

# Administración de Proyectos de Red

---

---

# ◆ Metodologías para el desarrollo de proyectos

# Metodologías para el desarrollo de proyectos

---

- ◆ **Modelo Lean Startup.**
- ◆ **Desing thinking.**
- ◆ **Modelo CANVAS.**

# LEAN STARTUP

---

# Origen

---

Los orígenes de Lean Startup empiezan cuando Eric crea una nueva startup IMVU y gracias a los conocimientos que tenía del método de Steve Blank de desarrollo de clientes y el método lean utilizado en los sistemas de fabricación japoneses, que se había hecho famoso por Toyota.

Con estas dos influencias Eric empezó el movimiento Lean Startup.



# Que es ?

---

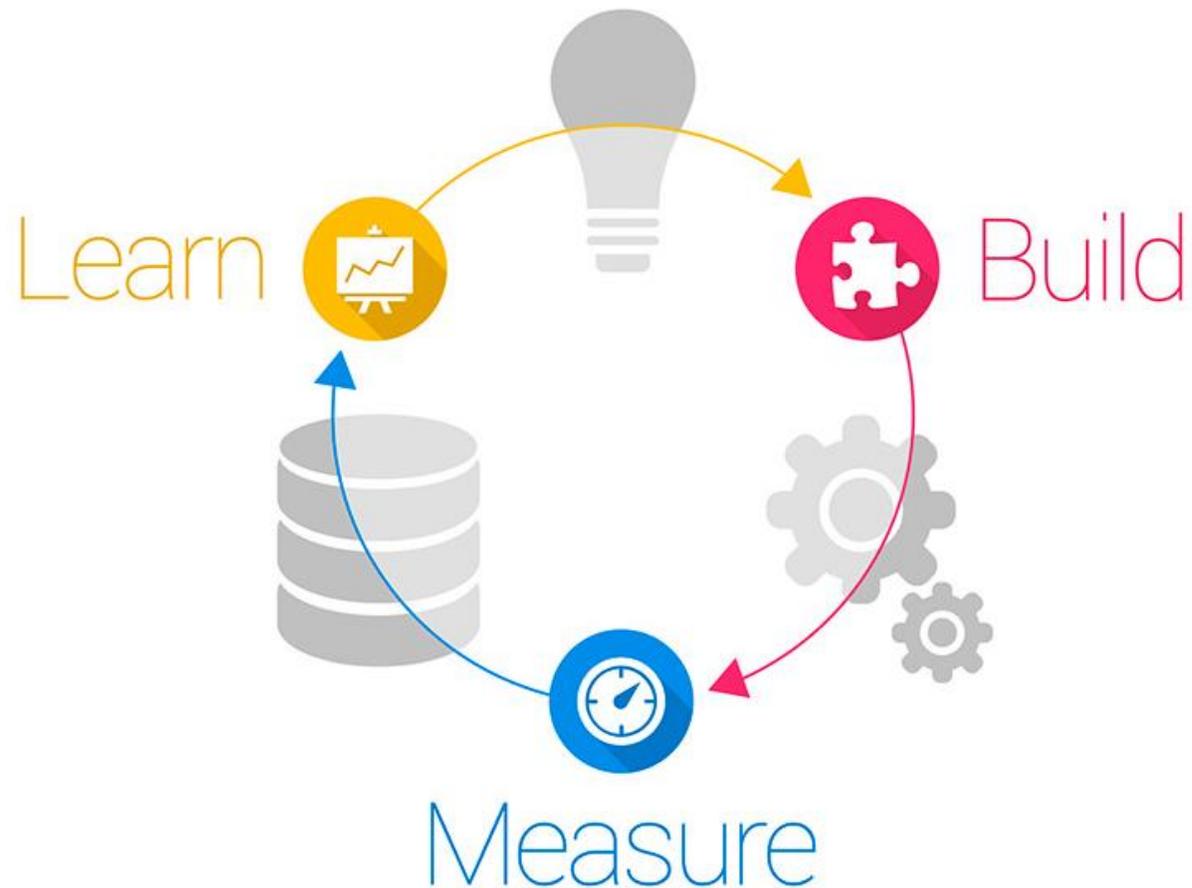
El método lean startup es el sistema utilizado para pasar de proyecto a empresa, utilizando la innovación continua y poniendo el foco en las necesidades del cliente, contando con su retroalimentación e ir modificando el producto hasta desarrollar la versión final.

1. Experimentación
2. Lanzamientos de productos Iterativos
3. Aprendizaje validado

---

“El objetivo de una startup es conocer cuanto antes qué quieren sus potenciales clientes y cuanto pagarían por ello.”

# Introducción



**El método Lean Startup es:**

- Utilizado para pasar de proyecto a empresa.
- Emplea la innovación continua.
- Pone el foco en las necesidades del cliente, contando con su retroalimentación.
- Crea el producto con la mínima cantidad de recursos.
- Modifica el producto hasta desarrollar la versión final.

# Conceptos básicos

---

- ❖ **Startup:** Organización humana con gran capacidad de cambio, que desarrolla productos o servicios, de gran innovación, altamente deseados o requeridos por el mercado, donde su diseño y comercialización están orientados completamente al cliente.
- ❖ **Producto Mínimo Viable(MVP):** Un prototipo que permite desarrollar una versión muy básica del producto para poder obtener feedback en el mercado, sin consumir recursos. Estos prototipos se pueden repetir n veces a fin de ir puliendo el producto en torno a las necesidades del cliente
- ❖ **Pivotar:** Implica cambiar tu idea de negocio y apostar por otra nueva. Con ello se implica el atacar a otra necesidad, cambiar el modelo de negocio, hasta la propuesta de valor, etc.

---

# TÉCNICAS



# Desarrollo de clientes (customer development)

---

Comprobamos si nuestro producto satisface las necesidades del cliente.

Salimos a la calle y preguntamos a los que serían nuestros clientes potenciales, les enseñamos el producto, que lo prueben y nos den sus más sinceras y constructivas opiniones.

Así se va construyendo el producto final, siempre con el foco en el cliente.



# Modelo de negocios lean(Canvas)

---

Consiste en visualizar y diseñar un modelo de negocio dinámico y visual, plasmado en un lienzo denominado Canvas por A.Osterwalder.

Está dividido en cuadrículas, cada una dedicada a un aspecto fundamental del modelo de negocio: propuesta de valor, ingresos, gastos, canales de adquisición...



# Técnicas ágiles o scrum

---

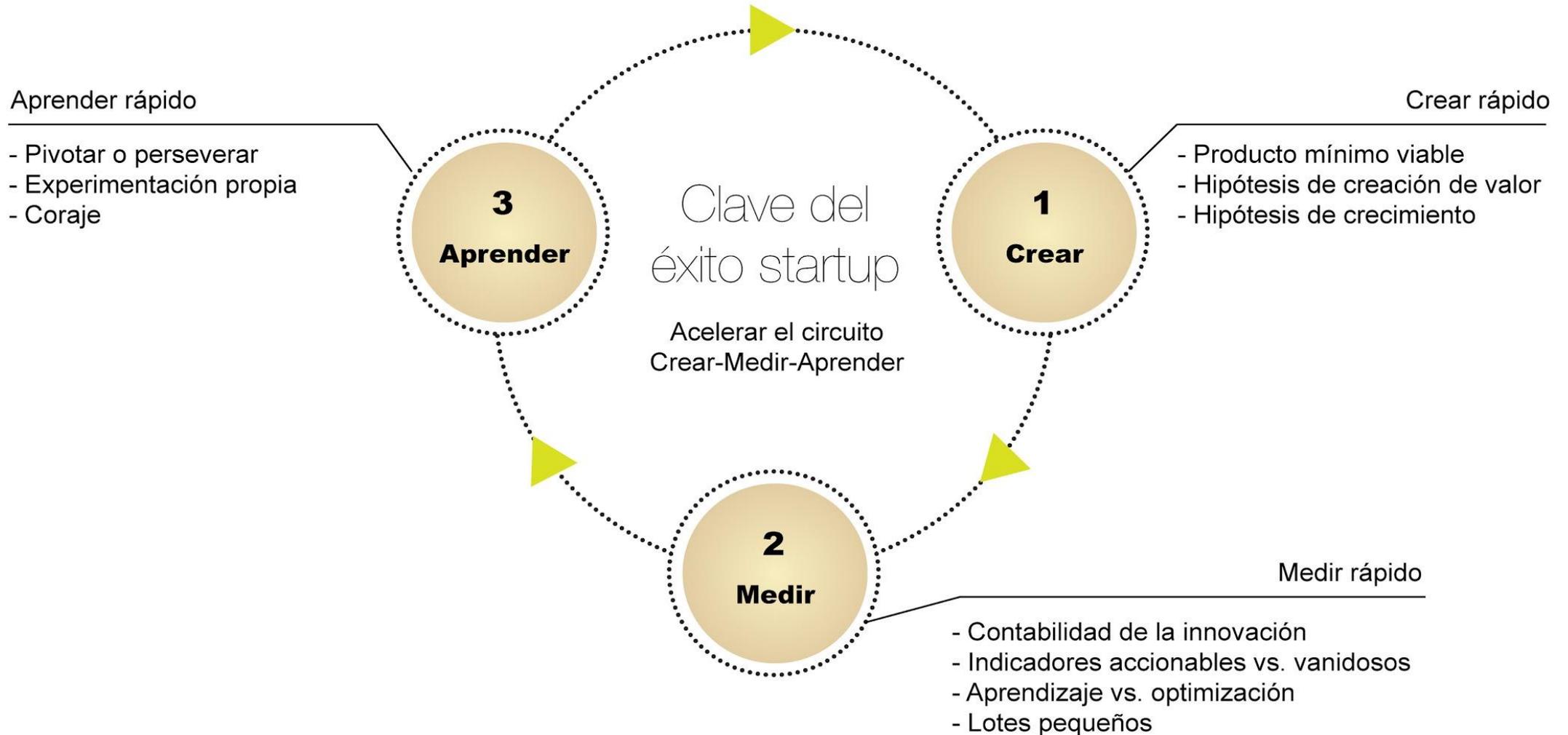
Conjunto de técnicas utilizadas de comunicación y desarrollo de producto dinámicas y rápidas para proponer ideas, mejoras e ir configurando el proyecto final en un equipo de trabajo.

Se pueden utilizar software de gestión de proyectos para organizar las tareas o reuniones cortas y concisas para evaluar el trabajo del día anterior y el que se va a hacer ese día, son algunos ejemplos de estas técnicas.



# El método Lean Startup

Aprendizaje validado a través del circuito  
de feedback Crear-Medir-Aprender



# Pasos fundamentales

---

“Si te equivocas hazlo pronto y barato”.

Es una de las premisas del método lean-startup, donde la idea de negocio se va mejorando a base de prueba y error. Cuando antes detectemos el fallo, menos costes y repercusiones tendrá solucionarlo.



# Conclusión

---

1. La creación de una startup no se basa en ejecutar un modelo de negocios sino de descubrirlo.
2. El plan de negocios de una startup se realizará luego de tener el primer contacto con la realidad del mercado y de los potenciales clientes.
3. No existe una fórmula para el éxito seguro de Lean Startup, dicho éxito depende de un trabajo de campo.
4. Para crear una startup de éxito se deben formular hipótesis, diseñar experimentos para validar el producto (aceptación o rechazo), además de aprender de los errores, hacer cambios y optimizar.
5. Todas las premisas anteriores se deben hacer con el consumo mínimo de recursos y su máximo aprovechamiento.



# DESIGN THINKING

---

# Design Thinking



# ¿Qué es Design Thinking?

Es un método para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios.

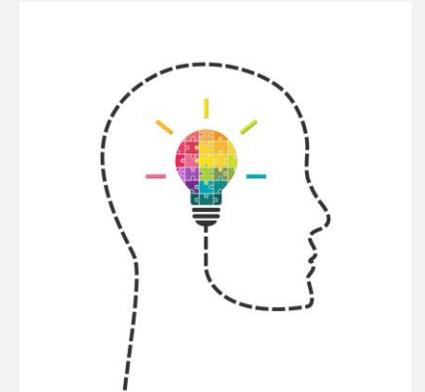
Fomenta la innovación de una manera disruptiva, colaborativa y basada en la empatía.

## Disrupción.

1. f. Rotura o interrupción brusca.

## Contribuir.

1. intr. Trabajar con otra u otras personas en la realización de una obra.



## Empatía

1. f. Sentimiento de identificación con algo o alguien.

# ¿Cuándo surgió?

---

Las primeras aplicaciones se remontan a los años 70 en una consultora llamada IDEO, fundada por David Kelley.

En 2008 Tim Brown, actual CEO de la empresa, conceptualizó estas técnicas de inmersión en las necesidades del consumidor como "design thinking", publicando un artículo en la Harvard Business Review.



## ¿Quiénes lo utilizan?

Empresas como Apple, Google o Zara lo utilizan. Se puede aplicar a cualquier campo. Desde el desarrollo de productos o servicios hasta la mejora de procesos o la definición de modelos de negocio.



# ¿Cómo funciona?

---

▶ Se desarrolla siguiendo un proceso en el que se ponen en valor 5 características diferenciales:

▶ **La generación de empatía:** Hay que entender los problemas, necesidades y deseos de los usuarios implicados.

**La satisfacción del usuario es la clave de un resultado exitoso.**

▶ **El trabajo en equipo,** pone en valor la capacidad de los individuos de aportar singularidad.

# ¿Cómo funciona?

---

- ▶ **La generación de prototipos**, ya que defiende que toda idea debe ser validada antes de asumirse como correcta. Design Thinking propicia la identificación de fallos, de tal forma que la solución final esté libre de errores.
- ▶ Todo ello bajo una atmósfera en la que se promueve lo **lúdico**. Se trata de disfrutar durante el proceso, y gracias a ello, llegar a un estado mental en el que demos rienda suelta al potencial.

# ¿Cómo funciona?

---

- ▶ Durante el proceso se desarrollan técnicas con un **gran contenido visual** y plástico.
- ▶ Esto hace que se ponga a trabajar tanto la mente creativa como la analítica, dando como resultado soluciones innovadores y a la vez factibles.

Antes de iniciar  
es importante  
preparar:

# Los materiales

Para llevar a cabo cada una de las técnicas: rotuladores, hojas de papel, lápices de colores, etc.

Una imagen da pie a la interpretación.

Antes de iniciar  
es importante  
preparar:

**El equipo**  
Entre más diverso  
mejor.

Antes de iniciar  
es importante  
preparar:

# El espacio

Grande, cómodo,  
inspirador, luminoso...

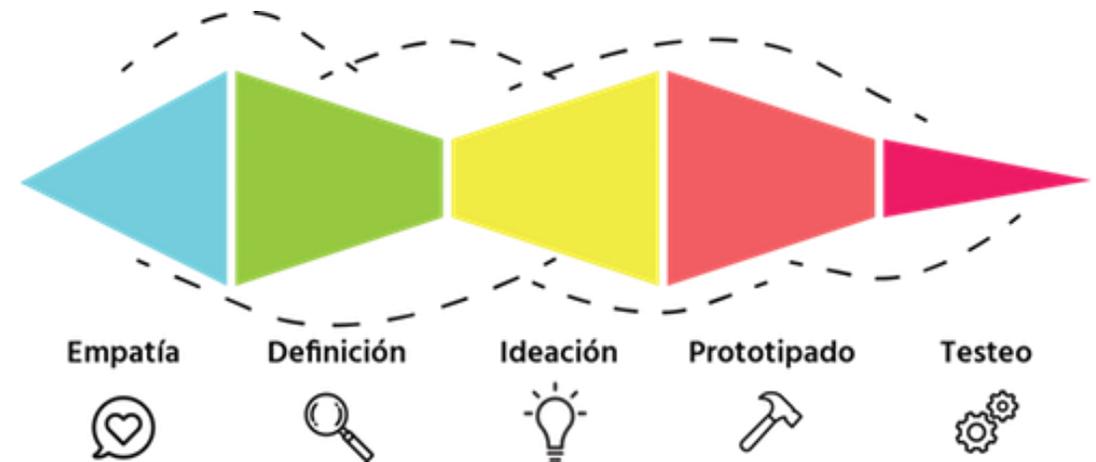
Antes de iniciar  
es importante  
preparar:

# La actitud

Curiosos, observadores,  
empáticos, sin prejuicios, perder  
el miedo a equivocarse, ver los  
errores como oportunidades.

# ¿En qué consiste el proceso?

► El proceso de Design Thinking se compone de cinco etapas. No es lineal. Se comenzará recolectando mucha información, generando una gran cantidad de contenido, que crecerá o disminuirá dependiendo de la fase en la que se encuentre.



# ***INMERSION***



# ***IDEACION***

*ANÁLISIS Y  
SÍNTESIS*



# ***PROTOTIPADO***



---

# Etapas y Técnicas

<http://www.designthinking.es/inicio/>

# El Modelo de Negocio CANVAS

---

# Introducción

---

El modelo de negocio Canvas fue definido en el año 2010 por Alex Osterwalder e Yves Pigneur en su libro Business Model Generation (Generación de modelos de negocio).

Se ha convertido en una herramienta muy útil para la metodología Lean Startup.

# Introducción

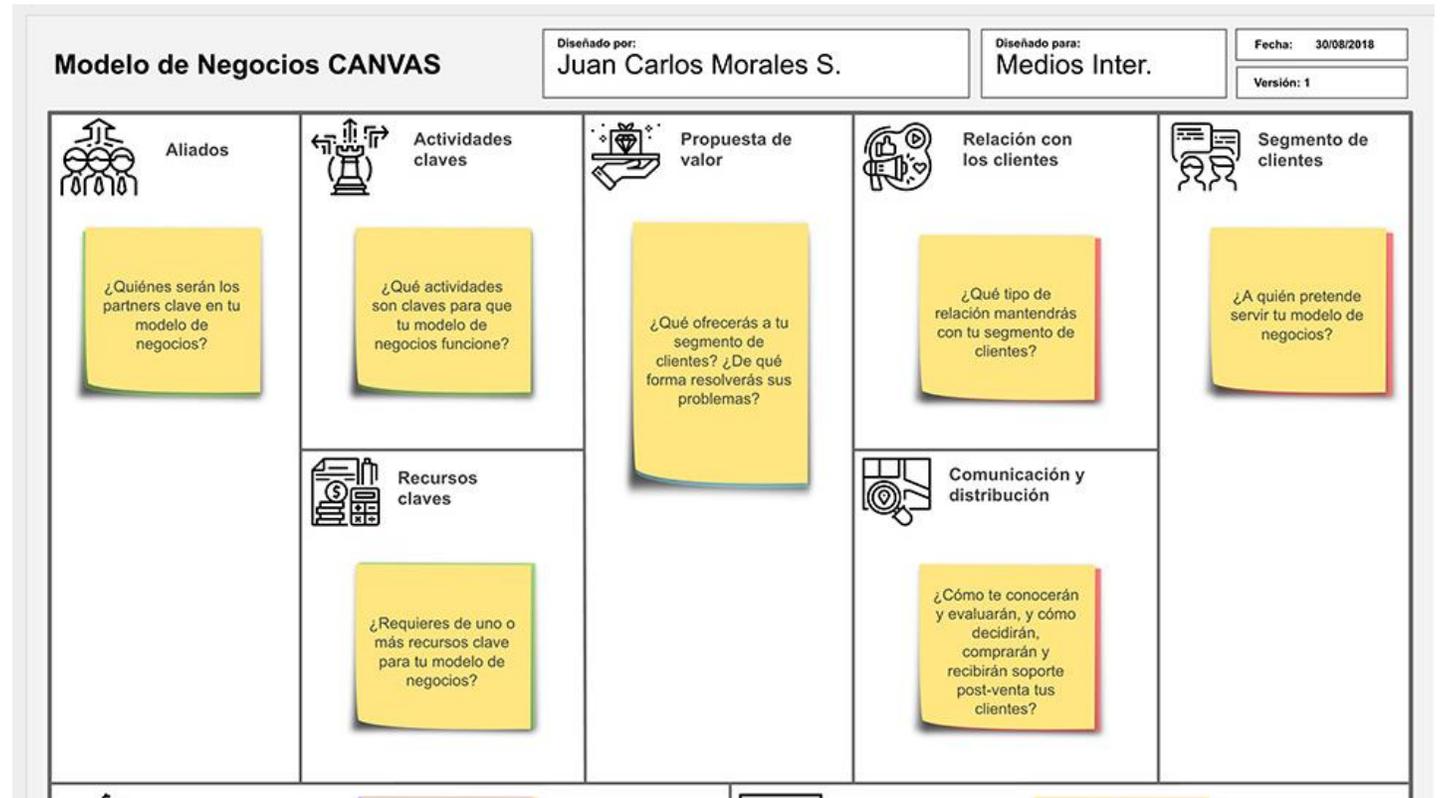
---

“Una startup es una institución humana diseñada para crear un nuevo producto o servicio bajo condiciones de incertidumbre extrema” (Ries, 2011)

El método Lean Startup fue creado por Eric Ries en 2011 y es un método que da impulso a las “prácticas que favorecen la creación de Startups de forma exitosa y con pocas probabilidades de obtener pérdidas”.

# Introducción

Blank y Dorf (Blank & Dorf, 2013) proponen que, a la hora de emprender, se parta de un modelo de negocio que ayude a establecer las hipótesis y probar los supuestos de los que parte el emprendedor y para ello recomiendan el lienzo o Canvas de Osterwalder, como punto de partida.



# Modelo de negocio Canvas

---

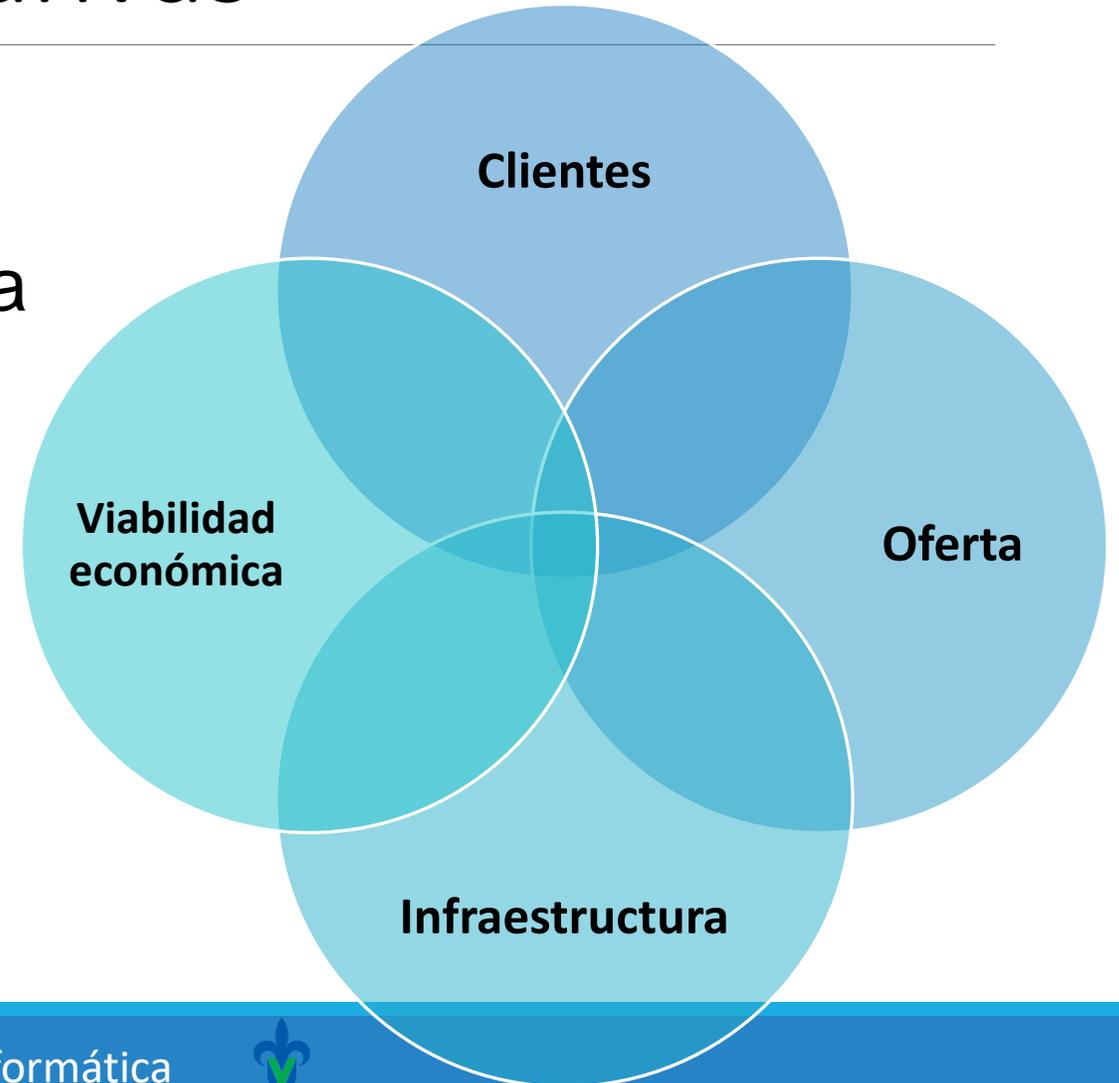
“Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor” (Osterwalder & Pigneur, 2010)

El modelo de negocio es una especie de anteproyecto de una estrategia que se aplicará en las estructuras, procesos y sistemas de una empresa.

# Modelo de negocio Canvas

---

El modelo Canvas es una herramienta para plantear de manera muy visual las cuatro áreas principales de un negocio:



# Modelo de negocio Canvas

(Osterwalder & Pigneur, 2010) describen un modelo de negocio dividiéndolo en nueve módulos básicos:



# Modelo de negocio Canvas

Aspectos del cliente y del producto y Aspectos internos de la empresa



# Modelo de negocio Canvas

---

Preguntas clave para los nueve módulos de CANVAS (Osterwalder & Pigneur, 2010)

	<p><b>Segmentos de mercado</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>¿Para quién se crea valor?</li><li>¿Cuáles son los clientes más importantes?</li></ul>
	<p><b>Propuestas de valor</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes?</li><li>¿Qué problema de nuestros clientes ayudamos a solucionar?</li><li>¿Qué necesidades de los clientes satisfacemos?</li><li>¿Qué paquetes de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de mercado?</li><li>¿Cuáles son las cualidades de nuestro producto?</li></ul>
	<p><b>Canales</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>¿Qué canales prefieren nuestros segmentos de mercado?</li><li>¿Cómo establecemos actualmente el contacto con los clientes?</li><li>¿Cómo se conjugan nuestros canales?</li><li>¿Cuáles tienen mejores resultados?</li><li>¿Cuáles son más rentables?</li><li>¿Cómo se integran en las actividades diarias de los clientes?</li></ul>

# Modelo de negocio Canvas

Preguntas clave para los nueve módulos de CANVAS (Osterwalder & Pigneur, 2010)

	<p><b>Relaciones con clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>¿Qué tipo de relación esperan los diferentes segmentos de mercado?</li><li>¿Qué tipo de relaciones hemos establecido?</li><li>¿Cuál es su coste?</li><li>¿Cómo se integran en nuestro modelo de negocio?</li></ul>
	<p><b>Fuentes de ingreso</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>¿Por qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes?</li><li>¿Por qué pagan actualmente?</li><li>¿Cómo pagan actualmente?</li><li>¿Cómo les gustaría pagar?</li><li>¿Cuánto reportan las diferentes fuentes de ingresos al total de ingresos?</li></ul>
	<p><b>Recursos clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>¿Qué recursos clave requieren nuestras propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingresos?</li></ul>

# Modelo de negocio Canvas

Preguntas clave para los nueve módulos de CANVAS (Osterwalder & Pigneur, 2010)

	<p><b>Actividades clave</b> ¿Qué actividades clave requieren nuestras propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingresos?</p>
	<p><b>Asociaciones clave</b> ¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? ¿Qué recursos clave adquirimos a nuestros socios? ¿Qué actividades clave realizan los socios?</p>
	<p><b>Estructuras de costes</b> ¿Cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio? ¿Cuáles son los recursos clave más caros? ¿Cuáles son las actividades clave más caras?</p>

# Modelo de negocio Canvas

Preguntas clave para los nueve módulos de CANVAS (Osterwalder & Pigneur, 2010)

	<p><b>Actividades clave</b> ¿Qué actividades clave requieren nuestras propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingresos?</p>
	<p><b>Asociaciones clave</b> ¿Quiénes son nuestros socios clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? ¿Qué recursos clave adquirimos a nuestros socios? ¿Qué actividades clave realizan los socios?</p>
	<p><b>Estructuras de costes</b> ¿Cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio? ¿Cuáles son los recursos clave más caros? ¿Cuáles son las actividades clave más caras?</p>

# Los nueve módulos de CANVAS

---

# Los nueve módulos de CANVAS

---

## Segmentos de mercado

Define los diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige una empresa

Algunos ejemplos son:

- Mercado de masas
- Nicho de mercado
- Mercado segmentado
- Mercado diversificado
- Plataformas multilaterales

# Los nueve módulos de CANVAS

---

## Propuestas de valor

Describe el conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento de mercado específico.

El valor se puede crear a través de ciertas características:

- Novedad
- Mejora del rendimiento
- Personalización
- «El trabajo, hecho»
- Marca/estatus
- Precio
- Diseño

# Los nueve módulos de CANVAS

## Canales

Es la manera en la que una empresa se comunica con los diferentes segmentos de mercado para llegar a ellos y proporcionarles una propuesta de valor.

Tipos de canal		Fases de canal					
Propio	Directo	<b>1. Información</b> ¿Cómo damos a conocer los productos y servicios de nuestra empresa?	<b>2. Evaluación</b> ¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluar nuestra propuesta de valor?	<b>3. Compra</b> ¿Cómo pueden comprar los clientes nuestros productos y servicios?	<b>4. Entrega</b> ¿Cómo entregamos a los clientes nuestra propuesta de valor?	<b>5. Posventa</b> ¿Qué servicio de atención posventa ofrecemos?	
							<i>Equipo comercial</i>
	<i>Ventas en internet</i>						
Socio	Indirecto						<i>Tiendas propias</i>
							<i>Tiendas de socios</i>
		<i>Mayorista</i>					

# Los nueve módulos de CANVAS

---

## Relaciones con clientes

Describe los diferentes tipos de relaciones que establece una empresa con determinados segmentos de mercado. Pueden estar basadas en los procesos siguientes:

- Captación de clientes.
- Fidelización de clientes.
- Estimulación de las ventas (venta sugestiva).

# Los nueve módulos de CANVAS

---

## Relaciones con clientes

**Algunas categorías de relaciones con clientes son:**

- **Asistencia personal.** Puntos de venta, centros de llamada, etc.
- **Asistencia personal exclusiva.** En la banca privada, se tienen banqueros que atienden a clientes con grandes cuentas.
- **Autoservicio.**
- **Servicios automáticos.** Asistentes automáticos por ejemplo.
- **Comunidades.**
- **Creación colectiva.** Youtube por ejemplo, pide a sus clientes crear contenido para consumo público.

# Los nueve módulos de CANVAS

---

## Fuentes de ingresos

Fujo de caja que genera una empresa en los diferentes segmentos de mercado:

Un modelo de negocio puede implicar dos tipos diferentes de fuentes de ingresos:

1. Ingresos por transacciones derivados de pagos puntuales de clientes.
2. Ingresos recurrentes derivados de pagos periódicos realizados a cambio del suministro de una propuesta de valor o del servicio posventa de atención al cliente.

# Los nueve módulos de CANVAS

---

## Fuentes de ingresos

Algunas formas de generar fuentes de ingresos son:

- Venta de activos
- Cuota por uso. Los hoteles cobran a los clientes el número de noches que duermen en sus instalaciones, por ejemplo.
- Cuota de suscripción. Los gimnasios venden membresías mensuales por ejemplo.
- Préstamo/alquiler/leasing. Como el alquiler de coches.
- Concesión de licencias
- Gastos de corretaje
- Publicidad

# Los nueve módulos de CANVAS

---

## Recursos clave

Describen los activos más importantes para que un modelo de negocio funcione. Pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos. Asimismo, la empresa puede tenerlos en propiedad, alquilarlos u obtenerlos de sus socios clave.

# Los nueve módulos de CANVAS

---

## Actividades clave

Se pueden dividir en las siguientes categorías:

- Producción. Empresas de fabricación.
- Resolución de problemas. Consultorías, hospitales.
- Plataforma/red. E-Bay, Windows.

# Los nueve módulos de CANVAS

---

## Asociaciones clave

Se refiere a la red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento de un modelo de negocio.

Se consideran cuatro tipos de asociaciones:

1. Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras.
2. Coopetición: asociaciones estratégicas entre empresas competidoras.
3. Joint ventures: (empresas conjuntas) para crear nuevos negocios
4. Relaciones cliente-proveedor para garantizar la fiabilidad de los suministros.

# Los nueve módulos de CANVAS

---

## Asociaciones clave

Y algunas de las motivaciones para establecer asociaciones son:

- Optimización y economía de escala. Es habitual que impliquen una infraestructura de externalización o recursos compartidos.
- Reducción de riesgos e incertidumbre. Blu-Ray fue elaborado por un grupo de competidores en el área de electrónica de consumo. Pero los venden de forma independiente. Por ejemplo.
- Compra de determinados recursos y actividades. Recurrir a agentes de venta por ejemplo.

# Los nueve módulos de CANVAS

---

## Estructura de costes

Comprende todos los costos que implica la puesta en marcha de un modelo de negocio.

**Según costes.** Pretende crear y mantener una estructura de costes lo más reducida posible.

**Según valor.** Las propuestas de valor premium y servicios personalizados son características de esta estructura.

# Los nueve módulos de CANVAS

---

## Estructura de costes

### **Características de la estructura de costes:**

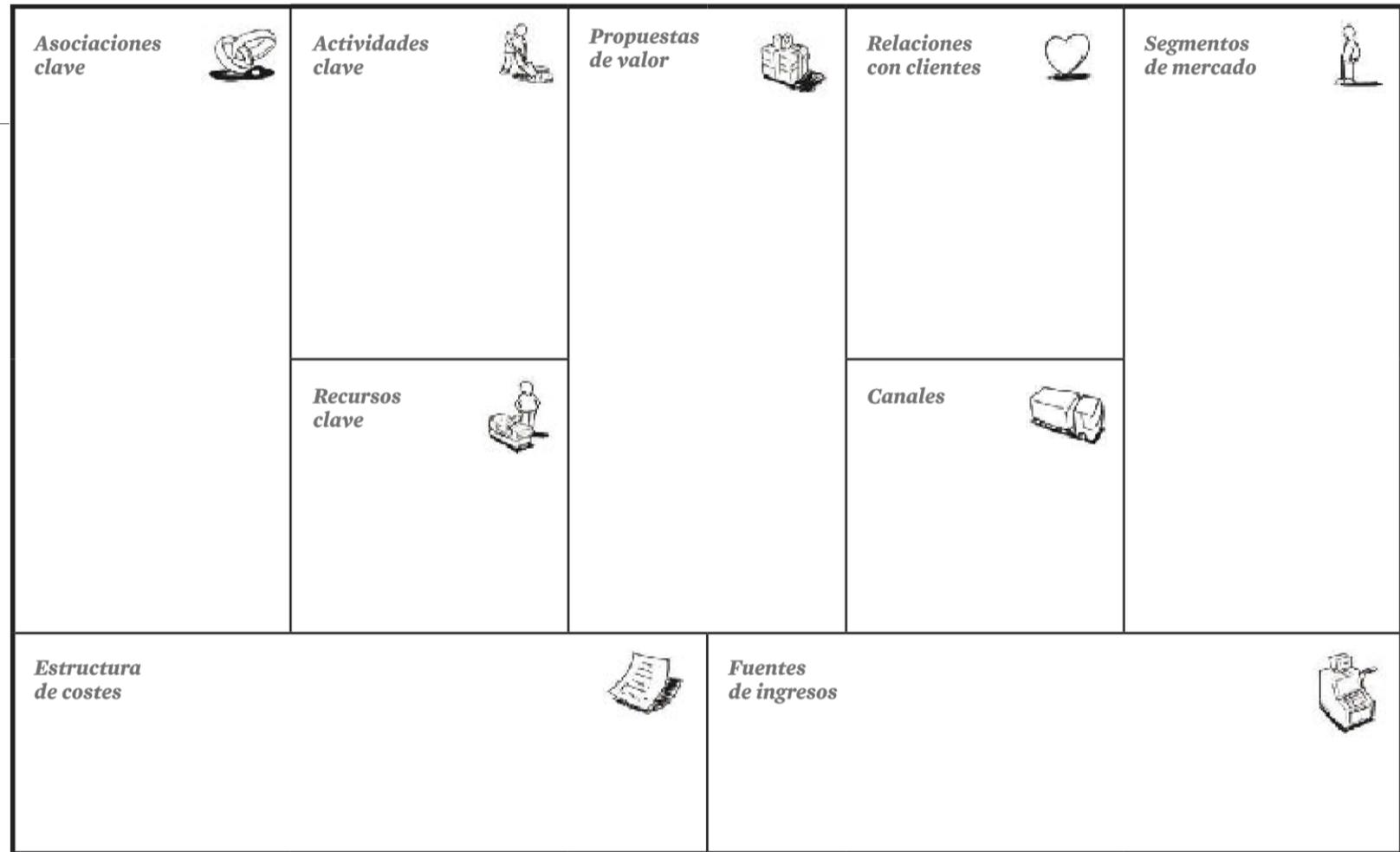
**Costes fijos.** No varía en función del volumen de bienes o servicios producidos. Sueldos, alquileres, instalaciones.

**Costes variables.** Varía en proporción al volumen. Festivales por ejemplo.

**Economías de escala.** Ventajas de costes que obtiene una empresa a medida que crece su producción.

**Economías de campo.** ventajas de costes que obtiene una empresa a medida que amplía su ámbito de actuación. En una empresa grande, por ejemplo, las mismas actividades de marketing o canales de distribución sirven para diversos productos

- Definir los 9 módulos
- Imprimirlo en formato grande
- Llenarlo con notas adhesivas



Comprensión, el debate, la creatividad y el análisis.

# Aplicación del modelo CANVAS en el proyecto de ciberseguridad LogsAnalyzer

---

# Modelo CANVAS

---

“La ciberseguridad es la práctica de defender las computadoras, los servidores, los dispositivos móviles, los sistemas electrónicos, las redes y los datos de ataques maliciosos. También se conoce como seguridad de tecnología de la información o seguridad de la información electrónica. El término se aplica en diferentes contextos, desde los negocios hasta la informática móvil, y puede dividirse en algunas categorías comunes.” (Kaspersky, 2020)

# Modelo CANVAS

---

Una de las ramas de la ciberseguridad es la **seguridad de la información** que protege la integridad y la privacidad de los datos, tanto en el almacenamiento como en el tránsito.

Es en esta clasificación donde se encuentra el proyecto LogsAnalyzer.

# Modelo CANVAS

---

## **Contexto:**

El proyecto LogsAnalyzer es un producto desarrollado y pretende incluirse en el catálogo de productos de la empresa IAStrategy, dedicada a la resolución de problemas no complejos con grandes cantidades de datos, ejecutando inferencia de recomendación y predicción, insertable en cualquier proceso computacional.

# Modelo CANVAS

---

## **Funcionalidad:**

Es una aplicación que permite predecir accesos maliciosos en sistemas lógicos.

Recolecta todo tipo de datos, su estructuración y análisis multi-paramétrico para proporcionar conocimiento, recomendaciones y predicciones.

Establecer patrones de acceso recurrente que determinan comportamientos lícitos predecibles, y comportamientos previsiblemente anómalos que permiten predecir actividades presumiblemente ilícitas.

# Modelo CANVAS

---

## Funcionalidad:

Es una aplicación que permite predecir accesos maliciosos en sistemas lógicos.

---

Establece prescripciones de medidas de supervisión y control sobre usuarios o puntos de acceso, que puedan representar claras amenazas potenciales

A través de la aplicación de algoritmos inteligentes a la seguridad lógica se establece una nueva forma de mayor control y prevención

---

# Modelo CANVAS

---

## Preguntas básicas para cada uno de los módulos

---



### **Segmentos de mercado**

#### **¿Para quién se crea valor?**

Para empresas u organizaciones con sistemas lógicos que deseen protegerlos de accesos no autorizados.

#### **¿Cuáles son los clientes más importantes?**

Empresas consientes de la importancia de invertir en la seguridad de su información.

Las organizaciones más afectadas en filtraciones a nivel mundial en 2019 fueron las dedicadas a servicios médicos, los minoristas y las entidades públicas. Por lo que estas pueden encontrarse en los clientes a atender de manera más inmediata.

Asimismo, el producto será ofrecido a los actuales clientes de la empresa, quienes en su mayoría son minoristas.

# Modelo CANVAS

---



## **Propuestas de valor**

### **¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes?**

Aplicación de algoritmos inteligentes que aumentan la seguridad, reducen costes de recurso humano e incrementan su productividad.

### **¿Qué problema de nuestros clientes ayudamos a solucionar?**

Ejecución de actividades ilícitas dentro de los sistemas de información de la organización.

### **¿Qué necesidades de los clientes satisfacemos?**

Seguridad de los sistemas de información de la empresa de manera óptima, inteligente, reduciendo costos de operatividad e incrementando la productividad.

### **¿Qué paquetes de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de mercado?**

Se ofrece el servicio en modalidad Cloud como renta mensual o anual.

### **¿Cuáles son las cualidades de nuestro producto?**

Utiliza algoritmos inteligentes que permiten mayor control y prevención, así como una adaptación en tiempo real a cualquier modificación del entorno o circunstancias sin intervención humana.

# Modelo CANVAS

---

## Preguntas básicas para cada uno de los módulos

### Canales

**¿Qué canales prefieren nuestros segmentos de mercado?**

Internet.

**¿Cómo establecemos actualmente el contacto con los clientes?**

A través de la página de Internet, sistema CRM, por correo electrónico, vía telefónica o presencialmente en las instalaciones.

**¿Cómo se conjugan nuestros canales?**

**Información:**

En la página de Internet se encuentra el acceso al sistema para contactar a la empresa y conocer el producto o servicio.

**Compra, entrega y posventa:**

La compra puede ser realizada a través de la página de Internet o mediante transferencia bancaria o depósito en ventanilla bancaria.

La entrega se realiza mediante correo electrónico.

El cliente accede al servicio en la nube.

La atención posventa es a través del CRM con acceso a través de la página de internet, correo electrónico, vía telefónica o directamente en las instalaciones de la empresa.

**¿Cuáles tienen mejores resultados?**

La página de Internet.

**¿Cuáles son más rentables?**

La página de Internet.

**¿Cómo se integran en las actividades diarias de los clientes?**

Debido a que el producto gira entorno a la tecnología, cualquier cliente interesado en el producto cuenta con el servicio de Internet y puede acceder a la página de información de la empresa.

# Modelo CANVAS

---

## Preguntas básicas para cada uno de los módulos

### **Relaciones con clientes**

**¿Qué tipo de relación esperan los diferentes segmentos de mercado?**

Asistencia personal.

**¿Qué tipo de relaciones hemos establecido?**

Asistencia personal. Un cliente se comunica con un representante real del servicio de atención al cliente para que le ayude durante el proceso de venta y/o posteriormente.

Comunidades. Se cuenta con una comunidad en línea que permite a los usuarios intercambiar conocimientos y experiencias así como solucionar problemas.

**¿Cuál es su coste?**

El coste incluye el sueldo del personal de asistencia y el CRM.

**¿Cómo se integran en nuestro modelo de negocio?**

La asistencia personal permite identificar las necesidades específicas de los clientes para saber a qué segmento de mercado pertenece y ofrecerle un servicio personalizado, tanto en forma de contratación y forma de pago.

# Modelo CANVAS

---

## Preguntas básicas para cada uno de los módulos



### **Fuentes de ingreso**

**¿Por qué valor están dispuestos a pagar nuestros clientes?**

Seguridad eficiente y efectiva de su información.

**¿Por qué pagan actualmente?**

Equipos de protección física.

**¿Cómo pagan actualmente?**

Por compra de activos.

**¿Cómo les gustaría pagar?**

Con facilidades de pago, pago por consumo.

**¿Cuánto reportan las diferentes fuentes de ingresos al total de ingresos?**

Se estima que aporte un 10% de manera inicial.

# Modelo CANVAS

---

## Preguntas básicas para cada uno de los módulos



### Recursos clave

**¿Qué recursos clave requieren nuestras propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingresos?**

Recurso humano para asistencia personalizada.

Recurso humano para actualización y mantenimiento del servicio.

Infraestructura tecnológica para el servicio en la nube.

# Modelo CANVAS

---

## Preguntas básicas para cada uno de los módulos



### Actividades clave

**¿Qué actividades clave requieren nuestras propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con clientes y fuentes de ingresos?**

Desarrollo de software basado en algoritmos inteligentes.

# Modelo CANVAS

---

## Preguntas básicas para cada uno de los módulos



### **Asociaciones clave**

**¿Quiénes son nuestros socios clave?**

**¿Quiénes son nuestros proveedores clave?**

Empresa de Telemarketing Next Contact, Empresa proveedora de servicios en la nube Microsoft Azure.

**¿Qué recursos clave adquirimos a nuestros socios?**

**¿Qué actividades clave realizan los socios?**

Telemarketing

Provisionamiento de infraestructura

# Modelo CANVAS

---

## Preguntas básicas para cada uno de los módulos



### **Estructuras de costes**

**¿Cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?**

Personal

Infraestructura tecnológica en la nube

**¿Cuáles son los recursos clave más caros?**

Sueldos

Infraestructura

**¿Cuáles son las actividades clave más caras?**

# Modelo CANVAS

---

## El Lienzo

<p><b>Asociaciones clave</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa de Telemarketing. Next Contact</li> <li>• Empresa de servicios en la nube Microsoft Azure.</li> </ul>	<p><b>Actividades clave</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de software.</li> <li>• Inteligencia artificial..</li> </ul>	<p><b>Propuestas de valor</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto que mitiga los accesos maliciosos a sistemas lógicos, otorgando seguridad de manera óptima e inteligente y reduciendo costos de operatividad e incrementando la productividad.</li> </ul>	<p><b>Relaciones con clientes</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Customer Relationship Manager CRM</li> </ul>	<p><b>Segmentos de mercado</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas con sistemas lógicos.</li> <li>• Organizaciones dedicadas a servicios médicos: 144 en el estado de Veracruz.</li> <li>• 431 empresas que actualmente son clientes.</li> </ul>
<p><b>Estructura de costes</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Telemarketing. Next Contact</li> <li>• Google AdWords</li> <li>• Servicios en la nube Microsoft Azure.</li> <li>• Sueldos</li> </ul>	<p><b>Fuentes de ingresos</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuota por renta mensual del servicio.</li> <li>• Cuota por renta anual del servicio.</li> </ul>			

# Modelo CANVAS

---

## Los nueve módulos de CANVAS aplicados

Se desarrollan detalladamente los nueve módulos del Modelo de Negocio Canvas del proyecto de ciberseguridad LogsAnalyzer, agrupados en las cuatro áreas principales (clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica).

# Modelo CANVAS

---

## Los nueve módulos de CANVAS aplicados

Componente **clientes** del Modelo de Negocio CANVAS que incluye segmentos de mercado, canales y relaciones con los clientes.

# Modelo CANVAS

---

## Los nueve módulos de CANVAS aplicados

### Segmentos de mercado

Empresas de cualquier tipo que cuenten con sistemas lógicos.

144 instituciones hospitalarias

431 empresas clientes

**575 clientes potenciales**

# Los nueve módulos de CANVAS aplicados

## Canales

Los canales de comunicación se consideran por cada fase:

### Información y Evaluación

- Telemarketing
- Página Web
- Publicidad por Internet
- Asistencia Personal:

### Compra

- Sitio Web
- Vía telefónica

### Entrega

- Correo electrónico

### Posventa

- CRM Customer Relationship Management

# Modelo CANVAS

---

## Los nueve módulos de CANVAS aplicados

Componente **Oferta** del Modelo de Negocio CANVAS incluye  
Propuesta de valor.

# Modelo CANVAS

---

## Los nueve módulos de CANVAS aplicados

Componente **Oferta** del Modelo de Negocio CANVAS incluye Propuesta de valor.

### **Necesidad que satisface**

Mitigar los accesos maliciosos a sistemas lógicos, otorgando seguridad de manera óptima e inteligente y reduciendo costos de operatividad e incrementando la productividad.

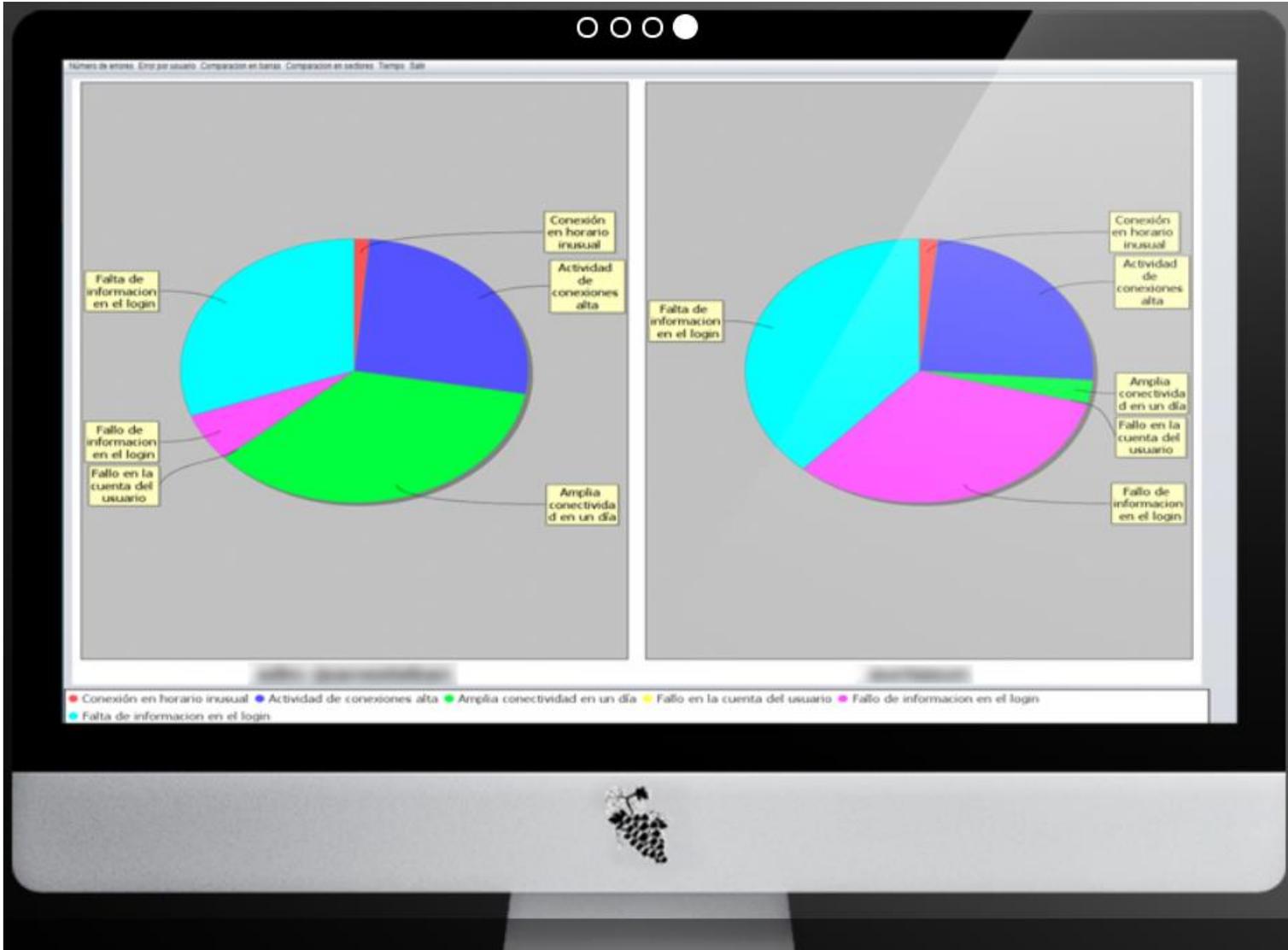
## AMENAZAS PRINCIPALES

Usuario	Error
Administrador	Conexión en horario inusual
	Actividad de conexiones alta
	Amplia conectividad en un día
	Fallo en la cuenta del usuario
	Fallo de información en el login
	Falta de información en el login

**AVISO**

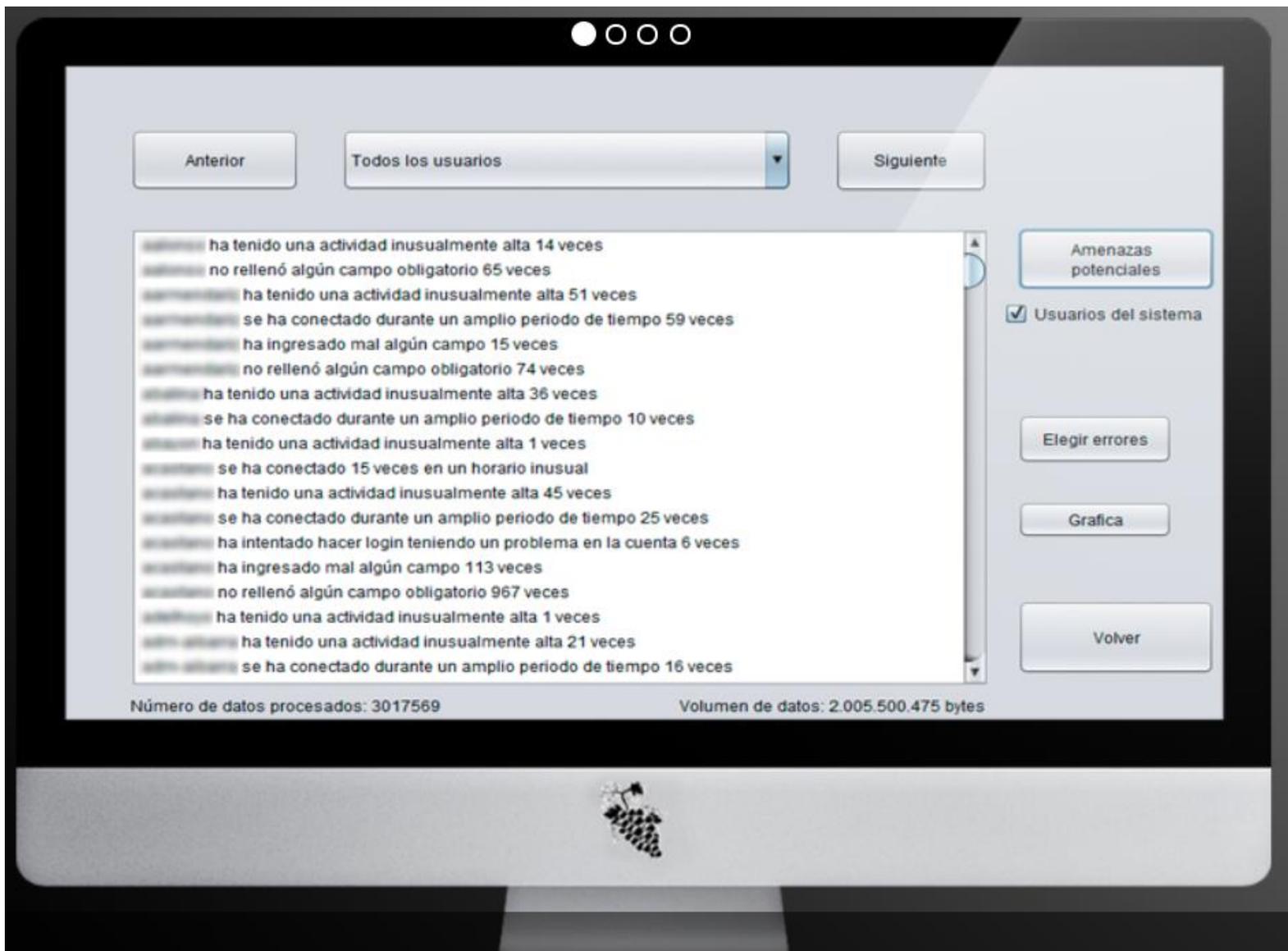
## Modelo CANVAS

Esta propuesta de valor tiene por objetivo apoyar a todas las empresas a predecir y llevar a cabo acciones de control sobre accesos maliciosos en sistemas lógicos de manera automatizada.



## Modelo CANVAS

LogAnalyzer recolecta todo tipo de datos (como los logs del sistema de directorios activos), los estructura y realiza un análisis multi-paramétrico para proporcionar conocimiento, recomendaciones y predicciones.



## Modelo CANVAS

Mediante la Unidad Algorítmica de Procesamiento con capacidad de inteligencia artificial y aprendizaje autónomo, es posible que LogAnalyzer se adelante a nuevas amenazas de manera automática que no se pueden proteger y menos predecir por los antiguos sistemas de reglas.

# Modelo CANVAS

---

## Los nueve módulos de CANVAS aplicados

Componente **Infraestructura** del Modelo de Negocio CANVAS incluye: Actividades clave, recursos clave y asociaciones clave

# Modelo CANVAS

---

## Los nueve módulos de CANVAS aplicados

### Actividades clave

La actividad primordial de LogsAnalyzer es la **inteligencia artificial:**

Desarrollo de inteligencia artificial de primer nivel, para *resolución de problemas* con grandes cantidades de datos.

# Modelo CANVAS

---

## Los nueve módulos de CANVAS aplicados

### Recursos clave

#### Personas

- Consultor especialista en inteligencia artificial
- Operadores de sistemas
- Mesa de ayuda (Para promoción, venta y posventa)
- Administrativos

Los tres últimos serán cubiertos por personal ya existente en la empresa.

#### Tecnología

- Infraestructura en la nube de Microsoft Azure

1



Blob Storage

2



Stream Analytics

Servidor de bases de datos No relacionales



Cosmos DB



Firewall



Cosmos DB

\*En caso necesario

Conjunto de disponibilidad

Servidor de bases de datos relacionales



SQL DB



Firewall



\*En caso necesario

4



Web App

5



Web App

3

	Tue Oct 08 22:27:27 2002	Security: Admi
	Tue Oct 08 22:27:25 2002	Security: SYS'
	Tue Oct 08 22:27:25 2002	Security: Admi
	Tue Oct 08 22:27:25 2002	Security: Admi
	Tue Oct 08 22:27:25 2002	Security: Admi
	Tue Oct 08 22:27:25 2002	Security: Admi
	Tue Oct 08 22:27:17 2002	Security: Admi
	Tue Oct 08 22:27:10 2002	Security: Admi
	Tue Oct 08 22:27:10 2002	Security: Admi
	Tue Oct 08 22:27:10 2002	Security: Admi

Archivos con información de accesos a los sistemas del cliente

# Modelo CANVAS

---

Los datos fluyen por la solución de la siguiente manera:

1. Los datos sin procesar recopilados de los logs de acceso de los sistemas del cliente se envían directamente a Azure Blob Storage y están disponibles inmediatamente para verlos y analizarlos.
2. Los datos recopilados se obtienen casi en tiempo real en un trabajo de Azure Stream Analytics que los almacena en una base de datos de Azure SQL.
3. Los datos almacenados en SQL son empleados por la aplicación Web LogsAnalyzer, donde se elaboran los procesos de predicción de actividades que podrían ser maliciosas.

# Modelo CANVAS

---

Los datos fluyen por la solución de la siguiente manera:

4. Los datos procesados por la aplicación son almacenados en una base de datos No relacional, con el gestor Cosmos.
5. La aplicación del cliente accede a reportes, gráficos y recomendaciones almacenadas en la base de datos No relacional.

# Modelo CANVAS

---

## Los nueve módulos de CANVAS aplicados

### Asociaciones clave



Empresa de Telemercadeo. Next Contact



Empresa de servicios en la nube Microsoft Azure.

# Modelo CANVAS

---

## Los nueve módulos de CANVAS aplicados

Componente **Viabilidad Económica** del Modelo de Negocio  
CANVAS incluye los módulos de estructura de costes y  
estructura de ingresos.

**Promoción y difusión los primeros 3 meses:**  
 \$15,600 MN  
 (Quincemil seiscientos 00/100 MXN)

**Total mensual:**  
 14,249.02 MN  
 (Catorcemil doscientos cuarenta y nueve 02/100 MXN)

Concepto	Periodicidad	Periodo	Costo
<b>Promoción y difusión</b>			
<b>Empresa Telemarketing</b>	Mensual	3 meses	\$15,000.00
<b>Google AdWords</b>	Mensual	3 meses	\$600.00
<b>Personal</b>			
<b>Especialistas consultores en IA</b>	Hora	Permanente 4 horas diarias	\$6,000
<b>Infraestructura Azure</b>			
<b>Un servidor de bases de datos relacionales.</b>	Mensual	Permanente	\$2,840.51 <a href="https://azure.microsoft.com/es-mx/pricing/details/sql-database/single/">https://azure.microsoft.com/es-mx/pricing/details/sql-database/single/</a>
<b>Un servidor de bases de datos no relacionales.</b>	Mensual	Permanente	\$112.71 <a href="https://azure.microsoft.com/es-mx/pricing/details/cosmos-db/">https://azure.microsoft.com/es-mx/pricing/details/cosmos-db/</a>
<b>Dos servidores Web Apps</b>	Mensual	Permanente	\$2817.80 <a href="https://azure.microsoft.com/es-mx/pricing/details/app-service/windows/">https://azure.microsoft.com/es-mx/pricing/details/app-service/windows/</a>
<b>Blob Storage</b>	Mensual	Permanente	\$355.20 <a href="https://azure.microsoft.com/es-es/pricing/details/storage/blobs/">https://azure.microsoft.com/es-es/pricing/details/storage/blobs/</a>
<b>Servicio Stream Analytics</b>	Hora	Permanente 2 horas por mes	\$2.123 <a href="https://azure.microsoft.com/es-mx/pricing/details/stream-analytics/">https://azure.microsoft.com/es-mx/pricing/details/stream-analytics/</a>

# Modelo CANVAS

---

## Los nueve módulos de CANVAS aplicados

### Estructura de ingresos

Se contempla el cobro de una cuota por la **renta mensual** del servicio. Si la contratación es anual, se hará un descuento.

El servicio tendrá un costo de **\$5,000.00 MXN** (Cinco mil 00/100 MXN) de renta mensual.

La renta anual tendrá un costo de **\$53,000 MXN** (Cincuenta y tres mil 00/100 MXN).

# Bibliografía

---

Blank, S., & Dorf, B. (2013). El manual del emprendedor. Barcelona: Gestión 2000.

Capó Vicedo, J., & Ortiz Rodríguez, B. (s.f.). 3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico. Recuperado el 21 de agosto de 2020, de 10 PASOS PARA DESARROLLAR UN PLAN ESTRATÉGICO Y UN BUSINESS MODEL CANVAS: <https://doi.org/10.17993/3cemp.2015.040424.231-247>

Kaspersky. (2020). ¿Qué es la ciberseguridad? Recuperado el 21 de agosto de 2020, de <https://latam.kaspersky.com/resource-center/definitions/what-is-cyber-security>

Llamas Fernández, F. J., & Fernández Rodríguez, J. C. (2018). La metodología Lean Startup: desarrollo y aplicación para el emprendimiento. Recuperado el 21 de agosto de 2020, de Redalyc.org: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/206/20657075005/html/index.html>

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Generación de Modelos de Negocio. Madrid: Deusto.

Ries, E. (2011). The Lean Startup. New York: Currency.

Veracruz. Gobierno del Estado. (2020). Veracruz. Gobierno del Estado. Recuperado el 21 de agosto de 2020, de Infraestructura Hospitalaria: <http://www.veracruz.gob.mx/proteccioncivil/programa-hospital-seguro-veracruz/infraestructura-hospitalaria/>

# Bibliografía.

---

Maria Ruiz. (Mayo 2018). Design Thinking en Español. Noviembre 2019, de Dinngo Laboratorio de Innovación S.L. Sitio web: <http://www.designthinking.es/inicio/>

Platzi, PlatziLab (2018,Febrero,5) "Las 5 etapas del Design Thinking".  
Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=YZi7Gb5rK4U>

MacGuffin. (Agosto 2018). Qué es el Design Thinking. Noviembre 2019, de MacGuffin Sitio web: <https://www.macguffin.es/blog/qu%C3%A9-es-el-design-thinking>

Delia Estebaranz, Laura Fernandez . (Junio 2016). Sobre Design Thinking. Noviembre 2019, de en Proceso Sitio web: <https://enprocesocoop.com/sobre-design-thinking/>

CIATT, (s.f.). Consultado el 10 de diciembre de 2019. Extraído desde: [http://www.ciatt.mx/resources/design\\_thinking.pdf](http://www.ciatt.mx/resources/design_thinking.pdf)

---

# Gracias por su atención