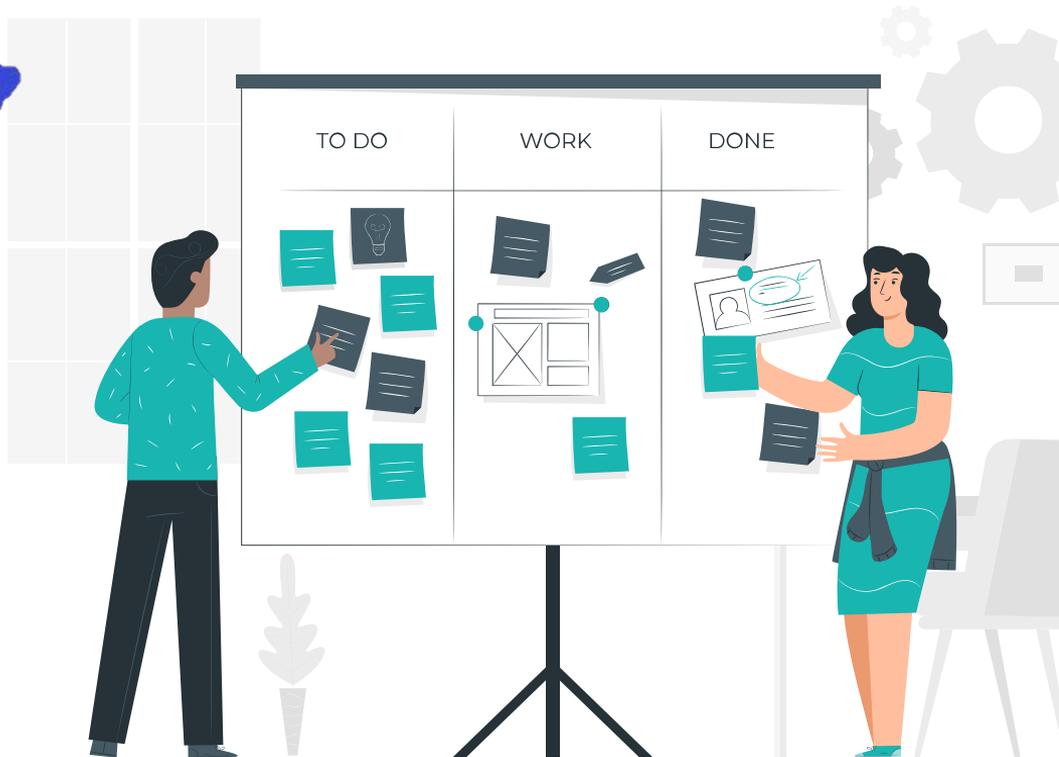


CADA
DÍA
CUENTA

LATAM HACKATHON
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



Material Sábado



DETALLE DE JORNADA

02

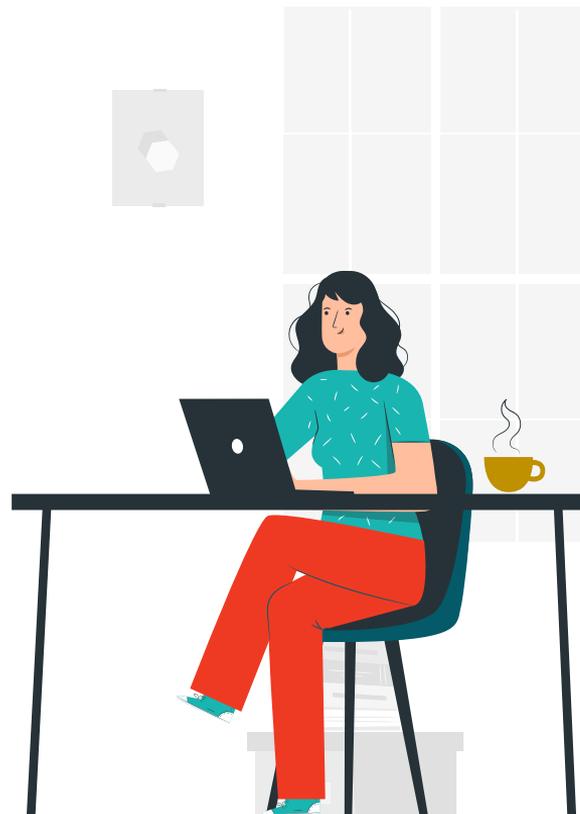


Sabado

Canvas de Propuesta de Valor
Canvas de Modelo de Negocios
(Iniciativa Covid-19)

Resumen actualizado de la Solución

Opcional: SCAMPER



¡BIENVENIDOS!

Hagamos algunos acuerdos de cómo estamos todos juntos ejecutando esta sesión:

Estar. Permítete conectarte profundamente con la dinámica.

BE+. Seamos positivos, expansivos y construyamos sobre otras ideas.

Sea concreto: Vayamos al punto, no hay espacio para deambular.

Sea descriptivo: Ideas completas con inicio y fin.

Buena onda: La gente feliz es más creativa



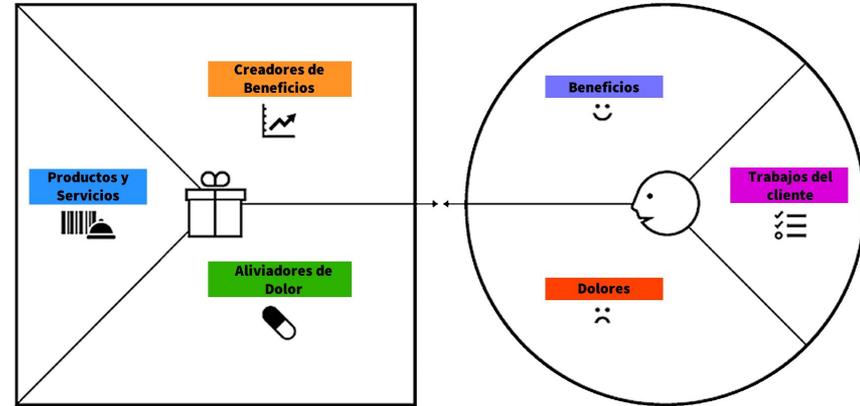
1. Canvas de Propuesta de Valor

DESCRIPCIÓN DE LA DINÁMICA

Es un dinámica fundamental para definir cómo vas a crear valor para el segmento de clientes/beneficiario específico (las propuestas de valor no pueden existir de forma independiente a mi segmento de clientes). En el "Documento de trabajo" están planteadas las preguntas y el orden de cada una de las 6 secciones del canvas.

OBJETIVOS

- Consensuar quien es mi cliente/ beneficiarios objetivo.
- Definir cuales son sus tareas, puntos de dolor y ganancia de mi cliente/ beneficiario objetivo.
- Detallar todos aquellos elementos que te ayudarán a construir tu solución de valor para el cliente/ beneficiario.



Canvas de Propuesta de Valor

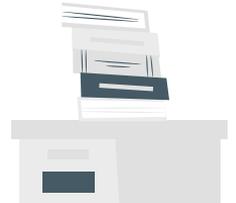
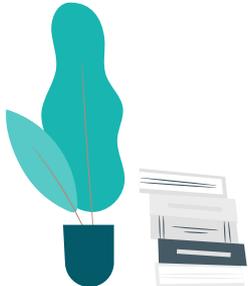
yoEmprendo El lienzo de propuesta de Valor

The diagram illustrates the Value Proposition Canvas, divided into two main sections: **DISENJAR** (Design) and **ORGANIZAR** (Organize).

- DISENJAR (Design):** A square divided into four quadrants. The top-right quadrant is labeled "gain creators" and contains a hand icon. The bottom-right quadrant is labeled "pain relievers" and contains a hand icon. The left side is labeled "Producto" and contains a gift icon.
- ORGANIZAR (Organize):** A circle divided into three segments. The top segment is labeled "gains" and contains a smiley face icon. The bottom segment is labeled "pains" and contains a frowny face icon. The right segment is labeled "cust jobs" and contains a list icon. A stick figure icon is in the center of the circle.

Arrows indicate the flow of value: from the product to the customer, and from the customer back to the product. A large curved arrow on the right side of the circle points from the customer back to the product, suggesting a feedback loop. The text "OSM" is written at the top right of the circle.

Más info en www.yoemprendo.es



Paso a Paso: Canvas de Propuesta de Valor

1. Empezar definiendo quién es mi segmentos de clientes/ beneficiario.
2. Identificar y priorizar al menos 5 tareas funcionales, sociales y/o emocionales por debe realizar mi cliente/ beneficiario.
3. Identificar y priorizar al menos 5 puntos de dolor y 5 puntos de ganancia de mi cliente/ beneficiario en contexto de COVID-19.
4. Identificar y priorizar al menos 5 aliviadores de dolor y 5 creadores de valor de mi cliente/ beneficiario en contexto de COVID-19.
5. Identificar posibles soluciones (producto y/o servicios).



Observación de cliente

1. Tareas del cliente (Empresas y organizaciones)

- **Cumplir con lo acordado**
- **Apoyo económico, alimentos, u otros recursos**
- **Aliados de difusión.**
-
-

2. Dolores

- **Falta de alimento**
- **Pérdida o disminución de empleos informales**
- **Inmovilización de la economía en algunos sectores (sobre todo el informal)**
- **Problemas en salud mental y psicológico por la situación del covid-19 (angustia, ansiedad, etc)**
- **Violencia de genero**

3. Beneficios

- **Obtención de alimentos o comida**
- **Bonos de servicios**
- **Apoyar comercio informal a subir a plataformas virtuales de negocio**
- **Empleabilidad conectar personas y trabajos de home office.**
- **Llevar la cuarentena en su totalidad**

Mapa de Valor

4. Aliviadores de dolor

- **Tener ingresos monetarios**
- **Obtener un beneficio**
- **Cubrir la canasta básica de alimentos**
- **Canales de apoyo**
- **Programas de ayuda**
-



5. Creadores de Beneficios

- **Cumplir la cuarentena (Stay at home)**
- **Lograr frenar la curva – menos exposición al covid-19**
- **Contar con los recursos básicos para mantenerse en casa**
- **Aprendizajes nuevos o mejorados**



6. Productos & Servicios

- **Plataforma sencilla, de calidad, fácil acceso/uso**
- **Totalmente online**
- **Bonos o alimentos por familia o usuario participante**
- **Capacitación online**
-



02. Canvas de Modelo de Negocios

DESCRIPCIÓN DE LA DINÁMICA

El modelo de negocios es la forma en cómo tu iniciativa COVID-19 genera y entrega valor a su segmento de clientes/usuarios. Es un canvas para estructurar los elementos y etapas que componen la forma en la que tu iniciativa generará valor.

Es la definición de: qué vas a ofrecer al mercado, cómo lo vas a hacer, quién va a ser tu público objetivo, cómo vas a vender tu producto o servicio y cuál será tu método para generar ingresos”.

OBJETIVOS

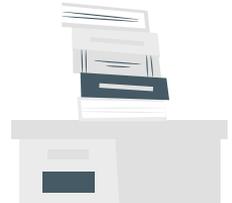
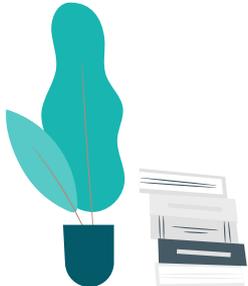
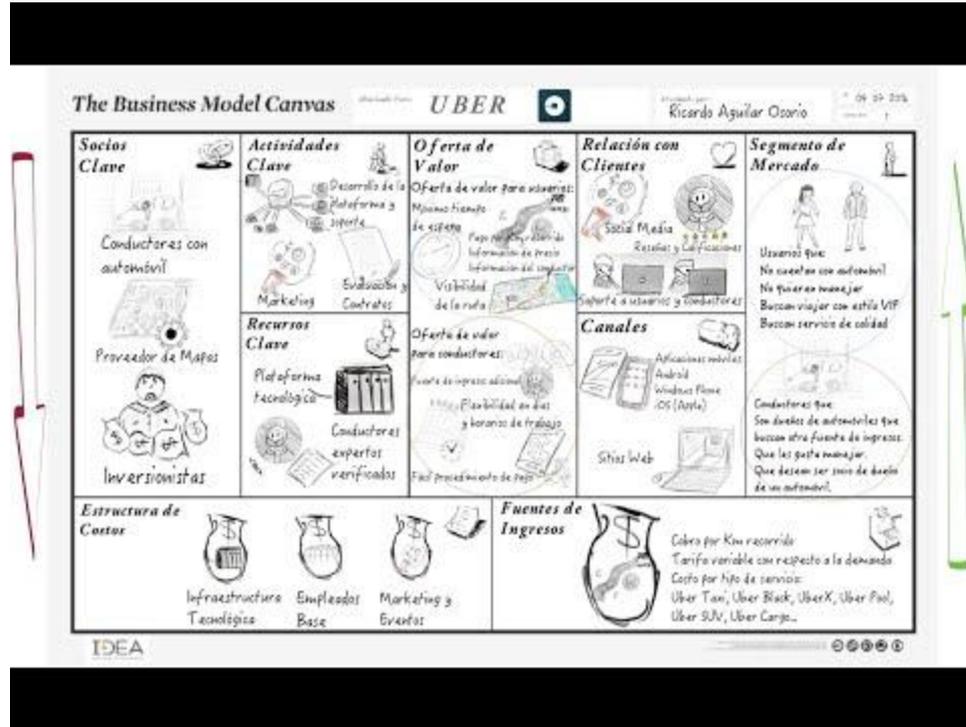
- Definir los siguientes puntos y su articulación:
- Cuál es tu propuesta de valor y para quién.
- Cómo vas a vender tus productos para generar utilidad y valor.
- Cómo vas a conseguir clientes y a conservarlos.
- Cómo te vas a mostrar ante el mercado.
- Cuál va a ser tu estrategia para salir al mercado: publicidad y distribución.
- Cómo vas a generar ingresos y beneficios.
- Cómo vas a generar un impacto positivo en contexto de la crisis de COVID-19.



Canvas de Modelo de Negocios



Canvas de Modelo de Negocios



Paso a Paso: Canvas de Modelo de Negocio

1. Consensuar grupalmente cada una de las secciones en el orden sugerido y completar los acuerdos en el "Documento de Trabajo".
2. Completar las secciones 1 y 2 con la propuesta de valor y el segmento de clientes/ beneficiarios.
3. Completar las secciones 3 y 4 con los canales y relación con el cliente. Completar la sección 5 con la fuente de ingresos.
4. Completar las secciones 6 y 7 con los recursos y actividades clave.
5. Completar la sección 8 con los aliados clave y la sección 9 con la estructura de costos.



01 – Propuesta de Valor

¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

- Se puede obtener un beneficio a partir de realizar un comportamiento o un reto que se propone en la plataforma
- Premia por mantenerte aislado en casa
- Se genera conciencia en base a beneficios para todas las partes involucradas , cambiando hábitos en la sociedad

¿Consideraciones a tener en cuenta en contexto covid-19?

- Dificultad o pérdida de empleos
- Aislamiento obligatorio en los países
- Dificultad acceso o compra de alimentos
- Perdidas humanas.

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

- Disminución de propagación del virus Covid-19 y de esta manera sea más fácil para el gobierno controlar la pandemia que se vive.
- Generar tranquilidad en las familias al proveer una fuente de ingresos ya sean económicos, alimentos y habilidades útiles para un futuro próximo .

02 – Segmento de clientes

¿Cuáles son las características de los consumidores/clientes? (Edad, género, ingresos, educación, profesión, residencia)

- Genero: Indiferente/tod@s
- Edad: todas las edades
- Ingresos: bajos ingresos, trabajo por día, trabajo informales, que solo cuentan con un único ingreso económico que se haya visto afectado por la crisis del covid-19 ,quieran tener ingreso monetario en la cuarentena o bien un trabajo terminando esta.
- Educación: indiferente (todos pueden participar)
- Residencia: Vivir en una ciudad en Latinoamérica

¿Quién compra? ¿Quién usa? ¿Quién decide?

- Compra: Autoridades interesadas en frenar la propagación del virus
Empresas que obtengan algún beneficio del proyecto
- Usa: 1 usuario por familia (Líder que fomente mantener en casa al resto de la familia)
- Decide: las empresas con las que se tenga alianza
-

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

- Familias vulnerables - bajos recursos económicos pero con acceso a un dispositivo electrónico e internet
- Comunidades en general (barrios, villas, ...etc)

03 – Canales

1. **¿Qué medios y formas de contacto utilizaré con el cliente para que conozca mi producto o servicio?**
Medios virtuales (redes sociales, aliados de difusión en latinoamérica como organizaciones sociales, empresas de diferentes sectores, Gobierno - alcaldías locales, organismos o entidades internacionales, publicidad)
2. **¿Son estos los medios usuales en el sector?**
Sí normalmente las iniciativas sociales se promueven a través de publicidad, aliados de difusión en el sector social o empresarial
3. **¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?**
De manera virtual a través de una plataforma o app de fácil acceso,
4. **¿Existen restricciones comerciales para ello?**
No, puesto que estaría basado en un proceso de truke o gana-gana en dónde a través de cumplir comportamientos que permitan mantener o frenar la curva de infectados en las ciudades se brinda un beneficio o premio al usuario.

04 – Relación con clientes

¿Qué tipo de relaciones vas a establecer con tus consumidores/clientes?

1. Relación indirecta: a través de una plataforma web o app

¿Cuáles son los beneficios que influyen en el consumidor/cliente para que adquiera este producto o servicio?

1. Obtener un beneficio o incentivo de económicos o en especie para recibir: alimentos de la canasta familiar, productos de aseo, bonos para servicios online (musica, peliculas, acceso a cursos certificados). Lo que permite que la crisis mundial del covid-19 genere el menor impacto posible en la nutrición de familias.
2. Apoyar desde su acción individual a un beneficio grupal/comunitario/ ciudadano para bajar o frenar la curva de contagios
3. Recibir y promover conductas de aseo/higiene del covid-19, actividades con aliados que se pueden realizar para mantenerse en casa o disminuir la salida a lugares concurridos

¿Tu relación con el cliente va a ser: -Personal, directa y por afinidad: cara a cara, telefónica... -Automatizada (email, buzones...) -A través de terceros o representantes -Individual o colectiva -Autoservicio?

1. Automatizada: Plataforma web o app, emails, contar con un computador o celular móvil con acceso a internet

05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

1. Es una plataforma colaborativa (trueque), pero los ingresos para brindar los beneficios (alimentos, bonos) se brindan con respaldo, apoyo y donaciones de empresas de diferentes sectores

¿Cómo nos realizarán los pagos?

1. No implica pagos, solo descarga de la plataforma o aplicación

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

1. Existe un modelo de puntos individuales por usuario, que van a sumar para un total de puntos comunitario (x número de personas inscritas por comunidad/barrio). Por semana se va a premiar a las comunidades que hayan cumplido los retos

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

1. Coordinadores, Directores área de RSE o sostenibilidad
2. Coord / directores de organizaciones sociales
3. Plataformas web o empresas de desarrollo web
4. Miembros de alcaldías locales o nacionales

¿Qué recursos materiales necesitas?

1. Plataforma web / app
2. Diseñador gráfico, diseñador web
3. Equipo de ideación y coordinación de la plataforma
4. Equipo de servicio al cliente/beneficiarios
5. Bonos redimibles (alimentos en supermercados de cadena, bonos de aseo, bonos de educación online/desarrollo de competencias)

¿Qué recursos intangibles necesitas?

1. Aliados de difusión
- 2.

07 – Actividades clave

¿Cuales son las actividades claves que requiere la propuesta de valor?

1. Fomentar la campaña y solicitud en la crisis del covid-19 a nivel mundial de (Stay at home).
2. Activación de plan de incentivos, y continua divulgacion.
3. Promulgación en redes sociales y medios de comunicación.
4. Publicidad y material POP.
5. Plan de premios, y fechas de entregas de los mismos.

¿Qué roles y funciones desempeñamos claves para la ejecución de nuestra propuesta?

1. Líder del proyecto que coordine todo a nivel nacional (Estrategias y ejecución del programa)
2. Coordinadores de rutas, para la implementación del plan por ciudades y localidades, barrios etc.
3. Promotores encargados zona a zona, responsables directos al detalle de la operación.
4. Un asistente administrativo para la tabulación.
5. Un financiero para medir el impacto de la inversión.

08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

Empresas y organizaciones: organizaciones con un programa ya establecido, empresas de servicios, empresas del giro alimenticio, gobierno, o alguna otra empresa que aporte en materia o de manera monetaria

¿Qué socios pueden ser clave para conseguir llegar a nuestros clientes?

Influencers, youtubers o alguna otra persona que llegue al público objetivo(dependiendo cada sector al que se dirija el mensaje)

Las mismas empresas atribuyendo su aportación

¿Quiénes son mis aliados?

- Gobierno
- Empresas y organizaciones que se asocien a la propuesta
- Municipios

09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

- Costos asociados a recursos humanos
- Publicidad y difusión inicial para impulsar el producto en el mercado
- Buscar y establecer canales con las empresas o aliados que van a proveer con recursos, premios.

¿Recursos y actividades más costosas?

Recursos:

- Programadores de plataforma/aplicación
- Desarrolladores de interfaz
- Publicistas

Actividades:

- Desarrollar la plataforma
- Buscar alianzas estratégicas
- Buscar voluntarios

¿Cual es el costo de nuestros canales?

- El costo de los canales de distribución y del servicio es nulo ya que la plataforma/aplicación se desarrolla de forma virtual. Sin embargo un costo posible asociado es el servicio de internet de cada beneficiario, indispensable para obtener y acceder a la plataforma.

03. SCAMPER

DESCRIPCIÓN DE LA DINÁMICA

Es una dinámica de expansión de ideas para pensar grupalmente en como poder hacer crecer la propuesta de volar de mi solución que se está planteando. La dinámica consiste en hacernos preguntas en función de cómo hacer para “Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Poner otros usos, Eliminar y Reordenar” nuestra solución.

OBJETIVOS

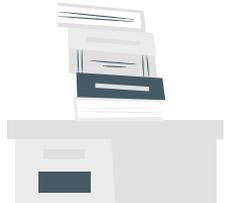
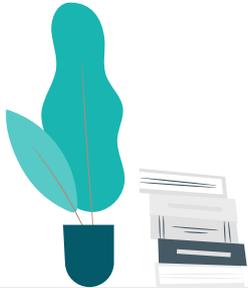
- Proponer variantes de expansión de la solución.
- Poder pensar en función de múltiples opciones de expansión de forma guiada.
- Estimular a los integrantes del grupo asignando ejes de enfoque específicos a cada uno para inspirar la creatividad.



SCAMPER

with cake!

i con bizcocho !



Paso a Paso: SCAMPER

1. Asignar las iniciales de SCAMPER a los participantes y darles tiempo para pensar opciones de expansión de la propuesta de valor.
2. Cada participante propone variantes a la propuesta de valor.
3. Consensuar y priorizar a nivel grupal las variantes de expansión más relevantes y ajustar nuevamente la propuesta de valor en el "Documento de Trabajo".

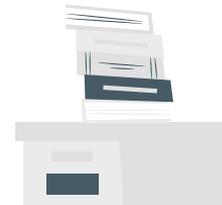
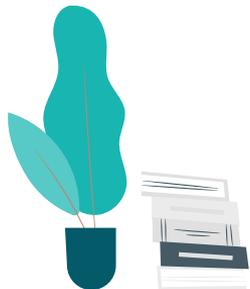


SCAMPER

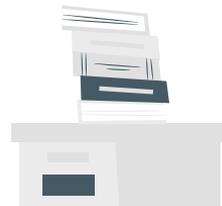
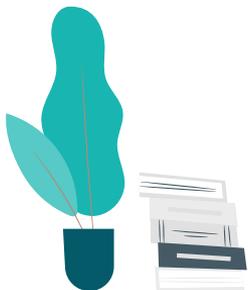
04. Postulación final

Plataforma/aplicación que promueve el confinamiento de las personas durante la cuarentena causada por COVID-19. El objetivo es contribuir en la disminución de contagios y propagación en países Latinoamericanos. La aplicación se basa en un modelo híbrido en donde todas las partes asociadas (socios, clientes y beneficiarios) obtienen ganancias. Los beneficiarios/clientes obtienen retribución en materia o monetaria además de algún conocimiento/habilidad útiles durante o después del confinamiento .

.Los socios/aliados obtienen una buena imagen corporativa ante la población, atribución a la marca o alguna conexión que beneficie a la compañía en el caso de sectores de gobierno esto contribuye a la aceleración de la normalización de la situación que se vive en américa latina y contribuyendo a la economía.

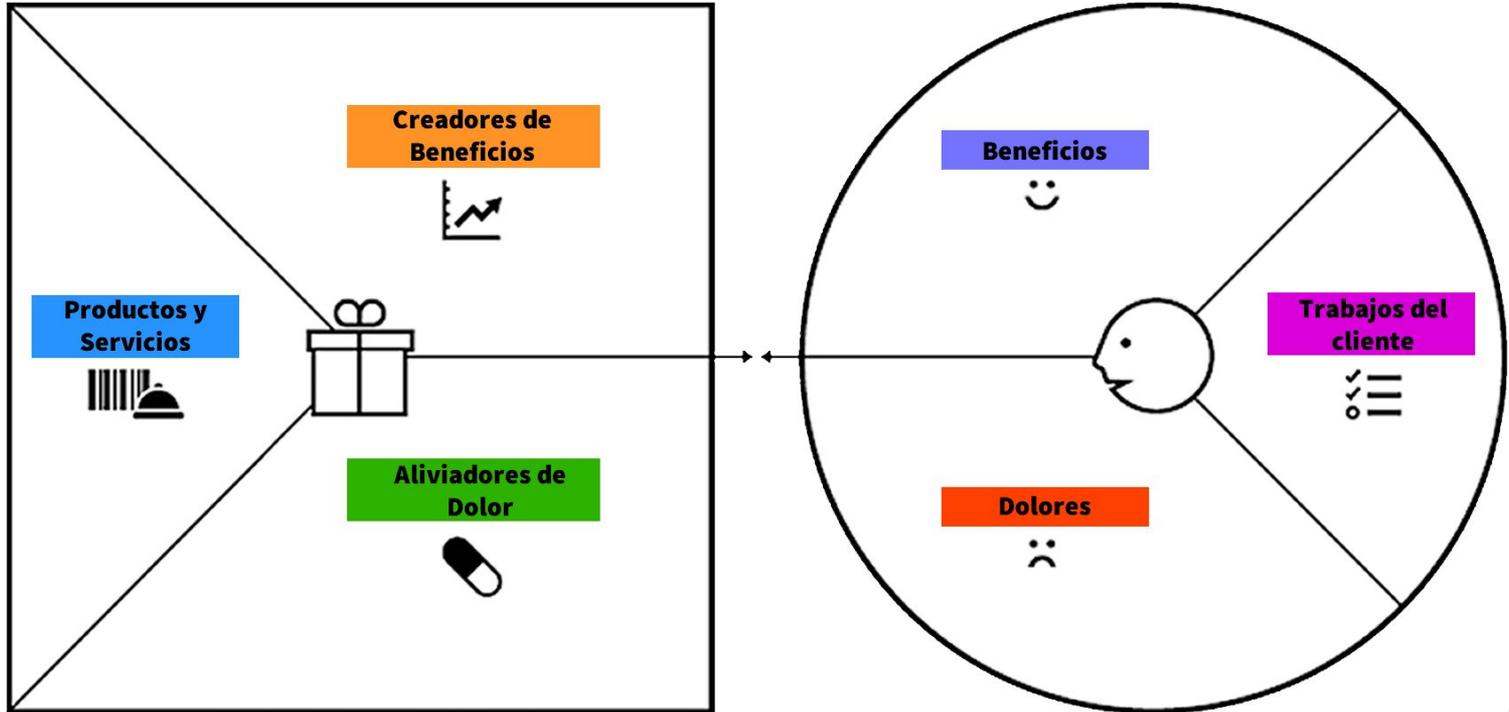


IMPRIMIBLES



Canvas de Propuesta de Valor

I
M
P
R
I
M
I
R



Canvas de Modelo de Negocio

I
M
P
R
I
M
I
R

Socios clave 	Actividades clave 	Propuestas de valor 	Relaciones con clientes 	Segmentos de cliente 
	Recursos clave 		Canales 	
	Estructura de costes 		Fuentes de ingresos 	



GRACIAS

¿Dudas, consultas?

contacto@cadadiacuenta.org
<https://cadadiacuenta.org/>



CREDITS: This presentation template was created by Slidesgo, including icons by Flaticon, and infographics & images by Freepik

