



**Nombre de alumnos: Víctor Manuel Pérez Santiago.**

**Nombre del profesor: Karina Maricruz Pérez**

**Nombre del trabajo: Súper Nota.**

**Materia: Taller del emprendedor.**

**Grado: 9 cuatrimestre.**

PASIÓN POR EDUCAR

**Grupo: (A)**

Modelo de negocio.

¿Qué es? Describe la forma en que una organización crea, captura y entrega valor, ya sea económico o social. Algunos autores dicen que es una manera en que una compañía hace negocios (estratégicos).

¿Qué propósito tiene? Infraestructura, bienes que ofrecen, estructura organizacional, operaciones, políticas, relación con los clientes, esquemas de financiamiento y obtención de recursos, entre otros.

¿Los diagramas que se utiliza para la planeación?

- ✚ Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).
- ✚ Análisis de la industria y del mercado (incluso la competencia).
- ✚ Análisis técnico–operativo.
- ✚ Análisis organizacional y de gestión del recurso humano.
- ✚ Análisis financiero.

¿Porque se hace? La planeación que se aplica al inicio de las operaciones de la empresa determina su éxito o fracaso además debe evolucionar con el entorno del tiempo asimismo puede ser un invento innovador, o incluso basado en una mejor manera para hacer, diseñar, vender o distribuir un producto o servicio ya existente.

Historia. Empleando por primera vez en el año 1954, por Peter Drucker junto con su artículo académico fue en 1957, por parte de Bellman, así como en el título de un artículo en 1960 por Jones.

Los tres modelos de negocios.

1. Guía las operaciones de una compañía al prever el curso futuro de la empresa y ayuda a planear una estrategia para el éxito.
2. Atrae a líderes e inversionistas.
3. Obliga a los emprendedores a —aterrizarll sus ideas en la realidad.

3 de muchas teorías.

Describe como un documento escrito, preparado por el emprendedor, que describe todos los elementos internos y externos (Hisrich, 2008).

Es la descripción del valor que una empresa ofrece a uno o varios segmentos de clientes, y de la arquitectura de la empresa y su red de socios para crear, comercializar, y aportar este valor, lo cual a la vez genera un flujo rentable y sostenible de ingresos. Osterwalder, Pigneur y Tucci (2005).

Un modelo de negocio describe la base para saber cómo una organización crea, entrega y captura valor. (Alexander Osterwalder, 2009).