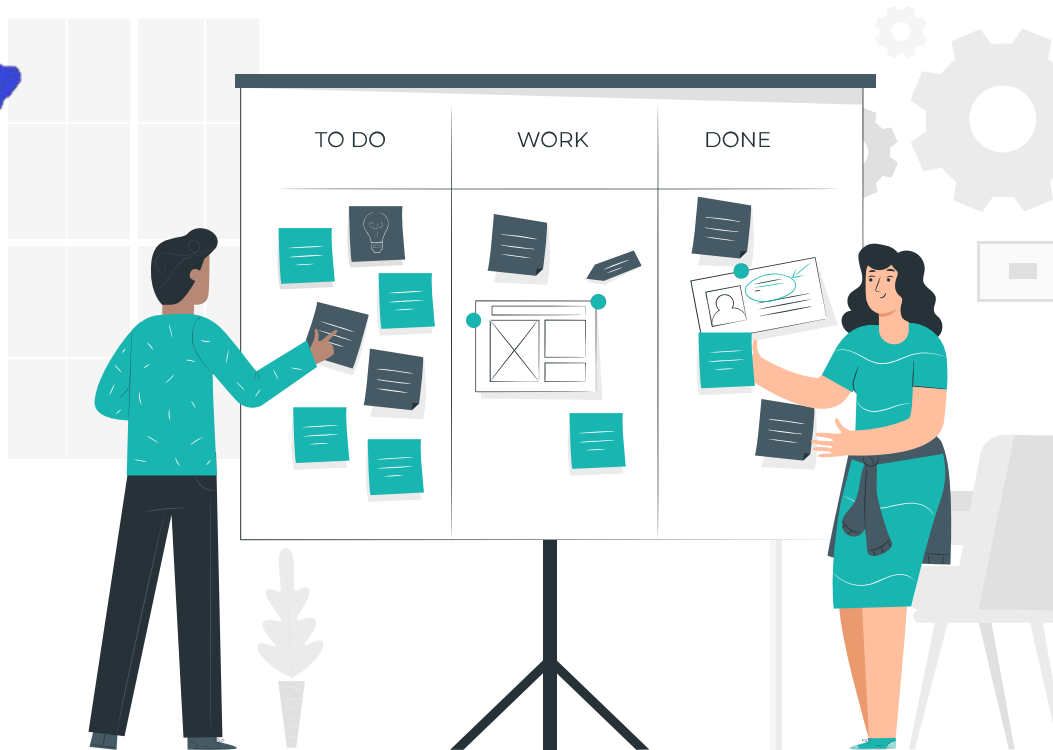


CADA
DÍA
CUENTA

LATAM HACKATHON
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



Material Sábado



DETALLE DE JORNADA

02

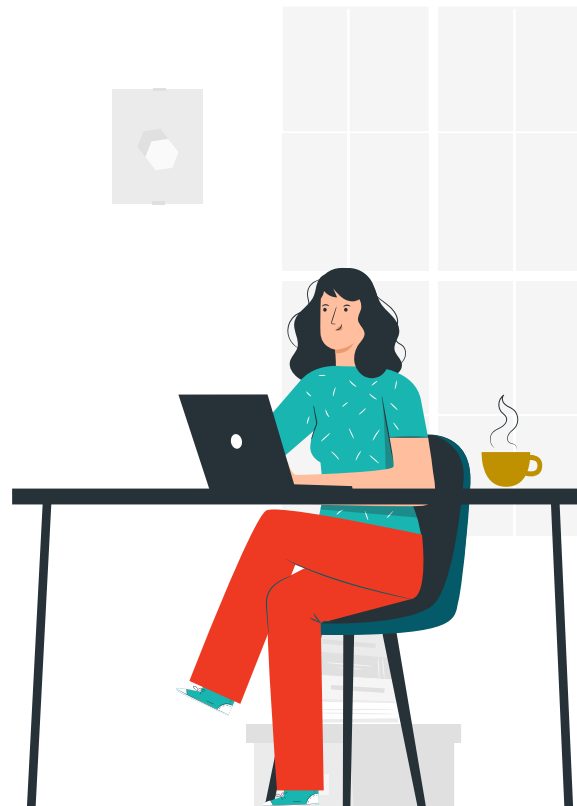


Sabado

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



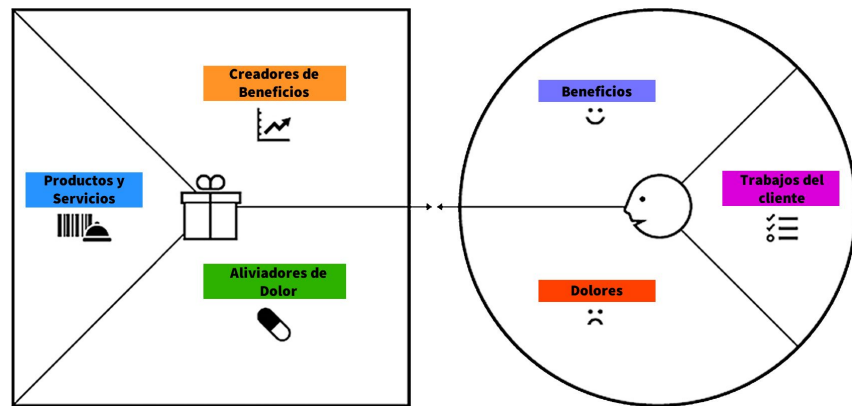
01. Canvas de Propuesta de Valor

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

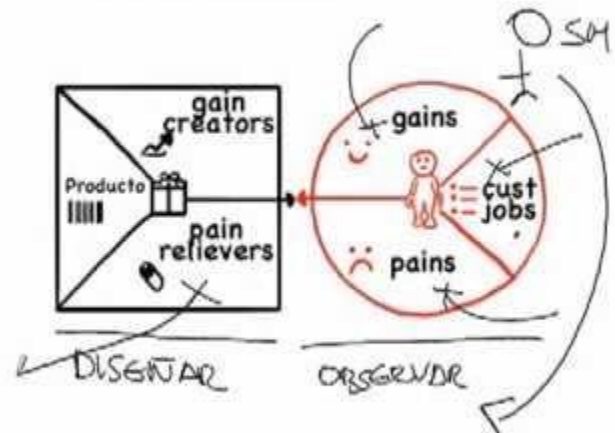
- Consensuar quien es mi cliente/ beneficiarios objetivo.
- Definir cuales son sus tareas, puntos de dolor y ganancia de mi cliente/ beneficiario objetivo.
- Detallar todos aquellos elementos que te ayudarán a construir tu solución de valor para el cliente/ beneficiario.



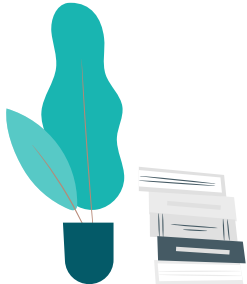
Canvas de Propuesta de Valor

yoEmprendo

El lienzo de propuesta de Valor



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

Todo el Público.

Gobierno.

Empresas de Bienes y Servicios

Trabajar para recibir una remuneración o en su defecto si es independiente generarla



2. Dolores

Falta de claridad en la información..

Falta de canales ciudadanía-gobierno para obtener información en tiempo real.

No poder satisfacer las necesidades del hogar económica, social, mental y espiritual

Pagar sus deudas

No saber como conseguir dinero



3. Beneficios

Respuesta inmediata a sus necesidades (ciudadanía)

Información clara y veraz para diseñar políticas públicas y acciones concretas (gobiernos)

Transformación digital por el distanciamiento social

Desarrollar talentos y habilidades

Cambiar la forma de pensar que no solo es trabajar duro sino vivir minimalistamente



Mapa de Valor

4. Aliviadores de dolor

Dar certeza para estar protegido. Procesos y productos

Rastreo y sensor de proximidad de estar protegido (tipo waze)



5. Creadores de Beneficios

Conseguir actividad remunerada de forma virtual
Generacion de tips, uso de IA

Capacitacion

Generación de contenido mitigador o integracion de contenido



6. Productos & Servicios

Aplicación (móvil, web) para seguimiento de la información en tiempo real: necesidades, situación de salud, ubicación. Por medio de preguntas básicas diarias.

Punto de encuentro de talentos y reclutadores, tanto individuales como personales (oficios)

Directorio digital de ofertantes y captadores, a nivel personal y empresarial.

Plataforma analogica y digital que permite mapear y sensar

mediante la gamificacion para ayudar en lo que pueda necesitar



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

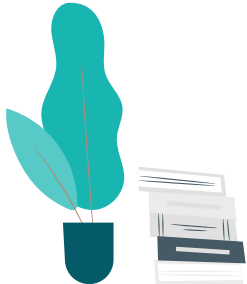
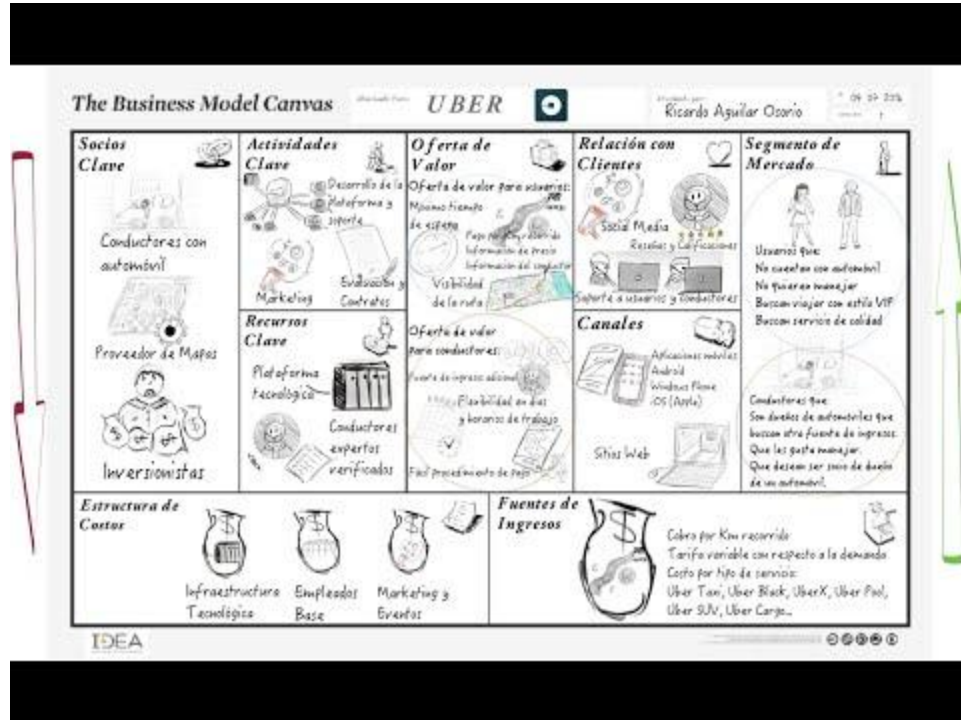
- Definir los siguientes puntos y su articulación:
- Cuál es tu propuesta de valor y para quién.
- Cómo vas a vender tus productos para generar utilidad y valor.
- Cómo vas a conseguir clientes y a conservarlos.
- Cómo te vas a mostrar ante el mercado.
- Cuál va a ser tu estrategia para salir al mercado: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

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

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

Somo el punto de encuentro de todos en la comunidad, proxima o lejana, que mediante la activacion por web, movil o analoga, generamo datos abiertos mediante interacciones que nos protegen y protegen a los que nos rodean, es decir el waze de los ciudadanos, para evitar la propagacion del virus y ademas al ser punto de encuentro te podremos transformar para que diriamente mejores en un 1%, todos los dias a partir de conocernos y asi vivir una vida donde tu eres lo mas valioso, propiciando salud: mental, economica, social y espiritual.

02 – Segmento de clientes

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

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

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

Ciudadano

Gobierno

Empresa

Academia

03 – Canales

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

¿Son estos los medios usuales en el sector?

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

¿Existen restricciones comerciales para ello?

Para poder conectar

Fisicom con las previsiones para no contagiarnos

Virtual o no presencial mediante

SMS

Telefono

Redes Sociales

Cadenas de invitación

04 – Relación con clientes

¿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, buzones...)
-A través de terceros o representantes -Individual o colectiva -Autoservicio?

Obtener, mediante una propuesta fresca, impacta y que haga el cerebro y el corazón estén unidos

Retenemos, con el contenido propio y con las coordinaciones efectivas

Crecemos, en virtud del boca a boca (virtual) y por campañas efectuadas en medios tradicionales y digitales

05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

¿Cómo nos realizarán los pagos?

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

Captación de recursos por RSE, de cada una de las marcas inclusive con donaciones módicos para Mipymes, como se hace con Patreon

Ventas de espacios de publicitarios en web y app

Venta de algún producto para la tribu o comunidad

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

¿Qué recursos materiales necesitas?

Financiación económica

Equipo de desarrollo para plataformas móviles (arquitectura, desarrollo, testing)

Infraestructura (servidores dependiendo del tamaño, licencias, máquinas de desarrollo, dispositivos físicos para pruebas, etc)

Alimentación de bases de datos

Presencia en plataformas de diferentes sistemas operativos (Android, IOS, Windows)

Difusión y promoción

Soporte y mantenimiento

¿Qué recursos intangibles necesitas?

Nosotros el equipo gestor

Plataforma

Programadores

Ciudadano

Marcas o empresas

Academia

07 – Actividades clave

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

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

Gestar la motivación de las marcas a apoyar esta iniciativa, en suma alianzas que permitan girar la rueda virtuosamente

08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

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

¿Quiénes son mis aliados?

Google

IBM-Blockchain

Registro Civil

Expertos

Empresas de telecomunicaciones y Bancos

09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

¿Recursos y actividades más costosas?

¿Cual es el costo de nuestros canales?

Gastos de implementacion

Gastos Operativo y Administrativos

Gastos de soporte y mantenimiento

Marketing

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

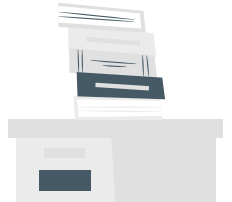
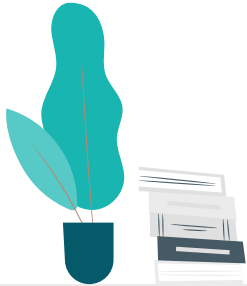
- Proponer variantes de expansión de la solución.
- Poder pensar en función de múltiples opciones de expansión de forma guiada.
- Estimular a los integrantes del grupo asignando ejes de enfoque específicos a cada uno para inspirar la creatividad.



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".

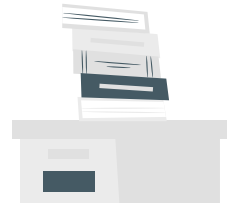
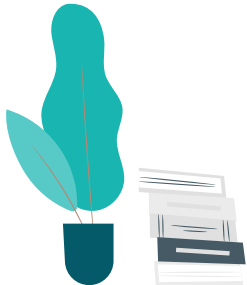


04. Postulación final

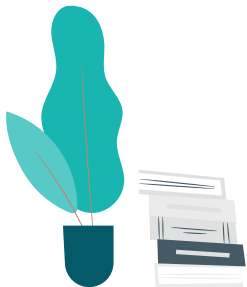
Incluir aquí la descripción final de la idea refinada por el grupo.

Plataforma para que los ciudadanos y ciudadanas brinden información como:

- Estado de salud (test de síntomas)
- Situación económica durante la crisis (test)
- Necesidades e ideas de cómo suplirlas

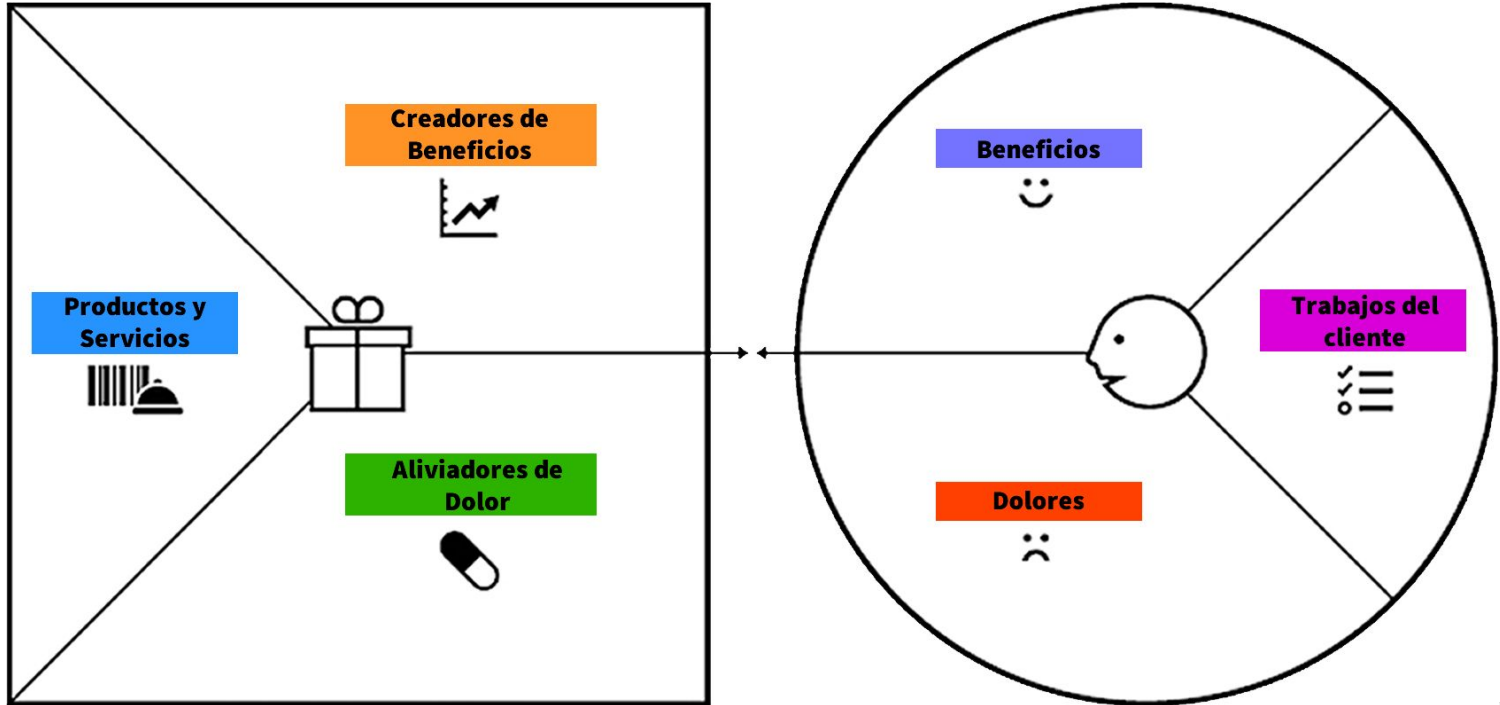


IMPRIMIBLES












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

