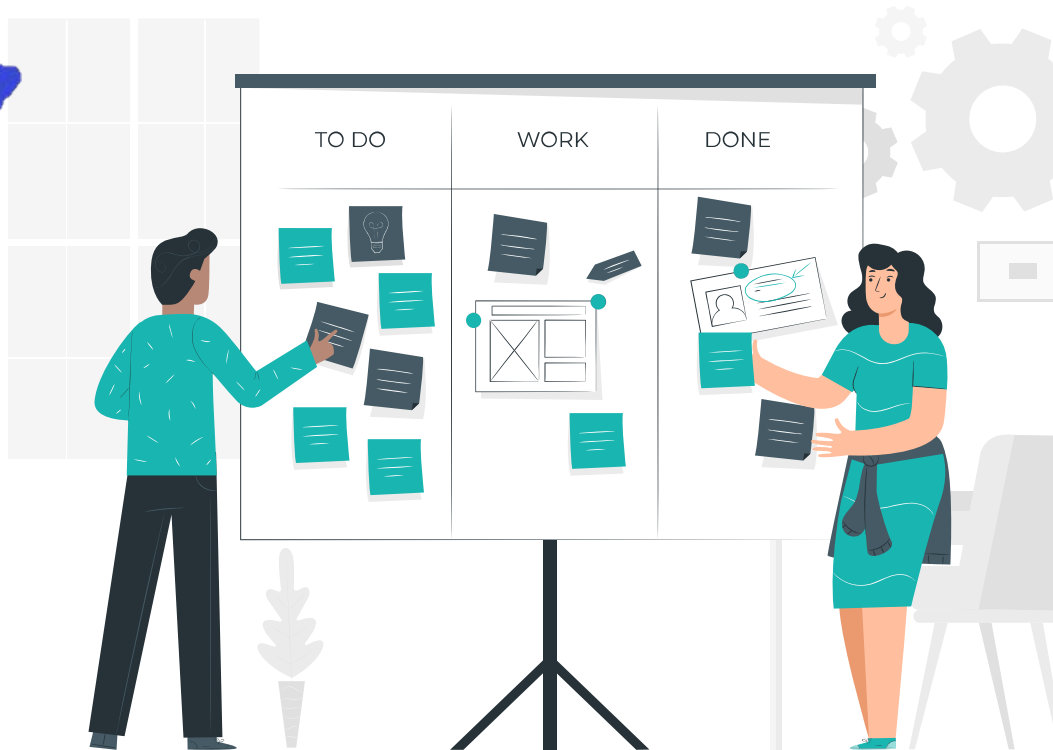


CADA
DÍA
CUENTA

LATAM HACKATHON
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



Material Sábado



DETALLE DE JORNADA

02

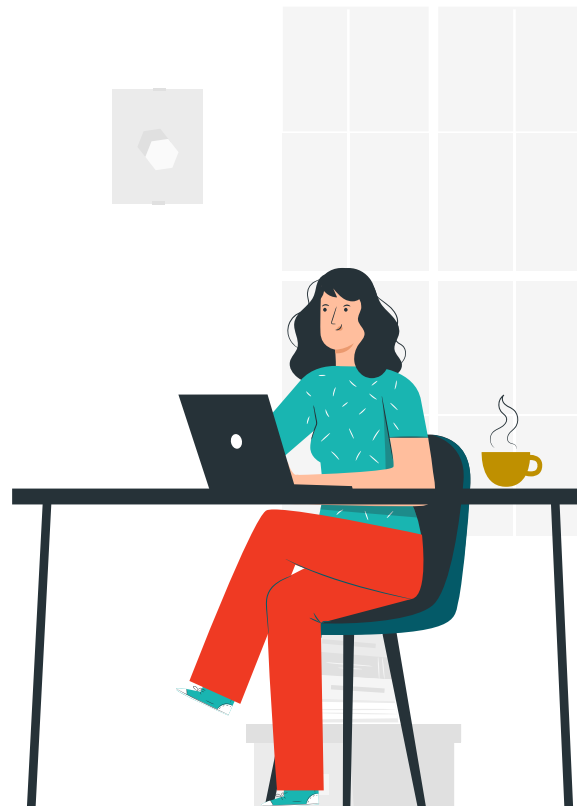


Sabado

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



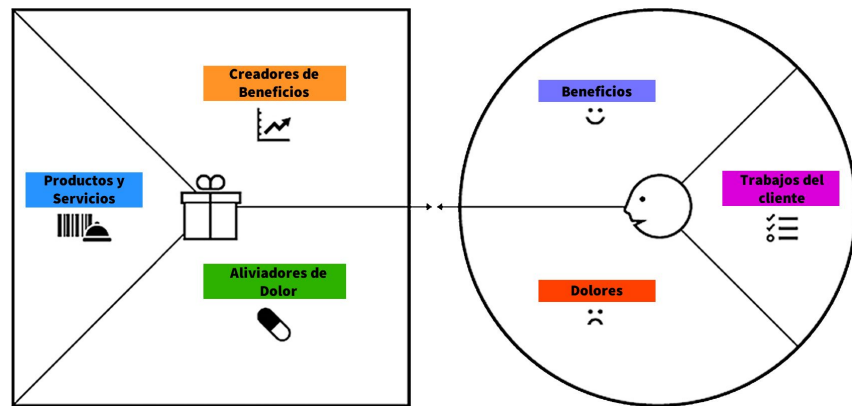
01. Canvas de Propuesta de Valor

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

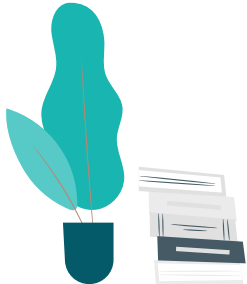
- Consensuar quien es mi cliente/ beneficiarios objetivo.
- Definir cuales son sus tareas, puntos de dolor y ganancia de mi cliente/ beneficiario objetivo.
- Detallar todos aquellos elementos que te ayudarán a construir tu solución de valor para el cliente/ beneficiario.



Canvas de Propuesta de Valor

yoEmprendo El lienzo de propuesta de Valor

Más info en 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

1. **Acudir al comedor con sus recipientes para evitar uso de desechables.**
2. **Conocer el objetivo de beneficiar al sector de la discapacidad para crear el impacto social.**
3. **Contribuir con la cuota por los alimentos adquiridos.**
4. **Sumarse con Donativos en efectivo o especie si está a su alcance para despertar la cultura de colaboración.**
5. **El cliente aporte un Feedback para la mejora continua**

2. Dolores

1. **Molestia al traer recipientes/Falta de cultura ecológica**
2. **Desconocimiento del impacto social que genera su compra**
3. **Trasladarse al comedor para adquirir el alimento preparado**
4. **Pagar el servicio a domicilio para adquirir el alimento preparado**
5. **Que no le apetezca el menú**

3. Beneficios

1. **Precio Accesible.**
2. **Alimento con valor nutricional.**
3. **El precio incluye complementos: Agua, pan o tortillas**
4. **Producto con aportación ecológica.**
5. **El cliente accede a una visión de impacto social y cultura de colaboración.**

Mapa de Valor

4. Aliviadores de dolor

1. **Creación de Cultura Ecológica/ seguimiento a sanas prácticas**
2. **Conocimiento del beneficiario principal (Sector Discapacidad).**
3. **Trasladarse al comedor le ahorra el pago del servicio a domicilio.**
4. **Creación de alianzas con proveedores de servicio a domicilio.**
5. **El menú aporta un valor nutricional.**



5. Creadores de Beneficios (Beneficiario Principal–Sector Discapacidad)

1. **Creación de Ingresos a madres y/o Cuidadores**
2. **Acceso a tratamientos y atenciones a las personas con Discapacidad**
3. **Creación de la oportunidad de la Visibilidad de las personas con Discapacidad**
4. **Acceso a red de apoyo a las familias o cuidadores de personas con Discapacidad**
5. **Creación de apadrinamientos (acceso a apoyos específicos por familia)**



6. Productos & Servicios

El servicio a ofrecer al cliente es un comedor "Soy Conciencia" que brinde alimento con valor nutricional a un precio accesible que apoye al cliente y cuidando el medio ambiente.

El beneficiario principal (Cuidadores y Personas con Discapacidad) accede a oportunidades de ingresos, tratamientos, visibilidad y red de apoyos



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

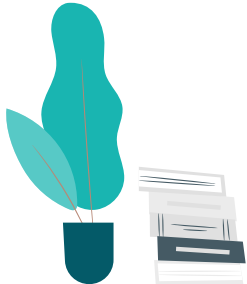
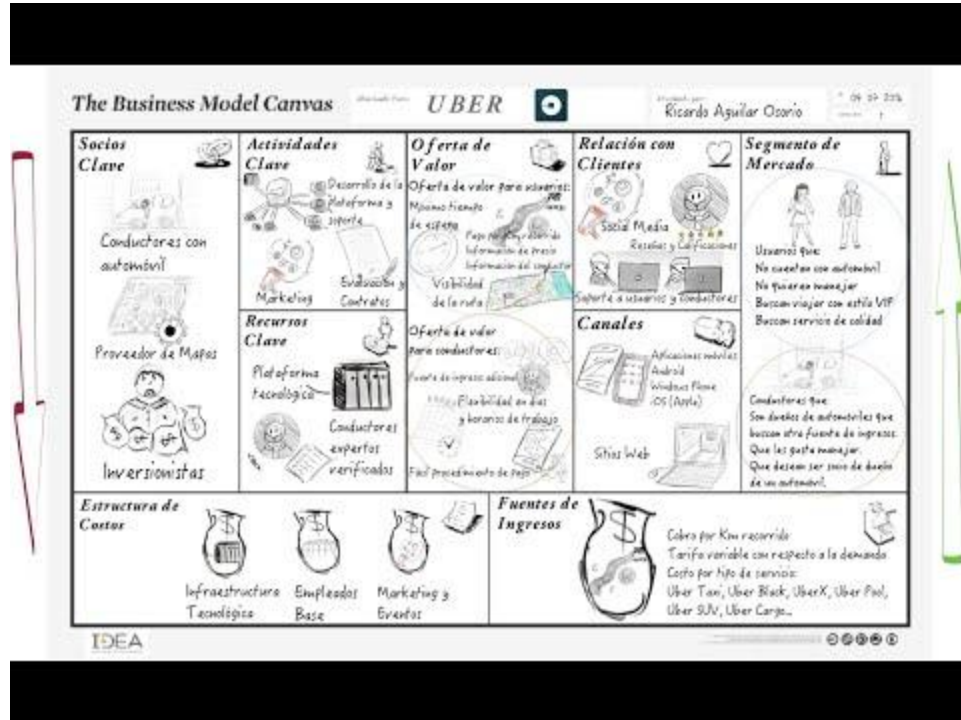
- Definir los siguientes puntos y su articulación:
- Cuál es tu propuesta de valor y para quién.
- Cómo vas a vender tus productos para generar utilidad y valor.
- Cómo vas a conseguir clientes y a conservarlos.
- Cómo te vas a mostrar ante el mercado.
- Cuál va a ser tu estrategia para salir al mercado: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

El comedor “Soy Conciencia” busca generar ingresos económicos a madres solteras y/o cuidadores de personas con discapacidad por medio de la venta accesible de alimentos con valor nutricional.

La propuesta ha sido enfocada en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (3,10 y 13) con el objetivo de solventar diversas áreas de la sociedad como: la falta de cultura ecológica, la invisibilidad de las personas con discapacidad, la concientización del sector público y privado para brindar apoyo a las personas con discapacidad y el involucramiento del sector juvenil (universitarios, técnicos, etc) a formar parte en proyectos sociales por medio de capacitaciones personalizadas brindadas a cuidadores.

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

- La creación de alianzas con empresas que prestan el servicio de Delivery, con el objetivo de llevar los productos hasta el hogar del cliente.
- Empleo de las medidas sanitarias definidas para la manipulación de alimentos.

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

Impacto social y cultural.

Se busca brindar alimentos saludables, reducir desigualdades por medio de la visibilización de las personas con discapacidad y generar a los clientes una cultura ecológica y colaborativa.



02 – Segmento de clientes

¿Cuáles son las características de los consumidores/clientes? (Edad, género, ingresos, educación, profesión, residencia)
Personas de todas las edades, sin distinción de sexo, con ingresos medio- bajos, educación y profesión indiferente, con residencia en Playa del Carmen, México o zonas aledañas.

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

El cliente es quien compra, usa y decide; sin embargo también se tiene la figura del beneficiario o beneficiarios que son: el cuidador y la persona con discapacidad ya que generan ingresos extras por la venta de alimentos, acceden a tratamientos y redes de apoyo.

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

Sí, debido a que no se hace una distinción de edades el grupo de clientes es amplio al igual que las características de los mismos.

03 – Canales

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

- Redes sociales
- Blogs
- pagina web
- Blossure
- pancartas.

¿Son estos los medios usuales en el sector?

Sí.

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

- Directamente: El cliente llega al establecimiento y compra el alimento
- Indirectamente: El cliente solicita el alimento por medio de una empresa de servicio de Delivery, ellos compran el producto y lo entregan al cliente.

¿Existen restricciones comerciales para ello?

No.

04 – Relación con clientes

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

Comunicación directa e indirecta

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

- Precio accesible
- Alimentos con valor nutricional
- El precio incluye complementos (agua, pan, tortilla)
- El comedor "Soy Conciencia" posee un aportación ecológica
- Acceso a una visión de impacto social por medio de la colaboración a personas con discapacidad

¿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?

- Personal: cuando compren en el comedor "Soy Conciencia"
- A través de terceros: cuando adquieran sus productos por empresa de Delivery

05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

- Ventas en el comedor "Soy Conciencia"
- Pedidos para fiestas
- Pedidos a domicilio entregados por empresa de servicios de Delivery

¿Cómo nos realizarán los pagos?

Cobro en efectivo y con tarjeta

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

Si, el cliente puede colaborar entregando víveres para la elaboración de más alimentos o para ser entregados directamente a los cuidadores de personas con discapacidad y se le hará un descuento del 25% de lo que compra.

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave? El recurso humano es totalmente indispensable para la operación del comedor, en un corto plazo se puede iniciar la operación con 4 personas (cocinero, ayudante, comodín, administrador). En un panorama idóneo con un capital considerable se requiere de al menos 10 personas (cocinero, ayudante, limpieza, atención al cliente, repartidor, administrador, marketing, relaciones públicas, programador-app, director)

¿Qué recursos materiales necesitas? Espacio físico para el comedor, estufa, refrigerador, gas, cacerolas, utensilios de cocina,, garrafones de agua, insumos (alimentos, especias, etc), material de limpieza y desinfección, mobiliario

¿Qué recursos intangibles necesitas? Servicios principales como luz, agua, internet, línea telefónica, publicidad, marketing, relaciones públicas

07 – Actividades clave

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

- Preparación de alimentos
- Limpieza y desinfección constante
- Administración y optimización de recursos económicos y materiales
- Atención al Cliente
- Publicidad y Relaciones públicas
- Alianzas para Beneficiario Principal

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

- Administrador
- Cocinero
- Ayudante
- Comodin
- Atención al Cliente
- Publicidad y Relaciones públicas
- Alianzas Estratégicas

08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

- Proveedores de alimentos, insumos y materiales que coadyuvan a la operación diaria del comedor
- Proveedores de servicios intangibles tanto de uso diario como los que conlleven a la expansión del significado de impacto social al sector de la discapacidad

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

- Inversionistas sensibilizados y concientizados al proyecto y al impacto social del proyecto
- Donadores que estén interesados en aportar en efectivo y/o especie para los beneficiarios principales
- Empresas que requieran de alimentos preparados y se sumen al consumo por el impacto social que se genera al beneficiario principal

¿Quiénes son mis aliados?

En el contexto de beneficiar al cliente ante las circunstancias del COVID-19 y en el futuro es prioritario generar alianzas con servicio delivery

En el contexto de que este proyecto tiene como objetivo beneficiar a un sector en específico lo más importante es generar alianzas para los beneficiarios finales para las personas con discapacidad y sus familias, como en universidades, con médicos, con especialistas, sector público y privado.

09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

- Colaboradores
- Suministros
- Marketing

¿Recursos y actividades más costosas?

- Recursos Humanos (Colaboradores)

¿Cual es el costo de nuestros canales?

- Por definir

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

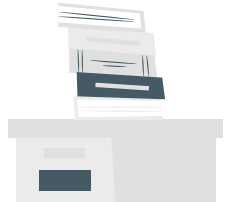
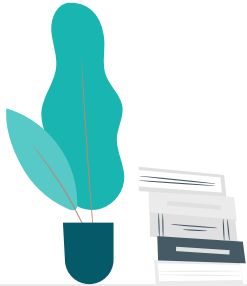
- Proponer variantes de expansión de la solución.
- Poder pensar en función de múltiples opciones de expansión de forma guiada.
- Estimular a los integrantes del grupo asignando ejes de enfoque específicos a cada uno para inspirar la creatividad.



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".

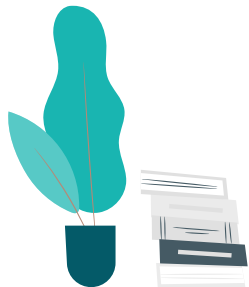


04. Postulación final

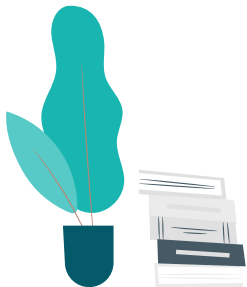
El comedor "Soy Conciencia" busca generar ingresos económicos a madres solteras y/o cuidadores de personas con discapacidad por medio de la venta accesible de alimentos con valor nutricional y la concientización en el cuidado del medio ambiente.

"Soy Conciencia" está enfocado en generar un impacto social, por medio del involucramiento del sector público y privado y a los jóvenes (universitarios de psicología, nutrición, fisioterapia, etc) con el objetivo de brindar atención y capacitación a los cuidadores de personas con discapacidad, así como también apoyar al costo de tratamientos, medicamentos y equipo médico (camillas, sillas de rueda, etc) por medio del programa de apadrinamiento y finalmente se creará una red de apoyo donde las madres y/o cuidadores puedan acceder para compartir sus experiencias, avances y motivaciones; dicha red será compartida a los clientes más leales con el objetivo de visibilizar a las personas con discapacidad.

De mi depende una sociedad mejor
"Soy Conciencia"

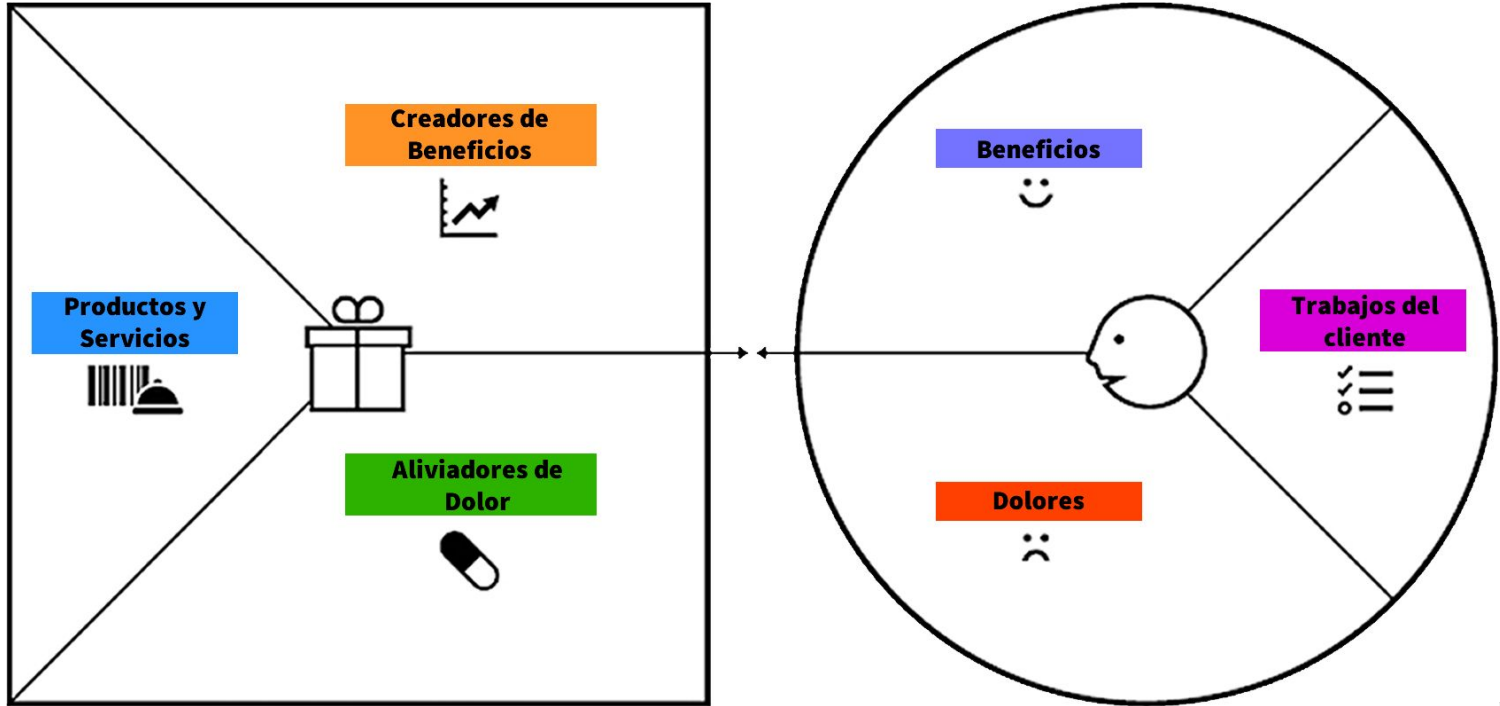


IMPRIMIBLES












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

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



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

