

TABLA DE CONTENIDO

1. ANTECEDENTES GENERALES	1
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN	3
3. OBJETIVOS	5
4. ALCANCES	6
5. MARCO CONCEPTUAL	7
6. METODOLOGÍA	12
7. DESARROLLO DE EVALUACION	21
7.1. SEGMENTACIÓN DE CLIENTES	21
7.2. PROPUESTA DE VALOR	23
7.2.1. DEFINICION DE NECESIDADES DE LOS SEGMENTOS	23
7.2.2. DEFINICION DE PROPUESTAS DE VALOR	26
7.2.3. CANALES	27
7.2.4. RELACION	28
7.2.5. FLUJOS DE INGRESO	29
7.2.6. RECURSOS CLAVES	39
7.2.7. ACTIVIDADES CLAVES	42
7.2.8. ASOCIACIONES CLAVES	43
7.2.9. ESTRUCTURAS DE COSTOS	44
8. RESULTADOS	45
9. CONCLUSIONES	48
10. BIBLIOGRAFÍA	49