



Unidad III “Metodología para el desarrollo de un proyecto”

- El proceso para definir un proyecto.
- Definición de los ejecutores, beneficiarios y afectados por el proyecto.
- Justificación del proyecto.
- Metodología para el desarrollo de un proyecto..

Etapas de un proyecto



Stakeholders



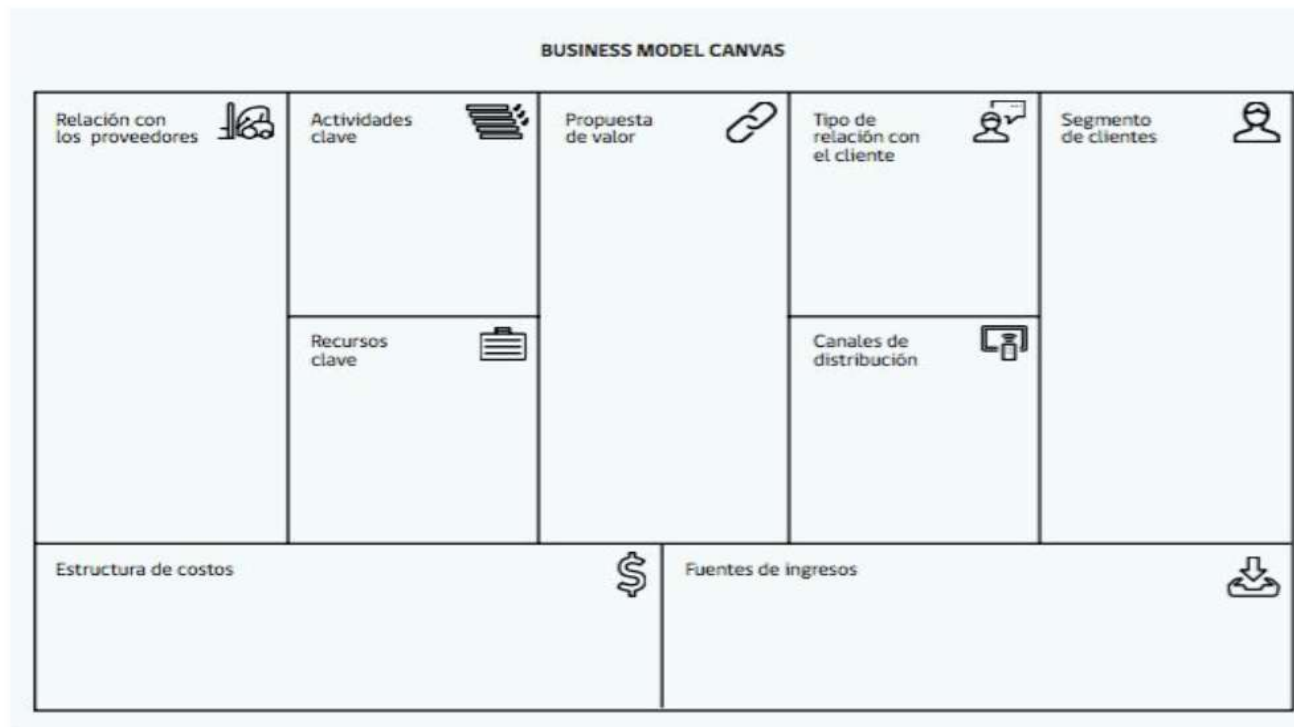
¿Qué es la justificación de un Proyecto?



Metodología para el desarrollo de un proyecto

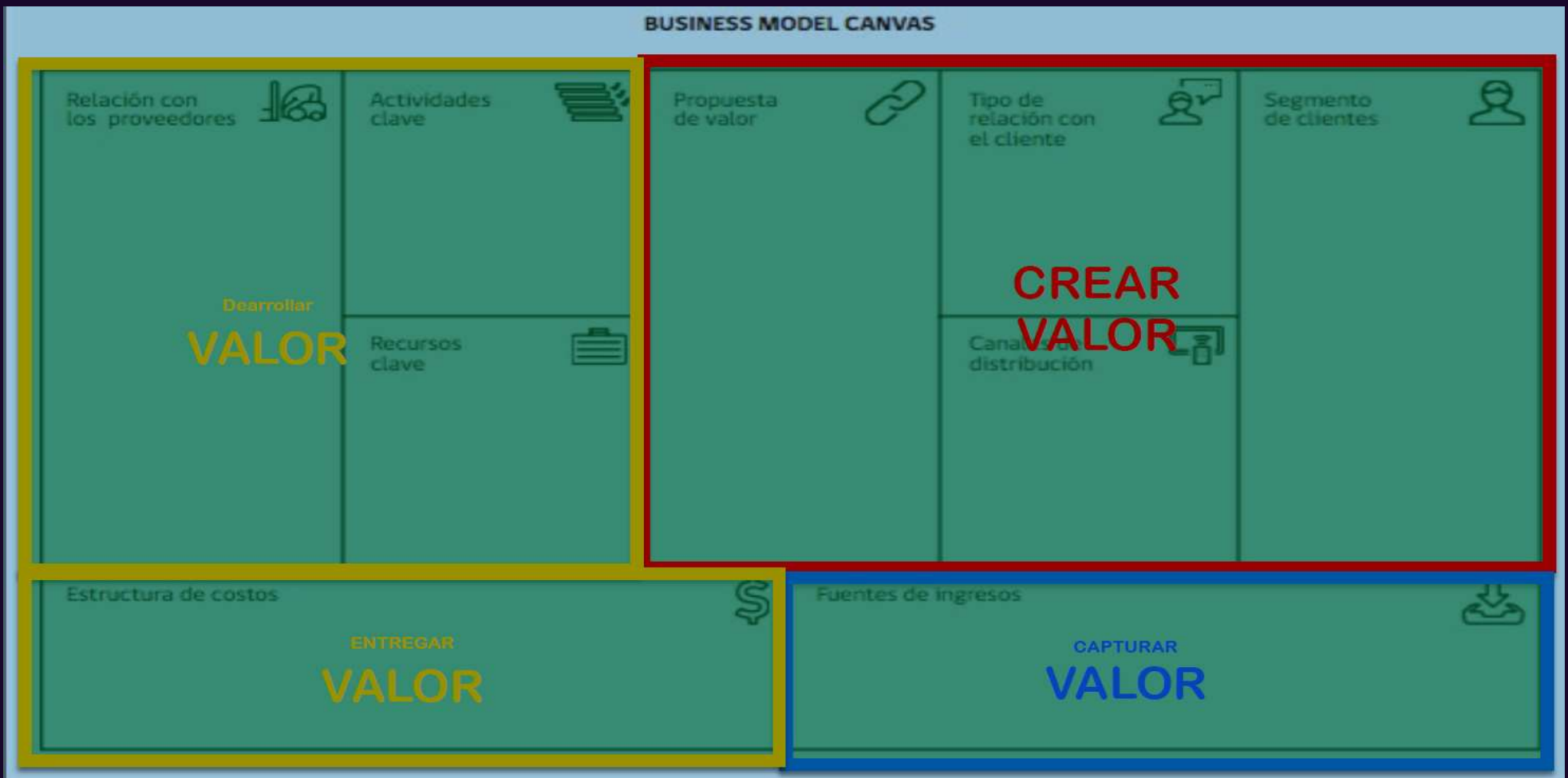


El Lienzo de Negocios (Business Canva)

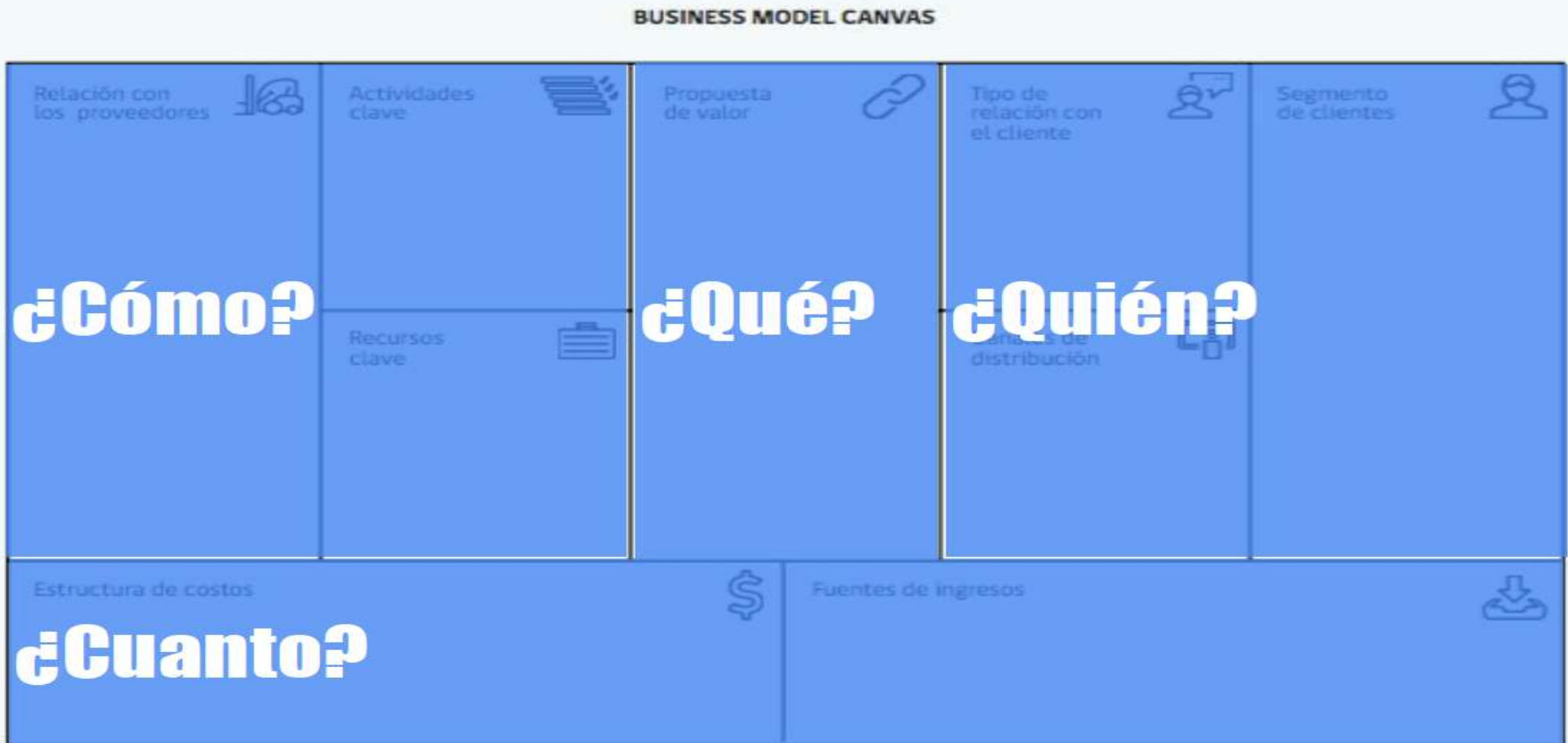


Fuente: Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model Generation

Metodología Canvas



Metodología Canvas

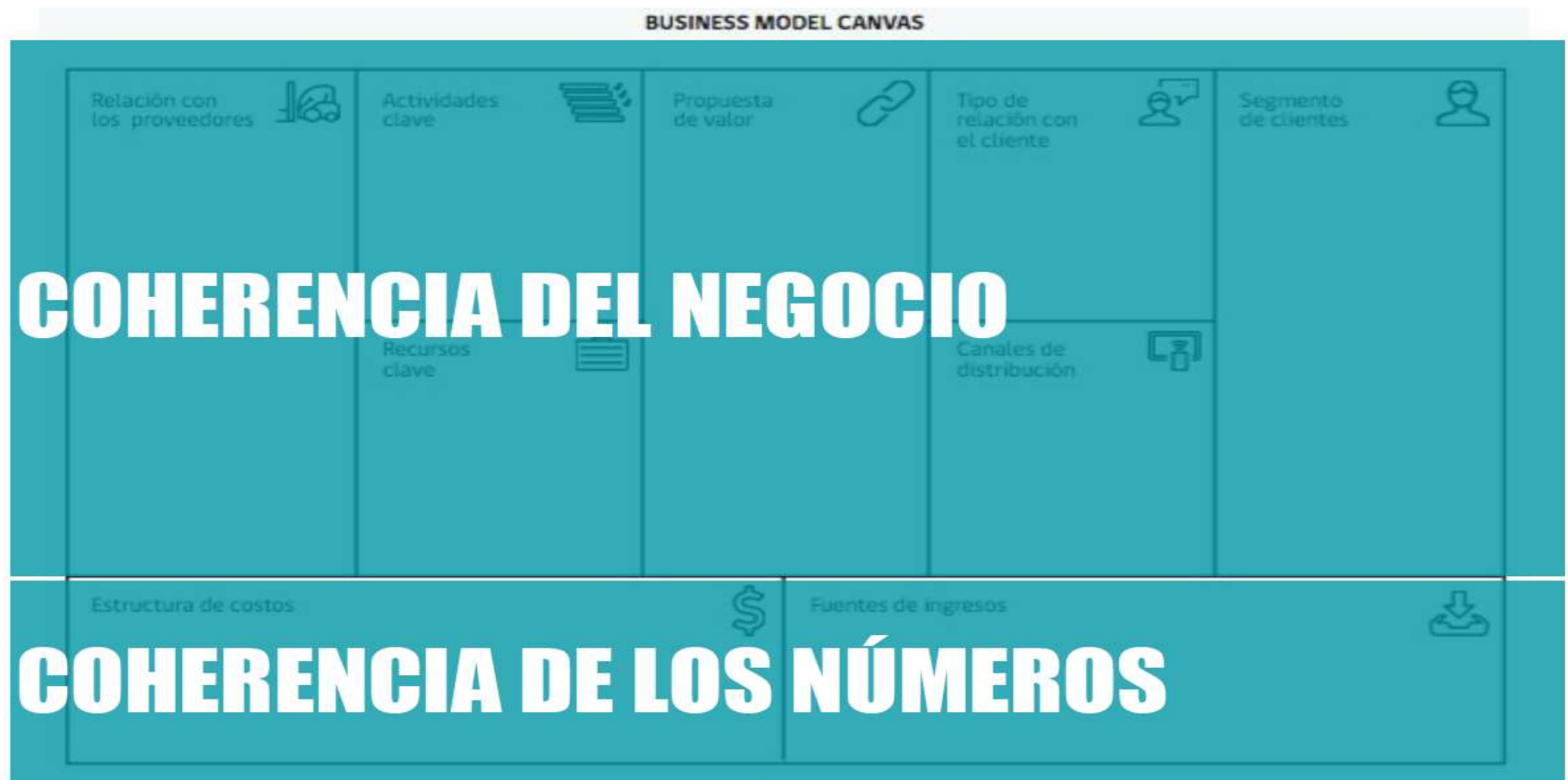


Metodología Canvas

BUSINESS MODEL CANVAS



Metodología Canvas



Fuente: Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model Generation

Metodología Canvas

Business Model Canvas

Asociaciones Clave  ¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? ¿Qué recursos clave podemos adquirir de nuestros clientes? ¿Qué actividades clave desempeñan nuestros socios?	Actividades clave  ¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿Nuestros canales de distribución? ¿Relaciones con los clientes? ¿Fuentes de Ingresos? Categorías: Producción Venta Soporte	Propuesta de valor  ¿Qué valor añadido entregamos a nuestros clientes? ¿Qué problemas estamos ayudando a resolver? ¿Qué productos y/o servicios ofrecemos a cada segmento? ¿Qué necesidades estamos satisfaciendo? Características: Precio Novedad Calidad Conveniencia Marca o Status Desempeño Reducción de riesgos Reducción de costes Diseño Customización	Relaciones con clientes  Tipo de relaciones con cada segmento de clientes ¿Qué relaciones hemos establecido? Asistencia personal Asistencia personal dedicada Autoservicio Automatización de los servicios Comunidades Co - creación	Segmentos de clientes  A quién va dirigida nuestra propuesta de valor ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes? Mercado de masas Nichos de mercado Segmento Diversificación
Motivaciones para la asociación Optimización y economía Reducción de riesgos e Incertidumbres Adquisiciones de recursos concretos y actividades		Recursos clave  Recursos clave para nuestra propuesta de valor Para nuestros canales ¿Relaciones con los clientes? Tipos de recursos: Humanos Físicos Intelectuales Económicos	Canales  A través de qué canales queremos llegar a nuestros clientes ¿Qué canales funcionan mejor? Cuáles son más eficientes? Tipos de canales: Conciencia Evaluación Compra Entrega Post-venta	
Estructura de costes  ¿Cuáles son los costes más importantes de nuestro modelo de negocio? ¿Qué recursos cuestan más? ¿Qué actividades clave cuestan más?			Fuentes de ingresos  ¿Qué precio están dispuestos a pagar los clientes? ¿Qué precio pagan actualmente? ¿Cuáles son los métodos de pago? ¿Cómo prefieren pagar? ¿Qué porcentaje de ingresos constituye cada una de las vías de ingresos?	

Metodología Canvas

