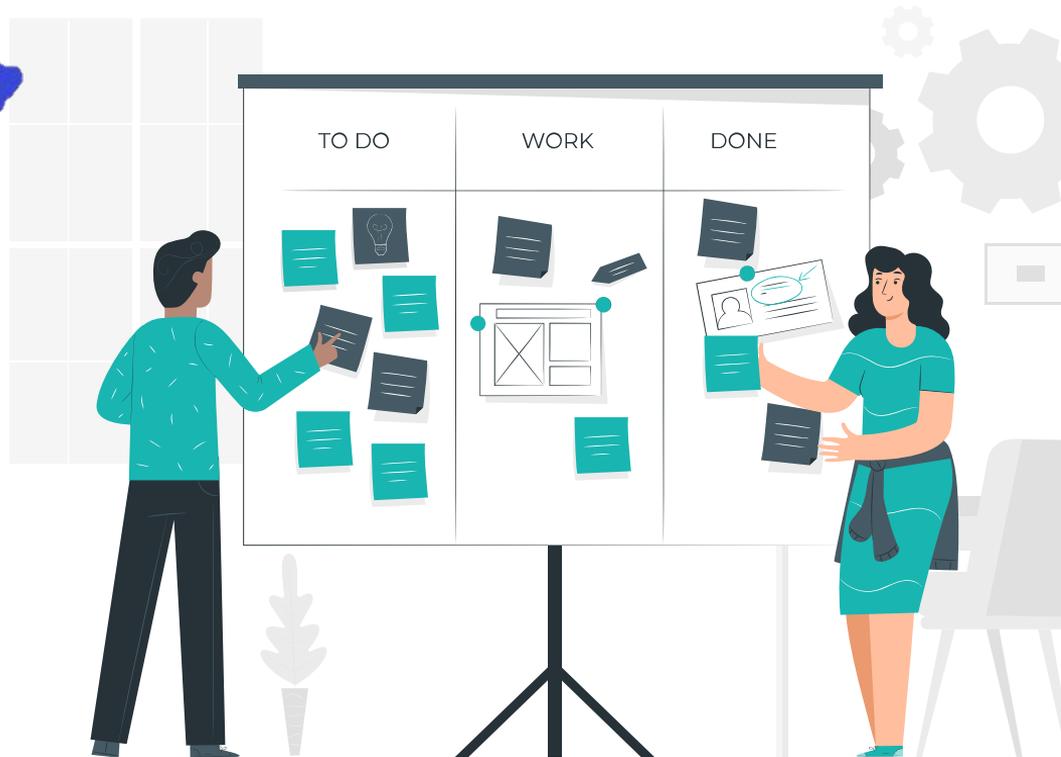


CADA  
DÍA  
CUENTA

LATAM HACKATHON  
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



**Material Sábado**  
**EQUIPO 536**



# DETALLE DE JORNADA

02

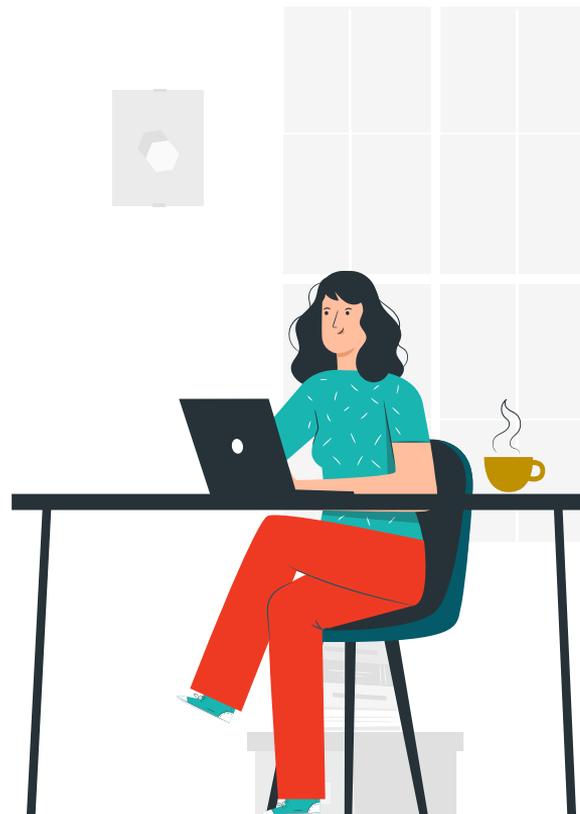


## Sabado

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



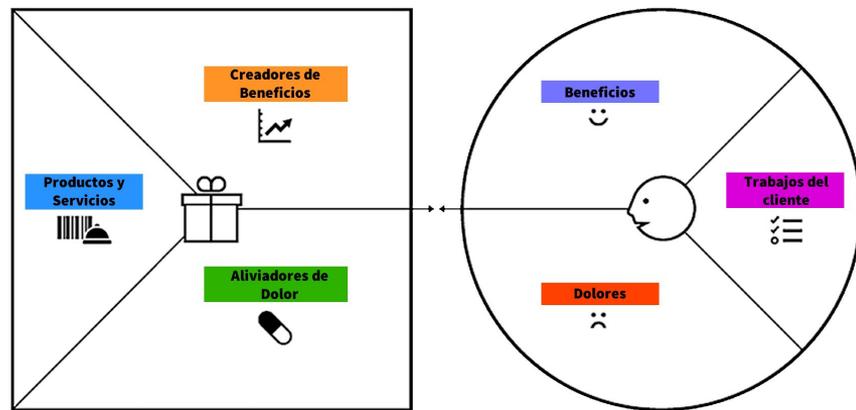
# 01. Canvas de Propuesta de Valor

## 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

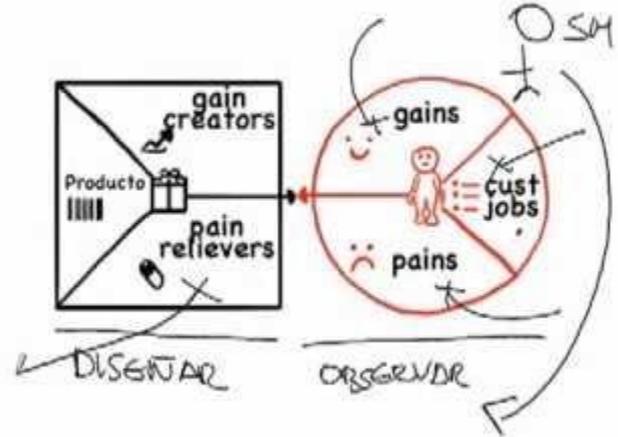
- Consensuar quien es mi cliente/ beneficiarios objetivo.
- Definir cuales son sus tareas, puntos de dolor y ganancia de mi cliente/ beneficiario objetivo.
- Detallar todos aquellos elementos que te ayudarán a construir tu solución de valor para el cliente/ beneficiario.



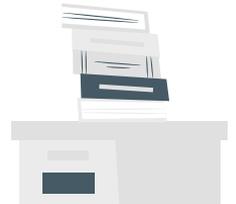
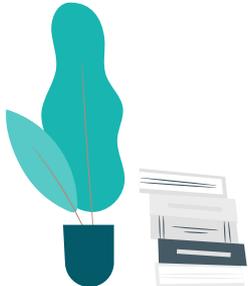
# Canvas de Propuesta de Valor

yoEmpréndo

El lienzo de propuesta de Valor

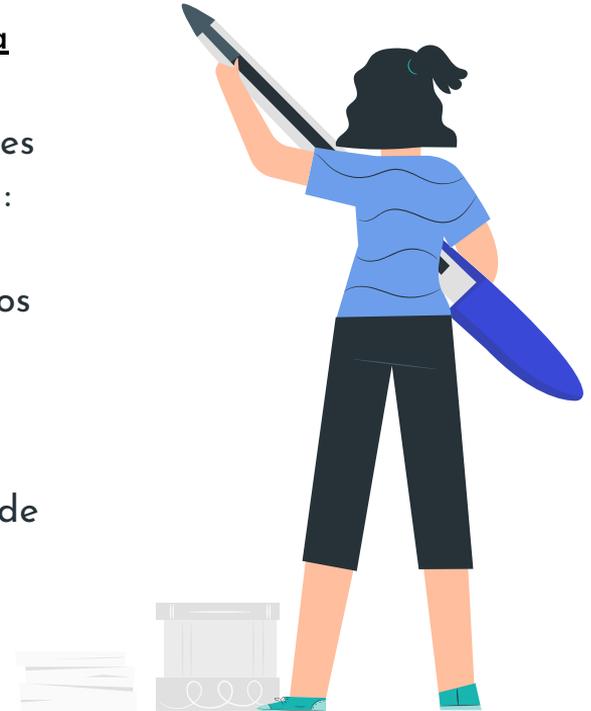


Más info en [www.yoemprendo.es](http://www.yoemprendo.es)



# Paso a Paso: Canvas de Propuesta de Valor

1. Empezar definiendo quién es mi segmentos de clientes/  
**beneficiario:** Población latinoamericana mayor de 18 años. Son usuarios de smartphone (android y iPhone) con conexion a internet (datos o wifi).
2. Identificar y priorizar al menos 5 tareas funcionales, sociales y/o emocionales por debe realizar mi cliente/ beneficiario. :  
Dar datos verdaderos
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).



**1. Empezar definiendo quién es mi segmentos de clientes/ beneficiario.**

Población latinoamericana mayores de 18 años. Son usuarios de smartphone (android y iPhone) con conexion a internet.

**2. Identificar y priorizar al menos 5 tareas funcionales, sociales y/o emocionales por debe realizar mi cliente/ beneficiario.**

- a. Debe descargar e instalar la app.
- b. Debe aceptar terminos y condiciones.
- c. Debe registrarse en la app.
- d. Debe aceptar el tracking realizado por la app.
- e. Notificar que está contagiado (una sola vez). Registrando la fecha de la confirmación del contagio.

**3. Identificar y priorizar al menos 5 puntos de dolor y 5 puntos de ganancia de mi cliente/ beneficiario en contexto de COVID-19.**

- a. Dolor: Expone su estado de contagiado.
- b. Dolor: Ser informado de que existe la probabilidad de estar contagiado.
- c. Dolor: No se está cubriendo el 100% de la población.
- d. Dolor: Limitaciones en sus actividades sociales tras las medidas tomadas al existir la posibilidad de contagio.
- e. Dolor: Paranoia generada al existir la posibilidad estar contagiado.
- f. Ganancia: Hace su contribución ciudadana al socializar sus datos.
- g. Ganancia: Minimizar la exposición al contagio de las personas próximas a mi.
- h. Ganancia: Acceso a datos con el fin de hacer seguimiento a personas contagiadas. (para entidades publicas).
- i. Ganancia: Acceso a datos con el fin de direccionar las test a personas asintomáticas con mayor contacto social.
- j. Ganancia: Recibir información para mantener la calma en caso de estar contagiado.

#### 4. Identificar y priorizar al menos 5 aliviadores de dolor y 5 creadores de valor de mi cliente/ beneficiario en contexto de COVID-19

- a. Dolor: Expone su estado de contagiado.
  - Aliviador: Gestionar notificaciones a modo premio desde la app.
- b. Dolor: Ser informado de que existe la probabilidad de estar contagiado.
  - Aliviador: Presentar información relativa al virus que ayude a calmar a la persona.
- c. Dolor: No se está cubriendo el 100% de la población.
  - Aliviador: Felicitar al usuario por ser un ciudadano responsable al usar la app.
- d. Dolor: Limitaciones en sus actividades sociales tras las medidas tomadas al existir la posibilidad de contagio.
  - Aliviador: Informar que se está protegiendo a sus seres queridos al seguir las medidas recomendadas.

#### 5. creadores de valor

- a) Ganancia: Hace su contribución ciudadana al socializar sus datos.
  - Valor: Crear un rol de buen ciudadano.
- b) Ganancia: Minimizar la exposición al contagio de las personas próximas a mi.
  - Valor: Protección y seguridad a tus seres queridos.
- c) Ganancia: Acceso a datos con el fin de hacer seguimiento a personas contagiadas. (para entidades publicas)
  - Valor: Brindar datos que atienden las responsabilidades como ciudadano.
- d) Ganancia: Acceso a datos con el fin de direccionar las test a personas asintomáticas con mayor contacto social.
  - Valor: Prevenir futuros contagios utilizando eficientemente los recursos del estado.
- e) Ganancia: Recibir información para mantener la calma en caso de estar contagiado.
  - Valor: Evitar y anticipar situaciones de riesgo.

# Observación de cliente

## 1. Tareas del cliente

- a. Debe descargar e instalar la app.
- b. Debe aceptar terminos y condiciones.
- c. Debe registrarse en la app.
- d. Debe aceptar el tracking realizado por la app.
- e. Notificar que está contagiado (una sola vez). Registrando la fecha de la confirmación del contagio.



## 2. Dolores

- a. Expone su estado de contagiado.
- a. Ser informado de que existe la probabilidad de estar contagiado.
- b. No se está cubriendo el 100% de la población.
- c. Limitaciones en sus actividades sociales tras las medidas tomadas al existir la posibilidad de contagio.
- d. Paranoia generada al existir la posibilidad estar contagiado.



## 3. Beneficios

- a. Hace su contribución ciudadana al socializar sus datos.
- b. Minimizar la exposición al contagio de las personas próximas a mi.
- c. Acceso a datos con el fin de hacer seguimiento a personas contagiadas. (para entidades públicas).
- d. Acceso a datos con el fin de direccionar las test a personas asintomáticas con mayor contacto social.
- e. Recibir información para mantener la calma en caso de estar contagiado.



# Mapa de Valor

## 4. Aliviadores de dolor

Gestionar notificaciones a modo premio desde la app.

Presentar información relativa al virus que ayude a calmar a la persona.

Felicitar al usuario por ser un ciudadano responsable al usar la app.

Informar que se está protegiendo a sus seres queridos al seguir las medidas recomendadas.



## 5. Creadores de Beneficios

Crear un rol de buen ciudadano.

Protección y seguridad a tus seres queridos.

Brindar datos que atienden las responsabilidades como ciudadano.

Evitar y anticipar situaciones de riesgo.

Utilizar eficientemente los recursos del estado contribuyendo de esta manera a la estabilidad del sistema sanitario.



## 6. Productos & Servicios

Se brinda una aplicación donde se muestra una serie de notificaciones e información para disminuir y prevenir el contagio; tranquilizar y agradecer al beneficiario por el uso responsable de la app.



# 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

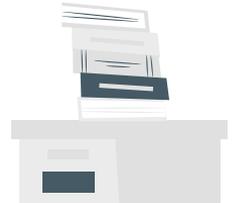
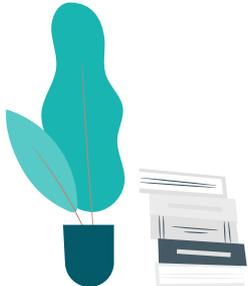
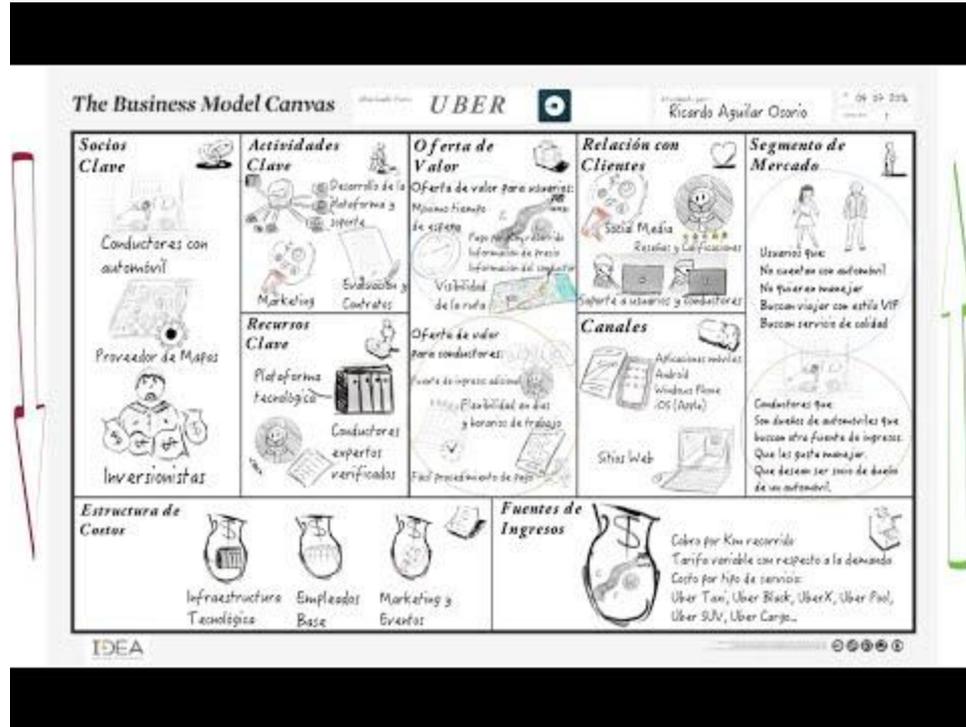
- Definir los siguientes puntos y su articulación:
- Cuál es tu propuesta de valor y para quién.
- Cómo vas a vender tus productos para generar utilidad y valor.
- Cómo vas a conseguir clientes y a conservarlos.
- Cómo te vas a mostrar ante el mercado.
- Cuál va a ser tu estrategia para salir al mercado: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

<https://www.pepp-pt.org/>

Los servidores son el celular de cada persona. El estado no maneja grandes bases de datos, ni tu posición.

**No se necesitan datos de internet a tiempo completo:** Solo en el momento de informar a otros o una vez al día/semana.

Bajo presupuesto: Latinoamérica demuestra hacer mucho con muy poco.

#Esto es conciencia social.

<https://gacetamedica.com/investigacion/un-mapa-en-tiempo-real-ofrece-la-evolucion-del-coronavirus/>

Es para latinoamerica. A nivel personal. No algo global

Solo necesitamos buenos programadores, abogados, ingenieros, comunicadores

<https://socialabglobal.socialab.com/challenges/cadadiacuenta/idea/109321>

No exponemos al contagiado. Nuestra aplicación hace todo el tracking automáticamente. No debe llenarlo el usuario. Además por la protección de datos

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

En países como china que controló el virus ya están apareciendo nuevos casos.

Incentivar de los estados a compartir la iniciativa. Colaborando a detectar focos de contagio.

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

**Da un indicador de tiempo y distancia compartida con el contagiado.** Además de una alerta de color.

Es un medio de comunicación e información verídica. Disminuye el pánico.



## 02 – Segmento de clientes

¿Cuáles son las características de los consumidores/clientes? (Edad, género, ingresos, educación, profesión, residencia)  
Personas mayores de 18 años, con smartphone (android o iPhone).

¿Quién compra?

Es una aplicación móvil gratuita que se descarga en la tienda de aplicaciones del celular. Y además también se podría descargar en la página web de la aplicación móvil.

¿Quién usa?

El principal usuario es quien descarga la app bajo la normativa de protección de datos personales. También, la información de la app puede ser utilizada por entidades gubernamentales.

¿Quién decide?

-NA-

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

1. El usuario tendrá la tranquilidad de saber cuando se expone al contagio además de poder aportar a la causa
2. El personal médico (médicos, hospitales): Garantiza y promueve el uso de la aplicación.
3. El gobierno como agente que podrá potenciar políticas públicas de prevención.

## 03 – Canales

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

Redes sociales: Whatsapp, Facebook, Twitter, Correos

Mediante tienda de aplicaciones como Google Play y AppStore Y publicidad en otras apps

Sitio web en donde podrá informarse de la app y descargarla para su smartphone

Si el gobierno la apoya como política: Propaganda televisiva

¿Son estos los medios usuales en el sector?

Media culture society journal afirma que en latinoamérica las redes sociales y los medios de televisión son los mayores medios de difusión de información.

[https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/016344370202400202?casa\\_token=pLlucHZp7tcAAAAA%3AXM8qxwuuaV89RmLVUYZAIJVHJERB7VKhhFU1SRQ372-iD-NSbxyYyGBbEzVRwP\\_BS2PEhaosGVFT&](https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/016344370202400202?casa_token=pLlucHZp7tcAAAAA%3AXM8qxwuuaV89RmLVUYZAIJVHJERB7VKhhFU1SRQ372-iD-NSbxyYyGBbEzVRwP_BS2PEhaosGVFT&)

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

De manera gratuita. Solo necesita conexión a internet. Estimulado también por las entidades prestadoras de salud.

¿Existen restricciones comerciales para ello?

Marco legal manejo de datos personales.

# 04 – Relación con clientes

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

Encuestas de satisfacción sobre el uso/beneficio de la app.

Valoración del desempeño de la aplicación mediante el número de usuarios.

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

Percepción de querer ser un "buen ciudadano" al usar la herramienta

El contribuye a disminuir los nuevos contagios.

¿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? \

A través de medios de comunicación (propagandas en canales de TV, además de los influencers (youtube, instagram...)

El personal médico podrá también ser un intermediario.

En la visión de implementarla como política pública tendrá agentes del gobierno como intermediarios (Políticos, Mutualistas, Aseguradoras, etc. )

La misión será informar, creemos en la información como algo poderoso para enfrentar la propagación de esta enfermedad.

Usarla, sería responsabilidad ciudadana de poder aportar a la causa de la prevención.

Pretendemos llegar al beneficiario de forma directa (campañas de información pública, gubernamentales, medios de comunicación) telefónica (datos provistos por mutualistas de seguimiento)

# 05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

- Propaganda dentro de la app.
- Financiación del sistema público: posible financiación del gobierno por el bien público.
- Donaciones del sector privado: Las empresas podrían motivar a sus empleados a usar la app. Esto podría detener un contagio masivo de su fuerza laboral.
- La venta de estadísticas.

¿Cómo nos realizarán los pagos?

N/A

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

1. Es gratuita.

## 06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

Solo buenos programadores, abogados, ingenieros, comunicadores.

¿Qué recursos materiales necesitas?

Servidores

¿Qué recursos intangibles necesitas?

Licencias

Plataformas de código abierto para evitar adquirir servicios de terceros (google)

Bases de datos

# 07 – Actividades clave

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

Diseñar una app robusta ante el ingreso masivo de usuarios y el manejo de información.

Precisión a la hora de generar los "match" (localización GPS)

Correcta notificación a los posibles contagios.

Protección de la información de los usuarios.

Compilación de información para posterior notificación al usuario.

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

Publicidad y promoción.

Mantenimiento de la app. Actualizaciones de la misma(?).

## 08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

Google, Apple, (compañías telefónicas)

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

El gobierno como activo participe del proceso.

Las entidades prestadoras de servicios de salud.

¿Quiénes son mis aliados?

Los gobernadores y políticos

Los medios de comunicación

Las entidades prestadoras de servicios de salud.

# 09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

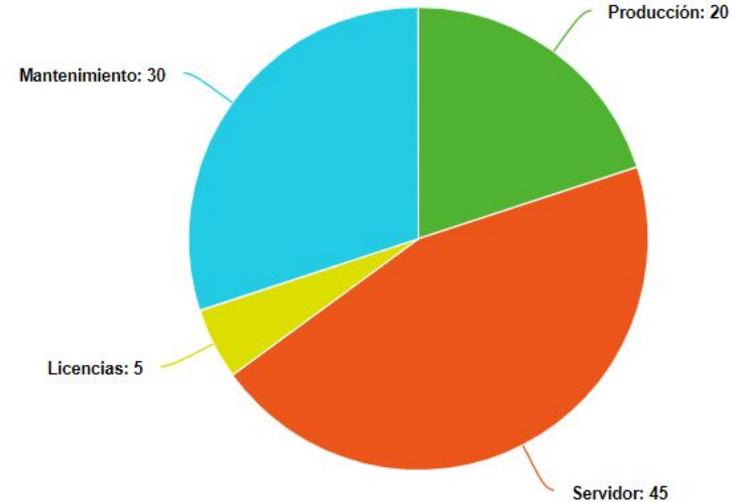
- Producción de la aplicación.
- Renta de servicios en la nube(servidor).
- Licencias de publicación de apps en AppStore y Google Play.
- Costos de mantenimiento.

¿Recursos y actividades más costosas?

Servidores.

¿Cual es el costo de nuestros canales?

Publicidad y patrocinio generado de manera automática por el impacto de la propuesta.



# OLVIDENLO ES EXTRA: 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

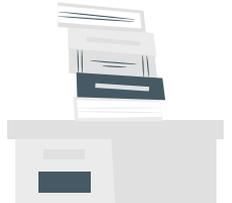
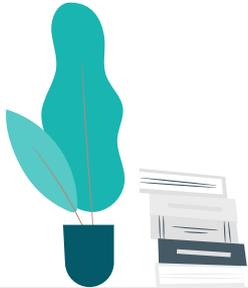
- Proponer variantes de expansión de la solución.
- Poder pensar en función de múltiples opciones de expansión de forma guiada.
- Estimular a los integrantes del grupo asignando ejes de enfoque específicos a cada uno para inspirar la creatividad.



# 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".



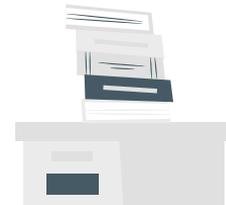
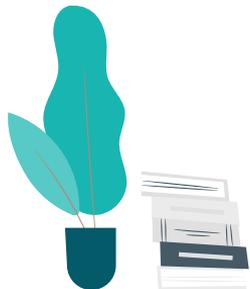
## 04. Postulación final

*Después de la cuarentena, los brotes reaparecerán como está sucediendo en China y la cura tardará al menos 1 año. Si un nuevo contagiado informa a los otros con quien tuvo contacto, se haría un seguimiento más riguroso de los nuevos casos.*

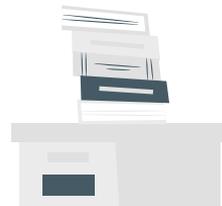
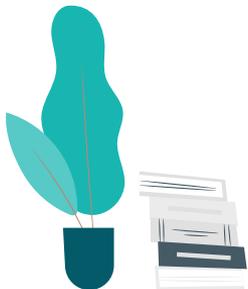
*Para realizar el seguimiento oportuno de los nuevos contagios proponemos una app de conciencia social con el objetivo final que los estados lo puedan tomar como una política pública.*

*La aplicación móvil hace "tracking" durante los últimos 41 días y guarda la información de las personas con las que se tuvo contacto. En caso de ser positivo al virus y validarlo en la app. Se informará anonimizado a la gente que probablemente esté contagiada. Se indicará el tiempo total y la distancia compartida con el contagiado. Además de una alerta de color.*

*La conciencia social y el aviso a tiempo son la solución!*

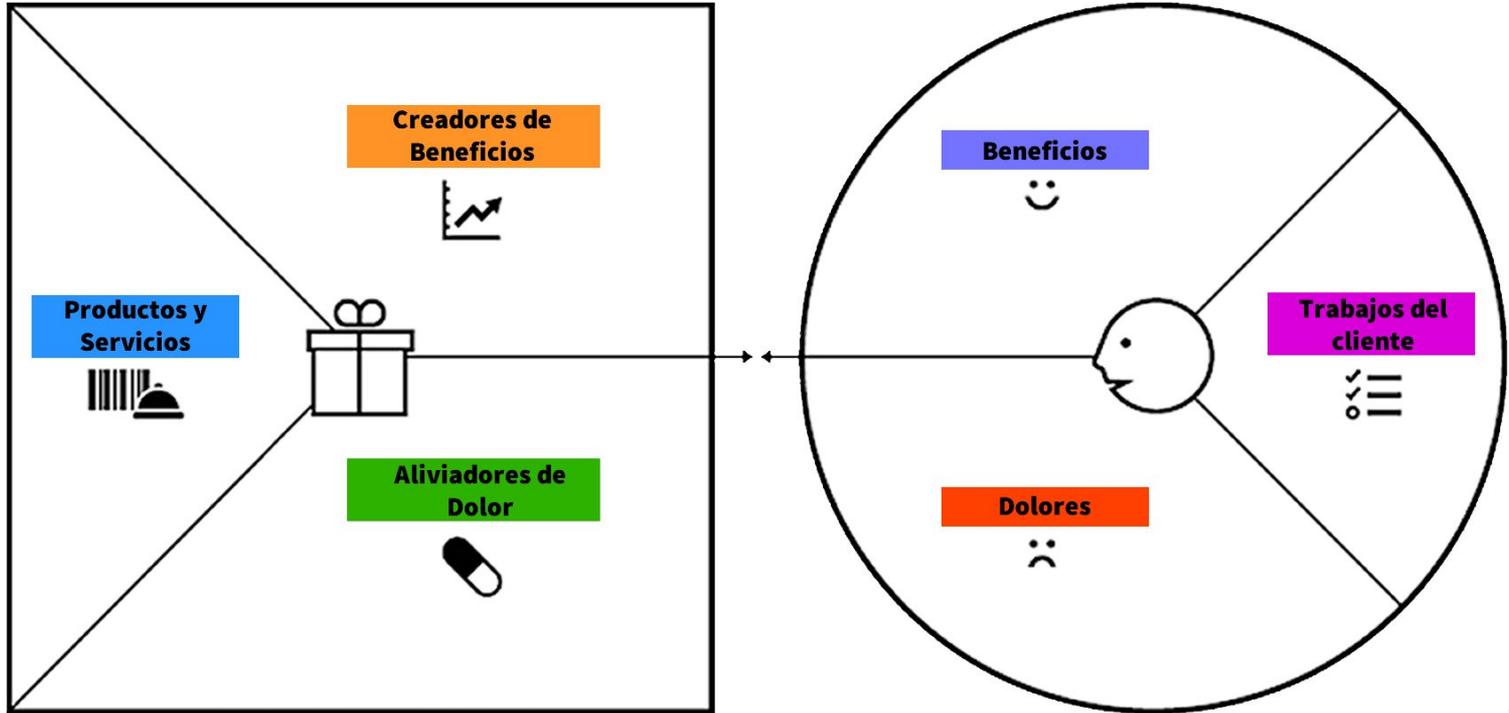


# IMPRIMIBLES



## Canvas de Propuesta de Valor

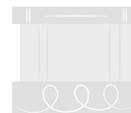
I  
M  
P  
R  
I  
M  
I  
R



## Canvas de Modelo de Negocio

I  
M  
P  
R  
I  
M  
I  
R

<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> 		



# NUESTROS APUNTES

1. Si se necesita servidor
2. Geofencing
3. En nuestro contexto Latinoamericano!
4. Suposición: Muchas personas la instalan
5. Entregar quien da la info
6. Herramienta para prevenir
7. #NosCuidamosEntreTodos
8. Beneficiarios: La persona que expone sus datos y el que la usa.
9. Aplicación de conciencia y alerta.

## DEVOLUCIÓN PRIMERA ENTREGA:

Hola, equipo!!! Cómo están? ¡Felicitaciones por estar participando de Cada día cuenta! Soy Victoria de Socialab Uruguay. Me parece una muy buena idea, les dejo unos comentarios/preguntas: 1- Es el usuario que carga la información? Tanto de que da positivo así como con quienes tuvo contacto? Qué pasa si una persona estuvo en contacto pero no está en la app? Qué pasa con los datos de la persona, no solo el cuidado de los datos personales si no de una persona que carga mi info que no acepté previamente que así lo sea Éxitos!

Hola Victoria gracias por tus preguntas. A continuación las respuestas: 1. Si, el usuario carga la información y valida si está contagiado. Después de haberse registrado aceptando dar siempre información verídica. Esto permite que la aplicación informe a los posibles contagiados de manera anónima para que ellos tomen precauciones. 2. Incentivamos la conciencia social. Más personas en la app, más datos se tienen para predecir el porcentaje de posibilidad de contagio. (Los médicos/instituciones tienen la posibilidad de crearle un perfil y al menos poner trayectos que la persona recuerde haber hecho en ciertos horarios.) 3. Con cláusulas legales y términos y condiciones garantizaremos que las personas no se expongan con sus datos personales.

# 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

