

REPORTE CONFERENCIAS

CONFERENCIA 1

Temas tratados:

- **¿Qué hace un ingeniero en ciencias y sistemas?**
Es la persona encargada de administración creación reparación de sistemas, software, administración de redes, etc.
- **¿Qué rol desempeña un ingeniero en ciencias y sistemas en el ámbito profesional?**
La mayoría de veces el ingeniero solo se le ve como un técnico que puede reparar administrar o crear cualquier tipo de aplicación, administraciones de redes, etc. pero pocas veces se le ve en un área administrativa debido al poco conocimiento que se tiene en este área.
- **¿A que se enfrenta el estudiante de ingeniería en sistemas en la etapa en la universidad?**
En la mayoría de cursos el estudiante tiene que ser autodidacta y ser responsable incluso mas que en otras carreras ya que los catedráticos tienden a dejar tareas de temas que ni siquiera se han visto, o casos similares.
- **¿Por qué un ingeniero en Ciencias y Sistemas tiene un rol poco participativo y casi nulo en el ámbito profesional administrativo?**
En muchos casos el ingeniero tiende a mentalizarse sobre que su participación en una empresa es solo reparaciones en el ámbito informático y computacional, cerrándose asimismo otras áreas en las cuales se puede hacer un mejor uso del ingenio que se posee.










CONFERENCIA 2

Durante la segunda conferencia se trato sobre el tema de la utilización de la herramienta útil para el diseño de modelos de negocios **“The Business Model Canvas”**.

El conferencista describió básicamente lo que se hace con cada parte o area del software de modelado de negocios.

The Business Model Canvas

Designed for: _____ Designed by: _____ On: _____ Iterations: _____

Key Partners  What are our Key Partners? Who are we the support? Which Key Resources are we acquiring from partners? Which Key Activities do partners perform? Which Key Channels do partners perform? Which Key Revenue Streams do partners perform?	Key Activities  What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams? Which Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?	Value Propositions  What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we helping to solve? What bundle of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we addressing? Which Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?	Customer Relationships  What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they? Which Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?	Customer Segments  To whom are we creating value? Who are our most important customers? Which ones have we established? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they? Which Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?
Key Resources  What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams? Which Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?		Channels  Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? How are we currently reaching them? Which ones work best? Which ones are most cost-effective? How are we integrating them with our customer relationships? Which Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?		
Cost Structure  What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive? Which Key Channels are most expensive? Which Key Partners are most expensive? Which Key Revenue Streams are most expensive? Which Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?		Revenue Streams  For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues? Which Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?		

www.businessmodelgeneration.com

1. Key Partners (Socios Clave):

En esta área se hacen las preguntas:

- ¿Quiénes son nuestros Socios Clave?
- ¿Quiénes son nuestros proveedores clave?
- ¿Qué recursos se obtienen de nuestros socios clave?

2. Key Activities (Actividades Clave)

- ¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
- ¿Nuestros canales?
- ¿Nuestras Relaciones con los clientes?
- ¿Nuestras fuentes de ingreso?

3. Key Resources (Recursos Clave)

- ¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?
- ¿Nuestros canales?
- ¿Nuestras relaciones con los clientes?
- ¿Nuestras Fuentes de ingresos?

4. Value Propositions (Propuesta de Valor)

- ¿Qué valor entregamos a los clientes?
- ¿Qué problema estamos ayudando a resolver?
- ¿Cuál necesidad estamos satisfaciendo?
- ¿Qué servicios ofrecemos a cada cliente?

5. Customer Relationships (Relación con clientes)

- ¿Qué tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes?
- ¿Qué relaciones hemos establecidos?
- ¿Cuán costosas son?
- ¿Cómo se integran con el resto de nuestros modelos?

6. Channels (Canales)

- ¿Cuáles son los más rentables?
- ¿A través de qué canales estamos llegando?
- ¿Cuáles funcionan mejor?
- ¿Cuáles son los más rentables?

7. Customer Segments (Segmento de Clientes)

- ¿Para quién estamos creando valor?
- ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?

8. Cost Structure (Estructura de Costos)

- ¿Cuáles son los costos más importantes en nuestro modelo?
- ¿Cuáles recursos clave son los más costosos?
- ¿Cuáles actividades clave son las más costosas?

9. Revenue Streams (Fuente de Ingreso)

- ¿Por qué valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?
- ¿Actualmente por qué se paga?

- ¿Cómo están pagando?
- ¿Cómo prefiere pagar?
- ¿Cuánto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?