

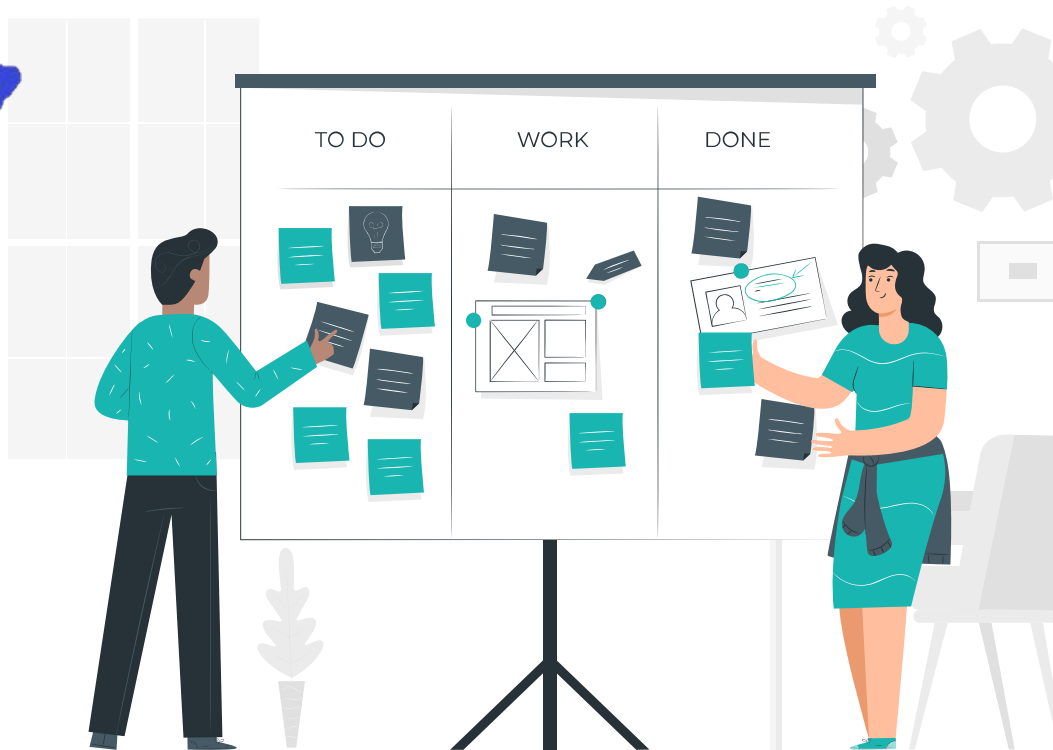
CADA
DÍA
CUENTA

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



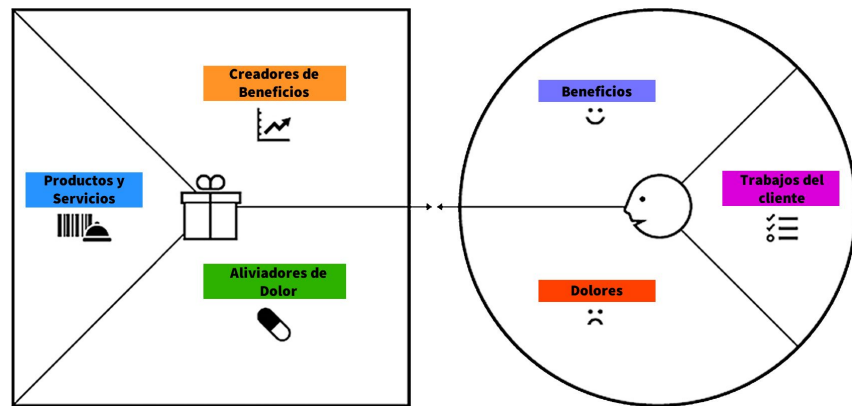
1. Canvas de Propuesta de Valor

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.



LLUVIA DE IDEAS

Nicolas, Marina, Julian, Daniela

BENEFICIARIOS

Personas de bajos recursos (Urbana y Rural)

IDEAS

Campañas, aliados, bancos, instituciones, gobierno.

Computadores mas sencillos.

Design for change/ Jóvenes como agentes de cambio / Problemáticas que identifiquen con los estudiantes acompañados por los docentes. Generar una disciplina de cambio para su futuro.

Brindar a ----- un espacio para que ellos sean los agentes de cambio. Generar acvtivismo y emprendimientos a soluciones.

Portal educativo, tareas y actividades.

Plan de desarrollo rural

Toma de conciencia social

Retomar politicas publicas

COMO?

Conexion, medios, a través de una política de Estado, plan de desarrollo

CAMPAÑA "EDÚCATE EN CASA" DE TRES PROCESOS QUE ALCANCE LA INCLUSIÓN SOCIAL PARA CONTINUAR Y MEJORAR LA EDUCACIÓN ANTE LA EMERGENCIA DE LA CRISIS DEL COVID-19

1. GENERAR EL COMPROMISO Y OBLIGACIÓN, DESDE MEDIDAS PÚBLICAS, TRATADOS Y LABORES DE INSTITUCIONES U ORGANIZACIONES INTERNACIONALES Y NACIONALES, A UN PROGRAMA QUE A TRAVÉS DE LOS MEDIOS O CANALES MASIVOS DE FÁCIL ACCESO, – COMO TV/RADIO–, SUMEN A LA INSTRUCCIÓN EDUCATIVA EN TODOS LOS PAÍSES.

1.1 Inclusión de programa de la educación regular basada en su currícula nacional, en días hábiles divididos en al menos dos niveles de diferenciación de edad. (De la cual los maestros y estudiantes de la educación regular que tienen acceso virtual puedan socializar)

1.2 Programa que no sólo sea para instruir cómo sobrellevar la crisis del Covid-19, sino emocional, económica, de capacitaciones para la vida tales como emprendimiento y de preparación de agentes para resolución de conflictos .

A través de los siguientes pasos:

- a) Nombre campaña: ¡Educate en casa!**
- b) Equipo comprometido para difusión y campaña.**
- c) Compromiso de difusión de campaña a través de medios masivos y/o redes sociales, entre otros. Para los adscritos al hackaton, tanto participantes, instituciones y organizaciones.**
- d) Financiamiento para la difusión y realización del programa inmediato.**
- e) Consolidar el compromiso de conexión y gestión entre las organizaciones adscritas para cumplir la labor.**
- f) Modelo de programa básico para propuesta. (Realizar)**
- g) Socios del programa para aportes de contenidos, y auspicio (Organizaciones Latinoamericanas comprometidas con la labor)**

2. Plan de actividad "Se parte de la Solución" inclusiva para generar agentes de resolución de conflictos

2.1 Nombre de la actividad "Sé parte de la solución"

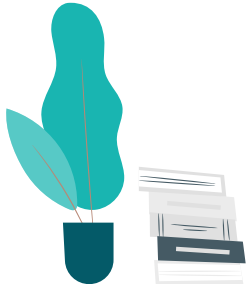
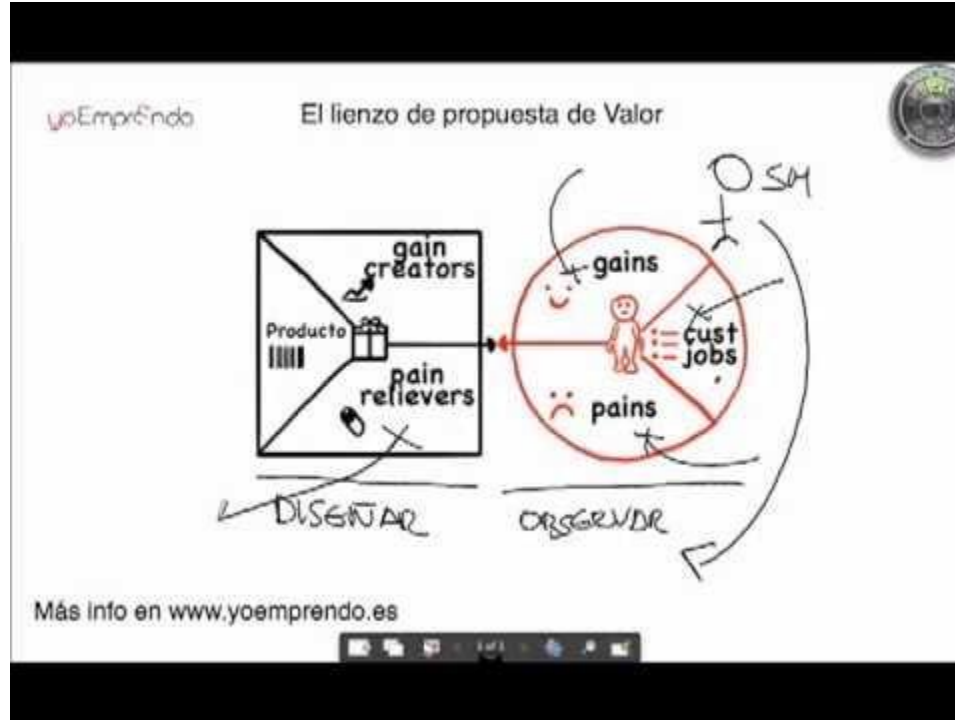
2.2 Desarrollo del plan: (Que puede transmitirse desde redes, medios masivos)

2.2.1 Para Estudiantes

2.2.2 Para Maestros

3. Incentivo a la política pública de que los gobiernos puedan iniciar desde programas educativos por internet y facilitar los bajos costos o costos cero de educación por internet.

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 cliente

1. Tareas del cliente

Que quisieran los padres:

- Que sus hijos tuvieran acceso a la educación virtual y a la investigación.
- Tener oportunidades de mejorar y ampliar sus conocimientos.
- Compartir con sus hijos lo que pueden hacer en este mundo de la interconectividad y globalización.
- Buscar oportunidades de trabajo.
- Capacitarse en oficios varios: albañilería, plomería, cultivos caseros, tips para mejorar el nivel de vida: salud, educación, entretenimiento y entre otros.



2. Dolores

- *Se sienten excluidas.
- *Tienen miedo de perder sus trabajos.
- *No saben cómo afrontar la disminución o falta de ingresos.
- *Que puedo hacer para generar ingresos?
- *Qué oportunidades o subsidios se ofrecen?
- *Que comemos hoy?
- * Exclusión al adulto mayor para la educación.



3. Beneficios

- *Pasar un nivel de curso a otro de la educación regular
- Ser parte de la aldea global LATAM.
- Mejorar el nivel de vida.
- Capacitarse en temas de interés que no se realizaron por circunstancias difíciles.
- Explorar y conocer alternativas de trabajo.
-



Observación de cliente

1. Tareas del cliente

Que quisieran los hijos:

- Acceso a la educación virtual.
- Aprender, conocer, investigar, mirar y analizar los logros de otros.
- Capacitarse en las herramientas que les permitan desarrollar aplicaciones para móviles.
- Entretenerse.
- Poder manifestar sus inquietudes y proponer alternativas de cambio.

...

2. Dolores

- * Depresión, estrés, ansiedad y pánico ante situaciones de crisis o extremas..
- * Bullying
- * Distancias de las personas rurales a accesos de alimento, redes, medios de comunicación y de alternativas de educarse de manera virtual

3. Beneficios

Cómo reducir gastos?

Como generar ingresos?

- Técnicas de producción y conservación de alimentos caseros.
- * Desarrollo de inteligencia emocional y/o control emocional.
- * Entretenimiento.
- * Inclusion al adulto mayor.
- * Generar interés a través de enseñanza entretenida y creativa.
- * Autorrealización y superación personal.
- * Empoderamiento femenino

Observación de cliente

1. Tareas del cliente

Que quisieran las administraciones públicas:

-Mejorar el nivel de vida de la gente de menos recursos:

- Ofrecer programas de capacitación.
- Difundir nuevas técnicas de trabajo.

-Inclusión social.

-Acceso total para a la educación virtual.

Que quisieran los docentes

*Capacitaciones

*Reconocimiento

*Plan de situaciones de crisis (Ej. Covid)



2. Dolores

- * Incertidumbre, desesperación
- * Falta de motivación.
- * Falta de apoyo emocional para situaciones de crisis familiar ante el acoso, violaciones, violencia intrafamiliar.
- * Adicciones incontrolables y sus consecuencias (La drogadicción, alcoholismo, otros vicios).



3. Beneficios



Mapa de Valor

4. Aliviadores de dolor

- a) Educar
- b) .Orientacion
- c) Acompañamiento psicológico
- d) Instrucciones para la vida ante las posibles consecuencias posteriores de la crisis.
- e) Concientización
- f) Oportunidades de formacion
- g) Inclusion y participacion



5. Creadores de Beneficios

- a) *Influencers para generar educación con entretenimiento, con conciencia social y solidaridad.*
- b) *Socios estrategicos*
- c) *Compromiso y responsabilidad solidaria de adscritos LATAM "Hackathon"*
- d) *Equipo 356 comprometido con la campaña.*
- e) *Compromiso de la instituciones y organizaciones que apoyan a él LATAM "Hackathon"*
- f) *Nexos y contacto con organizaciones gubernamentales y civiles de cada region.*



6. Productos & Servicios

Campaña que:

- Eliminan distancias a las oportunidades educativas ante el abandono de las zonas rurales en la crisis sanitaria.*
- Que generan inclusion social*
- *Flexibles a propuestas adecuadas a las necesidades específicas y de contexto de cada región.*
- *Ofrece educación integral.*
- *Educación personalizada para quienes tienen acceso virtual.*
- *Campaña que demanda la necesidad al acceso de internet de bajos costos o costo "0"*
- *Propuesta que allana el camino para que otras propuestas surjan o sean establecidas.*



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

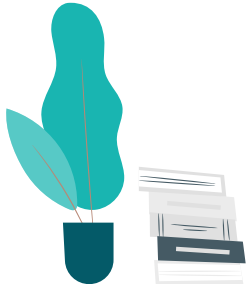
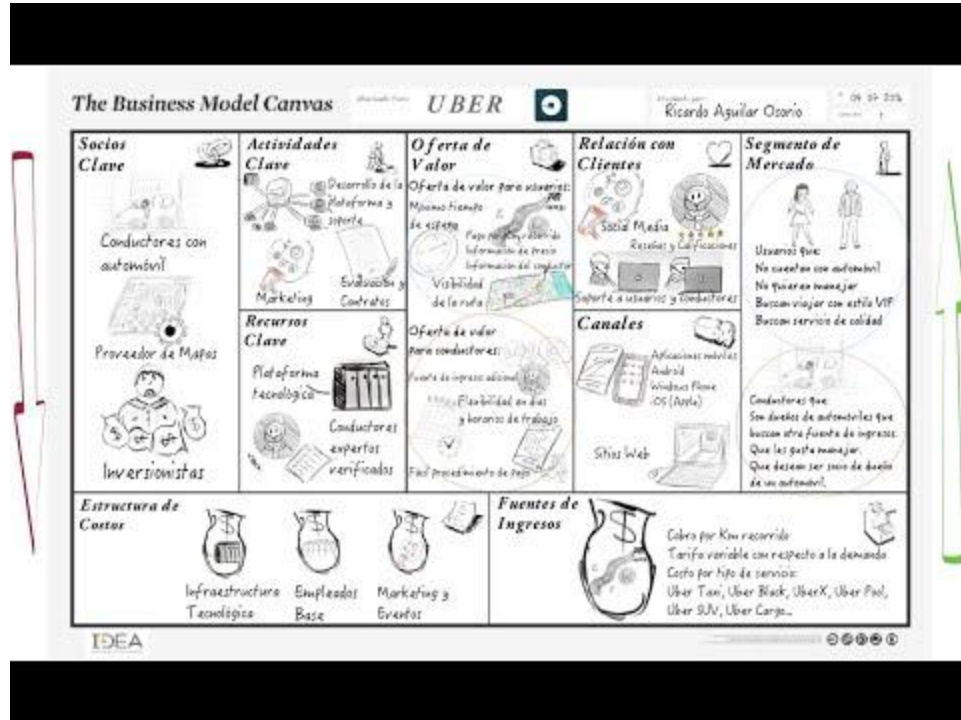
- Definir los siguientes puntos y su articulación:
- Cuál es tu propuesta de valor y para quién.
- Cómo vas a vender tus productos para generar utilidad y valor.
- Cómo vas a conseguir clientes y a conservarlos.
- Cómo te vas a mostrar ante el mercado.
- Cuál va a ser tu estrategia para salir al mercado: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

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

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

Campaña que busca la inclusión social partiendo desde la educación regular, integral y virtual que se lleva a cabo a través de los medios de comunicación masiva (televisión y radio), virtual (redes de trabajo) y entretenida (redes sociales) para la población de bajos recursos.

02 – Segmento de clientes

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

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

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

- **Personas con bajos recursos que viven en zonas de difícil acceso a las TIC las cuales necesitan el acceso a fuentes de conocimiento (estudiantes, profesores, padres de familia):**
 - Estas personas pueden vivir en zonas rurales o urbanas.
- **Personas excluidas socialmente que buscan sacar provecho de las tecnologías de la información (adulto mayor [mayor a 65 años]).**
- **Personas que quieran producir o trabajar desde las tecnologías para obtener algún ingreso (población económicamente activa [18 a 65 años de edad]).**
-

03 – Canales

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

¿Son estos los medios usuales en el sector?

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

¿Existen restricciones comerciales para ello?

- **Redes sociales (Facebook, WhatsApp, YouTube, etc.).**
- **Medios de comunicación masiva (Televisión, Radio).**
- **Redes de trabajo (Google Classroom, Moodle, Comunicación en la nube, Sistemas de gestión de aprendizaje, etc.).**
- **Sitios web.**

04 – Relación con clientes

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

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

¿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?

- **Acceso a servicios virtuales.**
- **Programas de inclusión social.**
- **Medios de difusión de la información.**

05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

¿Cómo nos realizarán los pagos?

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

- **Cantidad de personas beneficiadas.**
- **Tipo de personas beneficiadas.**
- **Zona donde habitan las personas.**
- **Personas sin acceso a información virtual pero con información proveniente de los medios masivos.**

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

¿Qué recursos materiales necesitas?

¿Qué recursos intangibles necesitas?

- **Personal capacitado.**
- **Infraestructura (sitios de conectividad y logística).**
- **Marketing (publicidad).**
- **Medios de divulgación de la información.**

07 – Actividades clave

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

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

- **Campaña: ¡Educate en casa!**
- **Contacto con empresas de divulgación por medios masivos (cadenas de televisión, estaciones de radio).**
- **Incentivar al gobierno a realizar una política pública para lograr llevar a cabo un mayor uso de las tecnologías en las zonas apartadas donde viven personas de escasos recursos.**
- **Contacto con organismos internacionales que promuevan la iniciativa a nivel regional.**
- **Capacitación a nivel educativo acerca de las problemáticas, uso de las TIC y apoyo emocional.**

08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

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

¿Quiénes son mis aliados?

- **Entidades estatales.**
- **Entidades sin ánimo de lucro.**
- **Organismos internacionales.**
- **Empresas de telecomunicaciones (Claro, Tigo, Telmex, Movistar, etc.).**
- **Participantes inscritos y organizaciones colaboradoras de la LATAM Hackathon.**

09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

¿Recursos y actividades más costosas?

¿Cual es el costo de nuestros canales?

- **Costo de instalación de puertos de conectividad a internet.**
- **Costo de publicidad de la campaña en medios masivos, redes sociales, redes de trabajo y sitios web.**
- **Costo de capacitación al personal.**
- **Costo de infraestructura de uso logístico.**

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

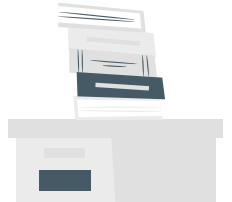
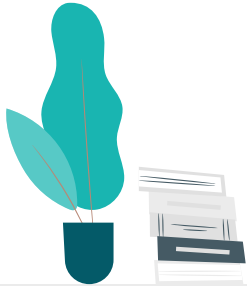
- Proponer variantes de expansión de la solución.
- Poder pensar en función de múltiples opciones de expansión de forma guiada.
- Estimular a los integrantes del grupo asignando ejes de enfoque específicos a cada uno para inspirar la creatividad.



SCAMPER

with cake!

i con bizcocho !



Paso a Paso: SCAMPER

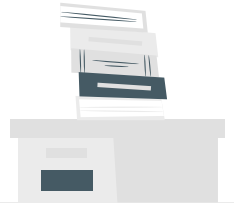
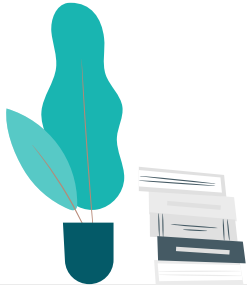
1. Asignar las iniciales de SCAMPER a los participantes y darles tiempo para pensar opciones de expansión de la propuesta de valor.
2. Cada participante propone variantes a la propuesta de valor.
3. Consensuar y priorizar a nivel grupal las variantes de expansión más relevantes y ajustar nuevamente la propuesta de valor en el "Documento de Trabajo".



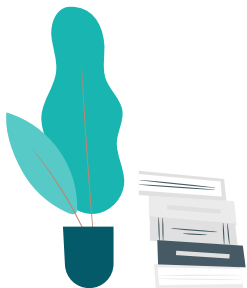
04. Postulación final

Incluir aquí la descripción final de la idea refinada por el grupo.

**DANIELA VIDELA
JULIAN MALDONADO
NICOLAS OCAMPO
MARINA SERAFINI
ANA SANCHEZ**

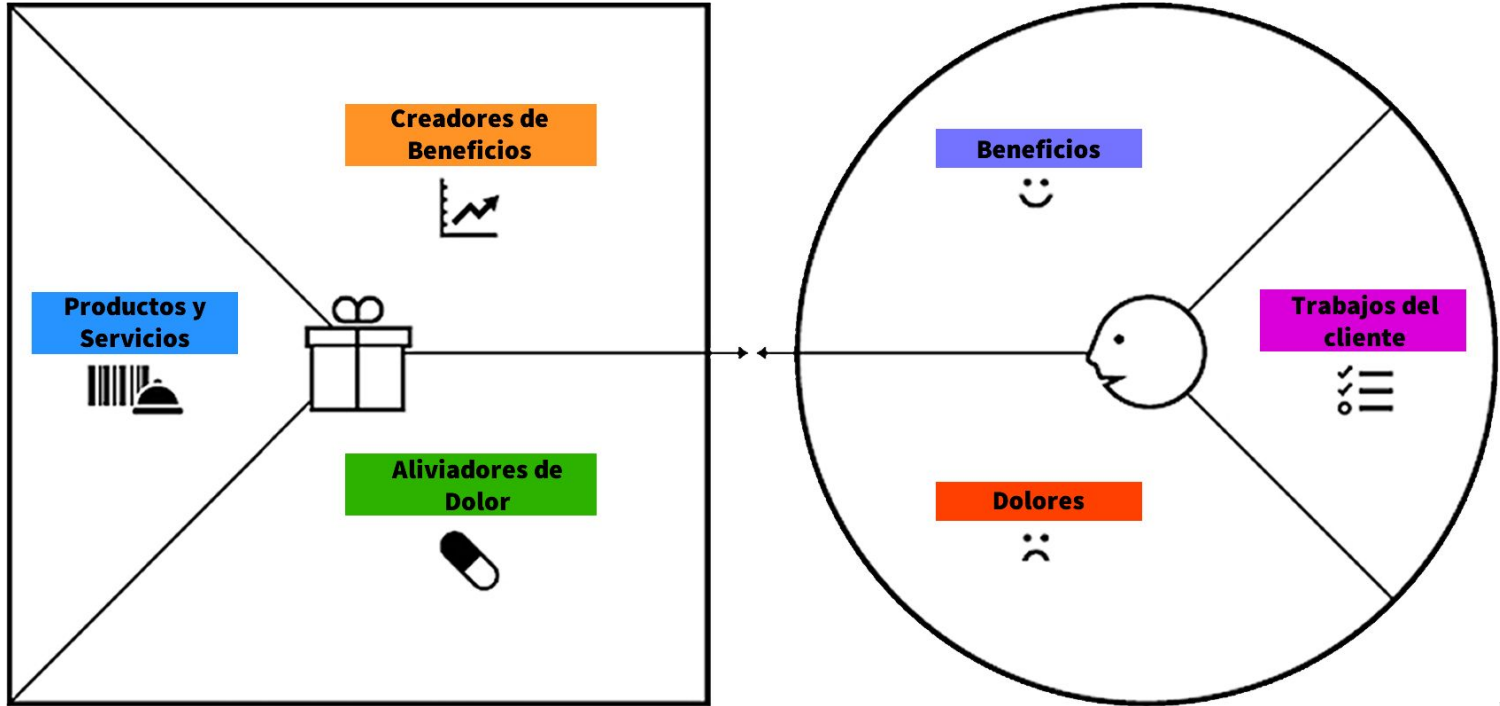


IMPRIMIBLES












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

Socios clave 	Actividades clave 	Propuestas de valor 	Relaciones con clientes 	Segmentos de cliente 
	Recursos clave 		Canales 	
Estructura de costes 			Fuentes de ingresos 	



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](#)

