**Consumidor ecológico**

Una aplicación que permita promover los productos ecológicos y que permita saber cuál es el ahorro de gasolina por Biodiesel de sus camiones.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **7. Socios clave**  Empresas de logística  Tiendas de ecológicas  Ecologistas  Verificentros  Eco total  Asociados de Google  Instituciones gubernamentales | **8. Actividades clave**  Capacitaciones  Desarrollo de aplicaciones para el cuidado del medio ambiente  Marketing | **1. Propuestas de valor**  Ahorro de tiempo  Ahorrar tiempo en el centro de verificación  Aporte al cuidado del medio ambiente | | **4. Relaciones con los clientes**  Atención personal  Servicio online | **2. Segmentos de clientes**  Verificentros  Agencias de camiones en zonas urbanas  Tiendas a favor del cuidado del medio ambiente |
| **6. Recursos clave**  Humano: Personal capacitado en programación, 2 vendedores  Físico: 2 PC, Muebles  Material para hacer publicidad | **3. Canales de distribución**  Redes sociales  Páginas web  Spam |
| **9. Estructura de costos**  Inversiones en materia prima  Licencias de software  Nomina | | | **5. Fuentes de ingreso**  Pruebas de verificación  Venta de productos ecológicos  Tarjetas de crédito | | |

**Educación**

Una aplicación que permita evaluar cierto tema y que envié resultados al profesor y muestre las correcciones al usuario.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **7. Socios clave**  Instituciones de educación publica  Instituciones de educación privada  SEP  Google y Asociados | **8. Actividades clave**  Evaluaciones concretas  Ahorro de tiempo en calificar la evaluación | **1. Propuestas de valor**  Facilidad de evaluación.  Respuestas correctas.  Corrección del examen después de que el alumno lo presento | | **4. Relaciones con los clientes**  Contacto de forma física.  Contacto en línea  Contacto por correo electrónico | **2. Segmentos de clientes**  Profesores, alumnos y directivos de la institución  Padres de familia |
| **6. Recursos clave**  Humano: Personal capacitado en programación, 2 vendedores  Físico: 2 PC, Muebles | **3. Canales de distribución**  Redes sociales  Anuncios en línea  Revistas de Tecnología  Tiendas de descargas de aplicaciones(playstore, aptoide) |
| **9. Estructura de costos**  Rentabilidad de anuncios  Licencias de software  Nomina | | | **5. Fuentes de ingreso**  Diseño y calidad de la aplicación  Depósito bancario | | |

**Comprar y vender servicios a nivel mundial**

Una aplicación que permita ingresar número de tarjetas de crédito

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **7. Socios clave**  Tiendas de autoservicio  Zapaterías de prestigio  Instituciones de gobierno | **8. Actividades clave**  Innovación de la forma de pago de las tiendas en línea y físicas  Distribución de propagandas | **1. Propuestas de valor**  Poder comprar y pagar el producto en línea con tarjetas de crédito a través de un detector de código de la tarjeta  Ahorrar tiempo en la forma de pago | | **4. Relaciones con los clientes**  Publicidad en línea    Contacto vía telefónica  Por correo electrónico | **2. Segmentos de clientes**  Centros comerciales, Bancos  Personal capacitado en cajas de autoservicio |
| **6. Recursos clave**  Humano: Personal capacitado en programación, 2 vendedores  Físico: 2 PC, Muebles, terminal de tarjetas de crédito | **3. Canales de distribución**  Revistas  Folletos  Spam no mayor al 2%  Tiendas de descargas de aplicaciones(playstore, aptoide) |
| **9. Estructura de costos**  Rentabilidad de anuncios  Recursos materiales  Nomina | | | **5. Fuentes de ingreso**  Rentabilidad de la aplicación  Visibilidad y presentación de la aplicacion | | |

**Estructura familiar**

Aplicación que permita comprar y pagar de diferentes formas incluso intercambiar objetos

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **7. Socios clave**  Tiendas de jugueterías  Supermercados  Tiendas de artículos deportivos  Mini súper  Zapaterías | **8. Actividades clave**  Desarrollo de la aplicación  Publicidad de la aplicación  Campañas publicitarias correctas.  Correcto uso del spam | **1. Propuestas de valor**  Comprar productos mediante el escaneo de sus códigos de barras y notificar al cliente el importe a pagar en su móvil.  Ahorrar tiempo en ir a pagar en caja | | **4. Relaciones con los clientes**  Contacto vía telefónica  Contacto por e-mail | **2. Segmentos de clientes**  Padres de familia, personas que cuenten con tarjeta de crédito  Tiendas interesadas en comprar la aplicación o en busca de agilizar sus formas de pago |
| **6. Recursos clave**  Equipo de desarrollo  Marketing  Humano: 2 programadores, 1 diseñador | **3. Canales de distribución**  Redes sociales  Revistas de Tecnología  spam en aplicaciones |
| **9. Estructura de costos**  Gastos de nomina  Rentabilidad de campañas publicitarias | | | **5. Fuentes de ingreso**  Notificaciones en el móvil  Tarjeta de crédito | | |

**Mercadotecnia personalizada**

Aplicación que realice una encuesta y personalice el objeto seleccionado según las respuestas.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **7. Socios clave**  Centros educativos, preescolares y primarias  Centros de Turismo  Asociados de Google  Google Adwords | **8. Actividades clave**  Publicidad | **1. Propuestas de valor**  Diseñar un objeto de acuerdo a los resultados de una encuesta  Facilidad para revisar la respuesta adecuada | | **4. Relaciones con los clientes**  Contacto telefónico  Contacto de manera personal | **2. Segmentos de clientes**  Público en general  Comunidades semiurbanas  Padres de familia de cualquier institución |
| **6. Recursos clave**  Equipo de desarrollo  2 Programadores, 1 diseñador y 2 vendedores | **3. Canales de distribución**  Anuncios en centros educativos  Publicidad on-line  Canales de TV propios de la institucion |
| **9. Estructura de costos**    Nomina  Gastos en recursos materiales | | | **5. Fuentes de ingreso**  Pagos en efectivo  Revisar si es correcta la respuesta de la encuesta | | |

**Salud Tecnológica**

Aplicación que permita detectar el sobrepeso y asigne una guía de alimentación

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **7. Socios clave**  ISSEM  Cruz Roja  Farmacias Similares  SALUD (institución de Gobierno)  Academias mexicanas de Nutricion | **8. Actividades clave**  Desarrollo y diseño de la aplicación  Promocionar la aplicación | **1. Propuestas de valor**  Contribuir con el sector salud para disminuir el sobrepeso y asignarles una guía con alimentación balanceada  Evitar las basculas y redactar la alimentación balanceada. | | **4. Relaciones con los clientes**  Contacto personal  Contacto por teléfono | **2. Segmentos de clientes**  Enfermeras y Doctores de cualquier organización de Salud  Gabinete de gobierno |
| **6. Recursos clave**  Equipo de desarrollo  Plataforma para subir la app  Humano: Desarrolladores, Diseñador, Vendedor | **3. Canales de distribución**  Canales de TV  Redes Sociales  Revistas  Tiendas de descargas de aplicaciones(playstore, aptoide) |
| **9. Estructura de costos**  Nomina  Recursos materiales | | | **5. Fuentes de ingreso**  Detectar si estas en sobrepeso  La forma de pago seria en efectivo | | |

**Virtualidad Cotidiana**

Desarrollar una aplicación la cual te permita generar un curriculúm y se te notifique las vacantes de trabajo.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **7. Socios clave**  Bolsas de trabajo  Empresas con vacantes  Personas que busquen empleo  Indeed(pagina para buscar empleos)  STPS(institución de Gobierno) | **8. Actividades clave**  Buena atención al cliente  Calidad en las campañas publicitarias | **1. Propuestas de valor**  Encontrar vacantes de empleo de acuerdo al perfil del curriculúm generado    Trabajar por un periodo prolongado en cualquier empresa que solicite vacantes | | **4. Relaciones con los clientes**  Atención de manera personal  Contacto telefónico | **2. Segmentos de clientes**  Personas mayores de 18 años en busca de empleo  Empresas que tengan vacantes disponibles  Gabinete de Gobierno |
| **6. Recursos clave**  Humano: Personal capacitado en programación, 2 vendedores  Físico: 2 PC, Muebles | **3. Canales de distribución**  Revistas  Anuncios  Campañas on-line  Tiendas de descargas de aplicaciones(playstore, aptoide) |
| **9. Estructura de costos**  Rentabilidad de anuncios  Gastos de materiales  Nomina | | | **5. Fuentes de ingreso**  Encontrar el empleo de acuerdo al perfil  Tarjeta de crédito | | |