*H.S.P(Healthy Sofware Products)*

CANVAS

GERENCIA DE PROYECTOS

ISABEL ANDREA MAHECHA NIETO



GABRIEL SANTIAGO ÁLVAREZ AMAYA

CAMILO ARTURO D’ACHIARDI LEÓN

JAIR DARÍO MUÑOZ

JEIMY ROCÍO SOSA GÓMEZ



16 DE FEBRERO DE 2018

CANVAS

Segmentos del Mercado

*def. El segmento de mercado son los grupos de personas o entidades a los que se dirige el producto teniendo en cuenta las necesidades de dicho segmento.* [1, p. 20]

* Institutos, clínicas o centros de Salud.

Propuestas de Valor

*def. Es el conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento de mercado específico. […] Las propuestas de valor son un conjunto de productos o servicios que satisfacen los requerimientos de un segmento de mercado.* [1, p. 22]

* Repositorio para almacenar videos, tutoriales y conferencias explicando los últimos hallazgos de investigaciones y el tratamiento de diferentes enfermedades.
* Chat online, su propósito es ser un medio de comunicación personalizada entre un asesor del centro de salud y un paciente.
* Aplicación Web, que contiene los siguientes módulos:
  + Módulo para el Banco de Sangre: Permite ver el inventario de los diferentes tipos de sangre disponibles y así mismo, permite programar citas a usuarios que quieran donar.
  + Módulo para el Reclutamiento de Pacientes: Administración para datos de pacientes saludables, pruebas a realizar y resultados.
  + Módulo para el Departamento de Manejo de Materiales y Servicios Ambientales: Gestionar todas las tareas que realizan día a día y controlar los pedidos de investigadores.
* Repositorio de imágenes, agregar todas las imágenes en un solo repositorio, cada una con tags, filtros, descripciones, tipo de enfermedad, para poder realizar una búsqueda sencilla y rápida.

Canales

*def. Los canales de comunicación, distribución y venta establecen el contacto entre la empresa y los clientes.* [1, p .26]

Tipo de canal: Directo

* **Información:** Página Web de la empresa en donde se den a conocer todos los productos de la misma.
* **Evaluación:** Los usuarios pueden evaluar nuestra propuesta de valor realizando pequeñas encuestas sobre el producto.
* **Compra:** En la página Web se encontrará toda la información referente a la compra de licencias de nuestros productos.
* **Entrega:** Después de comprar la licencia se dará una llave al cliente para que pueda acceder a su licencia.
* **Posventa:** Ofrecemos el servicio de soporte técnico gratuito por el primer mes de uso de la licencia de nuestros productos.

Relaciones con Clientes

*def. Se describen los diferentes tipos de relaciones que establece una empresa con determinado segmento de mercado.* [1, p .29]

* Asistencia personal, inducción y soporte a los clientes.

Fuentes de Ingresos

*def. Flujo de caja que genera una empresa en los diferentes segmentos de mercado.* [1, p .30]

* **Venta de licencia:** Vender licencias para cada producto a cualquier institución o centro de salud interesado.

Recursos Clave

*def. Son los activos más importantes para que un modelo de negocio funcione; éstos recursos clave pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos.* [1, p .34

* **Física:** Cuatro computadores.
* **Intelectuales:** 
  + Bases de datos de nuestros clientes
  + Servidores en la nube.
* **Humanos:**
  + Un gerente
  + Tres desarrolladores
  + Administrador Base de datos.
  + Community Manager.

Actividades Clave

*def. Son las acciones más importantes que debe emprender una empresa para tener éxito, al igual que los recursos clave, son necesarias para crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con los clientes y percibir ingresos.* [1, p .37]

* Página Web o plataforma de la empresa.

Asociaciones Clave

*def. Describe la red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento de un modelo de negocio.* [1, p .36]

* The National Institutes of Health Clinical Center America’s Research Hospital.

Estructura de Costos

*def. Describe todos los costes que implica la puesta en marcha de un modelo de negocio.* [1, p .40]

* **Infraestructura:**
  + Cuatro ordenadores
  + Oficina
  + Servidor en la nube.
* **Costes fijos:**
  + Arriendo oficina
  + Servicios públicos
  + Internet.
  + Servidor en la nube.
* **Costos variables:** Investigación y Publicidad.



Referencias

1. A. Osterwalder y Y. Pigneur, Generación de Modelos de Negocio, Bogotá D.C: Planeta Colombiana S.A., 2016.