*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.