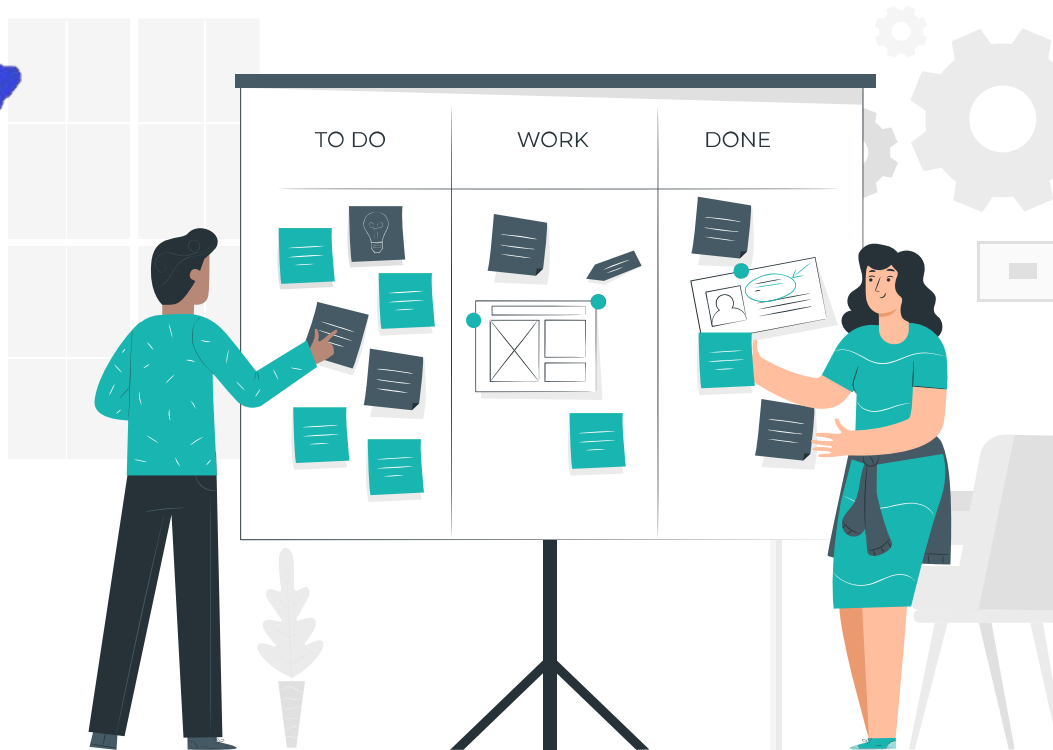


CADA  
DÍA  
CUENTA

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



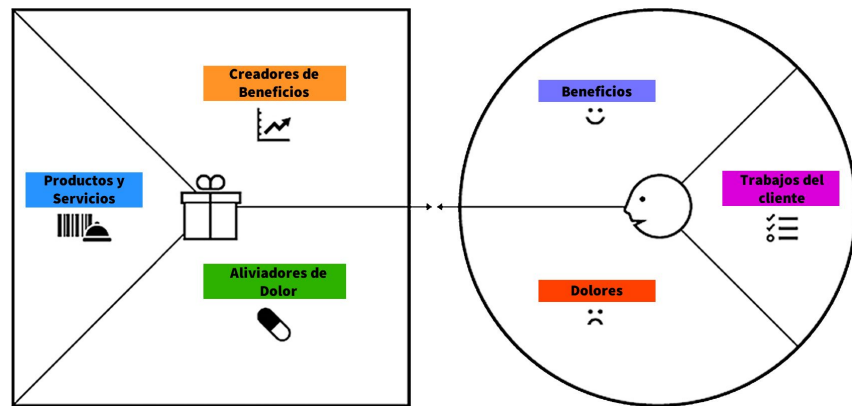
# 1. Canvas de Propuesta de Valor

## DESCRIPCIÓN DE LA DINÁMICA

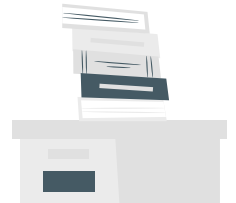
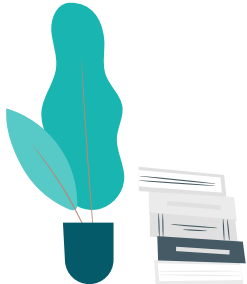
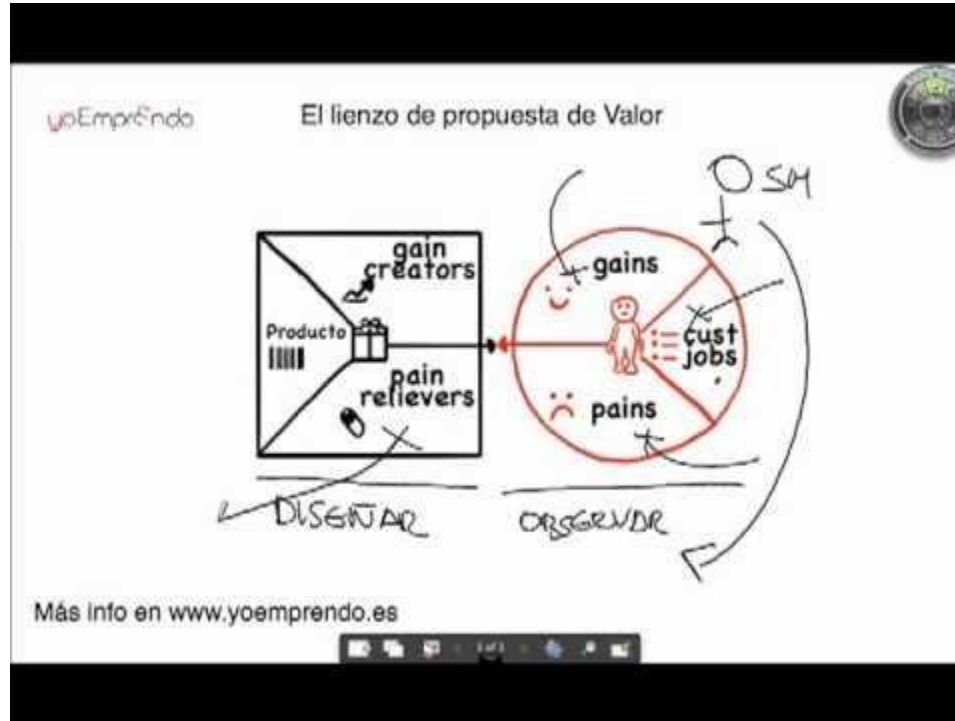
Es un dinámica fundamental para definir cómo vas a crear valor para el segmento de clientes/beneficiario específico (las propuestas de valor no pueden existir de forma independiente a mi segmento de clientes). En el "Documento de trabajo" están planteadas las preguntas y el orden de cada una de las 6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



# 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

**Las personas se mantienen en casa**

**No van al trabajo  
Realizan Home Office  
Ven Muchas noticias**

**Se llenan de información (puede ser fake)**

**Pasan mucho tiempo en redes sociales**



## 2. Dolores

**No pueden salir de sus casas o salen el menor tiempo posible, por miedo al contagio de la pandemia.**

**Algunos pierden sus trabajos otros no generan ingresos, por lo tanto se preocupan por la compra de alimentos y productos de primera necesidad.**

**Necesitan algo indispensable (medicina) pero les es muy riesgoso salir.**

**Dificultade de encontrar noticias confiables.**



## 3. Beneficios

**Que alguien pueda ir por las compras del super.**

**Ayuda en recoger algún medicamento.**

**Apoyo a la pérdida de empleo (donación de comida, productos básicos, etc...)**

**Identificación de noticias verídicas.**

**Tomar las recomendaciones adecuadas para la pandemia.**



# Mapa de Valor

## 4. Aliviadores de dolor

**Control de noticias, para que podamos mostrar a los usuarios solo noticias verdaderas.**

**Información de una manera fácil y accesible para educar a los usuarios con una situación que muchos consideran nueva.**

**Facilidad en el proceso de ayuda solidaria, a través de la aplicación los usuarios pueden interactuar y ayudarse mutuamente.**



## 5. Creadores de Beneficios

**Practicidad para la realización de actividades de los usuarios más necesitados.**

**Confíe en los datos que se pasan y la eliminación de noticias falsas. Creación de una comunidad de apoyo en la cual individuos de diferentes clases pueden ayudarse mutuamente.**

**Comunidad educada y lista para combatir la propagación y la letalidad del virus.**



## 6. Productos & Servicios

**Filtro de noticias para controlar la información que se mostrará en la aplicación, asegurando la veracidad.**

**Mapa interactivo y fácil de ver con datos informativos y actualizados para que el usuario sepa cómo va la situación de COVID-19 en la región de interés.**

**ChatBot para responder preguntas específicas de cada usuario sobre todo lo relacionado con COVID-19.**





# 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

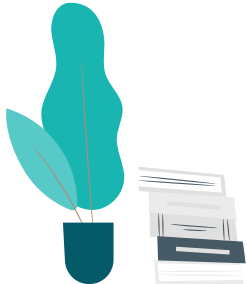
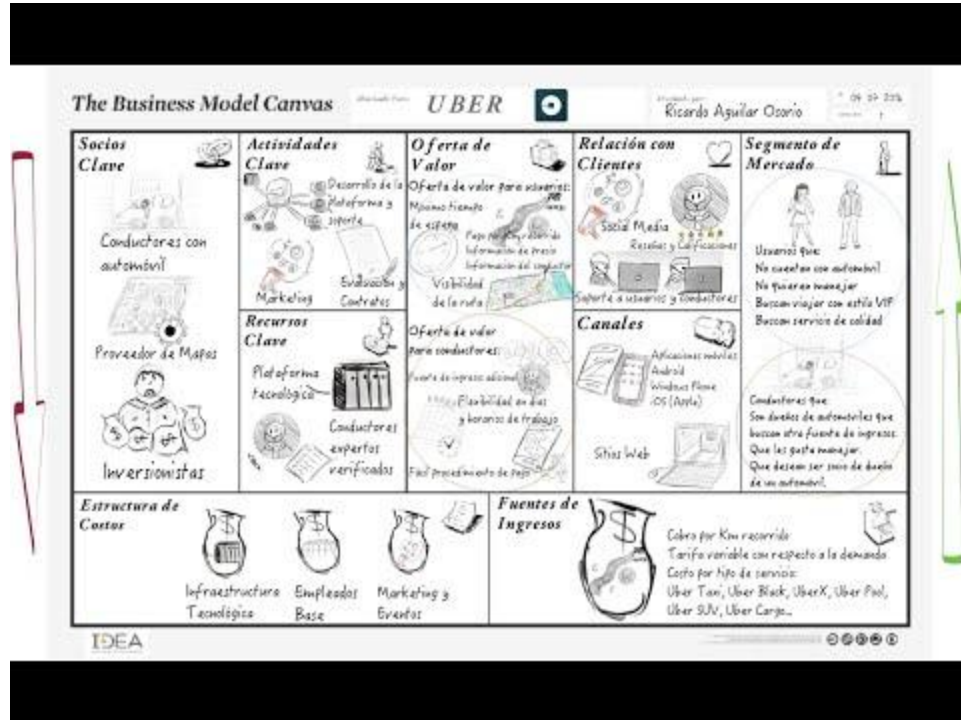
- Definir los siguientes puntos y su articulación:
- Cuál es tu propuesta de valor y para quién.
- Cómo vas a vender tus productos para generar utilidad y valor.
- Cómo vas a conseguir clientes y a conservarlos.
- Cómo te vas a mostrar ante el mercado.
- Cuál va a ser tu estrategia para salir al mercado: 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?

Que la aplicación ¡va a funcionar por sí sola!, será programada y se actualizará con información verídica. El Botchat responderá a inquietudes específicas de ésta situación (que imaginamos preguntarán todos o la mayoría de los usuarios) lo cual, éste será un canal de respuestas acertadas a inquietudes masivas. Por el lado del mapa, será algo sumamente práctico ya que comunica a personas que necesitan ayuda (puntos rojos) y personas que quieren ayudar (puntos verdes). Si el obstáculo era la distancia o que no se puede salir mucho de tiempo de casa, el mapa lo soluciona de una manera muy práctica, pues se logrará identificar a los que necesitan ayuda más cercanos de los que quieren ayudar. Por lo cual se manejaría prácticamente sola.

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

Por la creciente necesidad de permanecer en casa, se crean soluciones para los que más lo necesitan por medio de una aplicación. Esto logrará que el contacto se disminuya previniendo la propagación del virus y ayudando a identificar a los que realmente lo necesitan

## ¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

Creamos una app para todos. Las personas podrán encontrar información verídica, resolver dudas con el chatbot y ayudar a quienes los necesiten. Las mismas personas de la comunidad se ayudan los unos a los otros.

## 02 – Segmento de clientes

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

Personas jóvenes y adultos que sepan utilizar un teléfono celular. Las edades van desde los 13 años en adelante, pues planeamos que la aplicación sea sumamente intuitiva y fácil de usar.

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

Todas las personas que tengan un celular inteligente con acceso a internet..

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

Los clientes que tenemos serán dos, personas jóvenes que dominen muy bien las plataformas y aplicaciones y los adultos, que no necesariamente son expertos en las aplicaciones. Todos ellos tienen algo en común, la crisis del covid-19.

# 03 – Canales

## ¿Qué medios y formas de contacto utilizaré con el cliente para que conozca mi producto o servicio?

Las tiendas de aplicaciones, así como la publicidad local en redes sociales y la publicidad de boca en boca. Estamos seguros que la solidaridad que se creará en la plataforma, creará tanto impacto que la publicidad se hará de persona a persona.

## ¿Son estos los medios usuales en el sector?

Sí, ya que así es como se mueve el mundo de las aplicaciones, a través de las tiendas de las mismas, por comentarios de los usuarios y por el valor agregado que den a las personas. Las tiendas de aplicaciones,

## ¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

En una aplicación bastante sencilla, muy amigable para todas las edades, muy intuitiva pues tendrá solo tres variables, el chatbot que surgirá como una ventanilla, el apartado de noticias y el mapa interactivo de puntos de colores.

## ¿Existen restricciones comerciales para ello?

No, pues es un medio en el que todo funciona por medio de las tiendas de aplicaciones y con solo el usuario buscarla en las mismas y descargarla, podrá ser beneficiario de todos sus beneficios.



# 04 – Relación con clientes

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

Confianza y solidaridad, pues esta aplicación será un puente de conexión al mejoramiento, ayuda apoyo y bienestar de todos.

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

La resolución de dudas o inquietudes y la oportunidad de ayudar a los que más lo necesitan en éstas circunstancias o ser ayudado.

¿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?

Será de autoservicio, nosotros nos dedicaremos a realizar el canal para que la comunidad pueda comunicarse y mantenerse informada de la mejor manera posible.



# 05 – Fuentes de ingreso

## ¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

Nuestras fuentes de ingresos se centrarán en los anuncios que elija la tienda en la que distribuiremos la aplicación. Para la creación de la aplicación, tendremos trabajadores voluntarios que quieran luchar por una causa y agregar al plan de estudios. También tenemos la intención de recibir donaciones de grandes empresas que apoyen la causa y tengan valores similares a los nuestros.

## ¿Cómo nos realizarán los pagos?

Los usuarios no tendrán que pagarnos, para que podamos llegar a la audiencia que más necesita nuestra aplicación. Los ingresos se obtendrán mediante la herramienta de publicidad que tienen tiendas como Play Store o Windows Store, además de estar abiertos para recibir donaciones de las principales empresas asociadas.

## ¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

No tenemos estas categorías de precios para nuestros usuarios, pero podemos generar calificaciones dentro de la propia comunidad de usuarios, clasificándolas de acuerdo con su participación en la aplicación y el desempeño de los servicios.

## 06 – Recursos clave

### ¿Qué personas son clave?

Para la producción de la aplicación, las personas clave son los trabajadores voluntarios que saben cómo lidiar con el desarrollo de una aplicación, nuestro enfoque será encontrar a estas personas en las universidades, creemos que los estudiantes estarán en mejores condiciones de asumir esta misión porque además de ser beneficioso para nosotros, también es beneficioso para ellos, ya que es una gran oportunidad de aprendizaje y contenido para el plan de estudios.

### ¿Qué recursos materiales necesitas?

Dado que los desarrolladores pueden crear la aplicación en la "home office", utilizarían sus propios materiales. Solo tendríamos que lidiar con los costos de alojamiento en el servidor y algunas claves de acceso para acceder a un software específico o poner nuestra aplicación en la tienda.

### ¿Qué recursos intangibles necesitas?

Necesitaremos soporte de compañías y autorizaciones para manejar noticias de servidores confiables. Además, necesitaremos estudiar cómo se proporcionará el servicio entre los propios usuarios, creemos que tendremos que lidiar con una gran burocracia para promover este servicio, uno de los cuales son los datos de las personas registradas, lo que nos obliga a lidiar con las normas LGPD. También pensando en la accesibilidad de la aplicación, tenemos que tener en cuenta un desarrollo para llegar también a los usuarios con alguna discapacidad.

## 07 – Actividades clave

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

Cómo se definen nuestros valores en la lucha contra COVID-19 a través de la información y la solidaridad entre la población. Las actividades del mapa informativo, el intercambio de servicios esenciales, el control de noticias veraces y el chatbot son capaces de estar a la altura del valor de nuestra aplicación. Estas son actividades capaces de crear una comunidad y proporcionar información real y actualizada de una manera fácil para todos.

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

Principalmente las herramientas para gestionar datos informativos y la conexión entre usuarios a través de servicios solidarios.

## 08 – Socios clave

### ¿Quiénes son los proveedores clave?

Esperamos que nos asociemos con empresas que tengan valores similares a los nuestros. Además de poder proporcionarnos fondos para invertir en la aplicación, el nombre de la empresa asociado con nuestra aplicación también puede generar beneficios intangibles para la empresa.

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

Pensamos en las empresas de noticias e higiene básica que pueden hacernos llegar a los usuarios, porque básicamente eso es lo que implica la lucha contra COVID-19. Además, buscamos formar asociaciones con grupos comunitarios para ayudarnos a correr la voz y llegar a aquellos que más lo necesitan.

### ¿Quiénes son mis aliados?

Todos aquellos que quieren hacer historia en la lucha contra COVID-19 en solidaridad, ya sean grandes corporaciones o incluso personas normales que solo piensan en ayudar a otros, es decir, al mundo entero.

# 09 – Estructura de costos

## ¿Cuales son los costos principales?

Los mayores costos son la producción de la aplicación y el costo de mantenerla en el servidor. También debemos pensar en los costos de mantenimiento futuro.

## ¿Recursos y actividades más costosas?

Como se señaló en las últimas respuestas, el desarrollo y mantenimiento de la aplicación en red serán los recursos necesarios más caros para la aplicación. Otro costo que puede ser costoso será la documentación necesaria para que toda la funcionalidad esté dentro de la ley.

## ¿Cual es el costo de nuestros canales?

Ninguno, la comunidad de redes sociales adoptará la causa y compartirá la aplicación. Además de tener contacto con grandes grupos de comunidades en América Latina, pueden estar promoviendo a aquellos que realmente lo necesitan.

# 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

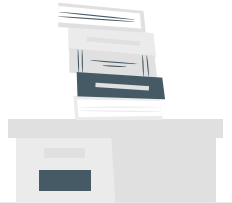
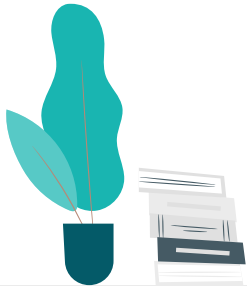
- Proponer variantes de expansión de la solución.
- Poder pensar en función de múltiples opciones de expansión de forma guiada.
- Estimular a los integrantes del grupo asignando ejes de enfoque específicos a cada uno para inspirar la creatividad.



# SCAMPER

with cake!

i con bizcocho !



## Paso a Paso: SCAMPER

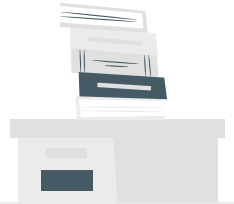
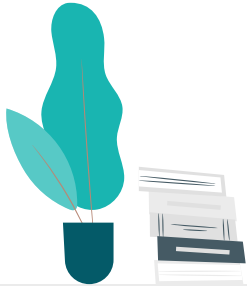
1. Asignar las iniciales de SCAMPER a los participantes y darles tiempo para pensar opciones de expansión de la propuesta de valor.
2. Cada participante propone variantes a la propuesta de valor.
3. Consensuar y priorizar a nivel grupal las variantes de expansión más relevantes y ajustar nuevamente la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



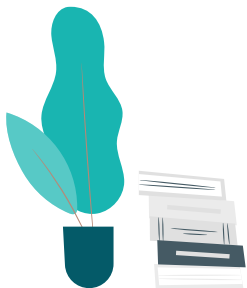


# 04. Postulación final

*Incluir aquí la descripción final de la idea refinada por el grupo.*

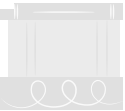
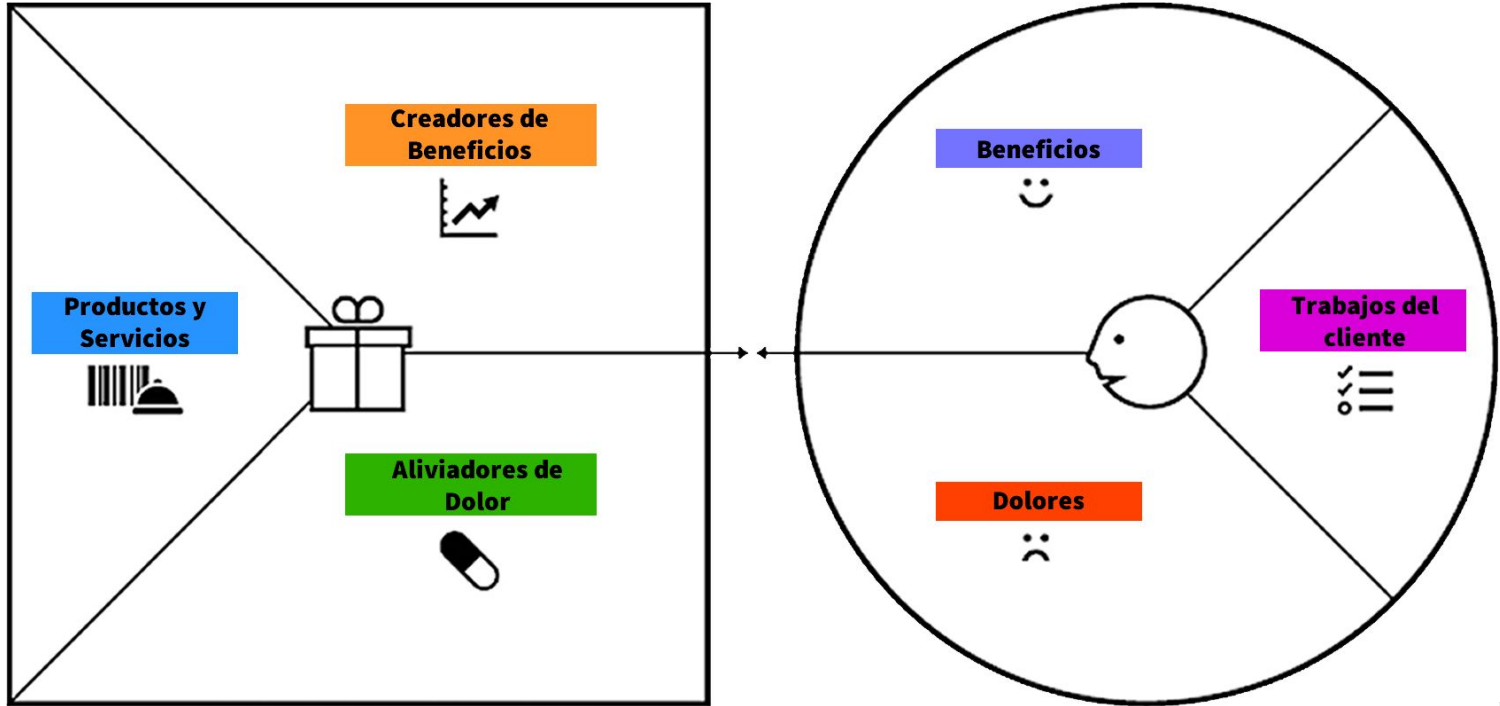


# IMPRIMIBLES












## 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

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



# 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

