|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  | **Página: 1** de 1**Versión:** 1**Vigencia desde**: 30 de Septiembre de 2016 |
| **ANEXO DE INFORMACIÓN PARA PRESENTACIÓN DE UN MODELO DE NEGOCIO – UT 106-A** |
|  |
| **Elaborado por**: Coordinación Unidad de Titulación | **Revisado por**:Consejo de Titulación de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas | **Aprobado por**: Consejo de Titulación de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.  |

**CONTENIDO**

**1.- JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE DEL MODELO**

El estudiante debe identificar con claridad un problema determinado que esté asociado con la ventaja competitiva de la organización que se pretende crearla o cambiarla, manteniendo o generando una ventaja competitiva. Para ello se deberá partir de una descripción preliminar de la situación actual que permita sustentar el modelo a través del establecimiento de variables, herramientas, procesos y metodologías para conseguir los objetivos previstos.

El estudiante deberá delimitar claramente el ámbito de actuación de dicho modelo (la organización, aspectos geográficos, periodos de tiempo).

**2.- IMPACTO DEL MODELO**

Se deberá definir claramente los indicadores de impacto que generará el modelo con respecto a la situación actual, mismos que podrán estar en diferentes ámbitos: financiero, productivo, comercial, desarrollo organizacional, entre otros.

**3.- VIABILIDAD**

El modelo de negocio deberá contemplar las viabilidades financieras, tecnológicas, organizacionales, socio culturales, ambientales, académicas u otras, que sustentarán la propuesta del modelo de negocio.

**4.- ÁREAS DE CONOCIMIENTO INVOLUCRADAS**

Deberá indicar en qué áreas del conocimiento se inscribe el modelo, tales como: Administrativas, financieras, comerciales, técnicas, estadísticas u otras, conociendo que los ámbitos de actuación pueden ser múltiples dependiendo del modelo y la organización.