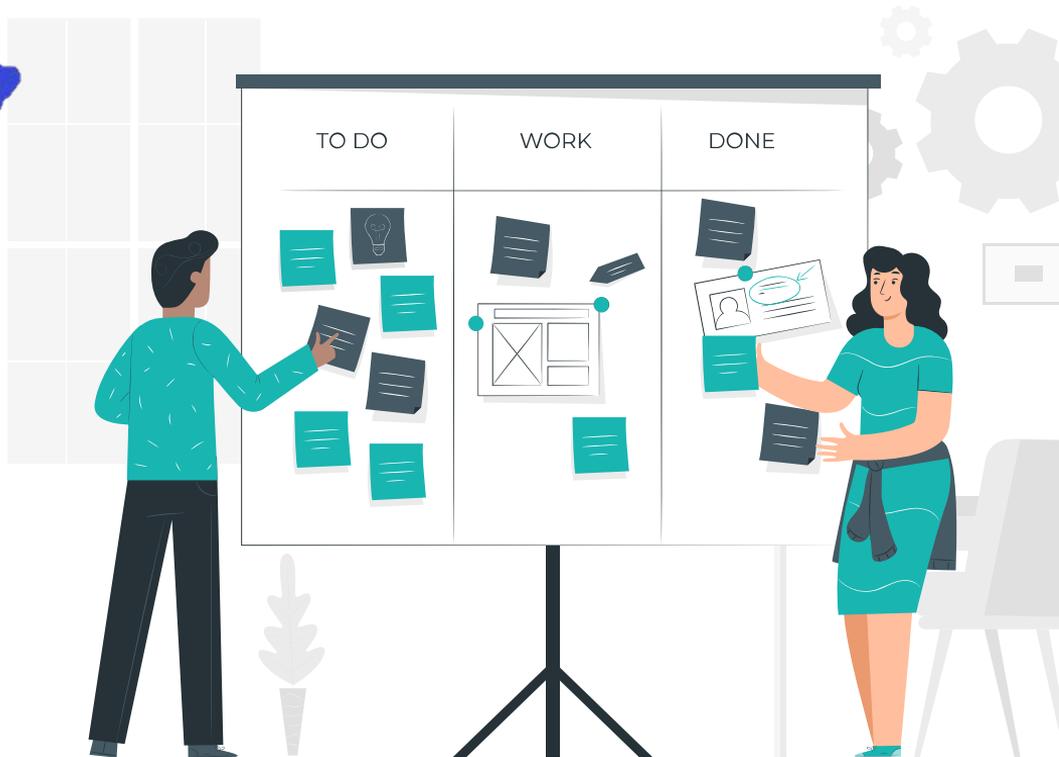


CADA
DÍA
CUENTA

LATAM HACKATHON
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



**Material
Sábado**



DETALLE DE JORNADA

02

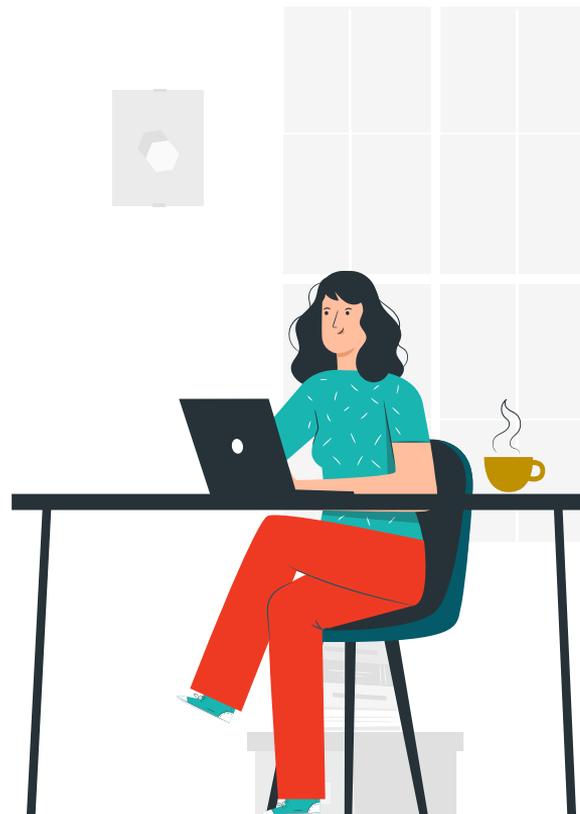


Sabado

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



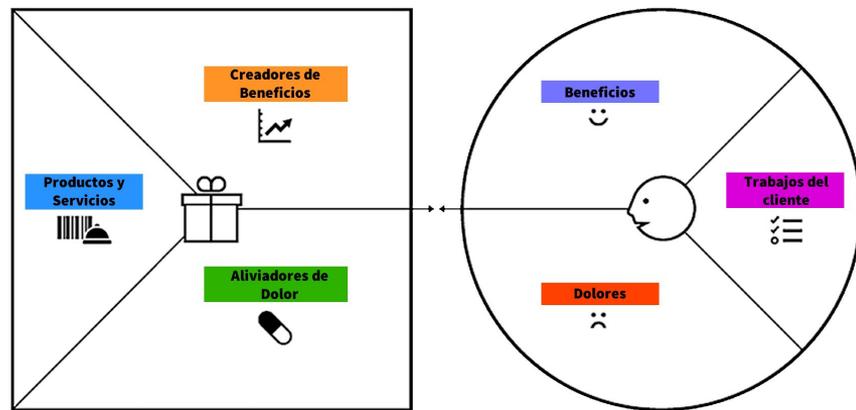
01. Canvas de Propuesta de Valor

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

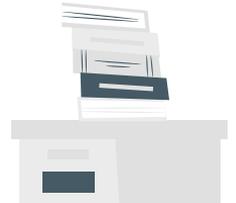
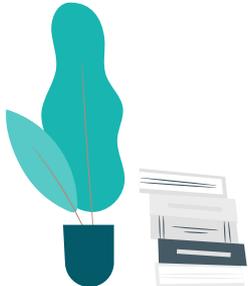
yoEmprendo El lienzo de propuesta de Valor

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" with a hand icon. The bottom-right quadrant is labeled "pain relievers" with a hand icon. The left side is labeled "Producto" (Product) with a gift icon.
- ORGANIZAR (Organize):** A circle containing a stick figure representing a customer. The top half is labeled "gains" with a smiley face icon. The bottom half is labeled "pains" with a frowny face icon. The right side is labeled "cust jobs" (customer jobs) with a list icon.

Arrows indicate the flow of value: from the product to the customer's gains and pain relievers, and from the customer's pains to the product's gain creators. 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 "OSH" is written in the top right corner of the diagram area.

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

- *Renovar el stock de productos básicos
- *Identificar qué necesitamos comprar con mayor urgencia
- *Buscar los insumos o gestionar para que nos los traigan (traslado)
- *Esterilizar los productos que ingresan al hogar
- *Chequear los precios
- *Identificar lugares donde hay stock
- *Compartir la información con las comunidades



2. Dolores

- *Sitios web colapsados
- *Manipulación de los productos/riesgo de contagio
- *Escalada de precios
- *Falta de tiempo para salir en busca de productos
- *Congestión en los puntos de venta
- *Falta de referencias de nuevas tiendas
- *Ubicación de los puntos de venta / ¿Cómo llegar?
- *Riesgo de salir y contagiarse
- *Variedad de los productos disponibles es limitada



3. Beneficios

- *Entrega a domicilio
- *Entrega en el día
- *Gestión rápida (ahorre tiempo)
- *Tener certezas / Decisiones informadas
- *Que todo el proceso de compra, entrega y pago se resuelva en un mismo entorno
- *Que se respeten medidas de higiene y prevención de contagio
- *Control de precios
- *Variedad de productos y de marcas
- *Saber de antemano cantidades máximas y mínimas permitidas para la compra



Mapa de Valor

4. Aliviadores de dolor

- *Servicio de Mensajería
- *Contar con mayor información de la tienda en relación a:
 - *Marcas
 - *Cómo llegar
 - *Tiempos de Demora
 - *Horarios / Hora pico
 - *Formas de pago
 - *Promociones
 - *Servicio de envío
- *Recomendaciones de cómo evitar el contagio en el proceso de compra (comportamiento en tiendas y a la hora de ingresar los productos al hogar)
- *Publicación de rangos de precio
- *Poder proponer productos para sumar a la lista
- *Contar con formato App y diseño de la web más intuitivo
- *Tutoriales de uso



5. Creadores de Beneficios

- *Google Maps / Waze
- *Ministerio de Salud / OMS (información de medidas de prevención)
- *Usuarios: actualizando la información
- *Tiendas: actualizando la información en google
- *Rappi, Uber, Glovo (empresas de mensajería)
- *Desarrolladores web/apps
- *Mercado Pago & Servicios de billetera electrónica



6. Productos & Servicios

- *Soluciones de recorrido
- *Soluciones de stock / Semáforo
- *Soluciones de estimación de tiempos
- *Soluciones de diseño y programación
- *Servicios de Mensajería
- *Servicios de pago electrónico



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.

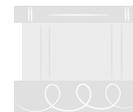
Es la definición de: qué vas a ofrecer al mercado, cómo lo vas a hacer, quién va a ser tu público objetivo, cómo vas a vender tu producto o servicio y cuál será tu método para generar ingresos”.

OBJETIVOS

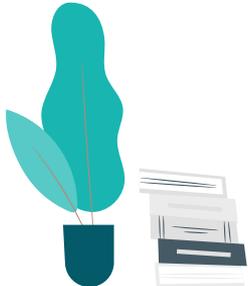
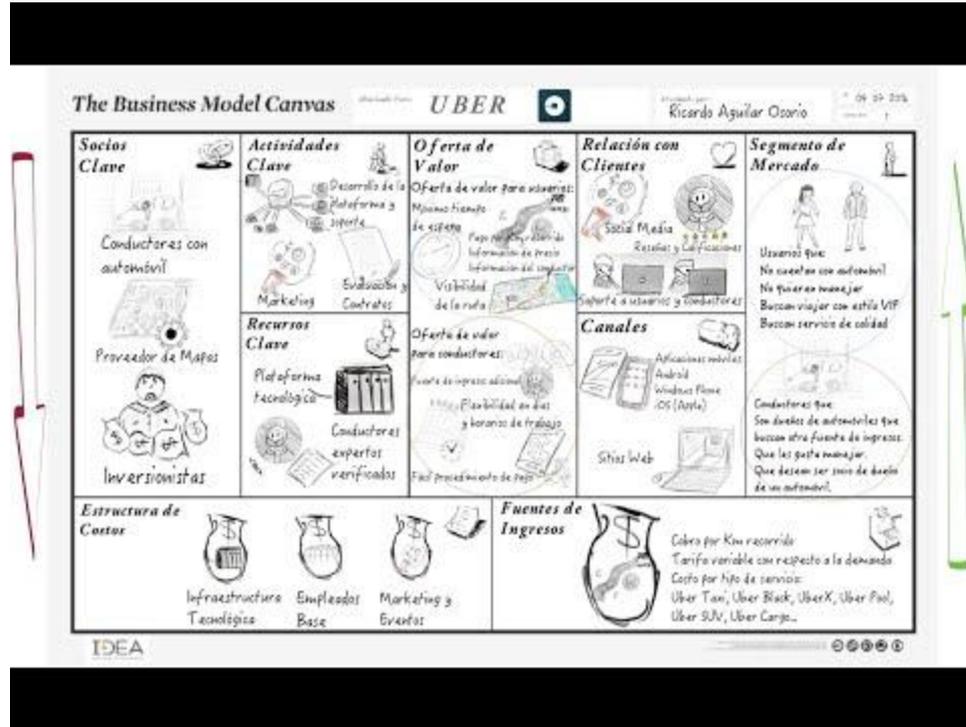
- Definir los siguientes puntos y su articulación:
- Cuál es tu propuesta de valor y para quién.
- Cómo vas a vender tus productos para generar utilidad y valor.
- Cómo vas a conseguir clientes y a conservarlos.
- Cómo te vas a mostrar ante el mercado.
- Cuál va a ser tu estrategia para salir al mercado: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

Nos diferenciamos en que es una solución específicamente pensada para responder a los puntos de dolor en el marco de la cuarentena, con foco en los productos esenciales. El diferencial es el sistema de semáforo.

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

Las limitantes en la variedad de productos, y la oscilación de precios. También que varias tiendas están cerrando por no saber cómo manejar el riesgo de contagio de sus empleados o por las oscilaciones en ventas.

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

Facilita el cumplimiento de la cuarentena, disminuyendo el riesgo de contagio, informa a los usuarios sobre medidas de prevención y manejo de productos; permite que la actividad comercial se mantenga y diversifique, mitigando el impacto económico de la pandemia en el sector comercial.

Puede ser útil para grupos vulnerables (ej. Adultos mayores e inmunodeprimidos) más allá de la situación de pandemia en épocas de brote o circulación de otros virus (ej, invierno/influenza)

02 – Segmento de clientes

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

En este contexto cualquier usuario a cargo de las compras del hogar familiarizado con el uso de estas tecnologías y con la capacidad instalada necesaria (telefonía celular con acceso a datos o servicios de internet), menores de 60 años. Los usuarios son mayoritariamente de centros urbanos donde la solución aporta mayor valor. No hay ningún tipo de restricción geográfica que prohíba a los clientes el uso de la aplicación

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

La decisión de las compras recae mayoritariamente en mujeres, pero la aplicación puede ser utilizada por cualquier miembro del grupo familiar.

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

En el contexto actual cualquier persona en cuarentena. Sin embargo, existe un segmento específico de CUIDADORES que deben gestionar las compras de sus personas a cargo a distancia, así como los GRUPOS VULNERABLES (adultos mayores e inmunodeprimidos) que son un segmento que puede beneficiarse especialmente en esta solución. También las TIENDAS son un cliente importante, ya que de igual manera se ven beneficiados al conseguir una mayor visibilidad.

03 – Canales

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

En contexto de cuarentena el contacto será mayoritariamente digital, mediante publicidad (Google ads/buscadores) y difusión en redes sociales, a través de WhatsApp y comunidades digitales (estrategias de viralización), influencers, prensa. También pueden utilizarse las tiendas como espacio para difundir la solución. Pueden gestionarse alianzas con otras aplicaciones partner para incluir publicidad. A su vez, se pueden realizar alianzas con áreas de gobierno ya que la aplicación busca contribuir con la adherencia a las políticas públicas de salud.

¿Son estos los medios usuales en el sector?

Si

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

A partir de un enlace que los conecte con la web (en computadoras) o la descarga de la aplicación (en dispositivos móviles).

¿Existen restricciones comerciales para ello?

No para la solución principal. Pueden haber restricciones (dependiendo del país) para las funcionalidades de pago electrónico o delivery.

04 – Relación con clientes

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

Relación de servicio y empoderamiento, ya que es clave que los usuarios participen (actualicen información) para que la solución aporte valor-

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

El beneficio en disminuir su riesgo de contagio, ahorrar tiempo y simplificar el proceso de compra de productos.

¿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?

La relación será automatizada y de autoservicio (no habrá soporte telefónico, sino que será a través de la aplicación o la web), todo esto teniendo en cuenta que la incorporación de call-centers o relaciones cara a cara aumentarían los riesgos de contagio..

05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

- La solución es de uso gratuito para los usuarios.
- Podríamos poner espacios de publicidad a disposición de las tiendas y otros productos.
- Comisiones a nuestros partners para las transacciones de pago electrónico y/o delivery.
- Ingresos por acceso a información básica de los clientes para Bases de datos.
- Donaciones

¿Cómo nos realizarán los pagos?

Pago de espacios de publicidad por parte de los anunciantes. Las comisiones se liquidarán mensualmente y se cobrarán a las respectivas empresas según acuerdos pactados con anterioridad.

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

Se podría evaluar el asignar estrellas o puntos a los usuarios más activos, que le permitan acceder a descuentos en la compra de sus productos.

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

Los usuarios, porque actualizan la información.

Diseñadores y Desarrolladores web/app

Comunicadores & RRPP para buscar nuevas alianzas e impulsar las campañas de comunicación y publicidad

¿Qué recursos materiales necesitas?

Hosteo

Presupuesto para publicidad

¿Qué recursos intangibles necesitas?

Horas hombre de las personas clave

07 – Actividades clave

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

- Diseño y desarrollo de sitio web /app
- Mantenimiento sitio web /app
- Gestión de alianzas con otros partner para sumar funcionalidades
- Participación de usuarios

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

- Diseñadores
- Desarrolladores
- Técnicos para soporte
- Social Media Managers
- Comunicadores & Relaciones Públicas

08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

Hosting
Google (información)
Usuarios (información)
Tiendas (información)

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

Áreas de publicidad de canales sociales/digitales (publicidad)
Influencers (difusión)

¿Quiénes son mis aliados?

Google / Waze
Servicios de Mensajería
Servicios de Pago Electrónico
Ministerio de Salud / Producción / Tecnología de La Nación

09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

- Honorarios de Diseño y desarrollo web / app
- Contratación de Hosting
- Contratación de Publicidad
- Honorarios Comunicación y RRPP
- Honorarios Community Management
- Honorarios Soporte Técnico

¿Recursos y actividades más costosas?

- Honorarios de Diseño y desarrollo web / app
- Contratación de Publicidad

¿Cual es el costo de nuestros canales?

- Honorarios Comunicación y RRPP
- Honorarios Community Management
- Honorarios Soporte Técnico

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

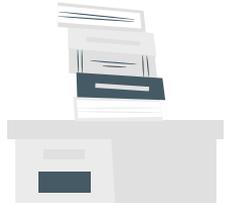
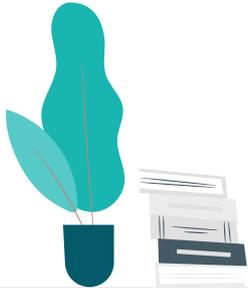
- Proponer variantes de expansión de la solución.
- Poder pensar en función de múltiples opciones de expansión de forma guiada.
- Estimular a los integrantes del grupo asignando ejes de enfoque específicos a cada uno para inspirar la creatividad.



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".



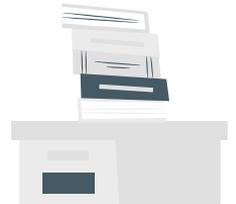
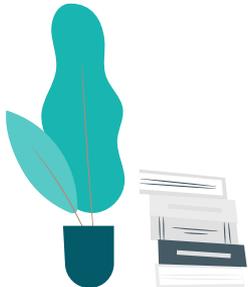
04. Postulación final

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

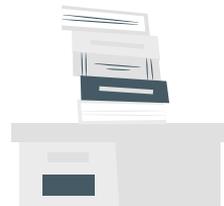
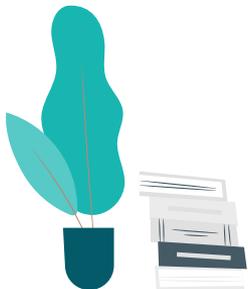
Proponemos el desarrollo de una Web & APP colaborativa con la finalidad de ayudar con el abastecimiento de productos básicos de higiene y alimentos durante la cuarentena del #Covid-19. El sistema te permite buscar productos faltantes y conocer qué disponibilidad de stock hay en locales cercanos, qué variedad de marcas hay, rangos de precios, y cantidades máximas y mínimas de compra. Además permite gestionar la entrega mediante servicios de mensajería y realizar el pago de forma electrónica.

A su vez, provee información útil para tomar decisiones informadas y gestionar mejor el riesgo y el uso del tiempo: horarios picos de los locales, recomendaciones de qué productos son más necesarios durante esta contingencia, y recomendaciones de higiene y seguridad para el momento de salir a realizar las compras.

Web: <https://covid.paisanos.io/>

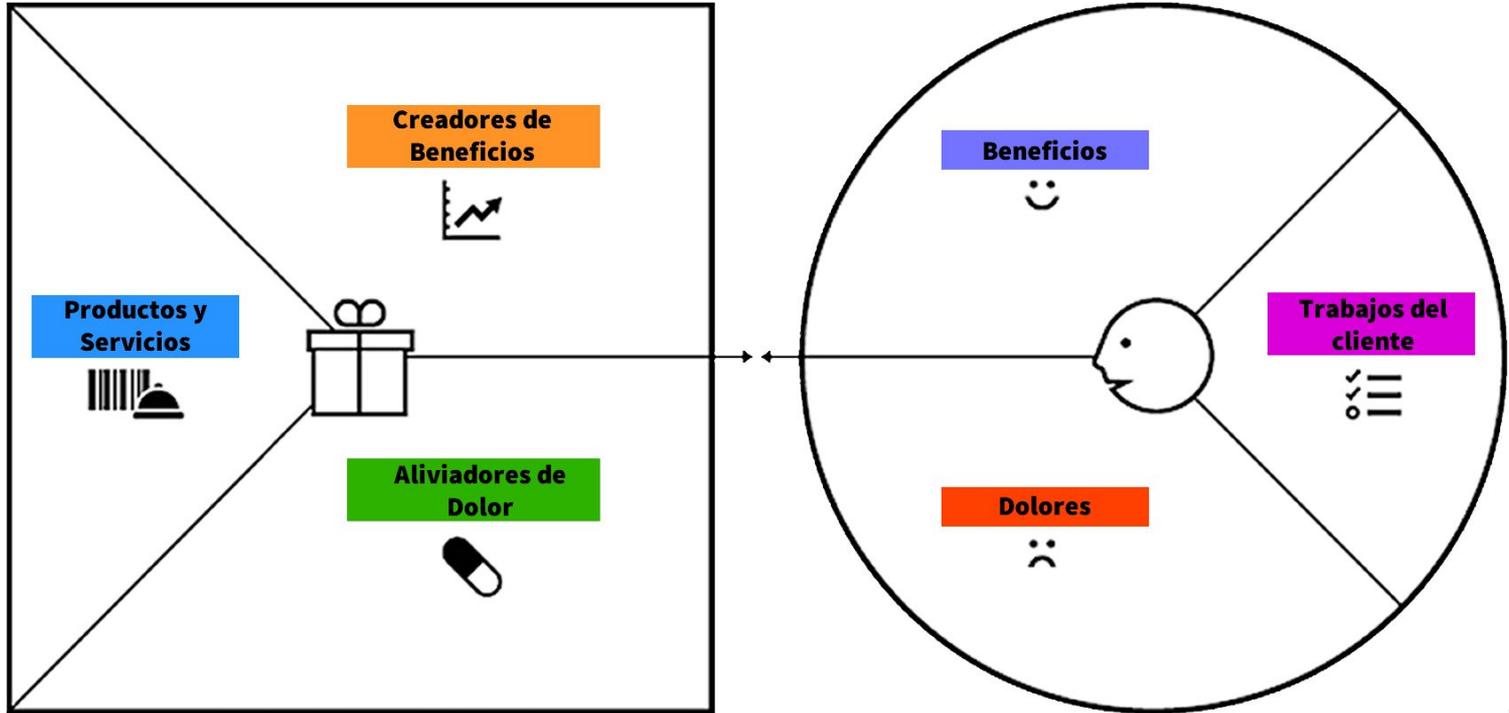


IMPRIMIBLES



Canvas de Propuesta de Valor

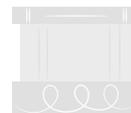
I
M
P
R
I
M
I
R



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

