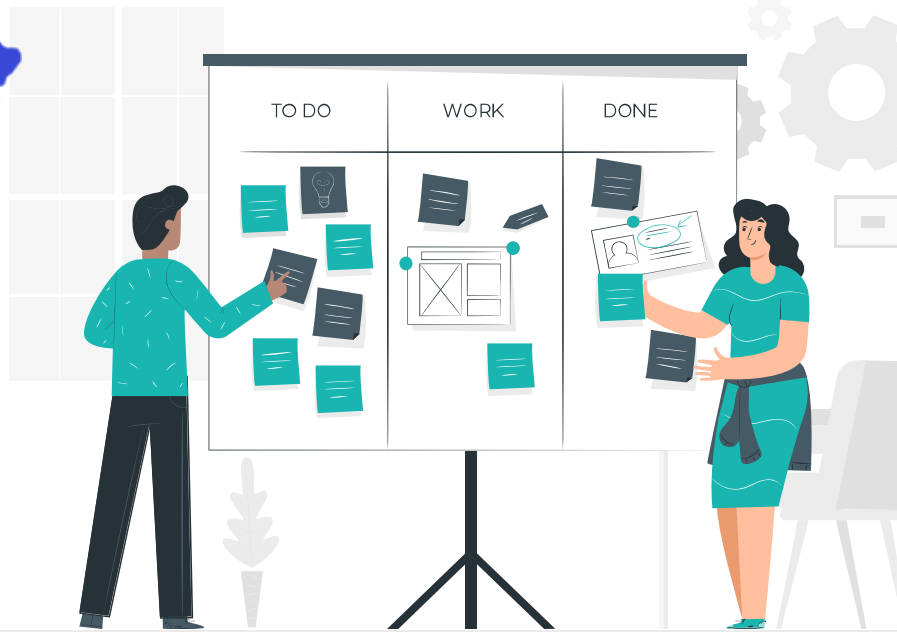


CADA
DÍA
CUENTA
LATAM HACKATHON
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



Material Sábado



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



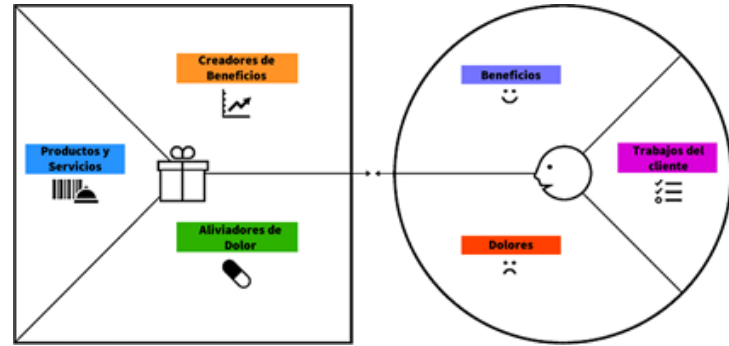
1. Canvas de Propuesta de Valor

DESCRIPCIÓN DE LA DINÁMICA

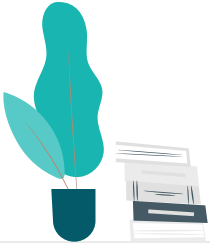
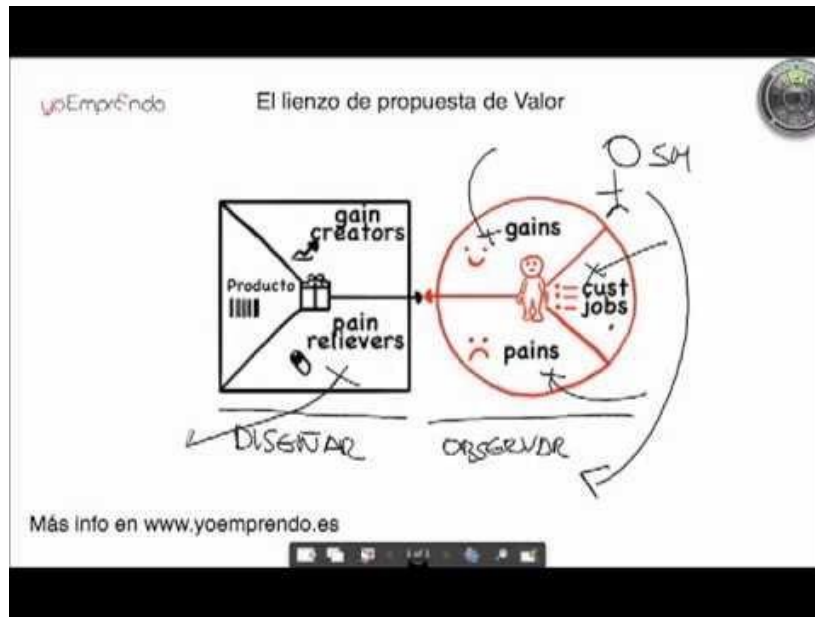
Es un dinámica fundamental para definir cómo vas a crear valor para el segmento de clientes/beneficiario específico (las propuestas de valor no pueden existir de forma independiente a mi segmento de clientes). En el "Documento de trabajo" están planteadas las preguntas y el orden de cada una de las 6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

- **Socialización**
- **Desarrollo de habilidades**
- **Fomento de la creatividad**



2. Dolores

- **Limitación de espacio y tiempo**
- **Ambientes sin supervisión**



3. Beneficios

- **Complemento a la formación académica presencial**
- **Oportunidad de expandir círculos sociales a través del aprovechamiento sano del tiempo libre**



C
O
M
P
L
E
T
A
R

Mapa de Valor

4. Aliviadores de dolor

- Webinars y retos especiales para cada segmento de edad
- Flexibilidad de uso en tiempo y espacio
- Moderación de las actividades para fomentar ambientes sanos



5. Creadores de Beneficios

- Redes sociales creadas a partir de actividades afines
- Contactos entre jóvenes de diversos contextos



6. Productos & Servicios

- Plataforma Web y Aplicación para el desarrollo de habilidades complementarias a la educación formal para jóvenes



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

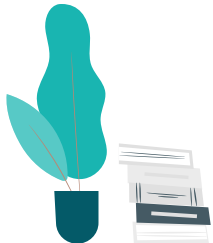
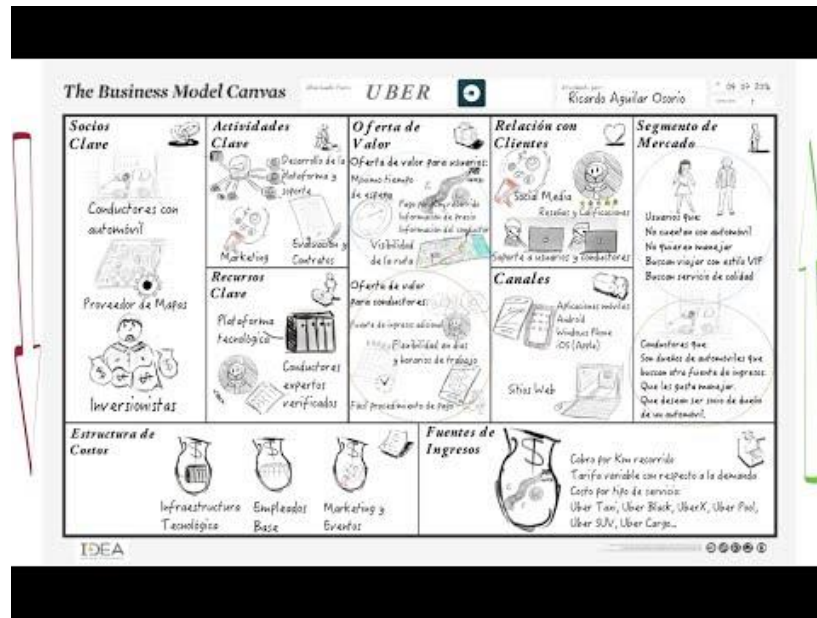
- Definir los siguientes puntos y su articulación:
- Cuál es tu propuesta de valor y para quién.
- Cómo vas a vender tus productos para generar utilidad y valor.
- Cómo vas a conseguir clientes y a conservarlos.
- Cómo te vas a mostrar ante el mercado.
- Cuál va a ser tu estrategia para salir al mercado: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

Propone una plataforma de aprendizaje por habilidades
Es una plataforma de jóvenes para jóvenes de acuerdo a sus intereses.
Propone formas alternativas de formación que complementan la educación formal
Es innovador, siendo como población objetivo los jóvenes, que sean parte activa para enfrentar esta emergencia.

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

Se involucran todos los estratos socioeconómicos trabajando en pro de población vulnerable
Contribuye al manejo de tiempo libre de adolescentes y jóvenes mitigando efectos sobre salud mental y bienestar
Estas habilidades pueden más adelante convertirse en sus propios emprendimientos

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

Inclusión, solidaridad, trabajo en equipo
Valora a la población joven y adolescente como parte activa de la solución frente a un momento de crisis



02 – Segmento de clientes

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

Jóvenes 10 a 22 años, en edad escolar y en etapa universitaria, hombre, mujer, ningún ingreso, básica primaria, de contextos socioeconómicos diversos

Jóvenes y adolescentes de cualquier género, con acceso a tecnologías de la información, población mayoritariamente urbana.

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

La aplicación es para el uso de todos los jóvenes y todos están en habilidad de contribuir con contenido y de consumirlo. Lo pensamos como una plataforma de intercambio.

Jóvenes de contextos socioeconómicos diversos participan y comparten contenidos

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

Dos grupos, jóvenes de 10 a 17 años, en etapa escolar y de 18 a 22 años, en etapa universitaria

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

Canal de televisión institucional, Facebook, Whatsapp que generalmente se incluyen en los planes de telefonía totalmente gratis y con el Ministerio de las TIC
A través de redes sociales y empresas aliadas que busquen expandir sus alcances en responsabilidad social empresarial

¿Son estos los medios usuales en el sector?

Sí

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

Solicitar a los youtubers más influyentes de cada país difundir
Podría hacerse una convocatoria a nivel de redes sociales y con grupos que ya trabajan con jóvenes (clubes de deporte, música) y diferentes organizaciones de base que ya existen de jóvenes.

¿Existen restricciones comerciales para ello?

No, estamos construyendo para la sociedad

04 – Relación con clientes

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

Comunidades

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

Crecimiento personal, creación de redes colaborativas, entretenimiento, diversión
Aprendizaje, aprovechamiento de tiempo libre.
Dar a conocer sus habilidades.

¿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?
Whatsapp, Facebook (FBLIVE, Webinar, conferencias, charlas)
Youtubers

05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

Empresas privadas, jóvenes estratos 4 y 5, fondo de empleados, cooperativas, apadrinamiento

¿Cómo nos realizarán los pagos?

Inicialmente se plantearía como una aplicación gratuita de intercambio. Las empresas y entidades oficiales aliadas podrían aportar para retos y webinars que requieran mayores recursos.

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

Incentivos a jóvenes que más utilicen la plataforma, compartir cuenta de Netflix, acceso a internet con planes compartidos, mercado de golosinas,

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

Líderes Juveniles (por ejemplo de organizaciones estudiantiles, organizaciones de sociedad civil para jóvenes, grupos culturales etc)
Youtubers

¿Qué recursos materiales necesitas?

Equipos de cómputo y servidores para desarrollo y funcionamiento de la plataforma, acceso a Internet

¿Qué recursos intangibles necesitas?

El desarrollo de la plataforma - Recurso Humano

07 – Actividades clave

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

Lluvia de ideas desde diferentes perspectivas profesionales y de oficio
Interacción con la población objetivo
Regresión a la época de adolescencia y aportar con dinamismo

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

Organizar
Creatividad
Proactividad

¿Quiénes son los proveedores clave?

Proveedores de tecnología para la plataforma interactiva

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

Juntas de acción comunal
Ente gubernamental que se encargue de la protección de los menores de edad
Otras organizaciones juveniles
Personas públicamente reconocidas

¿Quiénes son mis aliados?

Plataformas similares de enseñanza
Instituciones educativas
Youtubers
Empresas con políticas de RSE

09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

Asociados a desarrollo - mantenimiento
Difusión de la iniciativa

¿Recursos y actividades más costosas?

Los equipos de cómputo, servidores y recurso humano para el mantenimiento de la plataforma

¿Cual es el costo de nuestros canales?

Los costos derivados de la pauta publicitaria en redes sociales y las campañas de difusión entre posibles aliados tanto del sector privado y público

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

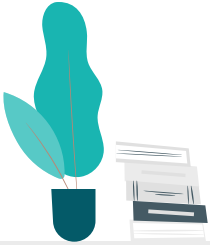
- Proponer variantes de expansión de la solución.
- Poder pensar en función de múltiples opciones de expansión de forma guiada.
- Estimular a los integrantes del grupo asignando ejes de enfoque específicos a cada uno para inspirar la creatividad.



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".

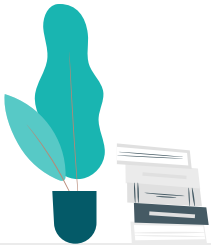


04. Postulación final

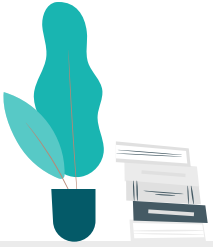
Proponemos una plataforma educativa y de entretenimiento para jóvenes. En ella los jóvenes pueden tener acceso a formación de diferentes habilidades, así como intercambiar sus conocimientos sobre temas de interés.

Está dirigida a jóvenes y adolescentes entre los 10 y 22 años de diversos contextos socioeconómicos. En ella los jóvenes tendrán acceso a información y retos interactivos para fomentar inclusión, solidaridad y trabajo en equipo para empoderar a la población joven y adolescente como parte activa de la solución frente a un momento de crisis

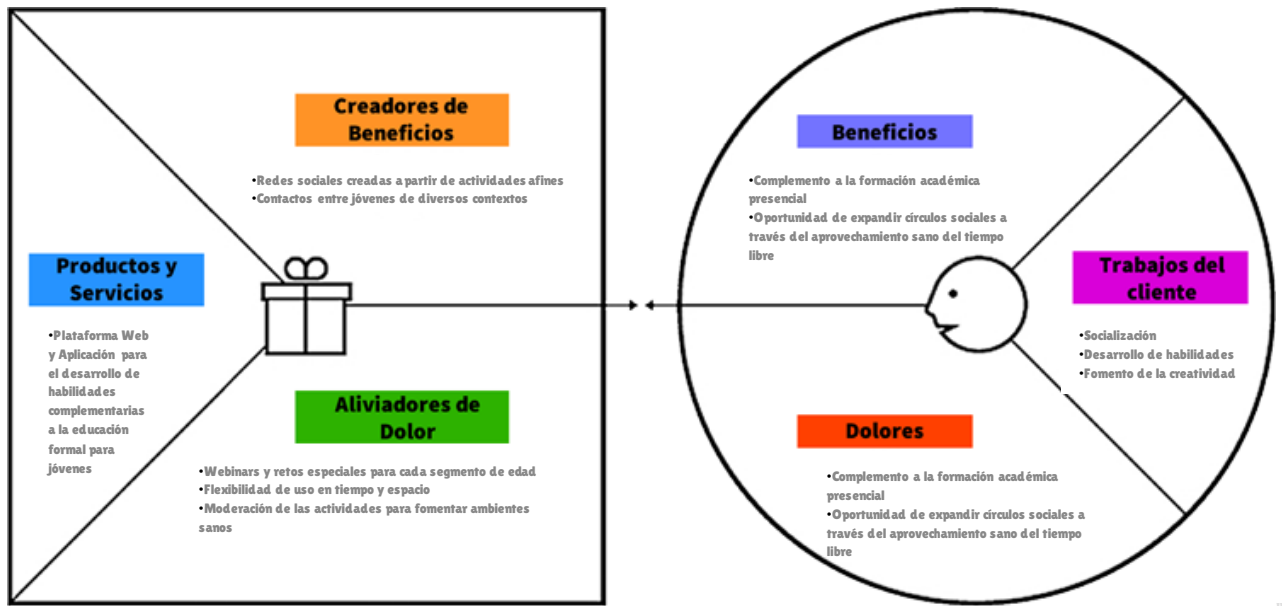
Para difundir la plataforma, se contará con las redes sociales, instituciones educativas, organizaciones juveniles de base y aliados estratégicos en sectores público y privado.












IMPRIMIBLES



I
M
P
R
I
M
I
R



<p>Socios clave </p> <ul style="list-style-type: none"> -Instituciones Educativas -Padres de Familia -Juntas de Acción Comunal -Organizaciones Juveniles -Entes oficiales para la protección de la juventud -Personas públicamente reconocidas 	<p>Actividades clave </p> <p>Lluvia de ideas desde diferentes perspectivas profesionales y de oficio Interacción con la población objetivo Regresión a la época de adolescencia y apartar con dinamismo Alianzas con empresas de entretenimiento</p>	<p>Propuestas de valor </p> <ul style="list-style-type: none"> -Inclusión, solidaridad, trabajo en equipo -Valora a la población joven y adolescente como parte activa de la solución frente a un momento de crisis 	<p>Relaciones con clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> -Creación de comunidades alrededor de intereses en común 	<p>Segmentos de cliente </p> <ul style="list-style-type: none"> -Jóvenes entre 10 y 17 años, en edad escolar -Jóvenes entre 18 y 22 años, en edad universitaria
<p>Recursos clave </p> <ul style="list-style-type: none"> -Patrocinadores -Personal técnico -Plataforma -Equipos de cómputo 		<p>Canales </p> <ul style="list-style-type: none"> -Página Web -Aplicación .Televisión, canales institucionales 		
<p>Estructura de costes </p> <ul style="list-style-type: none"> -Infraestructura tecnológica -Capital Humano -Campañas de Marketing 		<p>Fuentes de ingresos </p> <p>.Empresas privadas y oficiales, jóvenes de diversificación socioeconómica, fondo de empleados, cooperativas, apadrinamiento</p>		

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](#)

