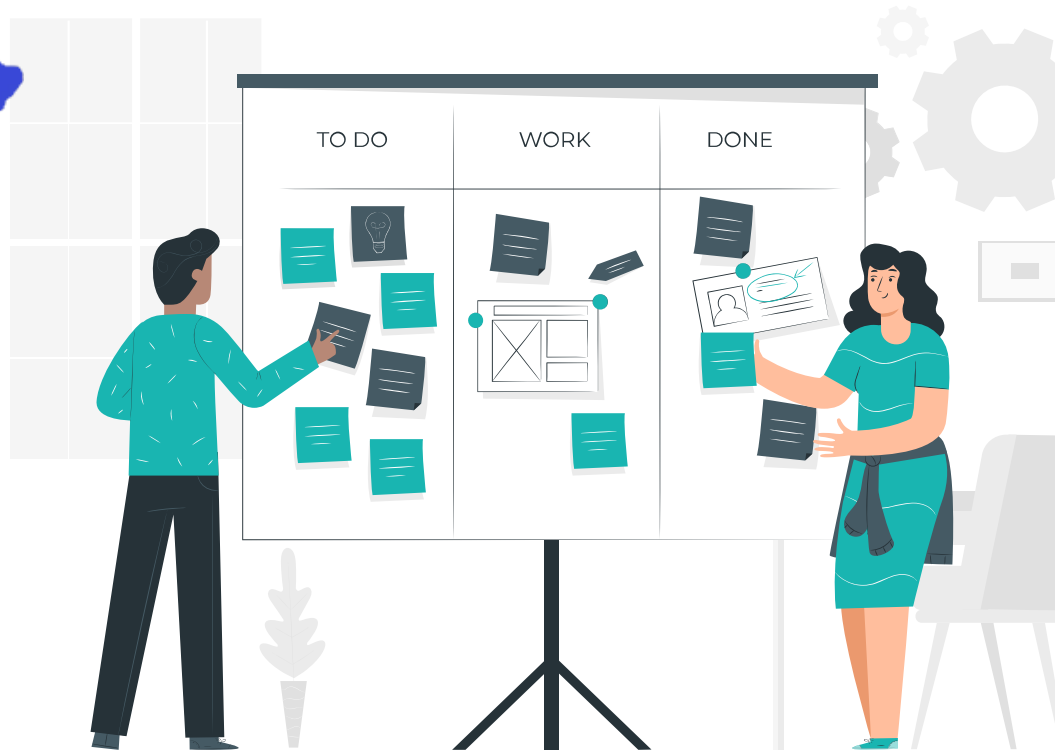


CADA
DÍA
CUENTA

LATAM HACKATHON
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



Material Sábado



DETALLE DE JORNADA

02

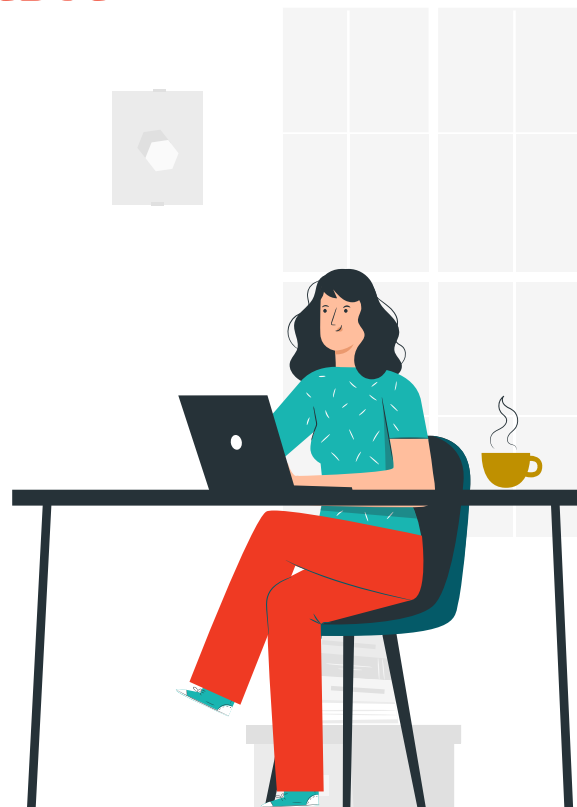


Sabado

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



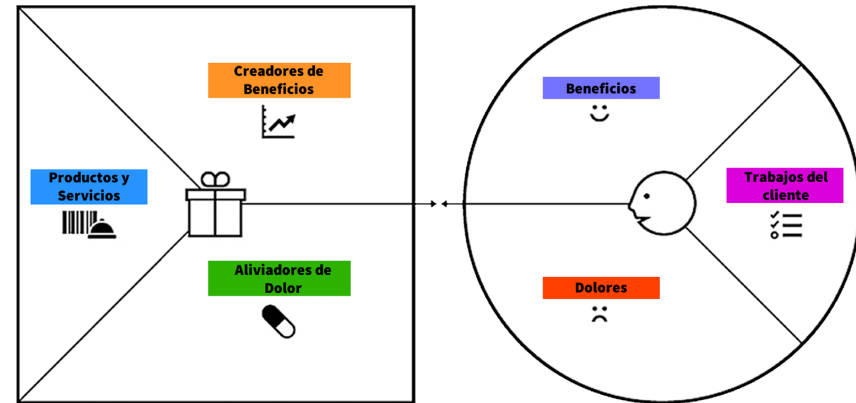
1. Canvas de Propuesta de Valor

DESCRIPCIÓN DE LA DINÁMICA

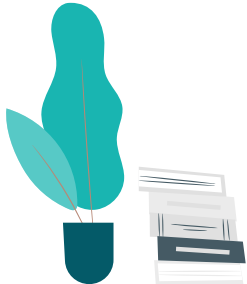
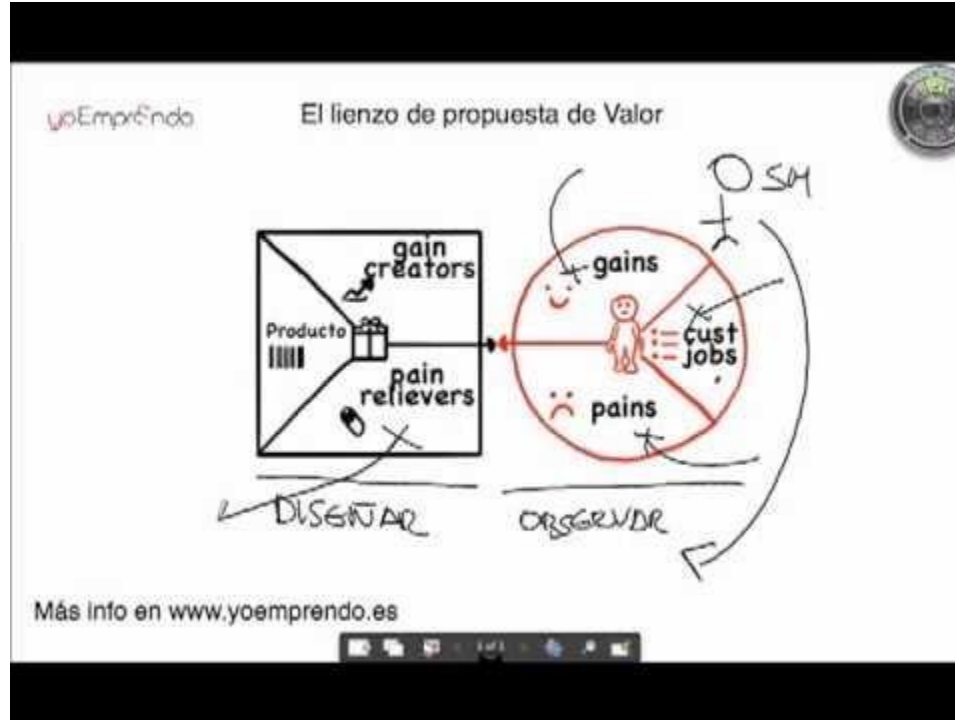
Es un dinámica fundamental para definir cómo vas a crear valor para el segmento de clientes/beneficiario específico (las propuestas de valor no pueden existir de forma independiente a mi segmento de clientes). En el "Documento de trabajo" están planteadas las preguntas y el orden de cada una de las 6 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



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 beneficiarios

TAREAS

1. Tener conceptos básicos sobre biología como ¿Qué es un virus? ¿Qué es un ecosistema?
2. Identificar los ecosistemas estratégicos de su territorio (problemáticas, fortalezas)
3. Usar sus habilidades sociales de requerimiento o necesidades para pedir los dispositivos móviles.
4. Vincularse afectiva y emocionalmente con sus diversos entornos.
5. Fortalecer las habilidades de exploración de estos entornos y la aplicación.



DOLORES

1. El entorno familiar no disponga o no tenga la disposición para prestar la aplicación o el dispositivo.
2. Los adultos no tienen el manejo de sus emociones ante situaciones de emergencia.
3. Desconocimiento de las dinámicas ecosistémicas del territorio.
4. Subvaloración del conocimiento de los niños y las niñas sobre sus ecosistemas.
5. Desconocimiento de la historia de su territorio desde la ancestralidad y los saberes acumulados.



BENEFICIOS

1. Se puede aportar al conocimiento de las niñas y los niños sobre primeros auxilios y cuidados básicos de su cuerpo.
2. Fortalecer el autoconocimiento corporal de los niñas y los niños.
3. La aplicación permite que los niñas y niños sean replicadores de conocimientos del cuidado del entorno.
4. Rescatar los diferentes saberes y conocimientos de generaciones anteriores sobre el entorno.
5. Generar redes entre niños y niñas de la ruralidad de diferentes territorios.



Mapa de Valor

4. Aliviadores de dolor

1. Si el entorno familiar no tienen disponibles los dispositivos recurrir a otros actores sociales como la escuela o los medios de comunicación (TV o radio).
2. Establecer un módulo de introducción para los adultos del entorno del niño y la niña con tips básicos con signos de alarma para el manejo de emergencia y prevención.
3. Ante el desconocimiento del territorio, se agregaría un primer nivel de exploración con las características básicas del ecosistema.
4. Respecto a la subvaloración del conocimiento de las niñas y los niños se establecerían niveles o roles (biólogos o médicos) que den confianza a los saberes de los y las niñas..
5. A través de retos propiciar el conocimiento desde la ancestralidad y los saberes de su territorio.



5. Creadores de Beneficios

1. Aporte a la memoria histórica del territorio.
2. Aporta al cuidado de sí mismo y la prevención de enfermedades.
3. Aporta a la inmersión de los niñas y niños en los primeros auxilios a través de la prevención y las alertas tempranas de riesgo.
4. Adquisición de conocimientos y saberes en ciencias biológicas a través de la exploración y la práctica.
5. Incentivar la conservación de los ecosistemas y el territorio para que los niños y niñas sean un agente del desarrollo rural en todos los aspectos.



6. Productos & Servicios

1. Directorio virtual de contactos para los niños y niñas (amigos guardianes) que compartan sus conocimientos.
2. Diccionario abierto para compartir los conocimientos.
3. Hacer visibles los territorios y sus posibilidades en actividades como el turismo rural y cultural.
4. Uno de los productos desde la educación como derecho, serían los contenidos de los diferentes módulos.
5. La caracterización de los territorios desde la perspectiva comunitaria de las niñas y niños.



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

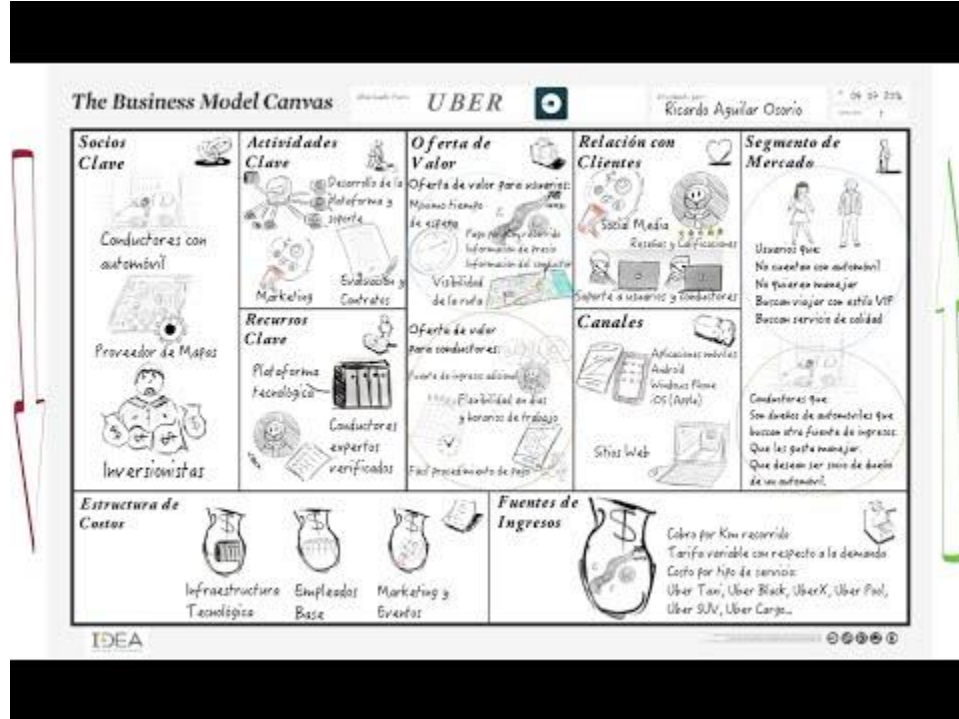
- Definir los siguientes puntos y su articulación:
- Cuál es tu propuesta de valor y para quién.
- Cómo vas a vender tus productos para generar utilidad y valor.
- Cómo vas a conseguir clientes y a conservarlos.
- Cómo te vas a mostrar ante el mercado.
- Cuál va a ser tu estrategia para salir al mercado: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

- En el modelo de educación disruptiva desde un estudiante con habilidades de exploración.
- Parte de el enfoque ecológico, la salud y la prevención lo que permite que sea adecuada para las zonas rurales.
- Aportes en la memoria histórica y en la caracterización desde el territorio.
- Incentivar la conservación de los ecosistemas y el territorio para que los niños y niñas sean un agente del desarrollo rural.

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

Generación de prácticas en prevención.

- Alertas tempranas para los posibles riesgos.
- Adquisición de capacidades en primeros auxilios.
- Niños y niñas replicadores de las buenas prácticas de salud pública.

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

El valor que aporta la aplicación es la unión junto con la conexión con sí mismo, los otros, el territorio y los ecosistemas no humanos, que parte de la exploración y resulta en la adquisición de conciencia haciendo del ecosistema y el entorno un aula abierta.

02 – Segmento de beneficiarios

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

- **Edad:** 7 a 10 años
- **Ingresos:** Población vulnerable o que respondan al mínimo de subsistencia. (Un fenómeno social multidimensional que da cuenta de los sentimientos de riesgo, inseguridad e indefensión y de la base material que los sustenta (CEPAL). Combinación de: - i) eventos, procesos o rasgos que entrañan adversidades potenciales para el ejercicio de los distintos tipos de derechos ciudadanos o el logro de los proyectos de las comunidades, los hogares y las personas; - ii) la incapacidad de respuesta frente a la materialización de estos riesgos; y - iii) la inhabilidad para adaptarse a las consecuencias de la materialización de estos riesgos).
- **Educación:** Básica primaria
- **Profesión:** No aplica
- **Residencia:** Ruralidad

¿Quién compra?

Gobierno, ONG, organismos multilaterales como la ONU o USAID, organizaciones sociales o de emprendimiento quiénes hacer parte del consorcio.

¿Quién usa?

Niños y las niñas de la población rural junto con su entorno cercano.

¿Quién decide?

Niños y las niñas y su entorno cercano.

¿Existen varios grupos de beneficiarios?

Si. 1. Niños y niñas, 2. Entorno familiar, 3. Docentes, 4. Gobierno local.

03 – Canales

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

En la cuarentena TV y radio (Nacional y regional), así como en alianza con el gobierno y los gobiernos locales en la entrega de ayudas junto con las redes sociales.

¿Son estos los medios usuales en el sector?

Si.

¿Cómo se va a entregar/prestar al beneficiario?

Descarga directa.

¿Existen restricciones comerciales para ello?

Libre descarga para el usuario final posterior a la inversión inicial del gobierno o de los aliados.

04 – Relación con clientes

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

Con los consumidores de confianza a través de un servicio de ayuda por whatsapp.

Con los clientes presentar el prototipo (interfaz de usuario, código y el manual) que demuestre la calidad y funcionalidad. Así como informes continuos del desarrollo de la aplicación.

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

- **CONSUMIDOR:** En el caso de los niños y las niñas el beneficio es de entretenerse.
- **CLIENTE:** Ayudar a garantizar los derechos en este caso salud y educación para las poblaciones vulnerables y posibles ganancias no monetarias.

¿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?

Por la cuarentena directa a través de la virtualidad.

05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

Apoyos de los aliados y/o convocatorias.

¿Cómo nos realizarán los pagos?

Pagos dados por los miembros del consorcio.

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

Generación de un consorcio público y privado. Ideadoras. Gobierno, ONG, organismos multilaterales como la ONU o USAID, organizaciones sociales o de emprendimiento.

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

Equipo de ideadores y generadores de contenidos.
Aliados (Inversión y distribución).
Programador (Código fuente)
Diseñador (Interfaz de usuario).

¿Qué recursos materiales necesitas?

Computador para el programador.
Espacios de trabajo.
Recursos de software especializado para realizar los contenidos.

¿Qué recursos intangibles necesitas?

Recursos y habilidades intelectuales así como creativas de las personas claves.
Conexión a internet.

07 – Actividades clave

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

1. IDEACIÓN
2. DESARROLLO
3. EJECUCIÓN
4. OPERACIÓN/MANTENIMIENTO

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

1. IDEACIÓN: Ideadores y generadores de contenidos/estructurar el proyecto y hacer la arquitectura del proceso.
2. DESARROLLO: Ideadores y generadores de contenidos. Programador (Código fuente)/ Diseñador (Interfaz de usuario).
3. EJECUCIÓN: Ideadores y generadores de contenidos. Aliados (Inversión y distribución). Programador (Código fuente)/ Diseñador (Interfaz de usuario).
4. OPERACIÓN/MANTENIMIENTO: Ideadores y generadores de contenidos. Aliados (Inversión y distribución). Programador (Código fuente)/ Diseñador (Interfaz de usuario).

08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

Creadores de contenido.

Programador

Diseñador

Ideadoras

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

Instituciones de Educación Superior y el Sociallab.

¿Quiénes son mis aliados?

Gobierno, ONG, organismos multilaterales como la ONU o USAID, organizaciones sociales o de emprendimiento que son parte del consorcio.

09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

CONCEPTOS	Ideadoras	Programador	Diseñador	Creadores de contenidos
Pagos	X	X	X	X
Equipos		X	X	X
Software especializados		X	X	X
Operación	X	X	X	X
Mantenimiento		X	X	X
Servicios de operación (internet)	X	X	X	X

¿Recursos y actividades más costosas?

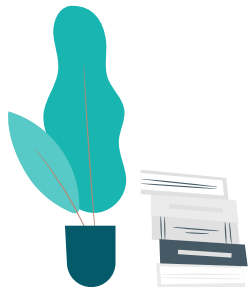
Software especializado, otro costo es el sistema de backend para la recepción de datos sin embargo éste sería asumido por el gobierno como aliado.

¿Cual es el costo de nuestros canales?

Siendo el aliado principal para la difusión el sector público, se calcularían los costos.

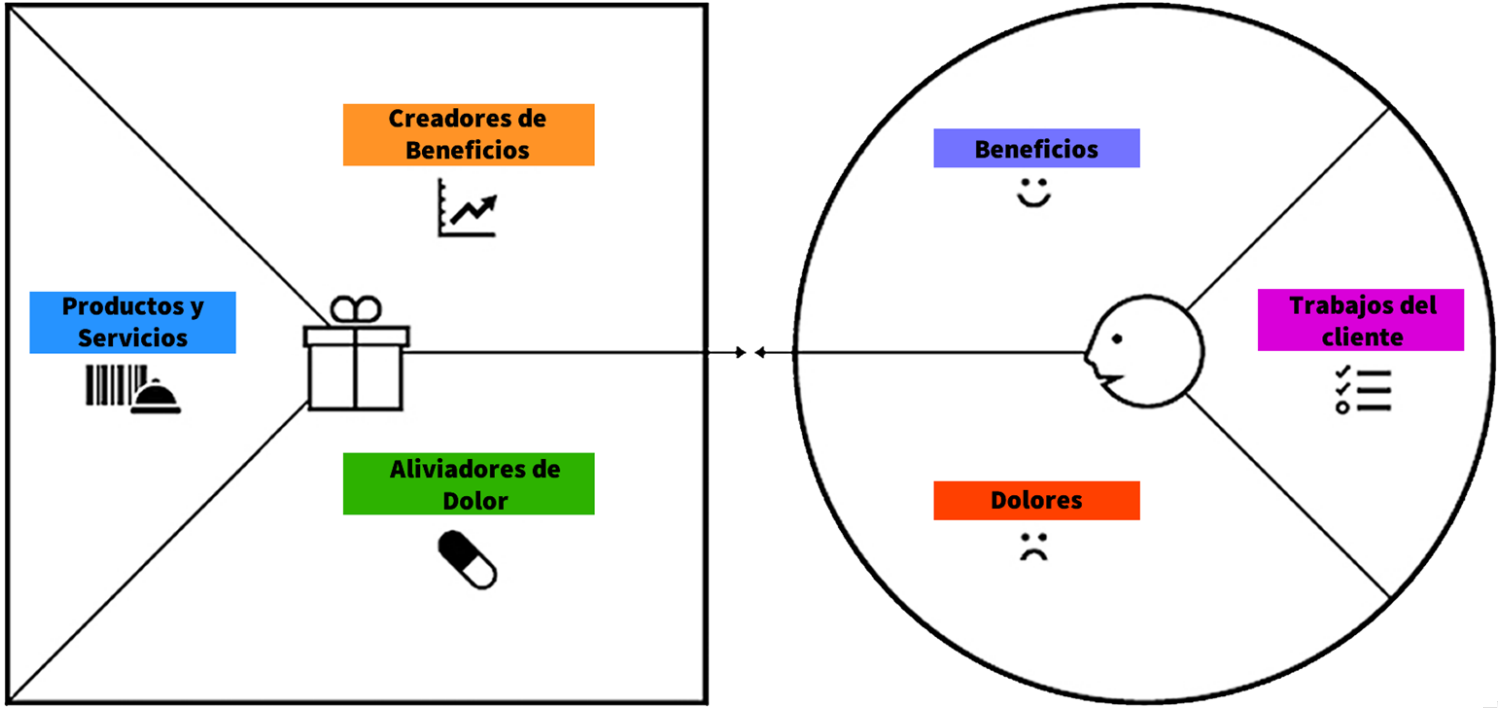
04. Postulación final

Una aplicación para niños y niñas entre los 7 a 10 años, en condiciones vulnerables en las zonas rurales, como un complemento a sus procesos de educación sobre la temática del COVID-19 y sus sinergias con los ecosistemas. Dentro de sus contenidos incluiría aspectos básicos de cuidados y salud pública. Esta aplicación debe ser sencilla y accesible, esto último significa que funcione sin acceso constante a internet. Dicha aplicación debe permitir los aprendizajes dinámicos y con formatos flexibles que sean de descarga rápida a los dispositivos disponibles desde los celulares hasta computadores portátiles. Motivando y potenciando las habilidades de exploración a través del juego. Para lograr lo anterior es necesario un trabajo en alianza con otros actores sociales.



Canvas de Propuesta de Valor

I
M
P
R
I
M
I
R



Canvas de Modelo de Negocio

CONCEPTOS	Ideadoras	Programador	Diseñador	Creadores de contenidos
Pagos	X	X	X	X
Equipos		X	X	X
Software especializados		X	X	X
Operación	X	X	X	X
Mantenimiento		X	X	X
Servicios de operación (Internet)	X	X	X	X

Socios clave



Proveedores
Creadores de contenido.
Programador
Diseñador
Ideadoras
Socios
Instituciones de Educación Superior y el Sociallab.
Aliados
Gobierno, ONG, organismos multilaterales como la ONU o USAID, organizaciones sociales o de emprendimiento que son parte del consorcio.

Actividades clave



1. IDEACIÓN
2. DESARROLLO
3. EJECUCIÓN
4. OPERACIÓN/
MANTENIMIENTO

Recursos clave

Personas Equipo de ideadores generadores de contenidos.
Aliados (Inversión y distribución).
Programador (Código fuente)
Diseñador (Interfaz de usuario).
Recursos/materiales
Computador para el programador.
Espacios de trabajo.
Recursos de software especializado para realizar los contenidos.
Recursos intangibles
Recursos y habilidades intelectuales así como creativas de las personas claves.
Conexión a internet.



Propuestas de valor



Nos diferenciamos

En el modelo de educación disruptiva desde un estudiante con habilidades de exploración.

Parte de el enfoque ecológico, la salud y la prevención lo que permite que sea adecuada para las zonas rurales.

Aportes en la memoria histórica y en la caracterización desde el territorio.

Incentivar la conservación de los ecosistemas y el territorio para que los niños y niñas sean un agente del desarrollo rural.

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

Generación de prácticas en prevención. Alertas tempranas para los posibles riesgos.

Adquisición de capacidades en primeros auxilios.
Niños y niñas replicadores de las buenas prácticas de salud pública.

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

El valor que aporta la aplicación es la unión junto con la conexión con sí mismo, los otros, el territorio y los ecosistemas no humanos, que parte de la exploración y resulta en la adquisición de conciencia haciendo del ecosistema y el entorno un aula abierta.

Relaciones con clientes



Relaciones

Con los consumidores de confianza a través de un servicio de ayuda por whatsapp. Con los clientes presentar el prototipo (interfaz de usuario, código y el manual) que demuestre la calidad y funcionalidad. Así como informes continuos del desarrollo de la aplicación.

Canales



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

En la cuarentena TV y radio (Nacional y regional), así como en alianza con el gobierno y los gobiernos locales en la entrega de ayudas junto con las redes sociales.

Segmentos de cliente



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

- **Edad:** 7 a 10 años
- **Ingresos:** Población vulnerable o que respondan al mínimo de subsistencia. (Un fenómeno social multidimensional que da cuenta de los sentimientos de riesgo, inseguridad e indefensión y de la base material que los sustenta (CEPAL). Combinación de: - i) eventos, procesos o rasgos que entrañan adversidades potenciales para el ejercicio de los distintos tipos de derechos ciudadanos o el logro de los proyectos de las comunidades, los hogares y las personas; - ii) la incapacidad de respuesta frente a la materialización de estos riesgos; y - iii) la inhabilidad para adaptarse a las consecuencias de la materialización de estos riesgos).
- **Educación:** Básica primaria
- **Profesión:** No aplica
- **Residencia:** Ruralidad

Fuentes de ingresos

Apoyos de los aliados y/o convocatorias.



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](#)

