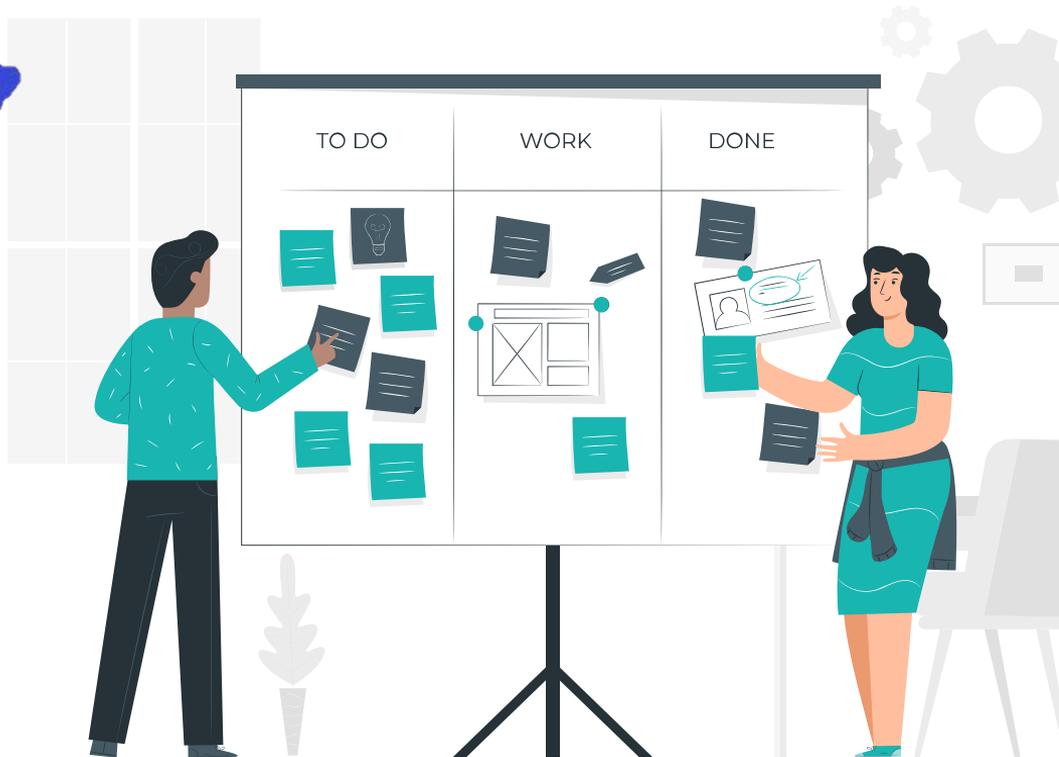


CADA  
DÍA  
CUENTA

LATAM HACKATHON  
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



# Material Sábado



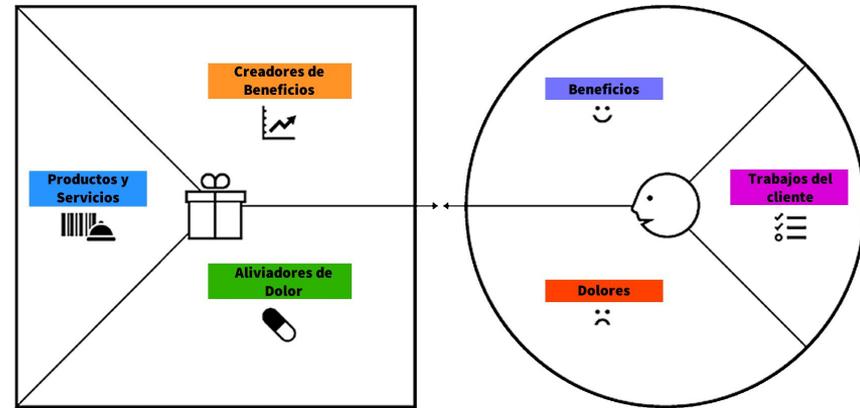
# 1. Canvas de Propuesta de Valor

## 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.



# Observación de cliente

## 1. Tareas del cliente

- Cumplir con protocolos de limpieza dentro y fuera de su lugar de trabajo
- Esperar mucho tiempo para conseguir un medio de transporte
- Separar en casa sus objetos de uso personal
- Tomar distancia de la familia y la pareja
- Tener que transitar por zonas con poca afluencia

## 2. Dolores

- Tener que preparar su alimentación en casa teniendo en cuenta su carga emocional y las largas jornadas laborales
- Discriminación social por estar vinculado directamente con el COVID-19
- Miedo a contagiar a alguien
- Incurrir en gastos adicionales por la limitación de servicios
- Miedo a desarrollar problemas mentales, emocionales y/o psicológicos
- Miedo al distanciamiento del núcleo familiar
- Incertidumbre del tiempo de este proceso
- Inestabilidad económica

## 3. Beneficios

- Reducir la propagación del COVID-19
- Tener un lugar de descanso para evitar contagiar a terceros
- Reducir los desplazamientos
- Reducir el estrés por la presión social y laboral
- Seguridad y apoyo
- Alternativas para conseguir alimentos
- Disminuir el rechazo social por relación con el COVID-19

# Mapa de Valor

## 4. Aliviadores de dolor

- Hospedaje, en hotel o en casa de acogida, que cumpla con los protocolos de limpieza recomendados por la OMS. Servicio ofertado sin costo o con un costo reducido
- Contar con soporte o apoyo emocional mediante profesionales o familiares
- Oferta de alimentación a domicilio o en los hoteles que garantice los protocolos de la OMS
- Oferta de servicio de transporte que garantice bajo protocolos de seguridad e higiene el desplazamiento del personal desde el centro de salud hacia el alojamiento.



## 5. Creadores de Beneficios

- Mayor tranquilidad emocional para el beneficiario y para sus seres queridos
- Disminución de gastos
- Cohesión social
- Reconocimiento por su labor
- Oportunidad de colaboración de terceros



## 6. Productos & Servicios

- Un portal digital donde las personas del sector salud podrán manifestar si requieren asistencia en alojamiento, transporte o alimentación. Donde el sector público o privado puede generar una oferta dirigida a cubrir estas necesidades con costo cero o costo reducido.



# 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



# 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?

Un portal digital donde las personas del sector salud podrán manifestar si requieren asistencia en alojamiento, transporte o alimentación. Donde el sector público o privado puede generar una oferta dirigida a cubrir estas necesidades con costo cero o costo reducido.

## 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?

Usuarios:

Cualquier servidor de los centros de salud que están realizando tareas diversas en contacto con sospechosos usuarios COVID-19 positivos en Bogotá D.C., Colombia. Personas que conviven con otros en el mismo espacio habitacional, sin importar su nivel de ingresos.

Clientes:

La sociedad civil que desea aportar a la iniciativa, el cuerpo del gobierno, los centros de salud y el sector privado hotelero.

## 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?

La difusión será en los centros de salud a través de mails informativos al personal, carteleras con descripción de la iniciativa, a través de redes sociales (facebook, instagram, linkedin, twitter), difusión en medios masivos tradicionales así como en los medios internos de cada centro de salud (radio, TV).

# 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?

Tendrán la seguridad de que se realizan los protocolos de distanciamiento y sanidad en cada uno de los servicios de acuerdo a las normas de la OMS.

La comunicación será personalizada y virtual, con alimentación, locomoción y alojamiento (habitación y servicio sanitario) que contemple los cuidados sanitarios, con conectividad y acceso para contactarse con familiares y redes de contención.

La distribución de los alojamientos será coordinada con el personal administrativo de cada centro de salud, en base a las ubicaciones y procurando la menor cantidad de desplazamientos.

# 05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

¿Cómo nos realizarán los pagos?

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

Como el COVID-19 es una enfermedad laboral, el asegurador laboral del personal de la salud aportará un porcentaje de dinero según los aportes de cada trabajador, el gobierno, la sociedad civil y personas particulares aportarán otra parte.

Las personas particulares podrán comprar por adelantado el alojamiento para utilizar luego de la pandemia, pagando un precio extra se aportará a la financiación de los servicios para el personal de los centros de salud.

Los alojamientos recibirán el pago por las habitaciones contratadas por adelantado y donarán la utilidad de las mismas, cubriendo parte de de los servicios del personal de salud con dichas donaciones que además significarán reducción en los impuestos de los alojamientos.

## 06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

¿Qué recursos materiales necesitas?

¿Qué recursos intangibles necesitas?

Contactos y acuerdos con el sector hotelero, los centros de salud, servicios de lavandería, alimentación, transporte y soporte psicológico. Para el soporte y funcionamiento del portal serán necesarias bases de datos, plataforma web, sistemas de información, dispositivos electrónicos y personal administrativo para gestionar todos los servicios.

## 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?

Establecer presupuestos para contratar los servicios más convenientes.

Crear las alianzas con los proveedores de cada servicio.

Gestionar la logística de funcionamiento de todos los servicios de forma coordinada.

## 08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

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

¿Quiénes son mis aliados?

Alojamientos, Centros de salud, transporte, alimentación, lavandería, soporte psicológico.  
Gobierno y aseguradoras laborales.

# 09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

¿Recursos y actividades más costosas?

¿Cual es el costo de nuestros canales?

**Pago de servicios:**

Alojamiento

Alimentación

Transporte

Lavandería

Psicólogos

Personal involucrado

Mantenimiento de plataforma, compra de bases de datos, campañas publicitarias en redes y medios masivos.

# 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

