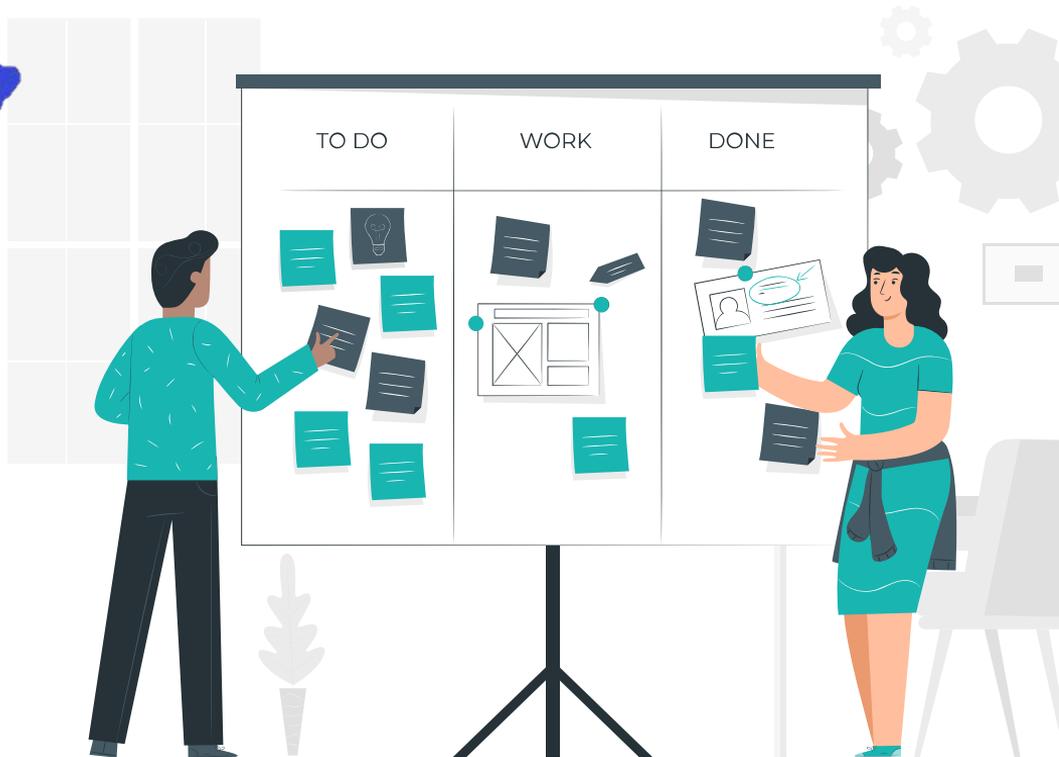


CADA
DÍA
CUENTA

LATAM HACKATHON
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



**Material
Sábado**



DETALLE DE JORNADA

02

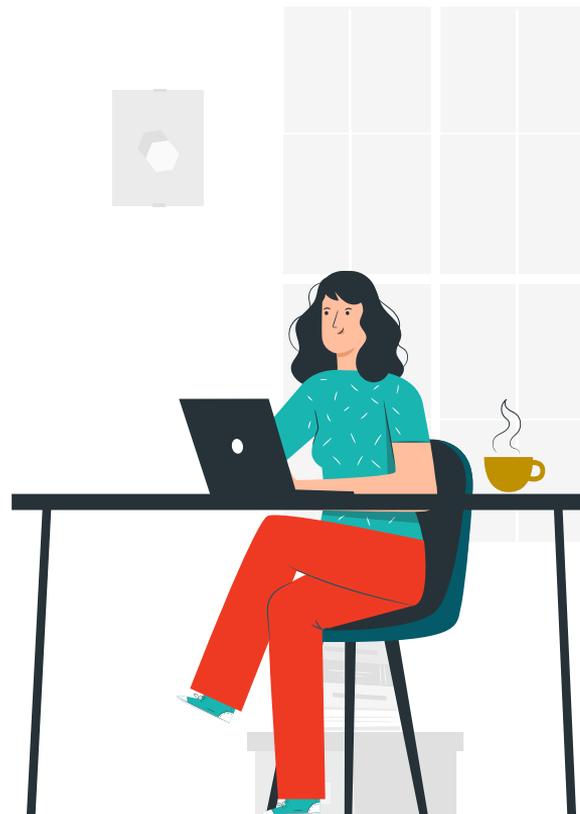


Sabado

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



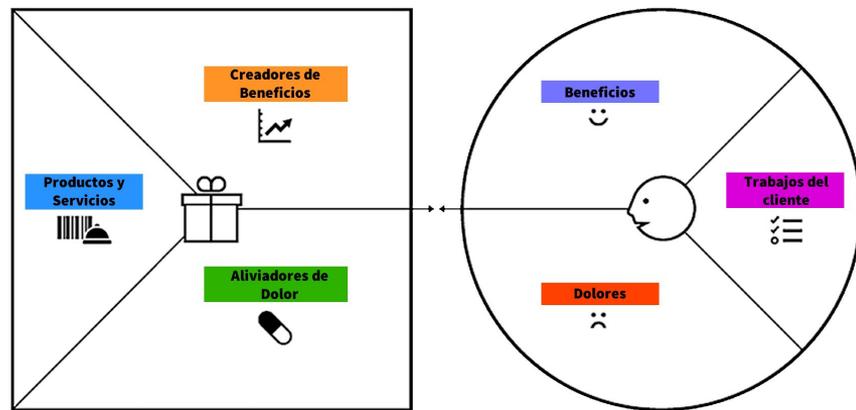
01. Canvas de Propuesta de Valor

DESCRIPCIÓN DE LA DINÁMICA

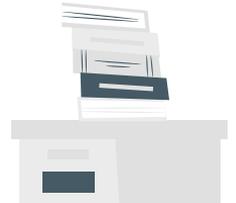
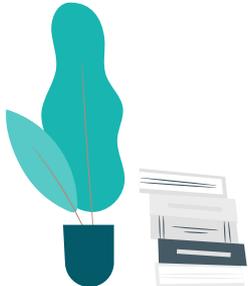
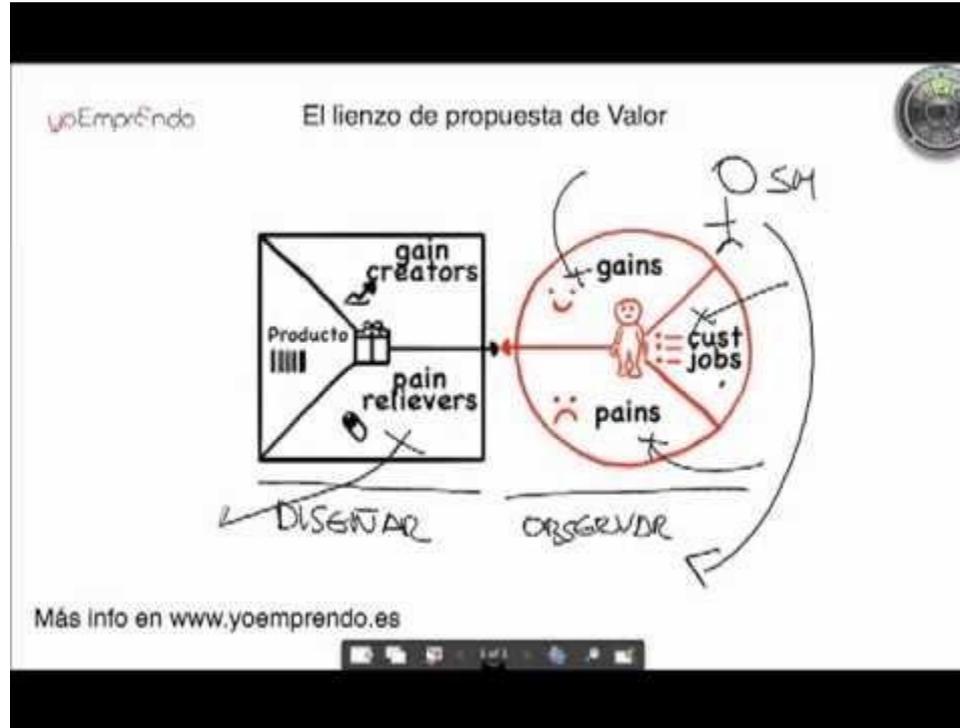
Es un dinámica fundamental para definir cómo vas a crear valor para el segmento de clientes/beneficiario específico (las propuestas de valor no pueden existir de forma independiente a mi segmento de clientes). En el "Documento de trabajo" están planteadas las preguntas y el orden de cada una de las 6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

1. Tareas del cliente

CLIENTE

1. Necesidad específica en casa.
2. Interés en buscar una solución.
3. Personas que no pueden salir de casa.



2. Dolores

1. No cuenta con el conocimiento o producto para resolver la necesidad
2. No tiene la información de prestador de servicio en la zona.
3. Se encuentra en casa y evitan traer a personas a casa por protocolo de seguridad.
4. No pueden posponer la solución de la necesidad.
5. No posee los medios de pagos que se le exige en el momento.
6. Miedo al contagio de COVID-19



3. Beneficios

1. Prontitud de la solución a su necesidad.
2. Lograr estabilidad emocional en casa.
3. Catálogo de proveedores.
4. Servicio confiable y de calidad.
5. Garantía de solución



Observación de cliente (PROVEEDORES)

1. Tareas del cliente

1. Necesidad de generar ingresos.
2. Hacerse publicidad.
3. Cuenta con los productos o habilidades para solventar las necesidades del cliente.
4. Exceso de materia prima.



2. Dolores

1. Competencia
2. Vulnerabilidad frente al COVID-19
3. Incremento de Costos.
4. No estar en línea y no tener los conocimientos para estarlo.
5. No ser contratado o no tener ventas por miedo a contagio de COVID-19
6. No tener medio de transporte.



3. Beneficios

1. Clientes cercanos.
2. Contratación y venta efectiva.
3. Obtención de ganancia.
4. Dar a conocer sus servicios y productos de forma más amplia por el uso de la herramienta.
5. Genera estabilidad económica y emocional al hogar del proveedor.



Mapa de Valor (CLIENTE)

4. Aliviadores de dolor

1. Ofrecer un catálogo de productos o servicios.
2. Servicio en línea.
3. Pago en líneas o con tarjeta
4. Proveedor que cumpla con las medidas de seguridad recomendadas por la OMS.
- 5.

5. Creadores de Beneficios

1. Segmentación del catálogo de acuerdo a las necesidades del cliente.
2. Uso de las formas de pago disponibles.
3. Ubicación cercana del proveedor.
4. Agenda planificada.

6. Productos & Servicios

Herramienta Inteligente para ubicar proveedores de productos y servicios de acuerdo a mis necesidades.

Mapa de Valor (PROVEEDOR)

4. Aliviadores de dolor

1. Una forma fácil de anunciarse.
2. Mercado para ofrecer sus productos/servicio
3. Diferencia frente a la competencia.
4. Cercanía física con cliente.
5. Diagnóstico previo del problema del cliente.



5. Creadores de Beneficios

1. Agenda Planificada
2. Seguridad al no usar efectivo.
3. Catálogo de Clientes
4. Diversidad de Publicidad



6. Productos & Servicios

Herramienta Inteligente que me permite ofrecer mi perfil de productos y servicios.



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.

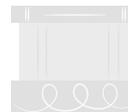
Es la definición de: qué vas a ofrecer al mercado, cómo lo vas a hacer, quién va a ser tu público objetivo, cómo vas a vender tu producto o servicio y cuál será tu método para generar ingresos”.

OBJETIVOS

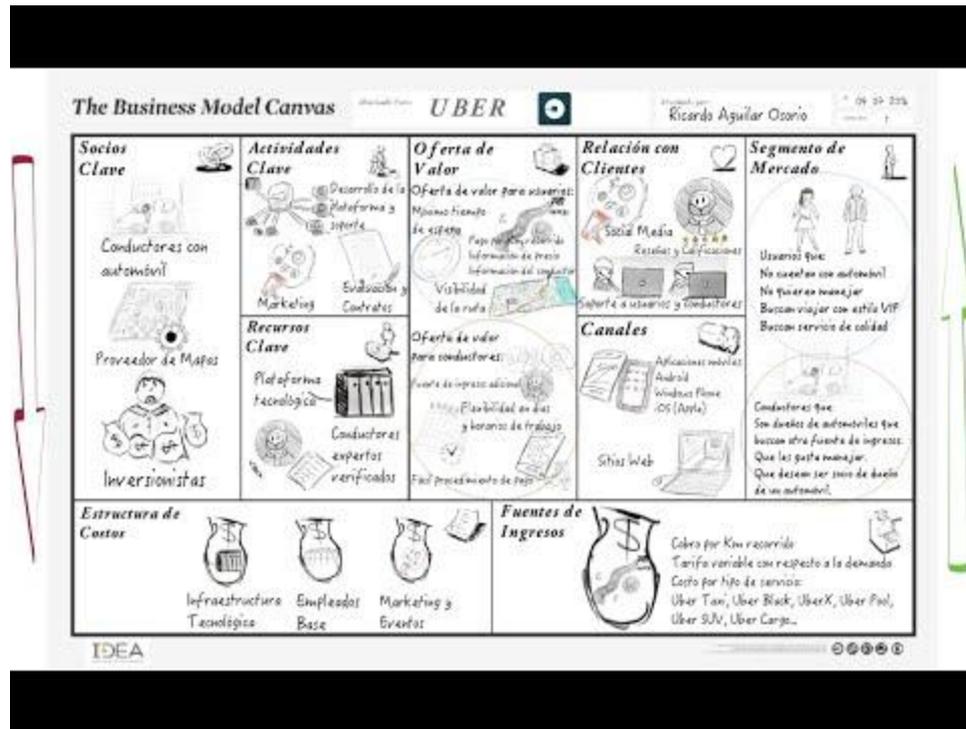
- Definir los siguientes puntos y su articulación:
- Cuál es tu propuesta de valor y para quién.
- Cómo vas a vender tus productos para generar utilidad y valor.
- Cómo vas a conseguir clientes y a conservarlos.
- Cómo te vas a mostrar ante el mercado.
- Cuál va a ser tu estrategia para salir al mercado: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

¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

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

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

Herramienta Inteligente para ubicar proveedores de productos y servicios de acuerdo a mis necesidades.

Herramienta Inteligente que me permite ofrecer mi perfil de productos y servicios.

- **Todos los servicios para tu casa en un solo lugar**

02 – Segmento de clientes (Maria Eugenia)

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

- Ambos: usuarios de plataforma, con un teléfono y conexión a internet (acceso a tecnología)

Cliente:

- de cualquier género y edad,
- Que posea forma de pago
- Dentro de área delimitada
- Servicio o asesoría a domicilio o en línea *

Proveedor:

- De cualquier género y edad,
- Que cuente con: experiencia, equipo, y solución viable que le permitan resolver el problema o necesidad de un tercero.

Referencias de confianza

- En un radio de distancia delimitado y/o asesoría en línea
- Buscan una fuente de ingresos.
- Agenda propia

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

Cliente: la persona que requiera un experto en algo que desconoce. También lo usan proveedores. Decide el cliente por tiempo, precio.

Proveedor: aquella persona que conoce de la solución del problema. También lo usan los clientes. Él elige la aplicación para darse a conocer y ofrecer sus servicios.

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes? Los grupos más importantes por especialidad de proveedor.

03 – Canales (Martin)

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

Medios de comunicación social, como Facebook, Instagram, radio, propaganda televisiva, noticieros, etc. Como es un emprendimiento que se va a publicitar durante una época de pandemia, debe llegarle la publicidad a las casas de los usuarios potenciales.

Responsables comunitarios (Comunidades, Barrios, Colonias, Conjuntos Residenciales, Condominios, Juntas de Vecinos)

Centros de Abastecimiento y/o materia prima y Mercado de Proveedores.

¿Son estos los medios usuales en el sector?

Sí, aunque también se utilizan medios de publicidad físicos como anuncios. Sin embargo, no serán muy efectivos ya que en el momento la gente permanece en casa.

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

Mediante una aplicación compatible con teléfonos inteligentes y con computadores.

¿Existen restricciones comerciales para ello?

Depende de la legalidad de dicho negocio en cada país.

04 – Relación con clientes (Maria Eugenia)

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

- Por plataforma (social media) Reseñas y comentarios de usuarios y proveedores. Soporte para ambos. Androi y apple

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

- Seguridad de ambas partes para la persona que contrata, para el proveedor y por el pago seguro
- Catálogo de servicio que ofrece proveedor
- Mercado de proveedores
- Clientes potenciales

¿Tu relación con el cliente va a ser:

Por Plataforma Automatizada.

Personal, directa y por afinidad: cara a cara, (telefónica O virtual)

05 – Fuentes de ingreso (Jacqueline)

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

Puede ser un pago mínimo por integrarse a la plataforma como proveedor

Porcentaje por cada venta realizada en la aplicación.

Donación, patrocinio de alguna entidad, publicidad.

¿Cómo nos realizarán los pagos?

Puede por transferencia, o bien con tarjeta de crédito, efectivo.

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

Cada proveedor tendrá una tarifa distinta, el cliente puede escoger, qué servicios contratar.

Bonos de descuentos, promociones o alianzas por fidelidad del cliente o por referir a otros clientes

Promociones por temporadas.

06 – Recursos clave (Martin)

¿Qué personas son clave?

Ingenieros de sistema o desarrolladores (front-end) y (back-end).

¿Qué recursos materiales necesitas?

Computador con programas de programación como Swift, React, procesador de código, acceso al internet, etc.

¿Qué recursos intangibles necesitas?

Habilidades de programación, conocimiento de temas más profundos acerca de la computación como encriptación, ciberseguridad, machine learning, inteligencia artificial, etc, y planeación de la organización del sistema, tiempo para crear el sistema.

Expertos en Marketing

Soporte Técnico

07 – Actividades clave (Martin)

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

1. Desarrollar un plan organizativo de cómo va a funcionar la aplicación.
2. Construir y conectar los espacios donde trabajaremos: base de datos, un repositorio, dominio, un lugar donde depositar la aplicación online, lugar donde depositar aplicación para iphones y androids, una conexión con un sistema de pago seguro online, etc.
3. Desarrollar las funciones de la aplicación: catálogo, buscador, georeferenciador, sistema de ingresión de usuarios, sistema de verificación de seguridad, etc.
4. Diseñar y desarrollar la parte visual de la aplicación: botones, links, controladores, colores, etc. y conectarlas a las funciones de la aplicación.

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

1. Una lista de tareas con sus fechas límites correspondientes
2. Recopilación de recursos de aprendizaje como ejemplos, videos, tutoriales y repositorios para adquirir las habilidades de programación que no se posean.

08 – Socios clave (Maria Eugenia)

¿Quiénes son los proveedores clave?

- Clientes: Especialistas en temas como: albañilería, carpintería, cerrajero, plomero, estilista, elaboración de alimentos, etc.
 - Proveedores: Proveedor de plataforma y clientes
 - Administradores de plataforma
 - Maps
- Plataforma para sistema de pago

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

- Administradores de la plataforma, proveedores de servicio de internet, proveedores de teléfonos inteligentes. Presidentes de colonias, proveedores de mayoreo de los proveedores, HUB emprendedores,

¿Quiénes son mis aliados?

- Empresas,
- Universidades,
- Instituciones de Gobiernos Locales.
- Instituciones Financieras.

09 – Estructura de costos (Estructura de Costos)

¿Cuales son los costos principales?

Electricidad, internet, hosting, dominio, sueldos, pago de fee a entidad o entidades financieras, diseño gráfico, marketing.

¿Recursos y actividades más costosas?

Los sueldos por el recurso humano especializado.
Campaña de marketing en el primer mes.

¿Cual es el costo de nuestros canales?

Radio
TV
Redes Sociales

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

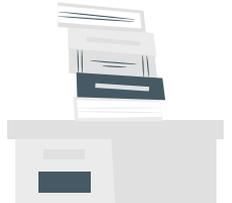
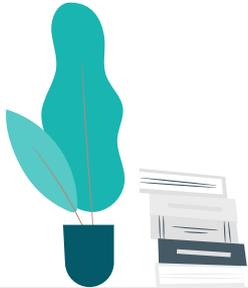
- Proponer variantes de expansión de la solución.
- Poder pensar en función de múltiples opciones de expansión de forma guiada.
- Estimular a los integrantes del grupo asignando ejes de enfoque específicos a cada uno para inspirar la creatividad.



SCAMPER

with cake!

i con bizcocho !



Paso a Paso: SCAMPER

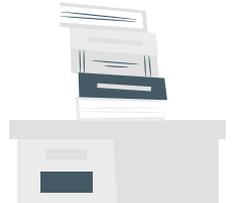
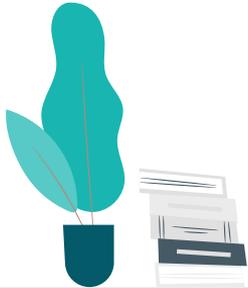
1. Asignar las iniciales de SCAMPER a los participantes y darles tiempo para pensar opciones de expansión de la propuesta de valor.
2. Cada participante propone variantes a la propuesta de valor.
3. Consensuar y priorizar a nivel grupal las variantes de expansión más relevantes y ajustar nuevamente la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



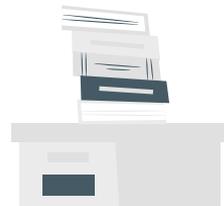
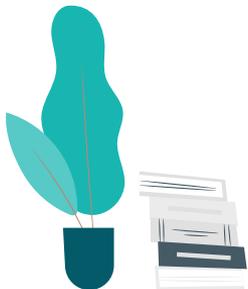
04. Postulación final

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

Una herramienta inteligente para promover la venta, compra y prestación de servicios por parte de emprendedores locales.

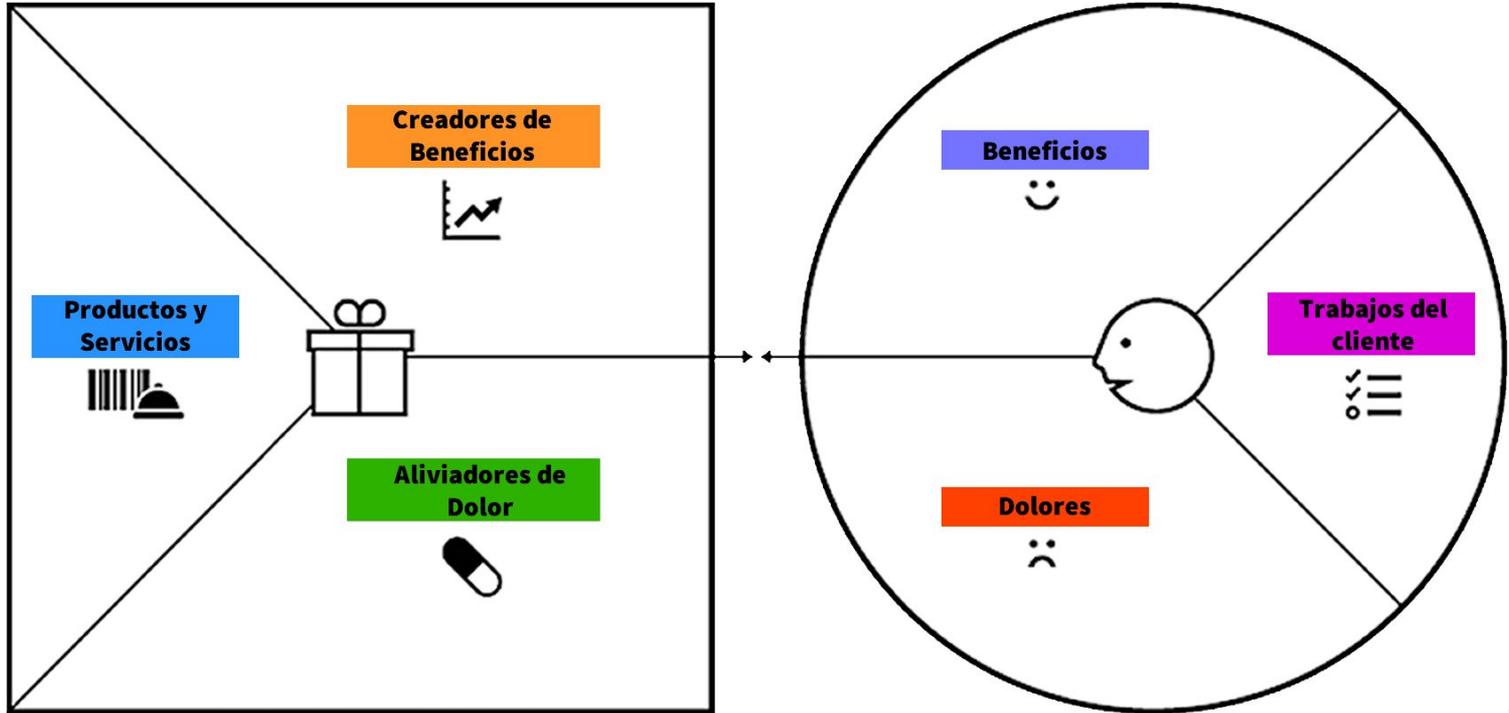


IMPRIMIBLES



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

