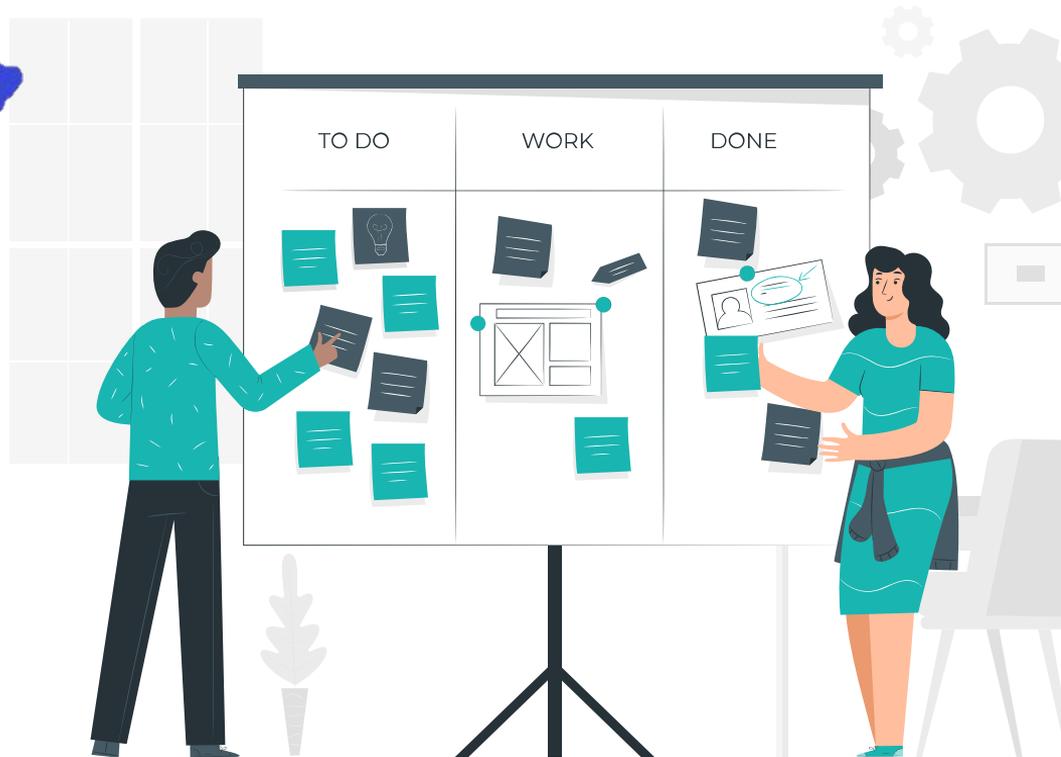


CADA
DÍA
CUENTA

LATAM HACKATHON
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



Material Sábado



DETALLE DE JORNADA

02

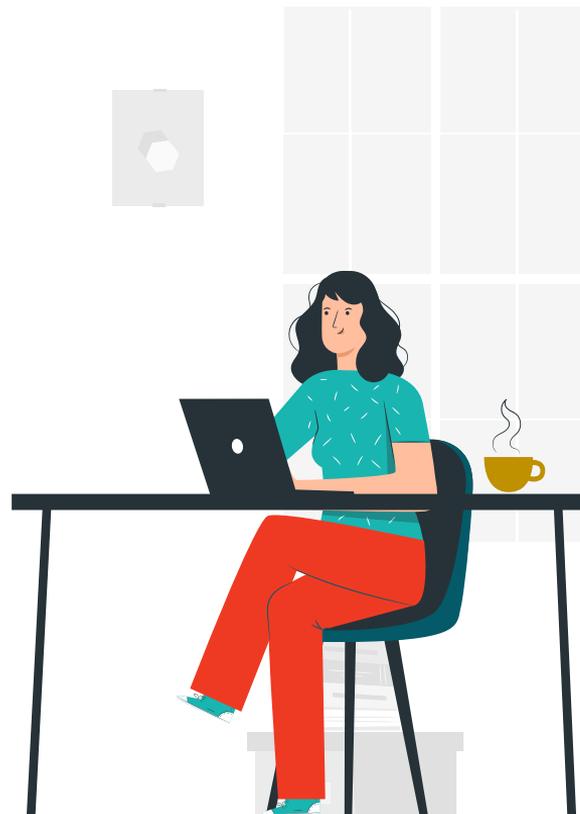


Sabado

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



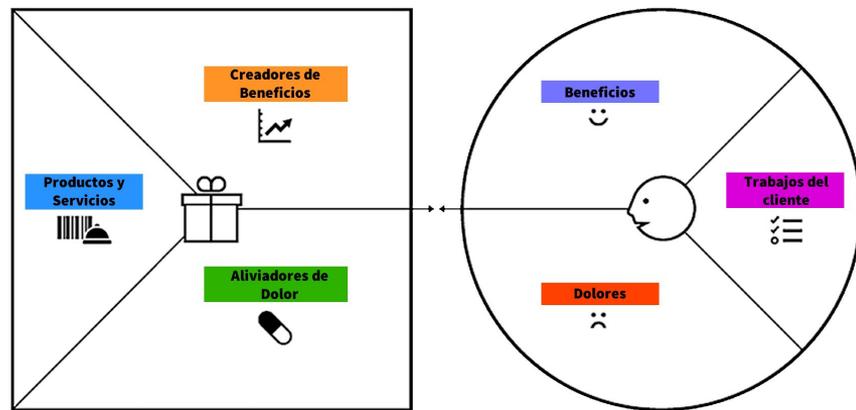
1. Canvas de Propuesta de Valor

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

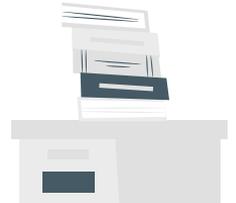
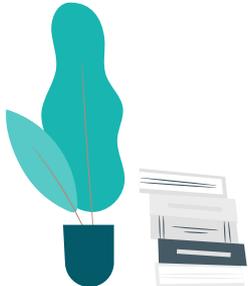
yoEmprendo El lienzo de propuesta de Valor

The diagram illustrates the Value Proposition Canvas, divided into two main sections: **DESIGNAR** (Design) and **ORGANIZAR** (Organize).

- DESIGNAR (Left):** A square divided into four quadrants. The top-right quadrant is labeled "gain creators" with a hand icon. The bottom-right quadrant is labeled "pain relievers" with a hand icon. The left side is labeled "Producto" with a gift icon.
- ORGANIZAR (Right):** A circle divided into three segments. The top segment is labeled "gains" with a smiley face icon. The bottom segment is labeled "pains" with a frowny face icon. The right side is labeled "cust jobs" with a list icon.

A central figure of a person is positioned between the two sections, with arrows indicating the fit between the product and customer segments. A large curved arrow on the right side points from the "ORGANIZAR" section back to the "DESIGNAR" section, suggesting an iterative process. The text "OSH" is written in the top right corner of the diagram area.

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. Disposición al cambio, enfrentando barreras del ecosistema virtual.
2. Loguearse en la plataforma y hacer una descripción de su modelo de negocio, debilidades, target.
3. Adquirir e implementar nuevo conocimiento en la formación virtual, con disposición a socializar sus éxitos y fracasos.
4. Aceptación de asignación aleatoria del asesor y evaluación de la experiencia, mediante puntuación simbólica al experto.
5. Replicación de los saberes adquiridos con otros emprendedores.



2. Dolores

1. Ingresos económicos y disminución de ventas.
2. Imposibilidad de no poder ejercer se emprendimiento debido al covid - frustración
3. Suspensión de actividades
4. Disminución de capacidad adquisitiva del consumidor
5. Falta de conectividad y digitalización.



3. Beneficios

1. Recibir consultoría virtual de expertos de manera gratuita.
2. Fortalecer el modelo de negocio y darse a conocer en el contexto COVID-19.
3. Adquisición de nuevo conocimiento.
4. Ampliar el alcance de la planeación estratégica, planes de marketing y estrategias de publicidad.
5. Aumento en sus ventas=ingresos económicos.



Mapa de Valor

4. Aliviadores de dolor

1. Incremento en ventas.
2. Accesibilidad y posibilidad de digitalización.
3. Adaptabilidad al contexto COVID-19.
4. Aceptación de la asesoría.
5. Conocimiento del comportamiento del mercado.



5. Creadores de Beneficios

1. Expertos voluntarios.
2. Plataforma con accesibilidad desde casa.
3. Adaptabilidad de los usuarios.
4. Técnica replicable y sustentabilidad del mercado local.
5. Acceso gratuito.



6. Productos & Servicios

Plataforma virtual apoyada en redes sociales que forma un vínculo entre Mipymes, emprendedores (antiguos y nuevos) y expertos en marketing y publicidad.



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

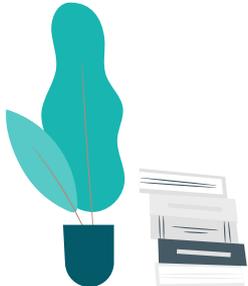
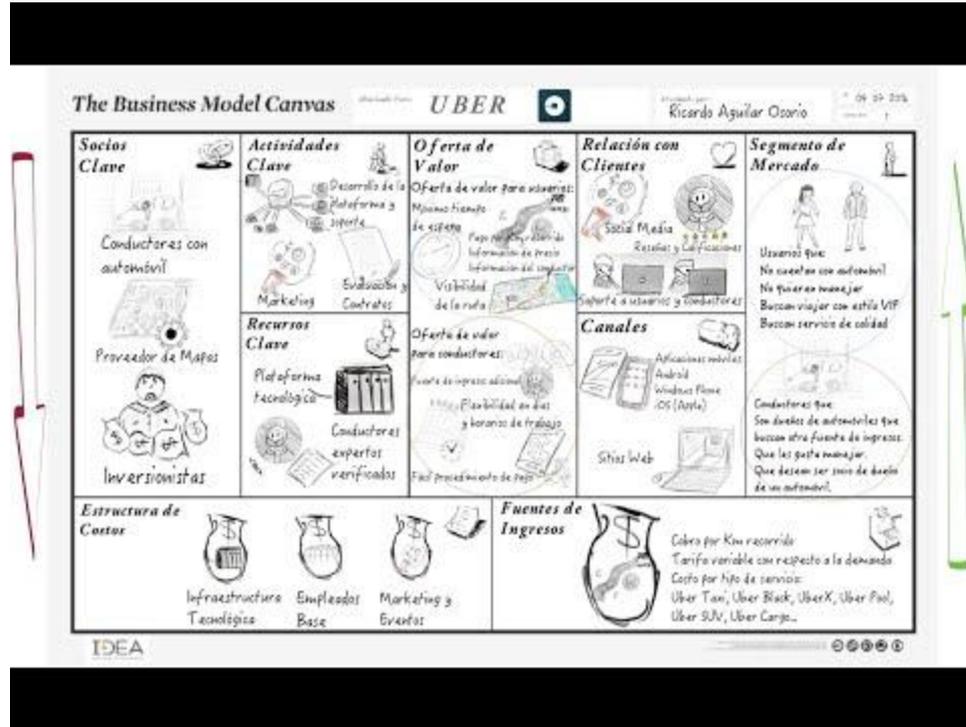
- Definir los siguientes puntos y su articulación:
- Cuál es tu propuesta de valor y para quién.
- Cómo vas a vender tus productos para generar utilidad y valor.
- Cómo vas a conseguir clientes y a conservarlos.
- Cómo te vas a mostrar ante el mercado.
- Cuál va a ser tu estrategia para salir al mercado: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

Proyecto de colaboración ciudadana en línea en el que se brinda una plataforma gratuita de contacto entre una red de expertos en marketing y publicidad y emprendedores de Latinoamérica, dicho contacto consiste en asesoría gratuita y la implementación de la misma, generando adquisición y transferencia de conocimiento de los beneficiarios iniciales a otros beneficiarios con el fin de mitigar los impactos del covid y las cuarentenas en los emprendimientos de América Latina.

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

Gratuidad, accesibilidad, generación de redes de apoyo, cambio de mentalidad, saturación de la internet, saturación de envíos, restricciones físicas, uso de herramientas tecnológicas que no se habían usado antes, cambio de paradigma en las operaciones, trabajo autónomo, respuestas rápidas, ventas a la baja, sentido de pertenencia con la industria interna.

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

- Salvaguardar los proyectos de emprendimiento y las empresas en desarrollo.
- Mitigación del impacto económico que genera el COVID-19
- Reactivación de la economía.
- Apoyo a pymes en sí ya que todo el trabajo es a través de una plataforma digital.
- Permite conservar puestos de trabajo.
- Permite la oferta de productos locales.
- Impulsar el relacionamiento social en américa latina.
- Generar conciencia al cuidado del medio ambiente.
- Apoyo a las industrias locales.

02 – Segmento de clientes

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

Esta iniciativa cuenta con dos tipos de clientes:

1. Empresa que entre dentro de la clasificación de pymes, mipymes y emprendimiento, ubicados en latinoamérica, tales como:

- Pymes y mipymes que no están afianzadas con conocimientos de marketing ni Community Management y se vieron afectadas por el COVID19.
- Pymes nuevas que surgen a raíz del cambio mundial de panorama en pleno COVID19.
- Pymes que siempre llevaron su negocio cara a cara. Se ven obligados a adaptarse a el mundo virtual y no saben cómo hacerlo.

2. Profesionales:

- Personas profesionales en áreas como marketing, publicidad, diseño grafico, logistica, manejo de redes sociales.
- Buscan ayudar a la economía local en forma de voluntariado.
- A raíz del COVID19 busca apoyar el mercado local.
- Les gusta ayudar y liderar.
- Tienen más tiempo entre manos debido a que el consumo mundial ha disminuido y por ende sus servicios.

¿Quién usa? ¿Quién decide?

Emprendedores, dueños o colaboradores de pymes y mipymes, red de expertos en marketing, diseño grafico, logistica y manejo de redes sociales.

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

Si, emprendimientos, mipymes, pymes y red de expertos.

03 – Canales

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

- Correo electrónico
- Sistemas de video teleconferencia o de reuniones virtuales.
- Redes sociales como facebook, instagram y twitter.
- Posteos en redes de cámaras de comercio y Secretaria de desarrollo.
- Televisión (para aquellas pymes que no se manejan en la red todavía).

¿Son estos los medios usuales en el sector?

Sí

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

- Plataforma inicial.
- Redes sociales como facebook, instagram y twitter.
- Asesoría virtual
- Sistemas de video teleconferencia o de reuniones virtuales.

¿Existen restricciones comerciales para ello?

- Dificultad a la accesibilidad
- Consecución de recursos para desarrollo de la plataforma.
- Plataforma web apoyado en redes sociales.
- Que el cliente no disponga de los dispositivos tecnológicos para hacerlo.
- Que el cliente no sepa como manejar este tipo de tecnología.

04 – Relación con clientes

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

- Ser el puente para conseguir un vínculo entre expertos y emprendedores afectados por el COVID19.
- Relación gana-gana donde los beneficiarios podrán adquirir conocimientos de marketing y publicidad y los consultores aprenderán sobre los distintos modelos de negocio que están apoyando.

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

- Gratuidad
- La experticia de los profesionales.
- Servicio personalizado
- La fácil accesibilidad-online

¿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 virtual a través de una plataforma online con posibilidad de consulta a través de la misma.
- Líneas telefónicas.
- Correo electrónico.
- Follow ups a través de una agenda compartida entre el profesional y la pyme.

05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

- Inversionistas y ONG'S que buscan ayudar a las PYMES y emprendedores.
- Financiación estatal
- Cooperación internacional
- Universidades

¿Cómo nos realizarán los pagos?

N/A

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

- Estrategia de beneficio a modo de reconocimiento para los profesionales, mediante puntuación que otorguen los asesorados.

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

Expertos en Marketing y Publicidad, Diseñadores Gráficos y Community Managers, influencers, empresarios, emprendedores, organizaciones gubernamentales, organizaciones de cooperación internacional, universidades.

¿Qué recursos materiales necesitas?

Desarrollador, programador web, diseñador de frontpage, profesional de marketing y negocios, comunicaciones y redes, persona para dar respuesta a las consultas de los usuarios, pymes, mipymes, emprendedores, red de expertos y dispositivos electrónicos.

¿Qué recursos intangibles necesitas?

- Plataforma tecnológica.
- Conectividad

07 – Actividades clave

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

- Búsqueda de financiación.
- Identificación de emprendedores, pymes y mipymes.
- Estudio de viabilidad del montaje plataforma que garantice prototipo viable web, usable, intuitiva y con soporte.
- Consecución de aliados estratégicos: Gobierno, cámaras de comercio, líderes de opinión, medios de comunicación, influenciadores.
- Socialización de la iniciativa y lanzamiento plataforma con un grupo de emprendedores y expertos ya inscritos previamente.
- Promoción en redes con casos de éxito con sentido social (vídeos cortos).
- Evaluación.
- Planeación de un cronograma de actividades.

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

- Lider de proyecto, encargado de liderar la iniciativa.
- Experto en marketing que plantee la estrategia de comunicación de la iniciativa.
- Community manager encargado de la divulgación en redes sociales.
- Relacionista público que se encargue de las alianzas estratégicas.
- Profesional administrativo que se encargue entre los expertos y los beneficiarios, definir un cronograma de actividades y ejecutar el seguimiento y evaluación.
- Profesional en sistemas encargado del soporte técnico.
- Desarrollador y programador de plataformas digitales.
- Diseñador gráfico, encargado de desarrollar una imagen corporativa.

08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

- Empresas de servicio de internet.
- Empresas de servidores públicos.
- Empresas de comunicación virtual.
- Universidades.

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

- Incubadoras de negocios en Latinoamérica.
- Gobierno, cámaras de comercio, líderes de opinión, medios de comunicación, influenciadores, secretarías de desarrollo, agremiaciones encargadas del desarrollo económico.

¿Quiénes son mis aliados?

- Empresas de plataforma universal
- Cámara de comercio (ayudar a localizar empresas en riesgo).
- Secretaría de desarrollo (ayudar a localizar empresas en riesgo).
- Inversionistas/ ONG'S

09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

- Desarrollo y puesta en marcha de la plataforma.
- Mantenimiento y soporte plataforma.
- Redes sociales.
- Honorarios y asignación salarial de: (siempre y cuando no se consiga una alianza con estos profesionales en forma de voluntariado)
- Lider de proyecto.
- Experto en marketing.
- Community manager.
- Relacionista público.
- Profesional administrativo.
- Profesional en sistemas.
- Desarrollador y programador.
- Diseñador gráfico.

¿Recursos y actividades más costosas?

Plataforma web.

¿Cual es el costo de nuestros canales?

- Infraestructura tecnológica.
- Empleados Base.
- Marketing en redes sociales.

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

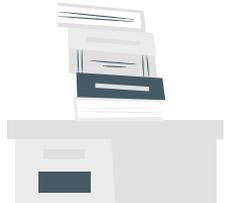
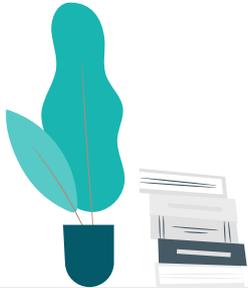
- Proponer variantes de expansión de la solución.
- Poder pensar en función de múltiples opciones de expansión de forma guiada.
- Estimular a los integrantes del grupo asignando ejes de enfoque específicos a cada uno para inspirar la creatividad.



SCAMPER

with cake!

i con bizcocho !



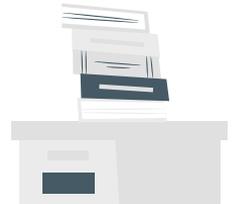
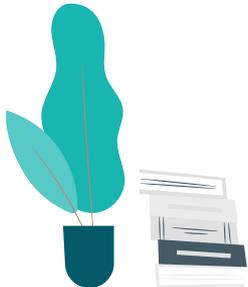
Paso a Paso: SCAMPER

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".

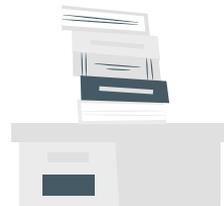
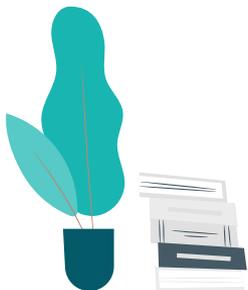


04. Postulación final

Proyecto de colaboración ciudadana en línea en el que se brinda una plataforma gratuita de contacto entre una red de expertos en marketing y publicidad y emprendedores de Latinoamérica, dicho contacto consiste en asesoría gratuita y la implementación de la misma, generando adquisición y transferencia de conocimiento de los beneficiarios iniciales a otros beneficiarios con el fin de mitigar los impactos del covid y las cuarentenas en los emprendimientos de América Latina.

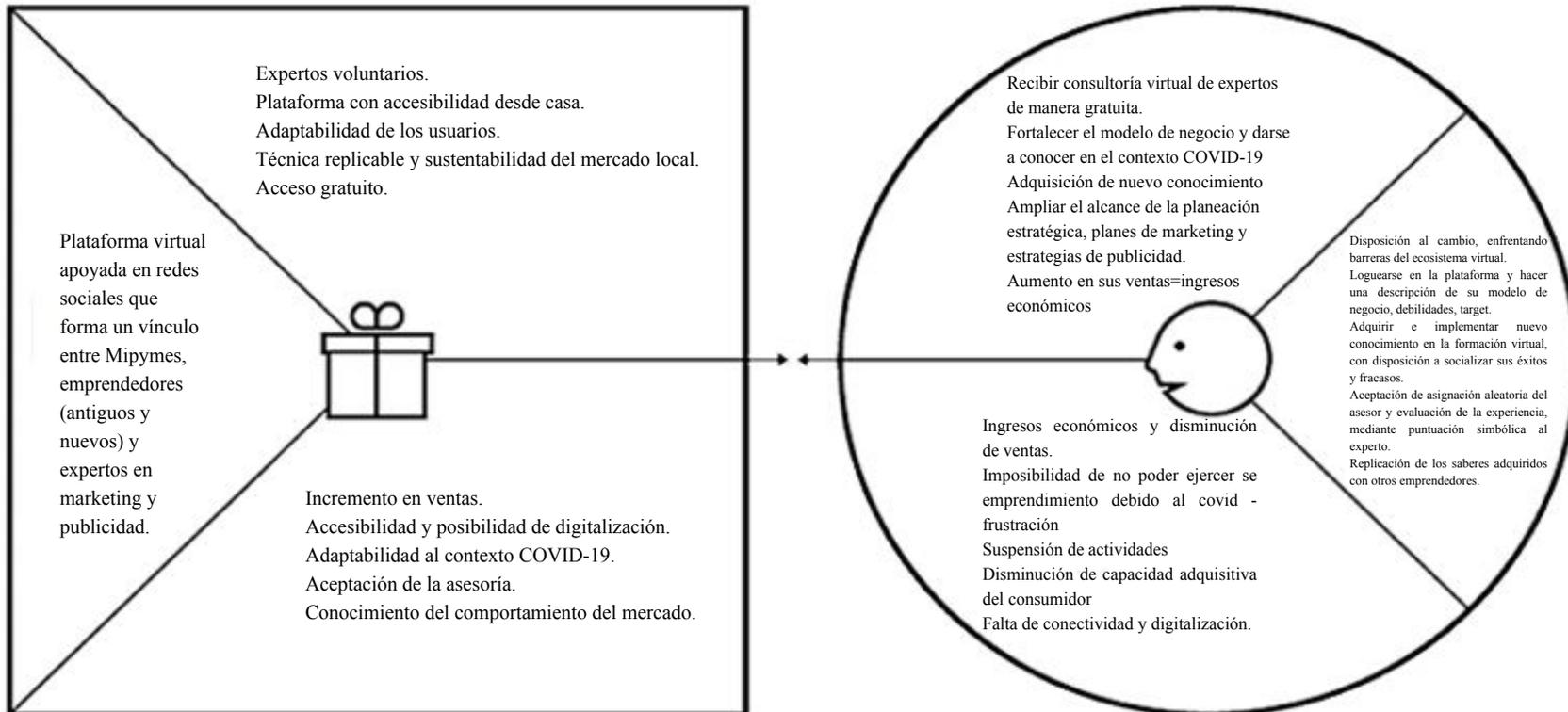


IMPRIMIBLES



Canvas de Propuesta de Valor

I
M
P
R
I
M
I
R



Canvas de Modelo de Negocio

<p>Socios clave </p> <p>Los proveedor claves son las empresas de servicio de internet, empresas de servidores públicos, empresas de comunicación virtual y universidades.</p> <p>Los socios claves para conseguir llegar a nuestros clientes son las incubadoras de negocios en Latinoamérica, el gobierno, cámaras de comercio, líderes de opinión, medios de comunicación, influenciadores, secretarías de desarrollo, agremiaciones encargadas del desarrollo económico.</p> <p>Nuestros aliados son empresas de plataforma universal, cámara de comercio (ayudar a localizar empresas en riesgo), las secretaría de desarrollo (ayudar a localizar empresas en riesgo), inversionistas/ ONG'S.</p>	<p>Actividades clave </p> <ul style="list-style-type: none"> -Búsqueda de financiación. -Identificación de emprendedores, pymes y mipymes. -Estudio de viabilidad del montaje plataforma que garantice prototipo viable web, usable, intuitiva y con soporte. -Consecución de aliados estratégicos: Gobierno, cámara de comercio, líderes de opinión, medios de comunicación, influenciadores. -Socialización de la iniciativa y lanzamiento plataforma con un grupo de emprendedores y expertos ya inscritos previamente. -Promoción en redes con casos de éxito con sentido social (videoclips cortos). -Evaluación. -Planeación de un cronograma de actividades. <p>Recursos clave </p> <p>Las personas clave son: Expertos en Marketing y Publicidad Diseñadores Gráficos y Community Managers, influencers, empresarios, emprendedores, organizaciones gubernamentales, organizaciones de cooperación internacional, universidades. Los recursos materiales necesarios son: desarrollador, programador web, diseñador de frontpage, profesional de marketing y negocios, comunicaciones y redes, persona para dar respuesta a las consultas de los usuarios, pymes, mipymes, emprendedores, red de expertos y dispositivos electrónicos. Los recursos intangibles necesarios son: Plataforma tecnológica y conectividad</p>	<p>Propuestas de valor </p> <p>Somos un proyecto de colaboración ciudadana en línea en el que se brinda una plataforma gratuita de contacto entre una red de expertos en marketing y publicidad y emprendedores de Latinoamérica, dicho contacto consiste en asesoría gratuita y la implementación de la misma, generando adquisición y transferencia de conocimiento de los beneficiarios iniciales a otros beneficiarios con el fin de mitigar los impactos del covid y las cuarentenas en los emprendimientos de América Latina.</p> <p>Este proyecto aporta a la sociedad mediante acciones como:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Salvaguardar los proyectos de emprendimiento y las empresas en desarrollo. -Mitigación del impacto económico que genera el COVID-19 -Reactivación de la economía. -Apoyo a pymes en sí ya que todo el trabajo es a través de una plataforma digital. -Permite conservar puestos de trabajo. -Permite la oferta de productos locales. -Impulsar el relacionamiento social en américa latina. -Generar conciencia al cuidado del medio ambiente. -Apoyo a las industrias locales. 	<p>Relaciones con clientes </p> <p>Las relaciones que vamos a establecer con nuestros consumidores/clientes son:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ser el puente para conseguir un vínculo entre expertos y emprendedores afectados por el COVID19. -Relación gana-gana donde los beneficiarios podrán adquirir conocimientos de marketing y publicidad y los consultores aprenderán sobre los distintos modelos de negocio que están apoyando. La relación con nuestros cliente va a ser: -Relación virtual a través de una plataforma online con posibilidad de consulta a través de la misma. -Líneas telefónicas. -Correo electrónico. -Follow ups a través de una agenda compartida entre el profesional y la pyme. <p>Canales </p> <p>Los medios y formas de contacto que utilizamos con el cliente para que conozca nuestro producto o servicio son:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Correo electrónico -Sistemas de video teleconferencia o de reuniones virtuales. -Redes sociales como facebook, instagram y twitter. -Posteos en redes de cámaras de comercio y Secretaría de desarrollo. -Televisión (para aquellas pymes que no se manejan en la red todavía). 	<p>Segmentos de cliente </p> <p>Esta iniciativa cuenta con dos tipos de clientes:</p> <p>Empresa que entre dentro de la clasificación de pyme, mipyme y emprendimiento ubicados en Latinoamérica, tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Pymes y mini-pymes que no están afianzadas con conocimientos de marketing ni Community Management y se vieron afectadas por el COVID19. -Pymes nuevas que surgen a raíz del cambio mundial de panorama en pleno COVID19. -Pymes que siempre llevaron su negocio cara a cara. Se ven obligados a adaptarse a el mundo virtual y no saben cómo hacerlo. <p>Profesionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Personas profesionales en áreas como marketing, publicidad, diseño gráfico, logística, manejo de redes sociales. -Buscan ayudar a la economía local en forma de voluntariado. -A raíz del COVID19 busca apoyar el mercado local. -Les gusta ayudar y liderar. -Tienen más tiempo entre manos debido a que el consumo mundial ha disminuido y por ende sus servicios. -Generar conciencia al cuidado del medio ambiente.
<p>Estructura de costes </p> <p>Los costos asociados a la iniciativa son el desarrollo y puesta en marcha de la plataforma, mantenimiento y soporte plataforma, redes sociales, honorarios y asignación salarial de: (siempre y cuando no se consiga una alianza con estos profesionales en forma de voluntariado), líder de proyecto, experto en marketing, community manager, relacionista público, profesional administrativo, profesional en sistemas, desarrollador y programador, diseñador gráfico.</p>		<p>Fuentes de ingresos </p> <p>Nuestras fuentes de ingresos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inversionistas y ONG'S que buscan ayudar a las PYMES y emprendedores. - Financiación estatal - Cooperación internacional - Universidades <p>Estrategia de precios/beneficios Estrategia de beneficio a modo de reconocimiento para los profesionales, mediante puntuación que otorguen los asesores.</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

