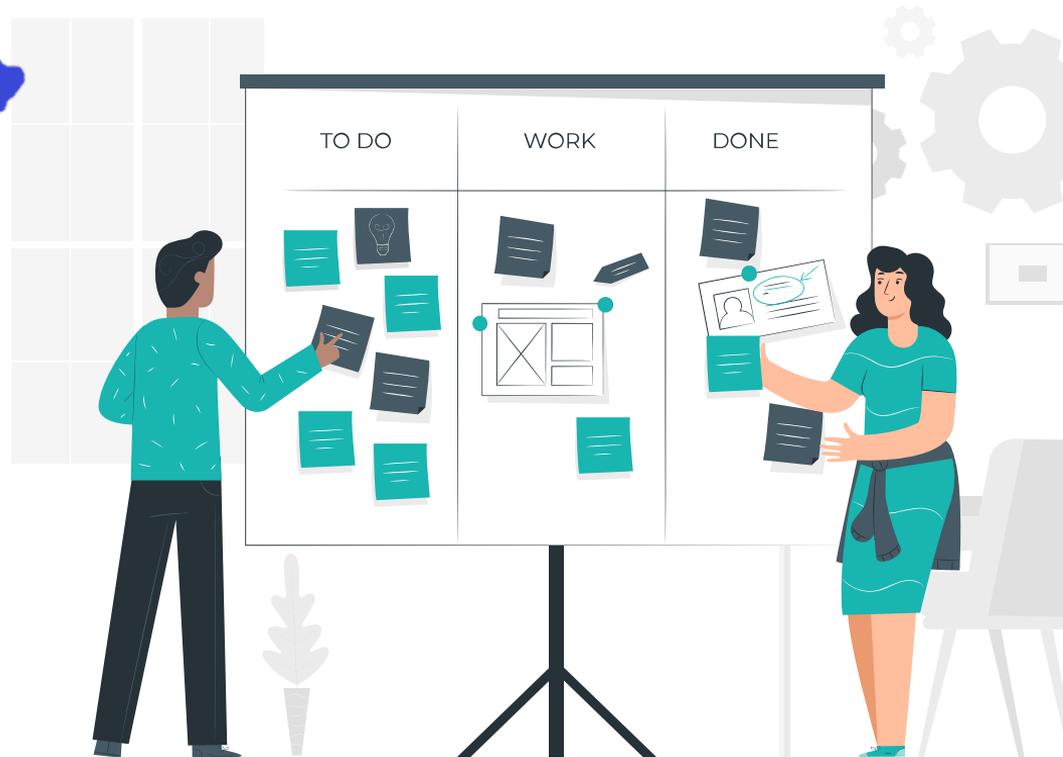


CADA  
DÍA  
CUENTA

LATAM HACKATHON  
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



# Material Sábado



# **Canvas de Propuesta de Valor**

# Observación de cliente

## 1. Tareas del cliente

- a. Hacer deporte
- b. Visita turística
- c. Actividades recreativas
- d. Compartir en familia
- e. Divertirse
- f. Conocer nuestro territorio

0

## 2. Dolores

- a. El miedo al contagio
- b. Que los demás no cumplan con las reglas
- c. Inseguridad como robos
- d. Tener libertad, pero limitada
- e. No poder relacionarse y conocer nuevas personas

0

## 3. Beneficios

- a. Evitar aglomeraciones
- b. Tener orden en las actividades y ser productivo
- c. Ayuda al medio ambiente por falta de aglomeraciones
- d. Minimizar el impacto económico
- e. Minimizar el estrés y la ansiedad provocada por estar solo en casa
- f. Con orden podemos hacer un mejor uso del espacio

0

# Mapa de Valor

## 4. Aliviadores de dolor

- a. Existen recomendaciones para evitar el contagio
- b. Supervisión de que se cumplan los requerimientos dentro de la aplicación por medio de reportes de los mismos usuarios, existencia de multas y premios.
- c. Más control policial y recomendar a los visitantes evitar llevar cosas de gran valor
- d. Aplicación puede recomendar actividades para que las personas sientan libertad.
- e. Se podrá relacionarse con otras personas, pero de diferente forma. Mantener conversaciones, pero a distancia, con la aplicación poder conocer qué personas se encuentran cerca para interactuar.



## 5. Creadores de Beneficios

Para evitar aglomeraciones se ofrecerá:

- agendar citas a los sitios que se desea visitar,
- recomendar actividades con tiempo asignado
- cuidado del medio ambiente (limpieza)
- .-registro de comerciantes como de visitantes.
- cantidad limitada de personas por sitio, agendar por día y horas.
- También crearía valor al permitir las visitas, que es fundamental para la economía tanto del lugar de visita como de los negocios que se sustentan del turismo a esa región. Además, como no sería masivo, el impacto ecológico seminimizaría muy considerablemente.



## 6. Productos & Servicios

- Servicio para agendar citas a los sitios abiertos, lugares ecológicos y lugares de recreación. Indicar el número de personas que se encuentran en los sitios y los servicios que se ofrecen. Servicio para calificar a visitantes y comerciantes.
- Recomendación de para que el tiempo pueda ser aprovechado.
- Sincluiría la posibilidad de reportar usuarios que incumplan las reglas, así como la posibilidad de conocer los nombres de las personas que irán al tiempo con uno a la visita, ofreciendo así el servicio de socialización. Si se incluye un sistema de recompensas y penalizaciones, se tiene un incentivo para el buen comportamiento, así como una posible solución al problema de que la libertad es restringida.



# Canvas de Modelo de Negocios



# 01 – Propuesta de Valor

## En qué nos diferenciamos de proyectos similares

Existen aplicaciones que permiten agendar reservas a sitios turísticos, con transporte, etc.. sin embargo no existe hasta el momento una plataforma que permite agendar una visita a sitios de acceso libre como parques y atracciones naturales por un periodo determinado, en función de un número limitado de personas. Además, esta app puede permitir conocer cuántas personas asistirán, su reputación en la plataforma y el estado en que dejaron el sitio al que asistieron.

- La aplicación ayudaría que la persona sea más productiva al poder manejar su tiempo de forma más organizada
- Ayudaría a mitigar algunos problemas en varios campos como el económico al ayudar a las que las empresas puedan tener clientes, ayudaría a que el turismo no quede totalmente paralizado; en el campo social y de la salud al permitir que las personas gestionen mejor el tiempo para sus salidas, evitar el aumento de contagios y permitir que las personas puedan salir tranquilas

## Consideraciones a tener en cuenta el contexto del covid-19

No asistir en caso de presentar síntomas, usar las medidas de protección adecuadas y dejar el sitio limpio.

- Aceptar ciertas condiciones y cambios para poder evitar el aumento de los contagios y agravar la crisis.
- La aplicación no puede, en este contexto, promover interacciones sociales normales ni completa libertad de movimiento en los lugares.

## Qué valor aporta este proyecto a la sociedad

Conocer la cantidad de personas que asistirán ese día y su reputación en la aplicación, posibilidad de visitar sitios que en otras ocasiones no hubiera podido por falta de tiempo al tener que esperar largas filas que se solucionaría con un agendamiento de cita. Aporta la coordinación entre personas, y entre personas y sitios públicos. Esto quiere decir que es posible recuperar la interacción social, reactivar la economía y fomentar la actividad física al tiempo que se evita que los contagios crezcan demasiado. Si se logra coordinar a las personas, puede ser incluso una alternativa a una cuarentena extendida.

## 02 – Segmento de clientes

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

No existe límite de edad, ingresos, educación, educación, profesión o residencia. Sin embargo, las características de los consumidores es que son personas que disfrutan de realizar actividades al aire libre, espacios abiertos y de la naturaleza. Dado que los clientes de la plataforma serían tanto las personas como los negocios y los sitios turísticos, las características deben dividirse en esas categorías. Prácticamente todas las personas serían consumidoras de la plataforma, dado que todos estamos en situaciones de distanciamiento físico y que todos necesitamos salir del encierro y tener interacción con otras personas. Los negocios y sitios deben tener la característica de tener internet y alguna manera de coordinarse con la plataforma. También deben estar cerca a alguno de los sitios turísticos.

### **¿Quién compra? ¿Quién usa? ¿Quién decide?**

Quienes usarán la aplicación serán los visitantes a los sitios abiertos y comerciales. Quienes decidirán la fecha de las visitas serán los usuarios en función de los cupos disponibles y esto se hará en la aplicación de forma automática. La aplicación la comprarían tanto las personas visitantes como los negocios y sitios turísticos, y serían usados por ambos grupos. Los sitios turísticos y negocios decidirían la capacidad de personas que puede recibir, los horarios, las tarifas. Los visitantes decidirían la hora y el lugar de visita, sujeto a la disponibilidad de los lugares.

### **¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?**

Familias, deportistas, turistas, comerciantes. Como se habló arriba, existe el grupo de los visitantes, que serían personas naturales, y el grupo de los sitios turísticos y comerciantes.

## 03 – Canales

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

Redes sociales como Facebook y Twitter, publicidad en Youtube por medio de video. Se podría solicitar el apoyo en la difusión a autoridades locales de cada país. El principal medio de difusión serían los mismos negocios y sitios, ya que si las personas se contactan con ellos, deben explicarles el mecanismo por el cual se permite la visita. También se haría publicidad en redes sociales y publicidad del gobierno, ya que son sitios públicos el objetivo del proyecto.

### **¿Son estos los medios usuales en el sector?**

Si, estos son medios usuales de publicidad de aplicaciones móviles.

Sí, son tan usuales como el internet y la televisión.

### **¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?**

Puede ser descargable en google drive o app store en el caso de app móvil o únicamente ingresar a la dirección en el caso de que sea una aplicación web.

En forma de aplicación, móvil o para computador.

### **¿Existen restricciones comerciales para ello?**

Pueden existir sitios turísticos, recreacionales, etc.. cuyas autoridades no permitan que la aplicación pueda realizar el sistema de agendamiento por lo cual habría una restricción comercial en este lugar del servicio que deseamos brindar.

Una posible restricción sería que el agendamiento implicara algún tipo de privatización de los sitios públicos. También, la aplicación estaría restringida a los casos particulares de los lugares y negocios, por ejemplo, que no todos podrían pagarla o administrarla.



## 04 – Relación con clientes

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

No había una relación directa al ser una aplicación que permite agendar las citas de forma automática, sin embargo podría haber un correo electrónico al que se puedan contactar en caso de sugerencias, dudas o reclamos.

-Para las personas con autoridad en los lugares se realizaría una comunicación directa para poder validar que dichas personas si tienen autorización de permanecer en los lugares, otro tipo de relación sería principalmente de consumidor-proveedor con las personas visitantes, pero de socios con los sitios o comerciantes. Es decir, con este último grupo se necesitaría construir confianza y convencerlos de que la plataforma beneficia a todos.

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

Poder agendar una visita a un sitio abierto de forma automática y a su vez conocer la cantidad de personas que asistirán a este sitio en esa fecha y hora específica. Para los sitios y comerciantes, la posibilidad de vender y conservar su atractivo en tiempos del virus. Básicamente, la posibilidad de continuar trabajando y generando ingresos. Para los visitantes, el beneficio de hacer ejercicio, socializar físicamente con otras personas y en general recrearse en una situación difícil como la actual.

### ¿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?

El agendamiento de la cita en la app será automático. Con los visitantes será automatizada: el cliente indica qué horario y lugar quiere, y la aplicación automáticamente agenda su visita. Con los sitios turísticos y negocios alrededor será a través de representantes, las personas encargadas en cada negocio de coordinar con la plataforma los lugares, precios y horarios disponibles.

# 05 – Fuentes de ingreso

## ¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

Podría ser mediante la solicitud de una contribución voluntaria a los usuarios que deseen apoyar a que el proyecto crezca y permitir publicidad de otros servicios que nos proporcionen fondos.

Principalmente la venta de la aplicación a los clientes, especialmente a los comerciantes. Quizá los gobiernos locales patrocinen el proyecto, ya que sería un alivio a la tensión económica y social de la que ellos deben hacerse cargo. Si la aplicación tiene éxito, se puede generalizar a otros establecimientos diferentes a los que son el objetivo, como por ejemplo bancos o parque de diversiones, a quienes también se les vendería la plataforma.

## ¿Cómo nos realizarán los pagos?

Podría ser por un modo de pagos online como Paypal y a través de Google Play, Apple store u otras plataformas de aplicaciones.

## ¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

Cuando los usuarios promocionen la aplicación a sus contactos y estos accedan a la aplicación gracias a su referencia, se podría dar un beneficio de prioridad (es decir, que exista un cupo reservado para aquellas personas, con lo cual en caso de que el sitio que quieren visitar este sin cupos puedan asistir con el cupo reservado) .

-Si se obtienen recursos ya sea por parte de gobiernos, negocios, donaciones, etc, se pueden dar beneficios económicos, descuentos como forma de incentivo para aquellas personas que decidan ir a los lugares cuando tengan agendada una cita.

También se brindarán premios virtuales que podría aplicarse en la aplicación como monedas para comprar items y personalizar el avatar en la aplicación. Aplicar una tarifa diferencial para negocios sería buena idea. Si el negocio necesita más uso de la base de datos o recurso, por ser más grande o por alguna razón necesitar más agendamientos, el costo debe ser mayor para tal establecimiento que para uno que requiera menos recursos.

## 06 – Recursos clave

### ¿Qué personas son clave?

Ingenieros en sistemas o de carreras afín que se encargue de la programación de la aplicación, diseñadores gráficos que se encarguen de los detalles estéticos de la aplicación, publicistas que se encarguen de la difusión. Además, se necesitaría de personas que analicen qué sitios abiertos deberían estar disponibles en la plataforma.

Un equipo que se encargue de construir la plataforma, probablemente de ingenieros de sistemas. Un administrador que gestione con cada lugar particular su disponibilidad y sus condiciones. Un analista de datos que evalúe el funcionamiento de la aplicación.

### ¿Qué recursos materiales necesitas?

Computadora para el desarrollo del proyecto y su difusión. Un servidor que sostenga la plataforma y acceso a bases de datos de los lugares.

### ¿Qué recursos intangibles necesitas?

Software para la programación y el diseño de la aplicación.

Licencias de las distintas tiendas (google play, appstore, etc) para la publicación de las aplicaciones

Un dominio web donde montar la aplicación.

## 07 – Actividades clave

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

El diseño estético y funcional, además de el desarrollo de la aplicación. Publicitar de la aplicación, recibir un feedback de la misma y realizar las correcciones respectivas en nuevas versiones.

La difusión para lograr convencer a las personas que la aplicación es un buen mecanismo para evitar los contagios y que les puede traer otros beneficios que pueden aprovechar.

El desarrollo de la aplicación y su estabilización. Hacer contacto con lo lugares, sea a través de bases de datos o por comunicaciones personales. Viralizar la propuesta y la aplicación. Evaluar el funcionamiento de la plataforma, así como los datos obtenidos en ella.

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

Un grupo de ingenieros cuya función sea la programación de la aplicación y la corrección de posibles errores en su funcionamiento, un grupo de diseñadores gráficos que se encarguen de que la aplicación tenga una buena presentación y actualizar en caso de ser necesario su diseño. Un grupo de publicidad que se encargue de promover el uso de la aplicación. Un grupo de licenciados en turismo encargados de identificar posibles lugares que se podrían agregar como lugar de visita a la app. Un grupo encargado de la recepción de comentarios, sugerencias o reclamos de la aplicación y de su distribución a los grupos que puedan solucionarlo.

Una persona que coordine tiempos, productos y necesidades de cada uno de los grupos que trabajen en el proyecto. Un jefe por cada grupo, esto es, jefe de ingeniería, de publicidad, de gerencia con los sitios.

## 08 – Socios clave

### ¿Quiénes son los proveedores clave?

Guardias quienes se encarguen de precautelar los sitios de visita, policías que precautelar la seguridad de los visitantes.  
Negocios y personas con autoridad sobre los espacios públicos para que provean información sobre los lugares.

Los lugares turísticos, al disponer sus espacios.

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

- La industria turística de cada uno de los países.
- Negocios y autoridades de los países que puedan impulsar la implementación de esta modalidad.
- Establecimientos comerciales, autoridades locales dispuestas a promover el proyecto y compañías que hagan publicidad.

### ¿Quiénes son mis aliados?

Aceleradoras de startups  
Las empresas, gobierno

# 09 – Estructura de costos

## ¿Cuales son los costos principales?

Costos en publicidad y en caso de que el proyecto no sea desarrollado como voluntariado el salario de los profesionales necesarios para su creación y difusión.

-Los costos asociados para alcanzar una gran cantidad de personas que acepten la modalidad de agendamiento de citas para ir a lugares: costos de publicidad, asesoramiento, etc.

-Principalmente el salario de las personas que trabajen en cada grupo y el acceso a los recursos que se necesitan, como dominio web, bases de datos, etc.

## ¿Recursos y actividades más costosas?

La difusión de la aplicación por medio de publicidad. Los recursos humanos para su desarrollo. El mantenimiento y la actualización constante de la aplicación.

Lograr un gran alcance para que la solución pueda ser efectiva, es decir, que se pueda lograr la cantidad de personas que acepten el agendamiento de citas para ir a un lugar.

Todos los equipos que trabajarán en el proyecto. Principalmente, el equipo de construcción de la aplicación, el dominio web y el acceso a bases de datos. Lo segundo más costoso sería probablemente pagar a los sitios para que hagan publicidad a la aplicación.

## ¿Cual es el costo de nuestros canales?

La publicidad por parte de nuestros usuarios sería gratuita, sin embargo, publicidad en redes sociales si implicaría costos. Mientras que el costo de la publicidad gubernamental puede ser nulo, hacer publicidad en redes sociales y otros sitios como YouTube puede conllevar costos muy altos.

# Postulación final

*Plataforma para agendar citas a los sitios abiertos, lugares ecológicos y lugares de recreación. Servicio para indicar el número de personas que se encuentran en los sitios y los servicios que se ofrecen. Asistente para calificar a visitantes y comerciantes. Recomendación de actividades por medio de la plataforma para que el tiempo pueda ser aprovechado.*

*En la plataforma se incluiría la posibilidad de reportar usuarios que incumplan las reglas como posible solución al incumplimiento de las reglas, así como la posibilidad de conocer los nombres de las personas que irán al tiempo con uno a la visita, ofreciendo así el servicio de socialización. Si se incluye un sistema de recompensas y penalizaciones, se tiene un incentivo para el buen comportamiento, así como una posible solución al problema de que la libertad es restringida..*

