

UNIVERSIDAD DEL SURESTE
LICENCIATURA MEDICINA HUMANA

MATERIA:

Taller del emprendedor

DOCENTE:

Dra. Hernández López Gladis Adilene

ALUMNA:

Espinosa Alfonso Margarita Del Carmen

SEMESTRE Y GRUPO:

7º “A”

Comitán de Domínguez Chiapas 30 de abril del 2023

NACIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

La idea original es aquella que tiene la fuerza para impulsar el desarrollo del emprendimiento.

REALIZADA POR:

Espinosa
Alfonso
Margarita
del Carmen

1)

¡Resumen!

Propuesta de valor

es definida por Metzgel y la donaire (2007), como la mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes



2)

La búsqueda de la idea

Si suponemos que la idea ya existe, lo primero que cabe preguntarse es: ¿por qué alguien tiene una idea sobre un posible negocio o empresa? La respuesta parece sencilla: normalmente el futuro empresario ha tenido una experiencia previa en la actividad que pretende desarrollar, esto es, ha trabajado en el mismo sector, alguno de sus familiares o amigos dirige una empresa de esa actividad, es aficionado a tales materias o las tiene como pasatiempo, etc.

3)

La originalidad de la idea

La originalidad supone introducir una innovación en el mercado. La innovación puede consistir en un producto o servicio nuevo (como sucedió con la fregona, con el chupa-chups o con los servicios de mensajería), o también puede consistir en una forma diferente de llevar a cabo las actividades dentro de un sector (por ejemplo, los establecimientos de comida rápida, los hipermercados o las panaderías-cafetería que han aparecido en muchas ciudades).

4)

La evaluación de la idea

Cuando se habla del análisis de factibilidad de una idea, se deben considerar tres tipos de viabilidad:

- Viabilidad técnica
- Viabilidad comercial
- Viabilidad económica

5)

Justificación de la empresa

- Propuesta de valor
- Nombre de la empresa
- descripción de la empresa

6)

ubicación y tamaño de la empresa

- visión de la empresa
- Misión de la empresa
- Ventajas y desventajas competitivas
- distingos competitivos

7)

Elementos de los modelos de negocios

Proporciona de negocio proporciona información importante acerca de la selección de clientes, producto o servicio a ofrecer, de cómo saldrá al mercado, de los recursos necesarios

Bibliografía

- <https://www.cerezoderiotiron.es/sites/cerezoderiotiron/files/01.pdf> (No traía una buena bibliografía).
- Rodríguez I. (2000). Planeación, organización y dirección de la pequeña empresa. Mc Graw hill
- Kotler, p., & armstrong, g. (2003). Fundamentos de marketing. México: pearson.
- REYES Ponce, A. (2008). Administración de empresas. Teoría y práctica. México: Limusa