|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CONCEPTO DE NEGOCIOS**  ¿Cuál es el negocio, a qué se dedica la unidad de negocios? | | | | | |
| **8. ALIADOS CLAVE** | **7. ACTIVIDADES CLAVE** | **2.1 PRODUCTOS, SERVICIOS** | | **4. RELACIONES CON LOS CLIENTES** | **1. CLIENTES, NICHOS DE MERCADO** |
| Organizaciones, grupos de organizaciones, personas, instituciones a través de las cuales se puede acceder a recursos y actividades clave, qué tipo de alianza puede buscarse con cada organización, hasta dónde puede comprometerse, que solicita a cambio | Qué procesos, actividades, son necesarias para hacer realidad la propuesta de valor, para desarrollar los canales y relaciones con los clientes, procesos propios de la unidad de negocios sin los cuales no es posible la propuesta de valor | Qué es lo que se ofrece a los clientes, en términos de los entregables que recibe por la compra | | Qué tipo de relación con la empresa busca cada nicho de mercado, que expectativas tiene frente al tratamiento que le dará la empresa, que implicaciones tiene generar ese tipo de relación | Quiénes están dispuestos a pagar por lo que se vende |
|
|
|
| **6. RECURSOS CLAVE** | **2.2 PROPUESTA DE VALOR** | | **3. CANALES** |
| Qué personas, cosas, conocimientos, infraestructura son necesarias para hacer realidad la propuesta de valor, para desarrollar los canales y relaciones con los clientes, recursos sin los cuales no es posible la propuesta de valo  r | 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 |
|
|
|
| **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 |
|  |  |