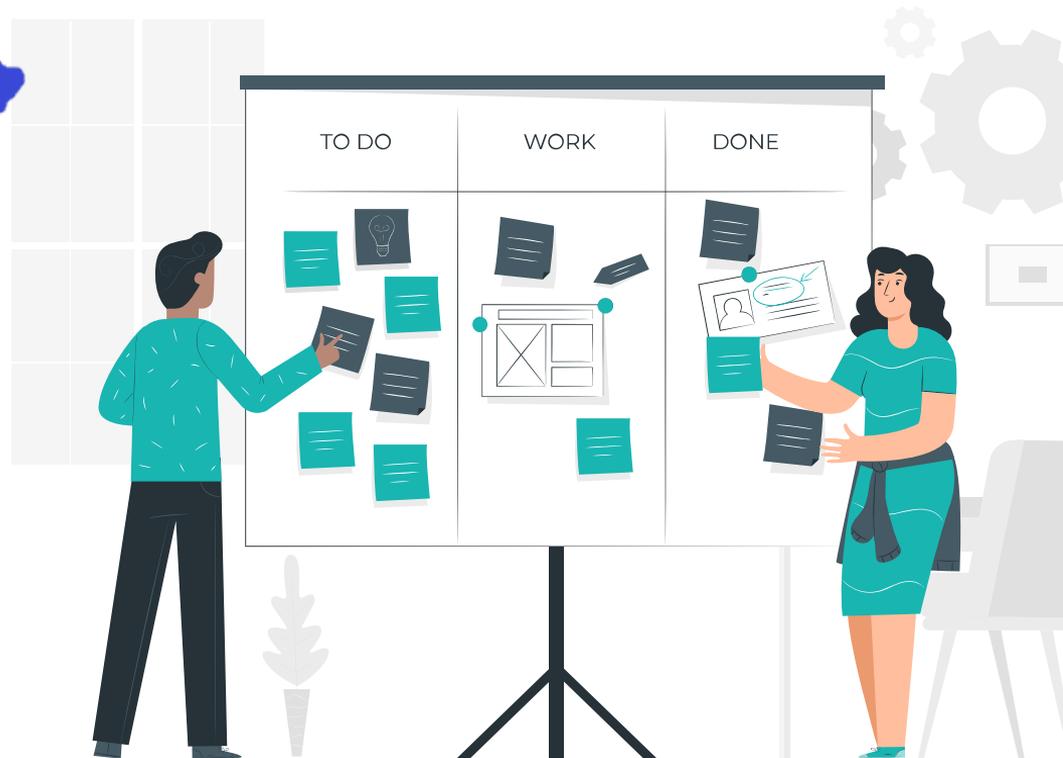


CADA
DÍA
CUENTA

LATAM HACKATHON
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



Material Sábado



DETALLE DE JORNADA

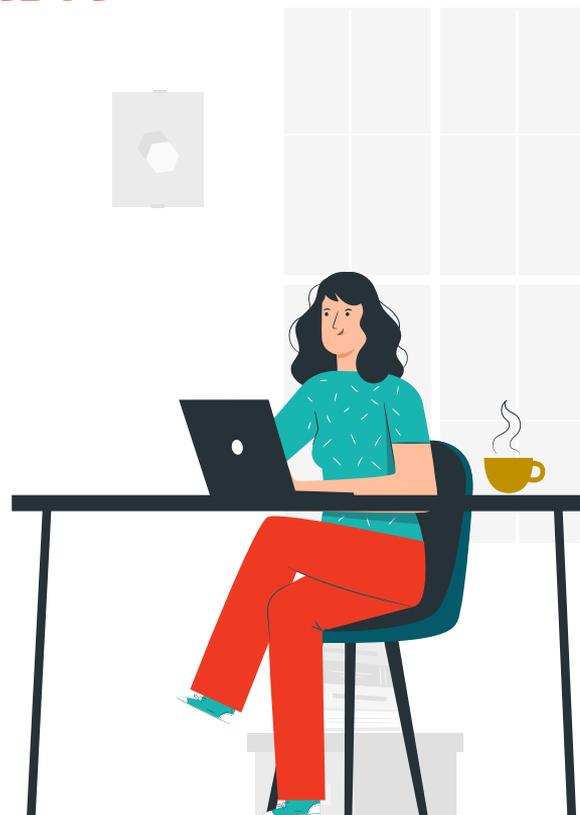
02



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



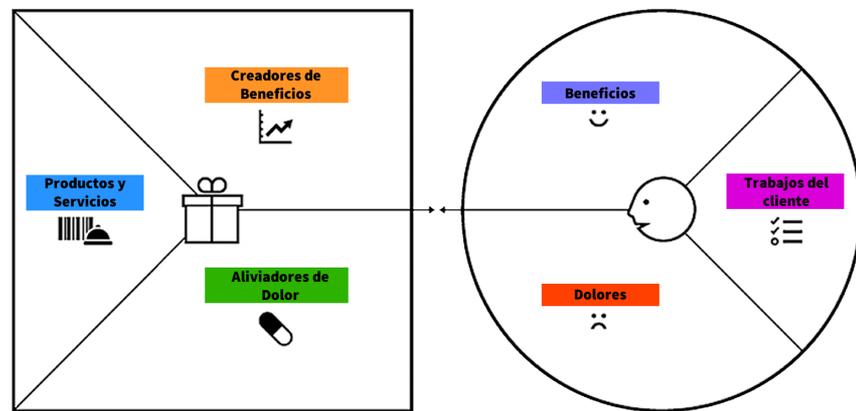
1. Canvas de Propuesta de Valor

DESCRIPCIÓN DE LA DINÁMICA

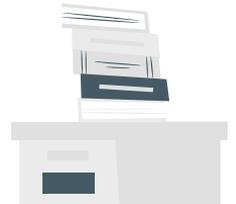
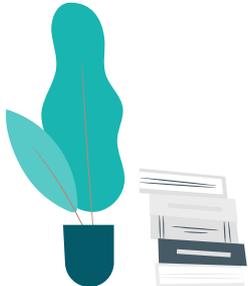
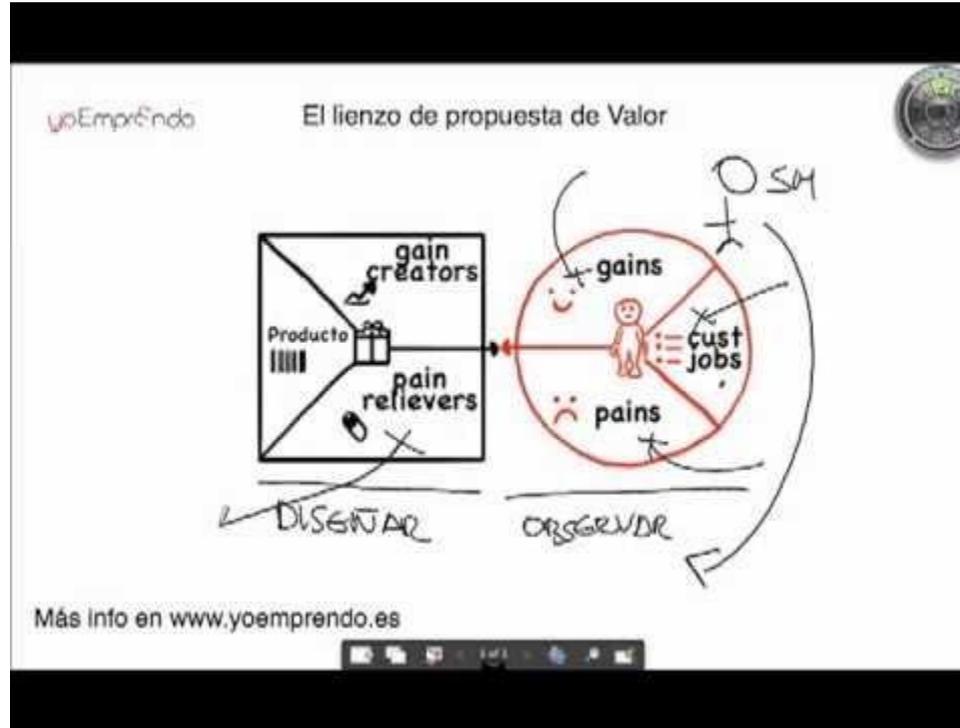
Es un dinámica fundamental para definir cómo vas a crear valor para el segmento de clientes/beneficiario específico (las propuestas de valor no pueden existir de forma independiente a mi segmento de clientes). En el "Documento de trabajo" están planteadas las preguntas y el orden de cada una de las 6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

Cliente 1. Empresas locales: a) Estar en sintonía, alineadas a los valores, misión y visión de nuestro servicio; b) Aportar un porcentaje de sus ganancias a los sectores de la salud y de producción de alimentos locales, en tiempo y formas acordadas, c) Proporcionar productos y/o servicios de calidad, con un alto sentido de responsabilidad social y d) Tomar un rol activo y propositivo dentro de la comunidad de comercio local.

Cliente 2. Instituciones médicas públicas: a) Apoyo con información, conocimientos y capacitación sanitaria; b) Charlas, talleres, conferencias cuando sean necesarias, con el objetivo de prevenir enfermedades y fomentar una alimentación sana.

Cliente 3. Grupos vulnerables que se vean afectados por el recorte de servicios de salud pública a causa de la pandemia: Promocionar a la comunidad de comercio local, compartiendo su experiencia, a través de diferentes medios (redes sociales, entrevistas en medios de comunicación, etc.

2. Dolores

Empresas locales: reducción de ventas, aumento de pérdidas financieras (ejemplo: pago de renta y proveedores), pérdida de clientes.

Instituciones médicas públicas: falta de equipo médico, falta de apoyo emocional y psicológico.

Grupos vulnerables que se vean afectados por el recorte de servicios de salud pública a causa de la pandemia: Falta del servicio/seguimiento/tratamiento de salud, pérdida de confianza en el sistema sanitario.

3. Beneficios

Empresas locales: atracción y consolidación de clientes, incremento de ventas, ser parte de una comunidad/red local e internacional de comercio local con alto sentido de responsabilidad y solidaridad social.

Instituciones médicas públicas: contar con equipo médico necesario, contar con apoyo emocional y psicológico.

Grupos vulnerables que se vean afectados por el recorte de servicios de salud pública a causa de la pandemia: Contar con un servicio/seguimiento/tratamiento de salud, sentirse apoyados y parte de la comunidad.

Mapa de Valor

4. Aliviadores de dolor

Empresas locales: atracción y consolidación de clientes, incremento de ventas, ser parte de una comunidad/red local e internacional de comercio local con alto sentido de responsabilidad y solidaridad social.

Instituciones médicas públicas: contar con equipo médico necesario, contar con apoyo emocional y psicológico.

Grupos vulnerables que se vean afectados por el recorte de servicios de salud pública a causa de la pandemia: Contar con un servicio/seguimiento/tratamiento de salud, sentirse apoyados y parte de la comunidad.



5. Creadores de Beneficios

Empresas locales: a través de marketing y ser parte de una comunidad/red local e internacional de comercio local con alto sentido de responsabilidad y solidaridad social.

Instituciones médicas públicas: a través de aportaciones monetarias o en especie de las empresas locales, para equipar hospitales.

Grupos vulnerables: a través de aportaciones monetarias (para adquisición de equipo médico) de las empresas locales.



6. Productos & Servicios

Empresas locales: Estrategia de marketing, plataforma web y app para difusión y venta de sus productos.

Instituciones médicas públicas: dotar con el equipo necesario y dar apoyo emocional y psicológico, al personal médico.

Grupos vulnerables: Proporcionar servicio/seguimiento/tratamiento de salud



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.

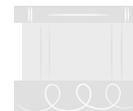
Es la definición de: qué vas a ofrecer al mercado, cómo lo vas a hacer, quién va a ser tu público objetivo, cómo vas a vender tu producto o servicio y cuál será tu método para generar ingresos”.

OBJETIVOS

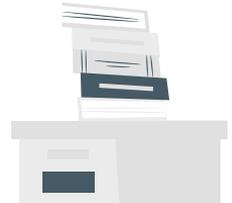
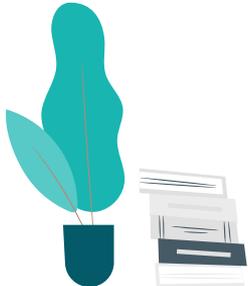
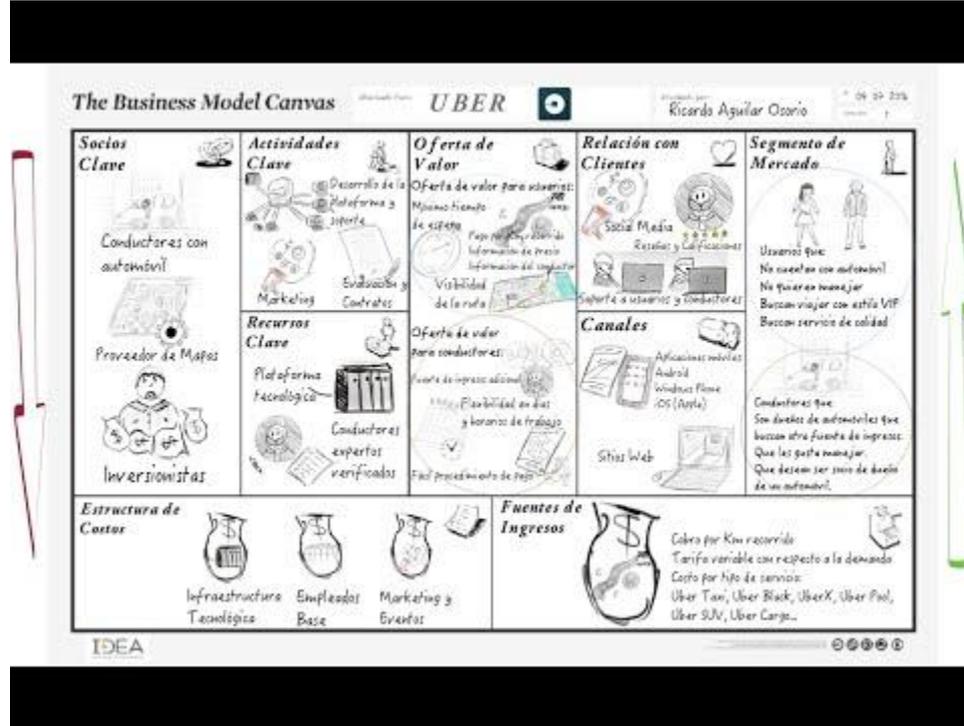
- Definir los siguientes puntos y su articulación:
- Cuál es tu propuesta de valor y para quién.
- Cómo vas a vender tus productos para generar utilidad y valor.
- Cómo vas a conseguir clientes y a conservarlos.
- Cómo te vas a mostrar ante el mercado.
- Cuál va a ser tu estrategia para salir al mercado: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

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?

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?

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?

05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

¿Cómo nos realizarán los pagos?

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

¿Qué recursos materiales necesitas?

¿Qué recursos intangibles necesitas?

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?

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?

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

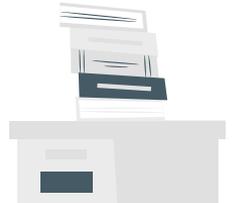
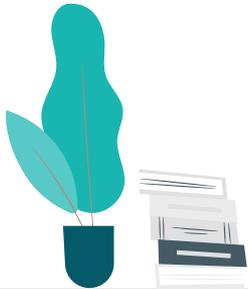
- Proponer variantes de expansión de la solución.
- Poder pensar en función de múltiples opciones de expansión de forma guiada.
- Estimular a los integrantes del grupo asignando ejes de enfoque específicos a cada uno para inspirar la creatividad.



SCAMPER

with cake!

i con bizcocho !



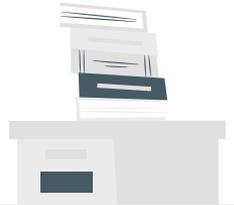
Paso a Paso: SCAMPER

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".

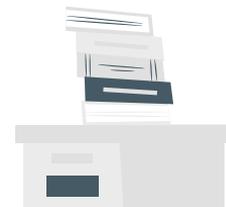
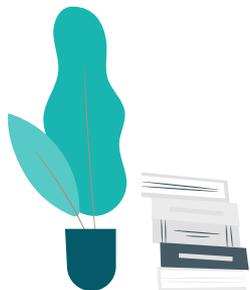


04. Postulación final

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

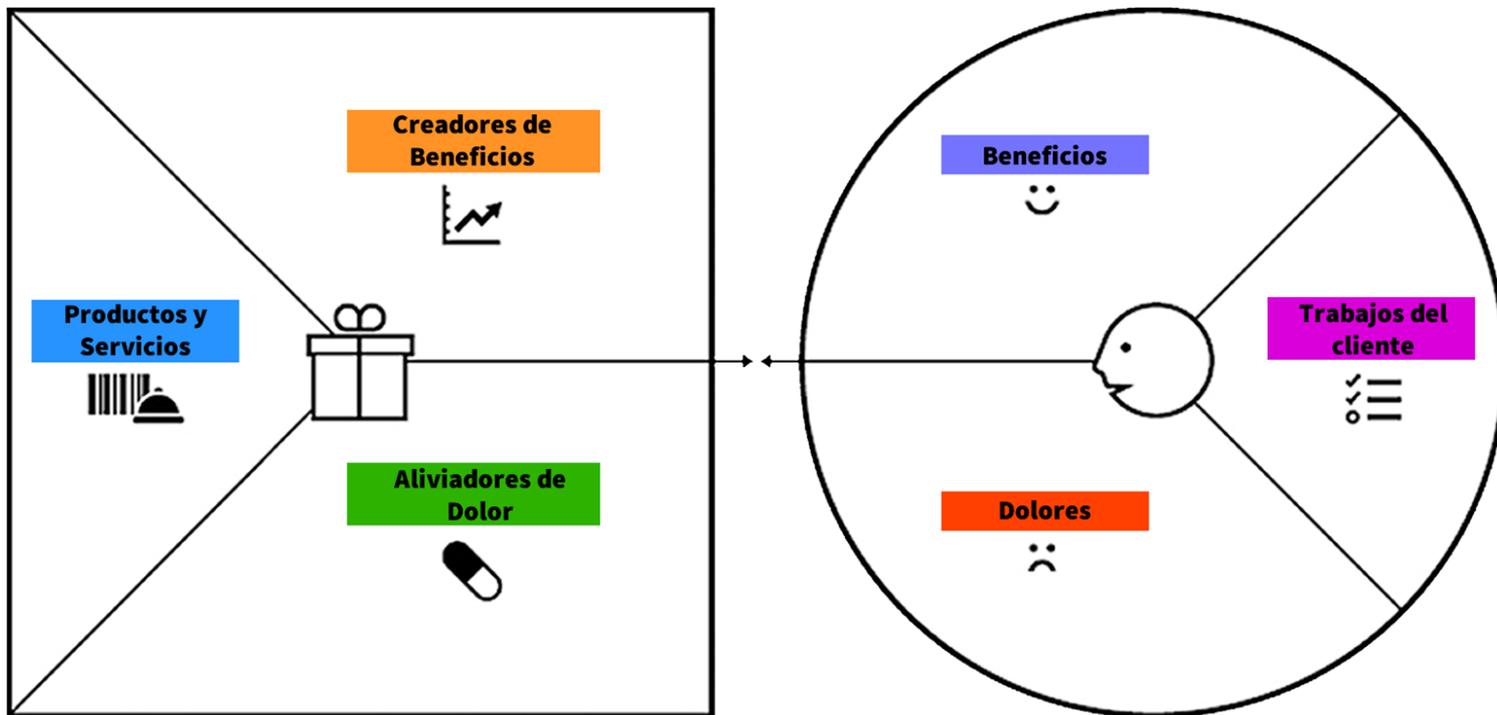


IMPRIMIBLES



Canvas de Propuesta de Valor

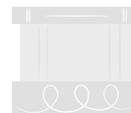
I
M
P
R
I
M
I
R



Canvas de Modelo de Negocio

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

I
M
P
R
I
M
I
R



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](#)

