

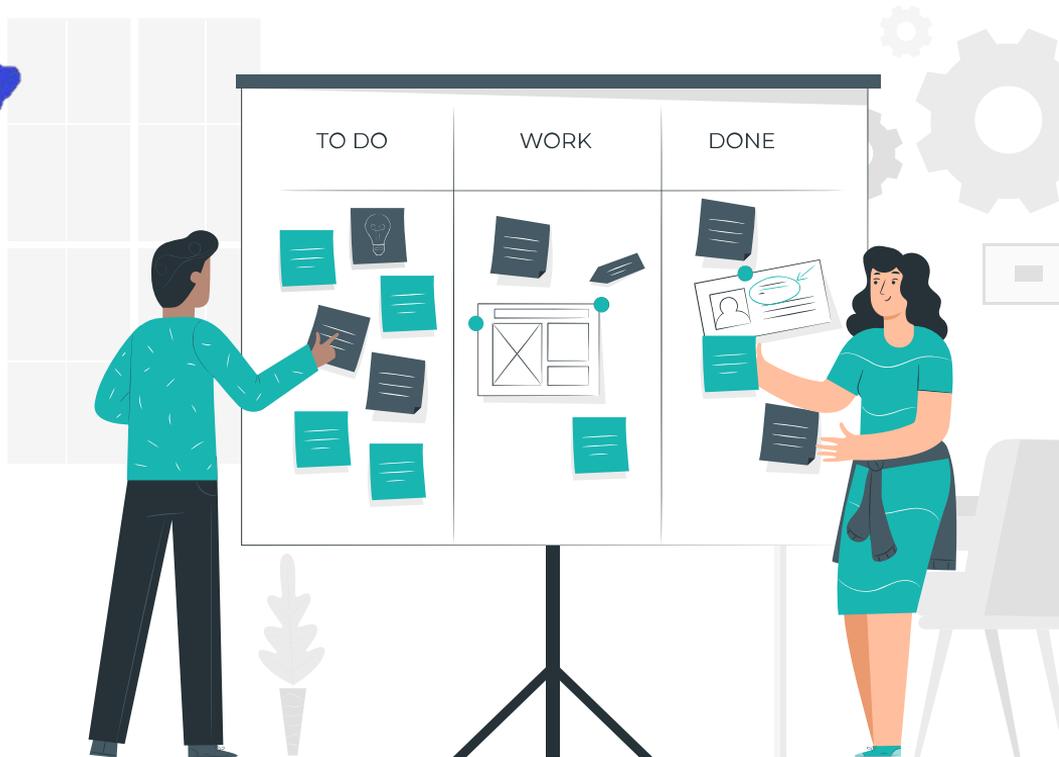
CADA  
DÍA  
CUENTA

LATAM HACKATHON

SOLUCIONES PARA EL COVID-19



# Material Sábado



# DETALLE DE JORNADA

02

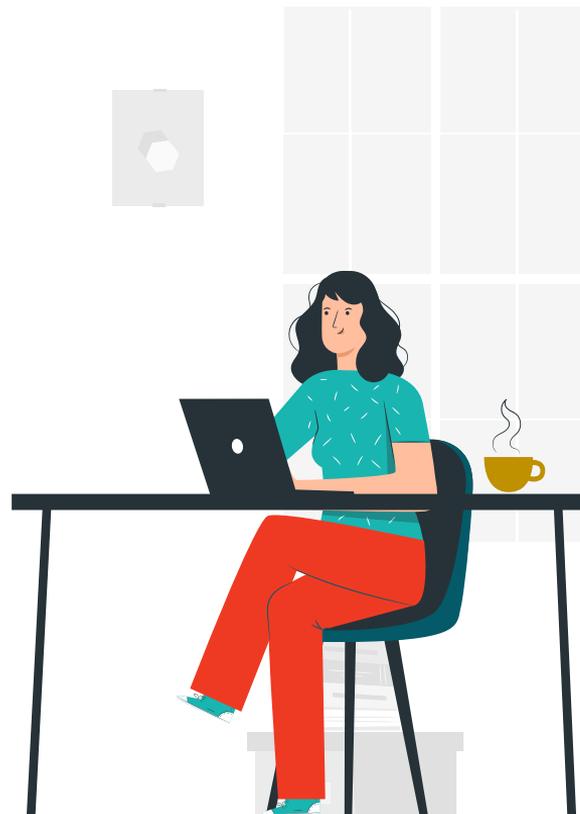


## Sabado

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



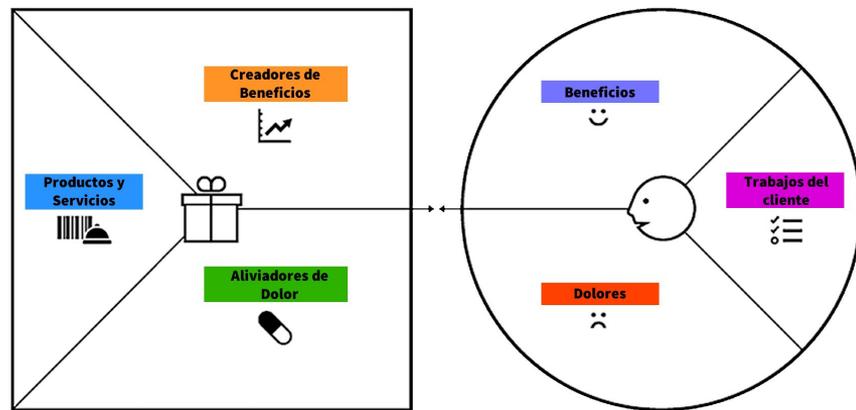
# 1. Canvas de Propuesta de Valor

## 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

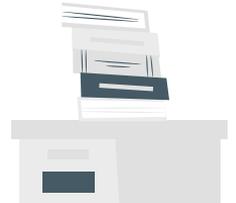
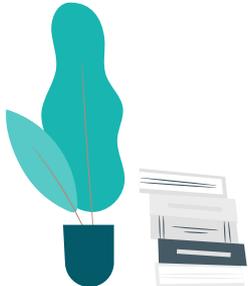
gains creators  
Producto  
pain relievers

gains  
pains  
cust jobs

OSM

DISEÑAR ORGANIZAR

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

- **Implementar estrategias de prevención para disminuir la curva de infectados**
- **Prueba de test de diagnóstico**
- **Limitaciones de atención en UCI (respiraciones artificiales )**
- **Cuidado en pacientes en casa**
- **Normas de distanciamiento social-cuarentena**
- **Adquisición de insumos de protección necesarios en establecimientos de salud**



## 2. Dolores

- **Incremento del número de infectados**
- **Que la infección desborde la capacidad de los sistemas sanitarios**
- **Abastecimiento de materiales médicos**
- **Aislamiento social prolongado y recesión económica**
- **Emergencia sanitaria consecuencia de la psicosis social**
- **Discriminación laboral por no ser infectado**



## 3. Beneficios

- **Contagio controlado**
- **Disminución de la ansiedad social**
- **Solidaridad en la población**
- **Ganando tiempo para hacer frente a la enfermedad**
- **Resultados mejorados del paciente**



# Mapa de Valor

## 4. Aliviadores de dolor

- **Implementación de sistemas de detección temprana a paciente con Covid19**
- **Protocolos rigurosos para casos de Covid19**
- **Medidas urgentes para el sistema de vigilancia y respuesta sanitaria frente al Covid19**
- **Planificación y uso mas eficiente de los recursos**
- **Eleva la sensación de control – seguridad de los cuidadores respecto a la enfermedad del paciente**



## 5. Creadores de Beneficios

- **Promueve la innovación tecnológica**
- **Ampliación de la cobertura del diagnóstico**
- **Mejora en identificación de casos graves y su manejo**
- **Rapidez de diagnostico**
- **Dispositivos portátiles**



## 6. Productos & Servicios

- **Inmunoensayo enzimático para la determinación cuantitativa de Interleucina-6 (IL-6) en suero y plasma humanos para la detección de Covid19**
- **Registro de saturación de oxígeno en tiempo real.**
- **Seguimiento de la evolución de la infección en la población**
- **Pruebas rápidas de anticuerpos.**



# 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

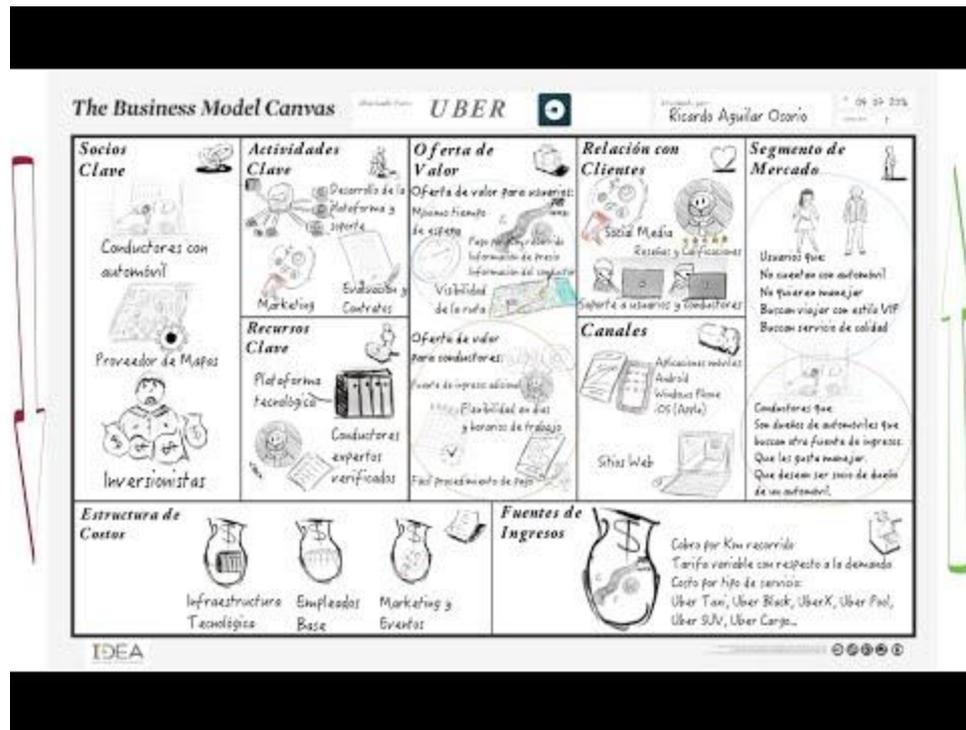
- Definir los siguientes puntos y su articulación:
- Cuál es tu propuesta de valor y para quién.
- Cómo vas a vender tus productos para generar utilidad y valor.
- Cómo vas a conseguir clientes y a conservarlos.
- Cómo te vas a mostrar ante el mercado.
- Cuál va a ser tu estrategia para salir al mercado: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

Es innovación

Control y seguimiento remoto y en tiempo real de la evolución de la infección

Propuestas con el objetivo de manejar el contagio considerando que el virus infectara a toda la población

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

Las personas infectadas son contagiosas desde el inicio de la enfermedad, las infecciones verdaderamente asintomáticas son poco frecuentes, no hay evidencia de reinfección tras haberse recuperado, las personas pueden tener una carga viral durante varios días/semanas después de recuperarse, pero no se sabe bien hasta cuándo son infecciosas, medidas de contención y/o mitigación

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

Disminución de los infectados

Disminuir los costos económicos y sociales de la pandemia

Evitar la saturación de los sistemas de salud

## 02 – Segmento de clientes

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

Población de bajo riesgo mortal no contagiadas

El estado

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

El estado compra, la población de bajo riesgo consume

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

Cliente: Estado - Ministerios de Salud

Usuarios: Población afectada

## 03 – Canales

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

Redes sociales, medios de comunicación

¿Son estos los medios usuales en el sector?

Si

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

Mediante los canales de la estrategia de vigilancia epidemiológica del COVID19.

¿Existen restricciones comerciales para ello?

La compra de pruebas y material médico requiere permiso especial

# 04 – Relación con clientes

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

Clientes: sinergia y cooperación.

Usuarios: recibe los servicios y productos

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

- Mejorar la información para la toma de decisiones
- Planificación y uso más eficiente de recursos
- Elevación de la sensación de control
- Ampliación de la cobertura de diagnóstico
- Disminución del costo económico y social

¿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?

Directa

# 05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

De los datos recolectados

¿Cómo nos realizarán los pagos?

Transacciones virtuales

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

No

## 06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

El personal de salud y los auxiliares

¿Qué recursos materiales necesitas?

Pruebas rápidas, oxímetros, balas de oxígeno,

¿Qué recursos intangibles necesitas?

servicios en la nube

# 07 – Actividades clave

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

- Recolección de datos
- Brigadas de realización de pruebas rápidas
- Atención domiciliaria de casos
- Análisis de los datos

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

- Promotores de innovación
- Rol de asesoría para el estado
- Rol de investigación con el estado

## 08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

Empresas productoras de pruebas

Empresas productoras de oxímetros

Proveedores de balas de oxígeno

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

Proveedores de material médico y hospitales

¿Quiénes son mis aliados?

Los hospitales

# 09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

Logística

Personas médico

¿Recursos y actividades más costosas?

Personal médico y auxiliares

¿Cual es el costo de nuestros canales?

Costos asociados a personal médico y auxiliares, logística, personas médico

# 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

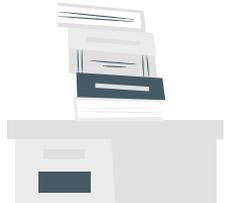
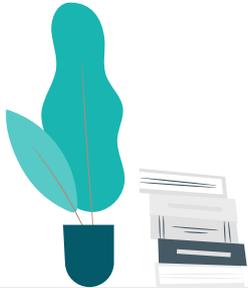
- Proponer variantes de expansión de la solución.
- Poder pensar en función de múltiples opciones de expansión de forma guiada.
- Estimular a los integrantes del grupo asignando ejes de enfoque específicos a cada uno para inspirar la creatividad.



# SCAMPER

with cake!

i con bizcocho !



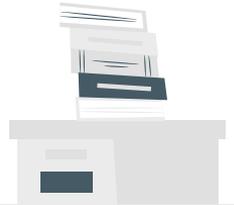
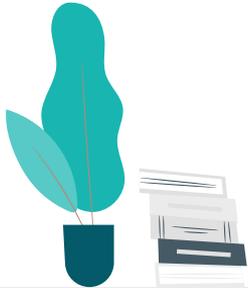
## Paso a Paso: SCAMPER

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".

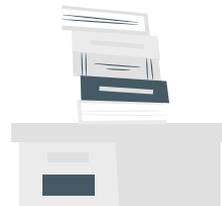
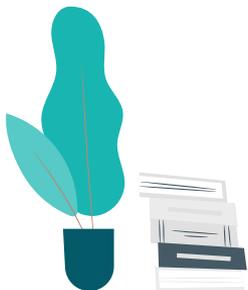


## 04. Postulación final

*Desplegar un sistema de alerta temprana como pronóstico de complicaciones de COVID-19 en la población mediante pruebas rápidas y POCT (on point care test)*

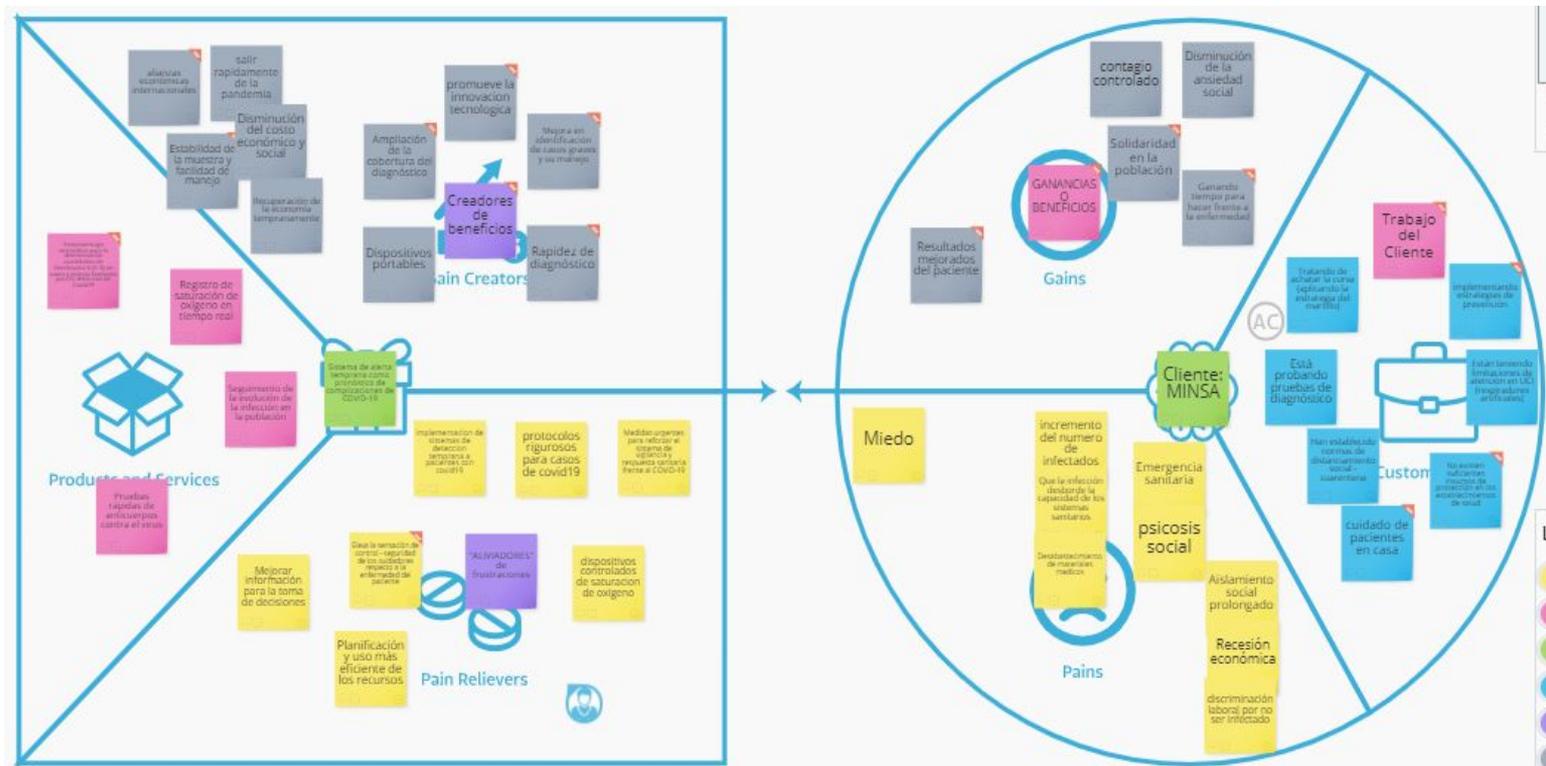


# IMPRIMIBLES



# Canvas de Propuesta de Valor

I  
M  
P  
R  
I  
M  
I  
R



Le



## 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

