

Equipo 257

Sábado 4 de abril





Agenda del día

10:25 - 11:25 Trabajo

11:25 - 11:35 Descanso

11:35 - 13:00 Trabajo

13:00 - 14:00 Comemos

14:00 - 15:00 Trabajo

15:00 - 15:10 Descanso

15:10 - 16:10 Trabajo

16:10 - 16:20 Descanso

16:20 - 17:00 Trabajo

17:00 - Live



Roles

Documentadora del día: Louanna Herrera

Guardiana del tiempo: Akyra Alday

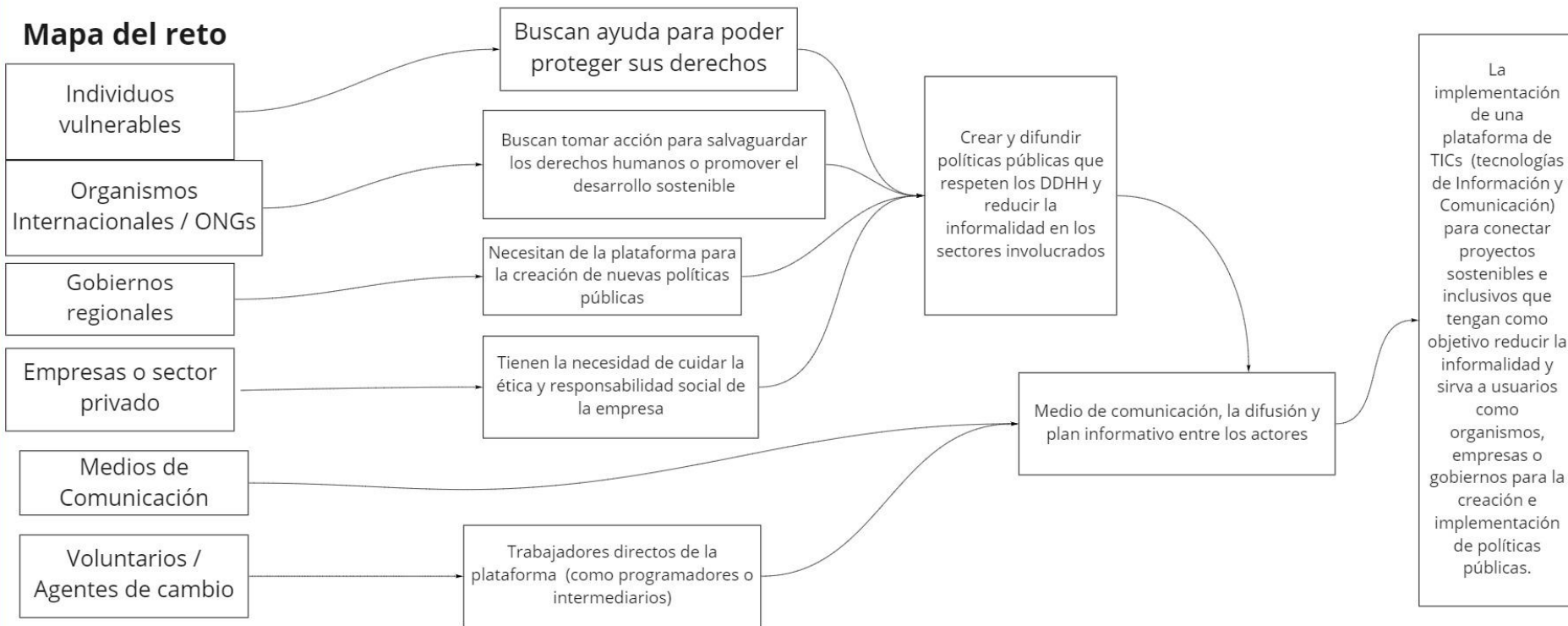


Meta a largo plazo

- La implementación de una plataforma de TICs (tecnologías de Información y Comunicación) para conectar proyectos sostenibles e inclusivos que tengan como objetivo reducir la informalidad y sirva a usuarios como organismos, empresas o gobiernos para la creación e implementación de políticas públicas.

Mapa del reto

Mapa del reto





Cliente principal

Tanto clientes a corto plazo:

- Empresas del sector privado en particular
- Organismos Internacionales

Tanto clientes a largo plazo:

- Gobierno central como posible cliente y consecuentemente los gobiernos regionales como cliente según el nivel jerárquico.



Beneficiario

Beneficiarios directos:

- Las **comunidades vulnerables** o pequeños productores/emprendedores

Beneficiarios indirectos:

- Gobierno central como posible beneficiario y consecuentemente los gobiernos regionales como cliente según el nivel jerárquico.
- Organismos internacionales y ONGs



Nombre de solución

3C

(comunidad conectada comunicada)



Ejercicio de impulsos y retos



¿Qué nos impulsa?

- Conocer o haber sido de esas personas o que han sido o son afectadas por la informalidad,
- Empatía por nuestro entorno y esta problemática global,
- Salvaguardar los DDHH.



¿Qué nos detiene?

- Desidia
- Ganas de tomar acción
- Factores culturales
- Ignorancia
- Zonas aisladas y desactualizadas
- Falta de políticas públicas y de adaptación social
- Falta de acceso de fuerzas armadas o de control
- Falta de educación cívica
- Accesibilidad de las políticas públicas



1. Canvas de valor agregado





Observación de cliente

1. Tareas del cliente

- **Flujo de efectivo durante la crisis del COVID-19**
- **Trabajo formal durante y después de la crisis del COVID-19**
- **Necesidad de seguridad social y servicios de salud en el contexto del COVID-19**
- **Necesidad de sentirse salvaguardado por sus autoridades o sistema de justicia**



2. Dolores

- **Miedo**
- **Desidia**
- **Necesidad y angustia**
- **Incertidumbre por falta de información**
- **Impotencia y coraje**

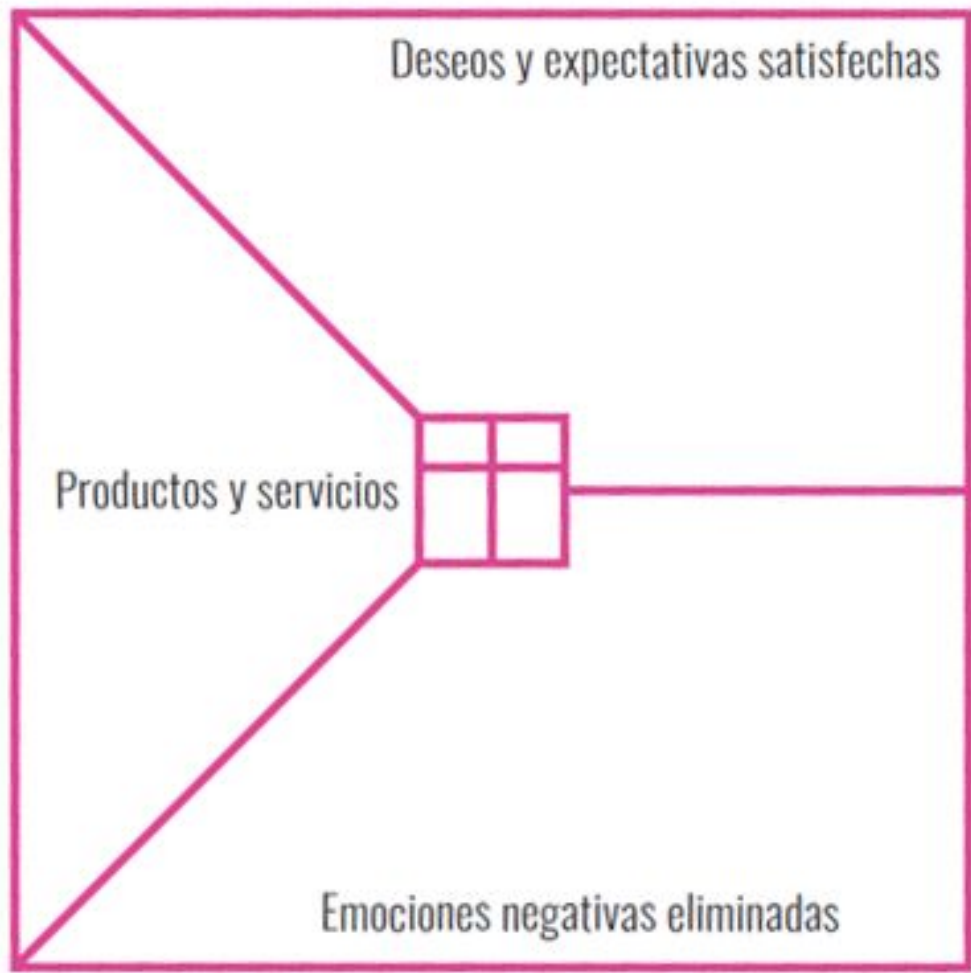


3. Beneficios

- **Seguridad**
- **Ingresos**
- **Respaldo o soporte económico**
- **Tener tranquilidad en su vida diaria**



C
O
M
P
L
E
T
A
R



Mapa de Valor

4. Aliviadores de dolor

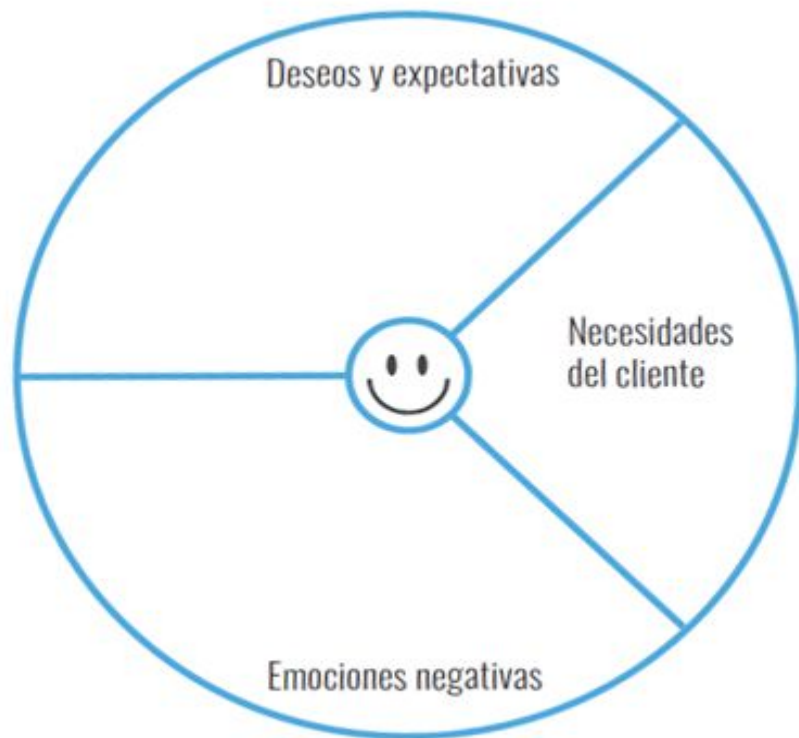
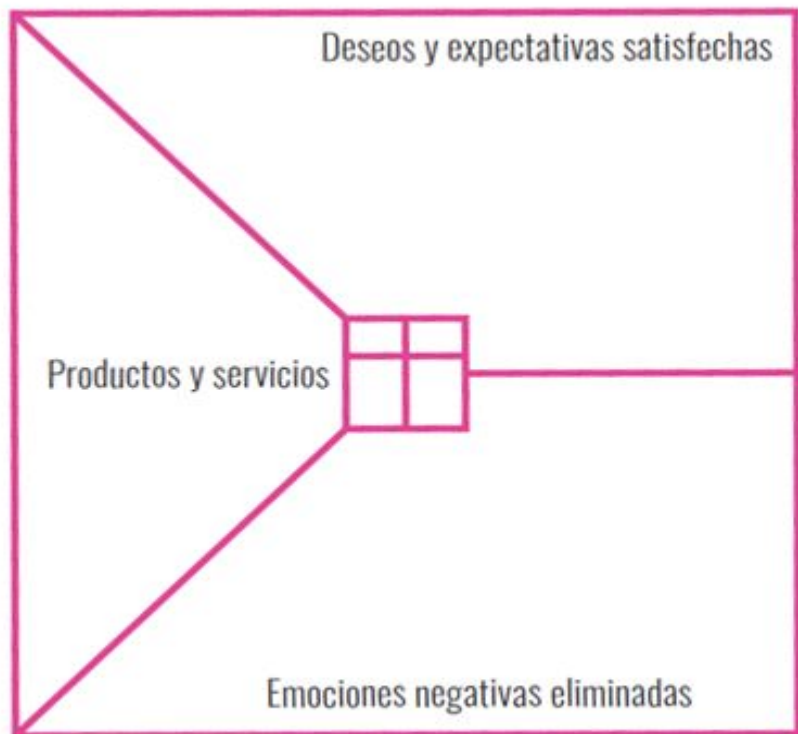
- **Brindando la información necesaria (para cubrir las dudas posibles)**
- **Asesoramiento/Soporte**
- **Atención disponible la mayoría del tiempo**
- **Remuneración por servicios**

5. Creadores de Beneficios

- **Alianzas con bancos**
- **Alianzas con gobiernos regionales**
- **Alianzas con empresas o industrias locales (o multinacionales)**
- **Trabajo en conjunto con organismo internacionales o ONGs**
- **Alianzas con medios de comunicación**
- **Alianzas con los diversos medios mercantiles y de servicios (pequeños emprendedores)**

6. Productos & Servicios

- **Implementación de plataforma de TICs (tecnologías de Información y Comunicación) y un call center (ambas con manual de uso)**
- **Sistema de intercambio o "trueque" de servicios o productos**
- **Un foro de intercambio de información entre todos los usuarios.**





2. Canvas de valor negocio



Canvas de Modelo de Negocios



01 - Propuesta de Valor

¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

- El trabajo con comunidades no favorecidas o vulnerables que tienen poco acceso a las tecnologías
- Este proyecto busca atender necesidades inmediatas de personas que viven en la informalidad, surgidas a través de la contingencia por covid-19, a través del uso de plataformas en línea.
- Respondemos con soluciones rápidas y óptimas con la mayor eficiencia posible.

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

- La poca posibilidad de traslado y contacto así como medidas de higiene
- No se necesita salir de casa para conocer los productos o servicios de los beneficiarios del proyecto.

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

- Posibilidad de prestaciones laborales a trabajadores independientes
- Crear redes comunitarias de intercambio de productos y/o servicios, seguir moviendo la economía local.

02 - Segmento de clientes

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

- Individuos que cuenten con la mayoría de edad, con bajos ingresos acceso a internet o telefonía durante la contingencia, con o sin educación básica.

¿Quién compra?

- Los usuarios de la red, empresas e instituciones

¿Quién usa?

- Usuarios dentro de la categoría de la informalidad y su demanda

¿Quién decide?

- Usuarios informales, demanda, socios clave y equipo directivo interno

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

- Sí

03 - Canales

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

- Anuncios en redes sociales, radio, TV, telefonía & sms, página web propia, Google, Youtube, sitio web del gobierno, aplicación móvil

¿Son estos los medios usuales en el sector?

- No para todos son los medios usuales, por lo que se requiere capacitación.
- Será una solución inclusiva, por lo que se incluirán audios, textos y señas para las diferentes maneras de comunicarnos

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

- Medios digitales y centros de contacto telefónico

¿Existen restricciones comerciales para ello?

- Dependiendo de las regulaciones locales

04 - Relación con clientes

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

- Una relación comercial, formal, directa y cordial mediante el uso de la plataforma y/o foro.

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

- Para el gobierno es la oportunidad de recaudar más impuestos de la economía informal
- Para las empresas u ONG que se interesen, puede consolidarse como empresas socialmente responsables, crear asociaciones civiles, darse a conocer, patrocinar.
- Para la demanda dentro de la plataforma, es la oportunidad de acceder a productos o servicios de su comunidad
- Para los beneficiarios es la oportunidad de generar mayores ingresos y hacer intercambios, así como incremento en su calidad y nivel de vida

¿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?

- Personal directa, telefónica y online, con los gremios sería a través de representantes

05 - Fuentes de ingreso

¿Cuáles son nuestras fuentes de ingreso?

- Patrocinio de las empresas y/o organizaciones, donaciones civiles, pequeñas cuotas representativas que no afecten al beneficiario, fondos sociales para iniciativas de responsabilidad social

¿Cómo nos realizarán los pagos?

- Por depósito, transferencia, e-money

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

- Sí, en desarrollo (puede ser por volumen de venta)

06 - Recursos clave

¿Qué personas son clave?

- Pequeños empresarios, comerciantes, productores, líderes de gremios, representantes de ONGs, representantes gubernamentales, universidades, líderes bancarios, recursos humanos para operar la solución

¿Qué recursos materiales necesitas?

- Computadoras, celulares, impresoras, modems, diademas

¿Qué recursos intangibles necesitas?

- Internet, redes telefónicas.

07 - Actividades clave

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

- Acciones de vinculación, promoción, diseño, capacitación de beneficiarios, desarrollo de la plataforma

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

- Los asesores o vinculantes, equipo de desarrollo de plataforma, equipo de administración, finanzas

08 - Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

- Compañía telefónica, host de sitio web, personas que ofrecerán servicios y productos

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

- Medios de comunicación, gobierno

¿Quiénes son mis aliados?

- Grandes empresas, ONGs, gobierno, Universidades, organismos internacionales, bancos

09 - Estructura de costos

¿Cuáles son los costos principales?

- Call Center y capital humano, equipo de diseño, costo de internet, de servidor, costos bancarios, renta de inmobiliario, mantenimiento

¿Recursos y actividades más costosas?

- Creación y mantenimiento web, renta de local, servicios de luz, agua e internet, sueldos capital humano y mantenimiento de servidor

¿Cuál es el costo de nuestros canales?

- Servicio de telefonía, promoción en redes sociales, sitio web, servicio de aplicación móvil

4. Postulación final

Postulación final

Establecer un espacio virtual y telefónico en donde pequeños comerciantes/productores/prestadores de servicio puedan ofrecer e intercambiar productos y servicios para mantener sus ingresos durante la crisis

