

# Segmentos de clientes/ beneficiario.

## ¡Ellos nos cuidan!

**Definición: Personas que trabajan y están expuestas durante el covid 19**

- **Profesionales de la salud (enfermeros / tecnicos labo/ medicos)**
- **Bomberos**
- **Policias**
- **Tenderos**
- **Personal de farmacias**
- **Personas de servicios generales (recoger basura/escobitas)**
- **Conductores (buses/uber)**
- **Gasolineros**
- **Domiciliarios**
- **Reporteros**
- **Bancos**
- **Cientificos**

## ¿Y nosotros a quienes cuidamos?

**Definición: Personas que se encuentran en casa durante la cuarentena**

# Observación de cliente – ¡Ellos nos cuidan!

## 1. Tareas del cliente

- **Ir a trabajar**
- **Velar por el bienestar y seguridad**
- **Garantizar que se cubren las necesidades básicas**
- **Generar sensación de tranquilidad a la población**
- **Impedir el colapso social**

## 2. Dolores

- **Miedo por contagiarse y contagiar a su entorno**
- **Rechazo ante personas que están expuestas**
- **Presión de la sociedad**
- **Temor a equivocarse**
- **Respaldo insuficiente de la sociedad (máscaras, bioseguridad, guantes / garantías / protección)**
- **Aumento de la inseguridad**
- **Burn out**

## 3. Beneficios

- **Generar conciencia de la importancia de estos trabajos**
- **Satisfacción personal (sentirse útil etc)**
- **Ampliar su aprendizaje sobre momentos de crisis, salir de su zona de confort, re-inventarse & readaptarse a trabajar**

# Mapa de Valor – ¡Ellos nos cuidan!

## 4. Aliviadores de dolor



Conciencia de la población sobre :  
*el hecho de que no son los responsables de la contagion / todos somos vulnerables al contagio*



*Respetan medidas de seguridad para minimizar el riesgo*



*No son superheroes – son seres humanos*



- **Dar insumos** o hacer uso racional de los insumos para protegerse



Psicoeducación sanitaria

- **Brindar por seguridad por parte del estado**



Entender como están / como viven la salud



## 5. Creadores de Beneficios

- **Ministerio de salud**
- **Ministerio de educación**
- **Niños**
- **Prensa**
- **Medios de comunicación**
- **BID**

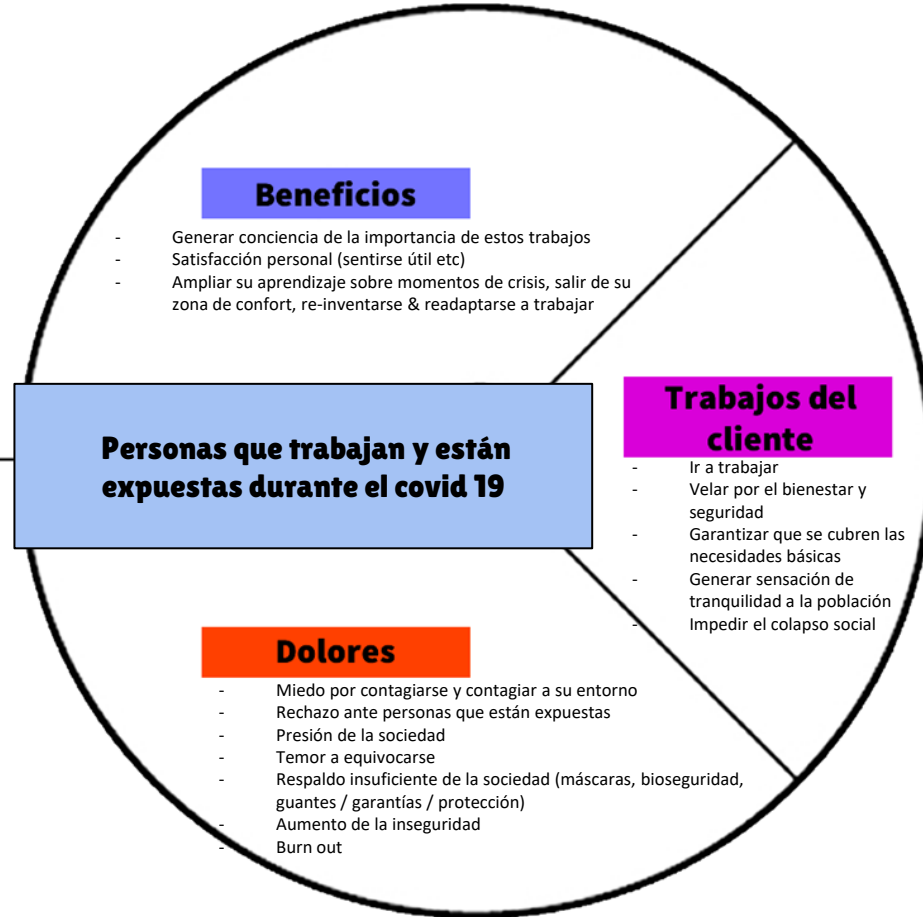
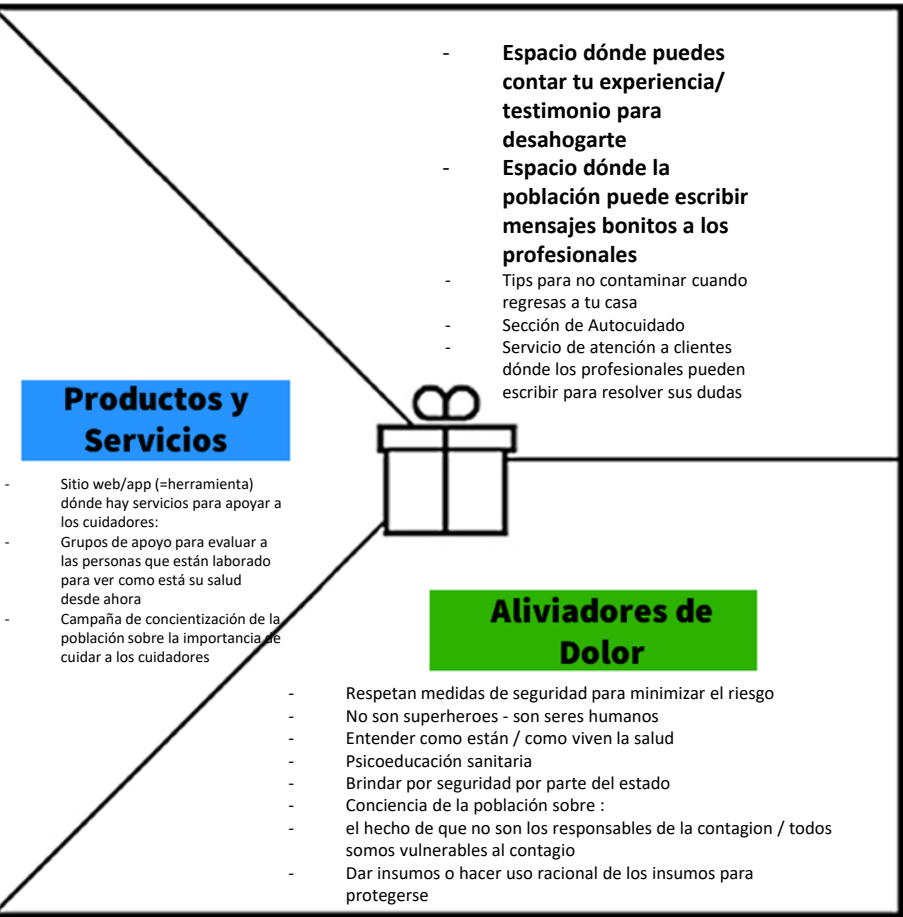


## 6. Productos & Servicios

- **Sitio web/app (=herramienta) dónde hay servicios para apoyar a los cuidadores:**
- **Campaña de concientización de la población sobre la importancia de cuidar a los cuidadores**
- **Grupos de apoyo para evaluar a las personas que están laborado para ver como está su salud desde ahora**



# Canvas de Propuesta de Valor



# Canvas de Modelo de Negocios



# 01 – Propuesta de Valor

## ¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

El origen del proyecto viene de un equipo con las habilidades y competencias multidisciplinares de varios  
lucrativo con un enfoque humanitario  
Proponemos un concepto que une a la comunidad general de LATAM y dará mayor visibilidad a la iniciativa  
Nuestro segmento no discrimina - se dirige a la sociedad entera

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

El movimiento tiene que tener en cuenta la restricción de movimientos y el hecho de que todos estemos en casa

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

Unir la sociedad frente a un enemigo común

## Productos y Servicios

- Sitio web/app (=herramienta) dónde hay servicios para apoyar a los cuidadores:
- Campaña de concientización de la población sobre la importancia de cuidar a los cuidadores
- Grupos de apoyo para evaluar a las personas que están laborando para ver cómo está su salud desde ahora

E  
G  
A  
B  
L  
E

## 02 – Segmento de clientes

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

¿Quién compra? ¿Quién usa? ¿Quién decide?  
N/A

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?  
Sí todas las profesiones que están expuestas

Profesionales de la salud (enfermeros / tecnicos labo/ medicos)  
Bomberos  
Policias  
Tenderos  
Personal de farmacias  
Personas de servicios generales (recoger basura/escobitas)  
Conductores (buses/uber)  
Gasolineros  
Domiciliarios  
Reporteros  
Bancos  
Cientificos

# 03 – Canales

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

- Redes sociales
- PR - Public Relationship

¿Son estos los medios usuales en el sector?

- Redes sociales
- PR - Public Relationship

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

- via digital

¿Existen restricciones comerciales para ello?

No que sepamos

## Productos y Servicios

- Sitio web/app (=herramienta donde hay servicios para apoyar a los cuidadores:
- Campaña de concientización a la población sobre la importancia de cuidar a los cuidadores
- Grupos de apoyo para evaluar a las personas que están laborando para ver como está su salud desde ahora

E  
G  
A  
B  
L  
E



# 04 – Relación con clientes

## Productos y Servicios

- Sitio web/app (=herramienta) dónde hay servicios para apoyar a los cuidadores:
- Campaña de concientización a la población sobre la importancia de cuidar a los cuidadores
- Grupos de apoyo para evaluar las personas que están laborando para ver como está su salud desde ahora

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

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

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

E  
G  
A  
B  
L  
E

# 05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

¿Cómo nos realizarán los pagos?

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

- Financiamiento por empresas
- ONG
- Donaciones

# 06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

- Desarrollador
- Jefe de proyecto
- Moderadores
- Financiero - Persona a cargo de gestionar los recursos (donaciones, financiamiento)
- Redactor de contenido de salud
- Embajadores

¿Qué recursos materiales necesitas?

- Computadoras
- Router

¿Qué recursos intangibles necesitas?

- WIFI
- Dominio
- Persona Moral

# 07 – Actividades clave

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

- Difusión de la iniciativa para recolectar testimonios
- Generación de lazos/enlaces/acercamiento con ONG
- Desarrollo del contenido (tips etc)

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

## 08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

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

¿Quiénes son mis aliados?

# 09 – Estructura de costos

- ¿Cuales son los costos principales?
- ¿Recursos y actividades más costosas?
- ¿Cual es el costo de nuestros canales?