|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CONCEPTO DE NEGOCIOS**  ¿Cuál es el negocio, a qué se dedica la unidad de negocios? | | | | | |
| **2.1 EL PROBLEMA** | **4. ACTIVIDADES CLAVE** | **3.1 PRODUCTOS, SERVICIOS** | | **9. VENTAJA "INJUSTA"** | **1.1 CLIENTES, NICHOS DE MERCADO** |
| Cuáles son las tres principales necesidades de los clientes, cuál es el principal reto que tienen los clientes | Cuáles son los tres procesos, actividades, en los que la empresa debe ser necesariamente excelente para hacer realidad la propuesta de valor; Cuáles son las tres principales métricas o indicadores de medida de desempeño de estos procesos | Qué es lo que se ofrece a los clientes, en términos de los entregables que recibe por la compra | | Qué es lo que hace diferente a este negocio de otros similares, cuáles son esos elementos difíciles de copiar, imitar o comprar | Quiénes están dispuestos a pagar por lo que se vende |
|
|
|
| **2.2 SOLUCIÓN ACTUAL** | **7. RECURSOS CLAVE** | **3.2 PROPUESTA DE VALOR** | | **5. CANALES** | **1.2 ADOPTADORES TEMPRANOS** |
| Cómo los clientes solucionan actualmente este problema | Cuáles son los tres principales recursos (personas, cosas, conocimientos, infraestructura), que son estrictamente necesarios para hacer realidad la propuesta de valor y para desarrollar los canales; Cuáles son las tres principales métricas o indicadores de desempeño del uso de estos recursos | Qué es lo que se ofrece a los clientes, en términos de los beneficios o utilidades por los que está dispuesto a pagar | | Cuáles son los medios a través de los cuales se dará a conocer la propuesta de valor a los nichos de mercado, cuáles son los medios a través de los cuáles se negociará con los clientes, a tavés de los que se hará llegar el producto o servicio | Quiénes están interesados en ser los primeros clientes |
|
|
|
| **9. ESTRUCTURA DE COSTOS** | | | **5. FUENTES DE INGRESO** | | |
| Cuánto cuesta cada elemento parte del modelo de negocios, incluso si es aportado por un aliado | | | Cuáles son las formas a través de las que los clientes pagarán por los productos o servicios, cómo entrará dinero a la unidad de negocios por la venta de la propuesta de valor | | |
|
| **10.FUENTES DE FINANCIACIÓN** | | | | | |
| Dónde pueden hallarse los recursos financieros necesarios para colocar en marcha la unidad de negocios o iniciativa de empresa. | | | | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Elaboró | Revisó | Aprobó | Fecha de vigencia: |
| Dirección de Investigaciones y Posgrados  Unidad de Emprendimiento  Coordinación de investigación e innovación | Vicerrectoría Académica  Dirección de Aseguramiento de la Calidad  Dirección de Planeación | Rectoría | Junio de 2015 |

CONTROL DE CAMBIOS

|  |  |
| --- | --- |
| ITEM | MODIFICACIÓN |
|  |  |