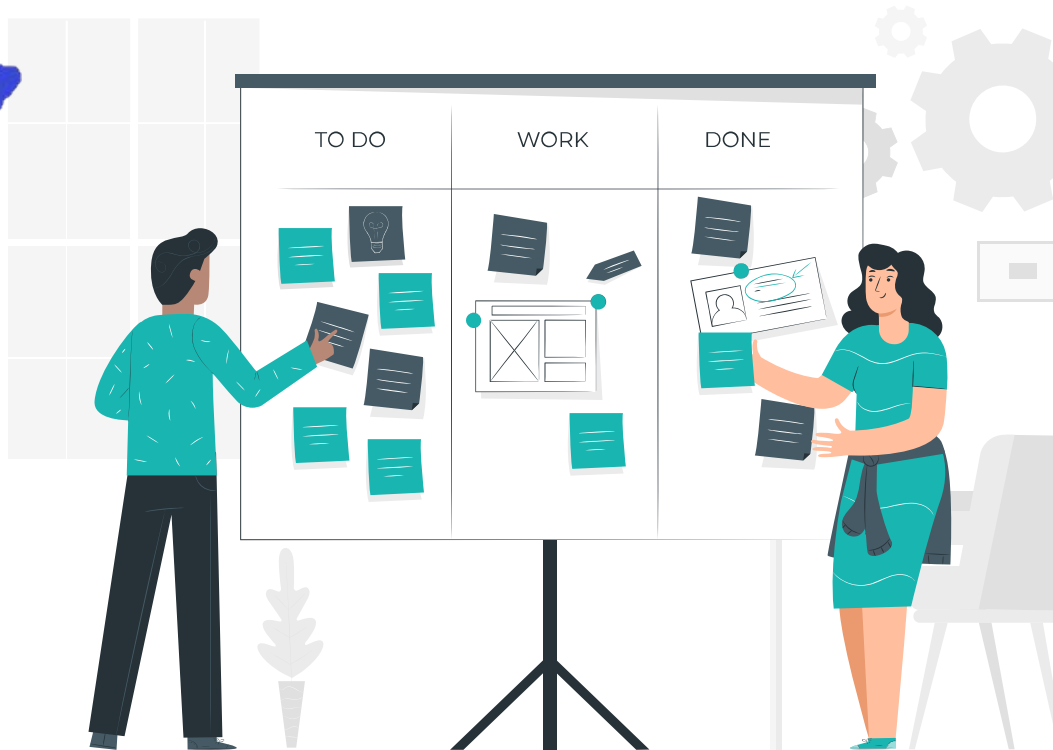


CADA  
DÍA  
CUENTA

LATAM HACKATHON  
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



# Material Sábado



# DETALLE DE JORNADA

02

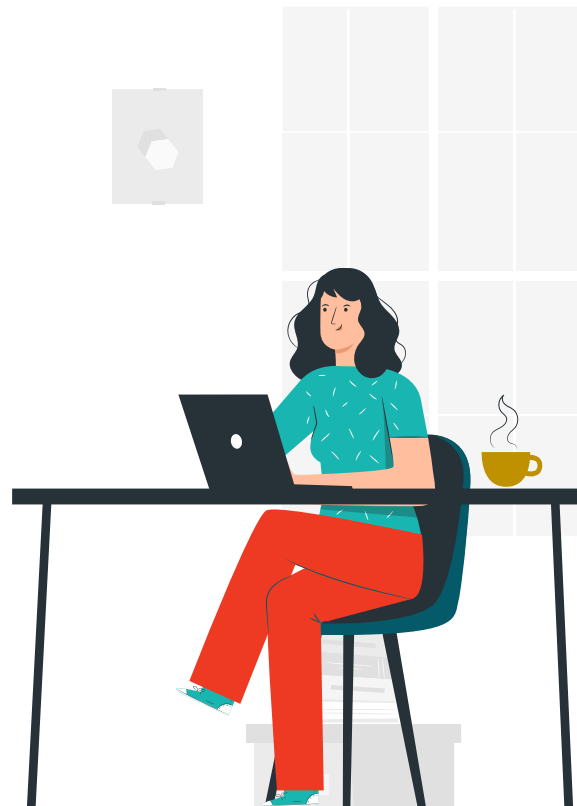


## Sabado

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



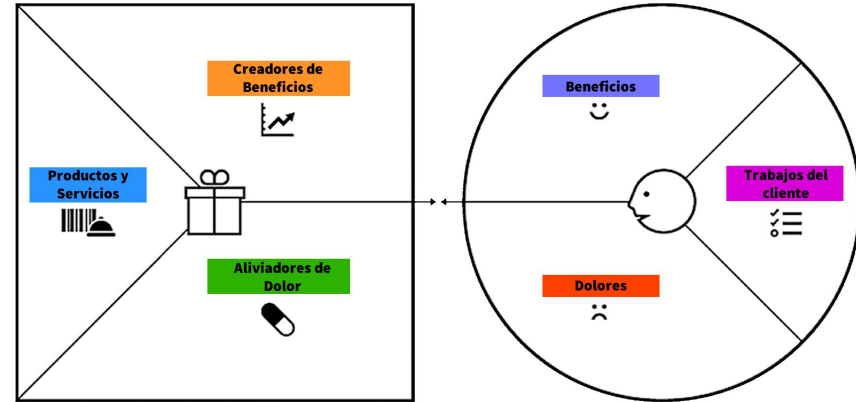
# 1. Canvas de Propuesta de Valor

## 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

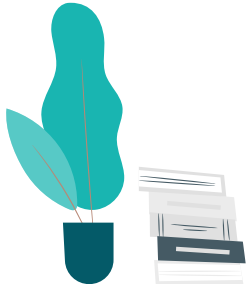
yoEmprendo El lienzo de propuesta de Valor

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 divided into three segments. The top segment is labeled "gains" with a smiley face icon. The bottom segment is labeled "pains" with a frowny face icon. The right side is labeled "cust jobs" (customer jobs) with a list icon.

A central figure of a person is positioned between the two sections, with an arrow pointing from the "Producto" area to the person. A large curved arrow on the right side indicates a feedback loop from the customer side back to the design side. The text "OSH" is written at the top right of the diagram.

Más info en [www.yoemprendo.es](http://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

- + Responsabilidad social y colaborativa
- + co-creación, crear comunidades
- + Ahorro de tiempos y costos
- + Calidad, Tiempos de entrega, fácil acceso, precios estables, visibilidad el producto
- + Servicio Personalizado y diseño

○

## 2. Dolores

- + Desempleo - Quiebra
  - + Inseguridad
  - + Privación de atención médica médicos
  - + Cierre de operaciones
- cuarentena
- + Desabastecimiento e incremento canasta básica
  - +53% de empleo informal en Latinoamérica

○

## 3. Beneficios

- + Responsabilidad social y colaborativa
- + Calidad, Tiempos de entrega, fácil acceso, precios estables, visibilidad el producto
- + Disminución en los tiempos procesos comerciales
- + Servicio Personalizado y diseño
- + co-creación, crear comunidades

○

# Mapa de Valor

## 4. Aliviadores de dolor

- + Autoempleo
- + Seguridad
- + Garantía de servicios
- + Libre intercambio comercial
- + Abastecimiento y Centralización de la canasta familiar



## 5. Creadores de Beneficios

- + Digitalización de canales comerciales y distribución
- + Aumento de los clientes potenciales
- + Disminución de costos (fijos-variables, arrendamiento, maquinaria, ) para intermediarios
- + Aumento de productividad (Facilidad de comunicación..)
- + Calidad de vida



## 6. Productos & Servicios

- + Plataforma (Canal de intercambio y distribución)
- + Criptomoneda colaborativa (Basada en canasta básica)
- + Gracia para la carga tributaria para empleado informal
- + Desarrollo de economías de escala





# 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

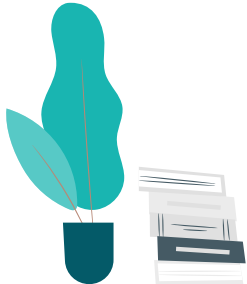
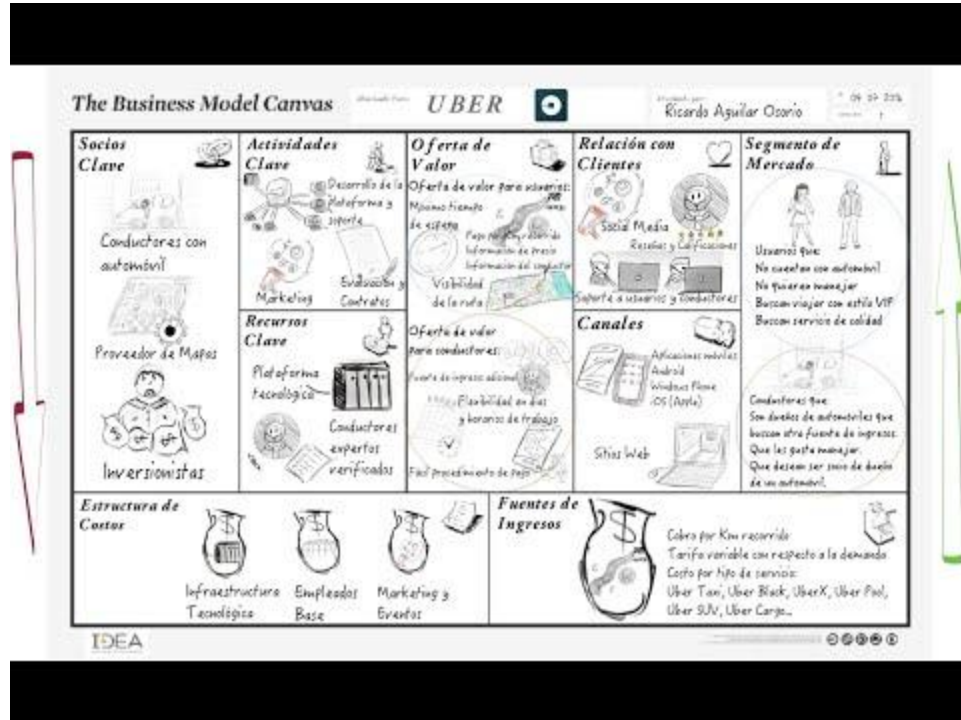
- Definir los siguientes puntos y su articulación:
- Cuál es tu propuesta de valor y para quién.
- Cómo vas a vender tus productos para generar utilidad y valor.
- Cómo vas a conseguir clientes y a conservarlos.
- Cómo te vas a mostrar ante el mercado.
- Cuál va a ser tu estrategia para salir al mercado: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

+ La plataforma está diseñada para ser colaborativa y comunitaria que permita el intercambio de bienes o servicios tangibles e intangibles, a través de la cooperación vía financiera o trueque. Al mismo tiempo se busca que sea accesible y por tanto se ofrece capacitación para poder utilizarla.

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

- + Al digitalizar el intercambio reduce el contagio ante el virus covid-19.
- + Centralizar el nodo logístico para que se haga la correcta distribución.
- + Mantener los protocolos de higiene.
- + Ofrecer información para que la gente sepa cómo funcionan los protocolos.

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

- + Garantiza el flujo de la economía colaborativa y solidaria.
- + Generar empleo, acceso y **capacitación** a los sectores vulnerables. (Uso de videos y ejemplos)
- + Generación de un modelo disruptivo y creatividad para hacer negocios.
- + Implementación de un Blockchain para el transporte seguro de la información. Esto va a depender de un ejercicio de evaluación para determinar el mejor uso de la criptomoneda

## 02 – Segmento de clientes

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

Sectores vulnerables

- + Mayores de edad de 59 años o mayor edad, personas con discapacidad,
- + Con ingresos que no garantizan la canasta básica familiar (salario mínimo o menos)
- + Madres solteras - cabezas de familia
- + Personas sin acceso a la educación o primaria
- + Sin importar su profesión
- + Personas desempleadas e independientes

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

- + Todo aquel que necesite un bien o un servicio que cuente con acceso a internet.
- + Tanto clientes como usuarios, toman la decisión basada del bien o servicio que tengan necesidad.

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

- + Sí, existen grupo de clientes, consumidores (Comunidades).

## 03 – Canales

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

+ Plataforma digital, redes sociales, plataformas existentes que deseen integrarse al proyecto (Aceleradores, incubadoras, sector gubernamental, vía SMS, etc.)

¿Son estos los medios usuales en el sector?

+ Páginas web, redes sociales(influencers),

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

+ De forma digital, algunos pueden ser de forma presencial (Tomando en cuenta las medidas de higiene y seguridad).

¿Existen restricciones comerciales para ello?

+ Sí, dependiendo el sector puede que tengan cierta legislación.

# 04 – Relación con clientes

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

- + A distancia (Recursos tecnológicos)
- + Relación automatizada - autoservicio (Digital)
- + Relación personal (Vía telefónica)
- + Relación colectiva (Entre las comunidades, co-creación, grupos de clientes)
- + Tener líneas de comunicación y de apoyo muy claras

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

- + Responsabilidad social y colaborativa
- + Calidad, Tiempos de entrega, fácil acceso, precios estables, visibilidad el producto
- + Disminución en los tiempos procesos comerciales
- + Servicio Personalizado y diseño
- + Co-creación, crear comunidades

¿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?

- + A distancia, automatizada, principalmente.



# 05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

Donaciones en dinero, en especie y cooperación por mantenimiento de la plataforma, dependiendo el tipo de cliente. (Multinacional, local etc.). Contribución de los beneficiarios.

- + Ofrecer espacios publicitarios de cadenas grandes. (Incluyendo a los negocios locales).
- + Obtener un porcentaje de beneficios al ofertar en el mercado bursátil.
- + Clientes con más recursos pueden apoyar a los más chicos.
- + Plataforma solidaria.
- + Mayor dependencia de donaciones al principio con una mira a mayor auto-sostenibilidad en el mediano y largo plazo con menor dependencia de donaciones

¿Cómo nos realizarán los pagos?

- + Todo debe de ser virtual preferentemente, o vía tiendas de conveniencia.
- + Entender cómo se puede utilizar la criptomoneda o una moneda de intercambio
- + Puede ser intercambio de conocimiento/know-how a partir de horas utilizados

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

- + Sí, dependiendo el tamaño del negocio que ofrezca bienes o servicios, dándole prioridad los vulnerables.
- + La fijación de precios de canasta básica para que no se disparen.
- + También el uso de criptomonedas puede ganar un rendimiento para las comunidades que forman parte.

+ Intercambio de conocimiento

## 06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

+ Los clientes, usuarios-comunidades, patrocinadores (terceros, actores logísticos), aliados.

¿Qué recursos materiales necesitas?

+ Infraestructura tecnológica (Computadora, móviles, internet), centros de distribución, medios de transporte (Flotas de transporte de los mismos usuarios y de terceros).

¿Qué recursos intangibles necesitas?

+ Desarrollo del software, Know How/conocimiento, habilidades blancas (Capacitación), Co-Creación.

# 07 – Actividades clave

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

- + El desarrollo de la plataforma
- + Mantenimiento y soporte de la plataforma.
- + La implementación de la criptomoneda.
- + Desarrollo de sistema de capacitacion (enfocada a este publico)
- + Encontrar centro de abastecimiento

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

- + La mejora continua de la plataforma.
- + Integración multisectorial.
- + Mantener líneas de comunicación claras y mantener la transparencia.
- + Capacitacion continua
- + Crear mecanismos de retroalimentación
- + Tener apoyo contable y mantener procesos legales claros
- + Monitoreo de la plataforma
- + Asegurar el acceso a la plataform a través del celular

# 08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

- + Los clientes
- + Aliados

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

- + Las multinacionales o grandes empresas
- + Las ONGs (apoyo en desarrollo de componente de capacitación y en entender al beneficiario/cliente)

¿Quiénes son mis aliados?

- + Los clientes-comunidades, voluntarios y usuarios.
- + Sector gubernamental (dependiendo del país)
- + Los que pueden proveer infraestructura tecnológica.
- + Las ONGs que ya trabajan con el sector informal y las personas más vulnerables

# 09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

- + La infraestructura tecnológica (Fijos y variables).
- + El inventario y canales de venta.
- + El equipo que apoya y monitorea la plataforma
- + El equipo de comunicación y la publicidad
- + El apoyo contable

¿Recursos y actividades más costosas?

- + La logística para los centros de distribución.
- + Personal.
- + Inicialmente, el diseño de la infraestructura contable

¿Cual es el costo de nuestros canales?

- + Redes sociales.
- + La integración de los mecanismos de pago.
- + La integración de los mecanismos de retroalimentación

# 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

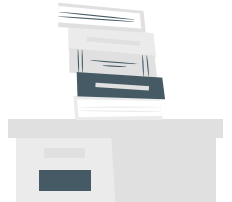
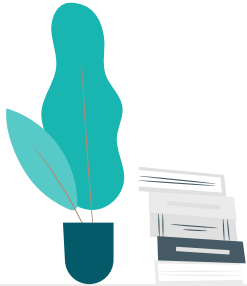
- Proponer variantes de expansión de la solución.
- Poder pensar en función de múltiples opciones de expansión de forma guiada.
- Estimular a los integrantes del grupo asignando ejes de enfoque específicos a cada uno para inspirar la creatividad.



# 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".

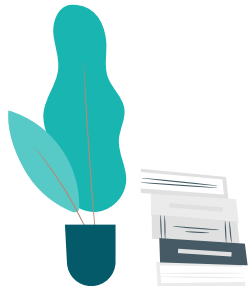




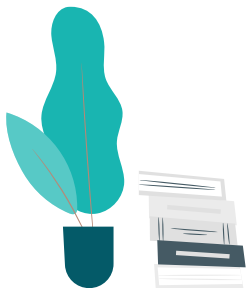
## 04. Postulación final

+ La plataforma está diseñada para ser colaborativa y comunitaria que permita el intercambio de bienes o servicios tangibles e intangibles, a través de la cooperación vía financiera o trueque. Al mismo tiempo se busca que sea accesible y por tanto se ofrece capacitación para poder utilizarla.

- + Plataforma (Canal de intercambio y distribución).
- + Criptomoneda colaborativa (Basada en canasta básica).
- + Gracia para la carga tributaria para empleado informal.
- + Desarrollo de economías de escala.
- + Mecanismo de colaboración
- + Mecanismo de capacitación

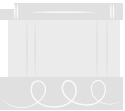
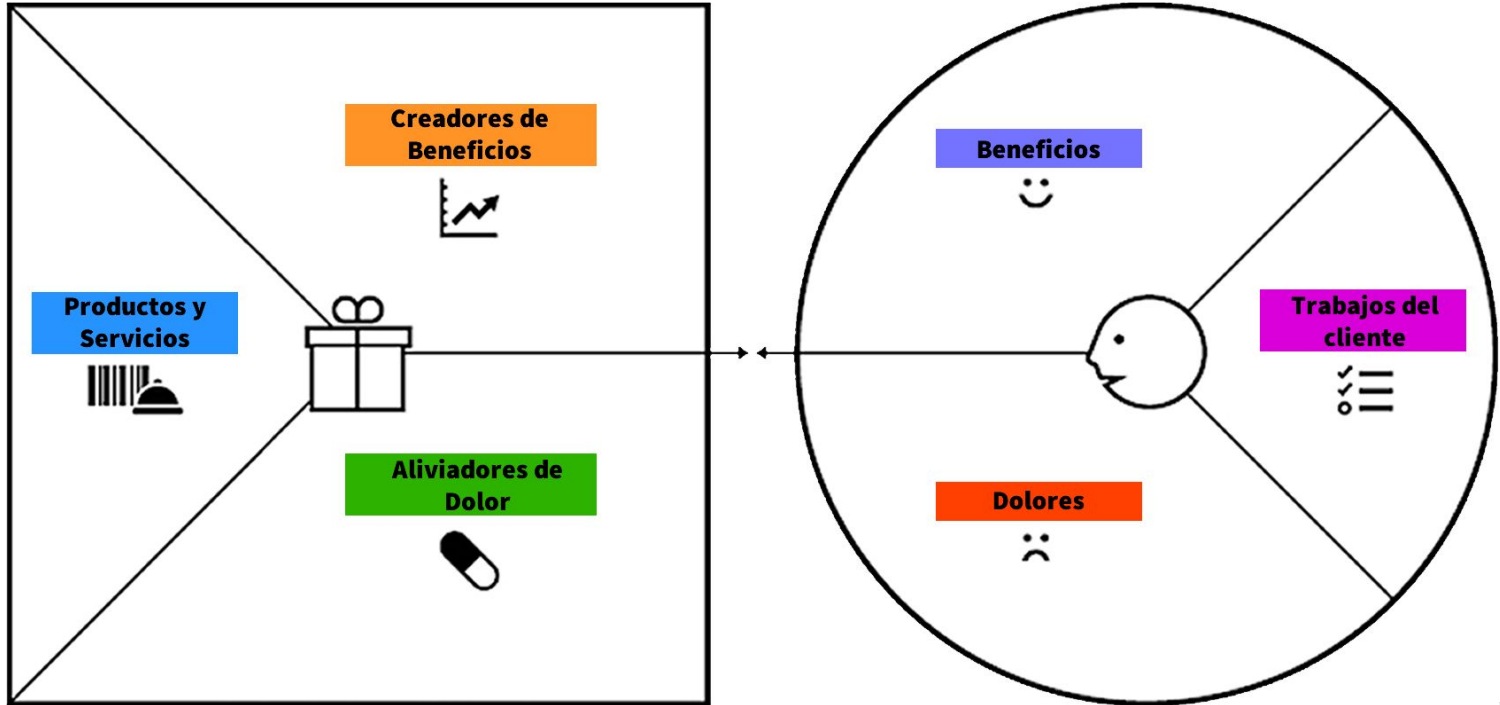


# IMPRIMIBLES












## 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

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



# 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

