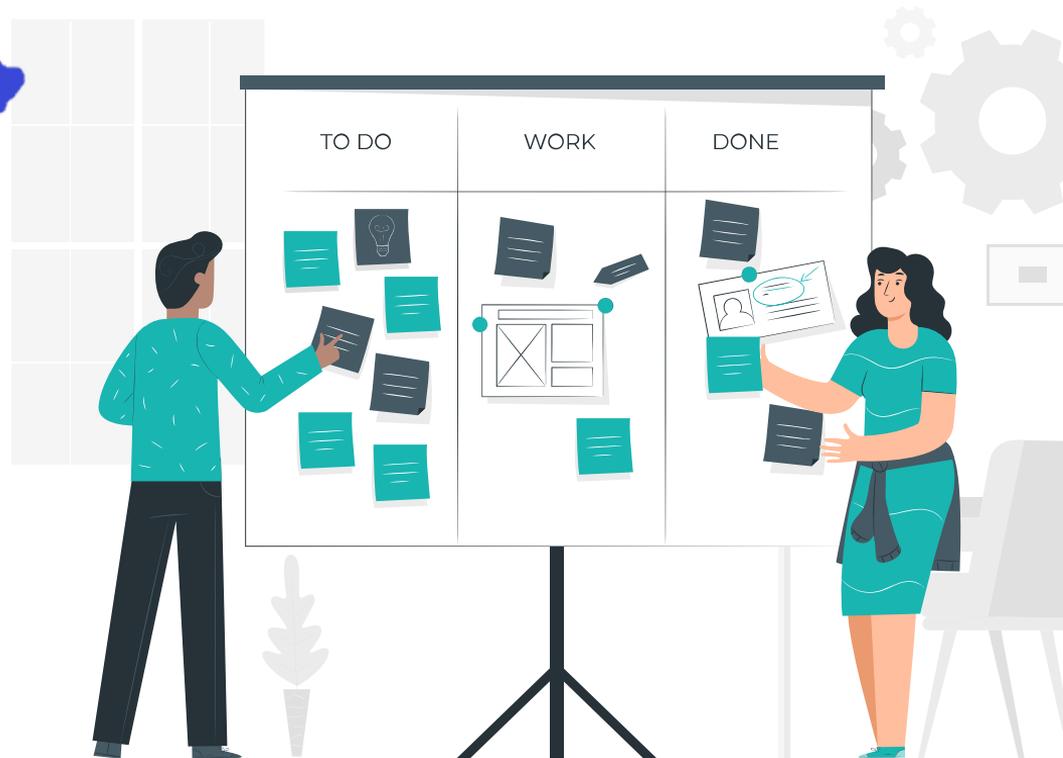


CADA
DÍA
CUENTA

LATAM HACKATHON
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



**Entregable
Sábado**



01 – Propuesta de Valor

¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

- Es un proyecto innovador, que tiene la finalidad de construir lazos de identidad dentro de las comunidades a través de la colaboración con entre vecinos, que contribuirá a la organización y conocimiento comunitario.
- Se centra en la importancia del acompañamiento y conexión social entre miembros de una comunidad, para aliviar problemáticas dadas en el contexto de COVID - 19

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

En principio la plataforma debe estar enfocada en resolver las necesidades vinculadas a la pandemia: abastecimiento de comida y medicinas, cuidado personal, atención médica primaria, psicológica y educativa (a través de un directorio con líneas de ayuda); conformando redes de apoyo dentro de la propia comunidad, con la potencialidad de poder mantenerse y ampliarse una vez las condiciones especiales del covid-19 desaparezcan.

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

Esta iniciativa fortalece la cohesión y solidaridad entre los miembros de la comunidad, tomando en cuenta sus necesidades y sus capacidades productivas, al tiempo que genera un ambiente de trabajo colaborativo que beneficia tanto a quienes ofrecen sus servicios como a sus beneficiarios.

La propuesta es autosostenible en el tiempo debido a que los requerimientos solicitados obedecen a necesidades cotidianas de los individuos.

02 – Segmento de clientes

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

Clientes/Beneficiarios: Segmentos de población que pertenecen a la clase media de estratos 1-3 con edades comprendidas entre los 18-80 años. En núcleos familiares con presencia niños en edad escolar y ancianos. Sin exclusión social ni racial desde la perspectiva de género. La población abordada tampoco excluye el nivel de educación ni profesión.

El cliente tiene accesibilidad a un teléfono móvil.

Finalmente, los beneficiarios son individuos que viven en comunidades con diversas características, con presencia de liderazgo o representación territorial.

Voluntarios / Emprendedores: Voluntarios y emprendedores con interés social que estén dispuestos a poner al servicio de la comunidad sus productos, servicios o su tiempo, para resolver las necesidades de la población de las comunidad a las cuales pertenecen.

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

Todos los miembros de la comunidades, cabezas del hogar y líderes comunitarios dentro de estas comunidades.

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

- Clientes/beneficiarios
- Emprendedores/voluntarios

03 – Canales

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

Mediante estrategias y canales de difusión como redes sociales, comunicación online asincrónica; mediante el empleo de correo electrónico, pautas comerciales gratuitas en dichas plataformas sociales, etc.

La difusión directa por parte de miembros dentro de la comunidad, con la colaboración de líderes comunitarios que ayudarán a la apropiación del aplicativo web al servicio interno de la comunidad.

¿Son estos los medios usuales en el sector?

Si son los medios usuales del sector puesto que la plataforma parte del conocimiento existente en el empleo de aparatos móviles en los clientes descritos anteriormente.

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

Los productos y servicios se entreguen a través de servicio “delivery”, de manera voluntaria, telefónica o remota (internet, mensajería de texto), haciendo uso de la red local de contactos existentes.

¿Existen restricciones comerciales para ello?

Tomar en cuenta las restricciones de movilidad local relacionadas con el COVID-19, adicional a ello, no existen restricciones puesto que es un aplicativo que se nutre mediante la contribución de la comunidad y el liderazgo de cada uno de sus habitantes.

04 – Relación con clientes

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

- **Cliente/Beneficiario:** Brindamos una relación de cercanía, con el fin que los beneficiarios se sientan acompañados y con información actualizada que les permita tomar mejores decisiones, estar orientados y abastecidos, dada la situación general de aislamiento. También, ofrecemos fortalecer los lazos de solidaridad después del coyuntura actual (covid-19), manteniendo la oferta de bienes, servicios y voluntariado dentro de la plataforma.
- **Voluntario/Emprendedor:** Ofrecemos a emprendedores o dueños de empresas visibilidad a través de un aporte monetario para el posicionamiento primario de su marca. Queremos mediar la construcción de lazos de contactos que funcionarán en época de aislamiento y después de la misma. Respecto a los voluntarios que desean brindar apoyo en la construcción de estos lazos comunitarios, ofrecemos un incentivo simbólico (evaluación dentro de la plataforma, posibilidades de conexión con otros voluntarios y redes comunitarias) por el cual los miembros de su comunidad reconocerán la labor de servicio social que está desarrollando.

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

La posibilidad de acceder a información variada sobre oferta de productos y servicios dentro de la comunidad a los que se accede a través de una única aplicación.

¿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?

Relación con cliente se construye mediante la colaboración de terceros y automatización (respuestas automáticas) del servicio; teniendo en cuenta que el proyecto es un puente para la conectividad entre individuos.

05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

- Construcción de alianzas estratégicas para obtener aportes monetarias o donaciones.
- Aporte que realizan los emprendedores para ofrecer sus bienes y servicios dentro de la aplicación (porcentaje pequeño de sus ventas)
- Por medio de aportes de las empresas/aliados en un intento por posicionar la marca dentro de la aplicación móvil.
- Apoyo gubernamental o fondo concursable.

¿Cómo nos realizarán los pagos?

- Pago automático, mediante PSE (para las compra-venta de los bienes y servicios)
- Para las acciones colaborativas, por la naturaleza de la acción, no se requerirá pago
- También se contemplan pagos mediante donativos.

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

- Acceso gratuito para beneficiarios y voluntarios.
- Precios especiales (% pequeños) para emprendedores o proveedores de bienes y servicios.

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

- Administradores de la plataforma.
- Clientes/beneficiarios.
- Emprendedores - productores o comercializadores de alimentos, medicinas o productos de higiene, médicos, profesionales de la salud, docentes.
- Voluntarios - líderes de la comunidad, personas interesadas en prestar servicios sociales, médicos, psicólogos, docentes.
- Aliados estratégicos de acuerdo a las características de la aplicación; como proveedores de mapas virtuales, servicios de tecnología y mensajería.
- Alcaldías para vincular el proyecto con la comunidad

¿Qué recursos materiales necesitas?

- Computador(es)
- Conexión a internet

¿Qué recursos intangibles necesitas?

- Software o dominio para manejo de la aplicación; aplicaciones de diseño web.
- Acceso a red wifi

07 – Actividades clave

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

- Diseñar y desarrollar el aplicativo web.
- Desarrollar las estrategias de difusión/comunicación para su conocimiento.
- Realizar conexiones con líderes comunitarios, alcaldías y demás aliados.

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

- Rol del equipo: Desarrollar la idea y el modelo de negocios
- Hackathon: Gestión y apoyo para la consecución de la iniciativa.

08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

- Organizadores Hackathon Latino América
- Farmacias locales
- Automercados, cadenas de alimentos
- Pequeños comercios, emprendedores o trabajadores independientes
- Profesionales de la salud, educación, salud mental
- Empresas que gestionan pagos automatizados

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

- Empresas de desarrollo tecnológico
- Empresas mediáticas de difusión
- Instituciones públicas
- Organizadores Hackathon Latino América
- Personajes reconocidos a nivel local que ayuden a difundir la idea, líderes comunitarios

¿Quiénes son mis aliados?

- Líderes comunitarios
- Alcaldías
- Voluntarios
- Empresas de innovación
- Profesionales en campos requeridos

09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

Desarrollo y mantenimiento de la plataforma

Tener operativo el sistema de pagos dentro de la plataforma

Costo la publicidad

¿Recursos y actividades más costosas?

Desarrollo de la plataforma

¿Cuál es el costo de nuestros canales?

Valor en las estrategias de difusión virtual, publicidad, puesta en marcha de la aplicación web.