datos primarios y secundarios

2.1.3 2.1.3 Evaluar la competencia

2.1.4 2.1.4 Completar un análisis FODA

## 2.2 Analizar aspectos de los procesos de marketing

- 2.2.1 Identificar plataformas de marketing
- 2.2.2 Aplicar métodos de marketing
- 2.2.3 Analizar las reacciones del mercado y los datos de ventas
- 2.2.4 Analizar los costos de adquisición y retención de clientes
- 2.2.5 Identificar elementos de un plan de marketing

## 2.3 Identificar estrategias del canal de ventas

- 2.3.1 Identificar elementos de un proceso de ventas
- 2.3.2 Identificar características clave de los canales de ventas físicos y digitales
- 2.3.3 Definir varios tipos de canales de ventas
- 2.3.4 Identificar el papel del servicio y soporte al cliente en las estrategias de ventas

## 3. Producción y Distribución

### 3.1 Identificar el valor de un Producto Mínimo Viable

- 3.1.1 Definir elementos de la hipótesis de ajuste del producto/mercado
- 3.1.2 Definir criterios de desempeño/calidad

### 3.2 Identificar la cadena de suministro y los procesos de producción.

- 3.2.1 Identificar los conocimientos y materiales necesarios para crear un producto o servicio
- 3.2.2 Identificar opciones de producción para productos y servicios digitales y físicos
- 3.2.3 Identificar procesos de prueba de control de calidad para productos y servicios digitales y físicos, incluido el cumplimiento de los requisitos regulatorios y de seguridad gubernamentales

### 3.3 Identificar canales de distribución

- 3.3.1 Identificar tipos y factores en la selección de canales de distribución
- 3.3.2 Identificar diferencias entre distribución directa y servicios de cumplimiento

## 4. Finanzas comerciales

### 4.1 Analizar las finanzas empresariales

- 4.1.1 Determinar el precio de venta de un producto o servicio
- 4.1.2 Interpretar estados financieros básicos como hojas de resultados y balance hojas
- 4.1.3 Diferenciar entre costos fijos y variables
- 4.1.4 Analizar el flujo de caja de una empresa
- 4.1.5 Calcular el ROI de un producto o servicio

### 4.2 Analizar las opciones de financiación

- 4.2.1 Determinar el presupuesto operativo y los costos iniciales
- 4.2.2 Identificar varias opciones de financiamiento
- 4.2.3 Identificar los requisitos para obtener financiamiento