



Nobis

•Liderazgo •Salud •Innovación



INDICE DE CONTENIDOS

01
DESAFÍO

02
SOLUCIÓN

03
MERCADO

04
GENERACIÓN DE VALOR

05
IMPACTO

06
EQUIPO

07
CAPACIDADES

08
ALIADOS

09
VALOR DIFERENCIAL

01

DESAFÍO

Mitigación - Detección temprana, respuesta sanitaria oportuna y acompañamiento integral.



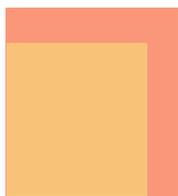
PROBLEMA

Los sistemas de salud y los gobiernos en LATAM no son capaces de atender, hacer seguimiento, formar oportunamente y facilitar el acceso de bienes y servicios a la población durante esta contingencia.

SOLUCIÓN

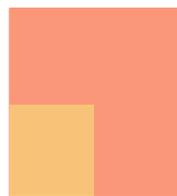
Servicio integrado para diagnosticar, formar y acompañar oportunamente a **toda la población en LATAM** con una estrategia multicanal (App, Web, SMS) impulsada por héroes comunitarios.

RETOS CLAVE



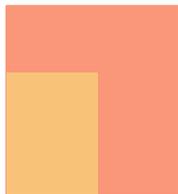
Sistemas colapsados

Escasez de productos y servicios. Personas en sus casas sufren y mueren sin lograr comunicarse.



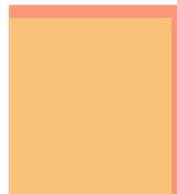
Temor y desinformación

Dudas, sospechas, cadenas falsas en redes sociales detonan comportamientos peligrosos y desconfianza en las sociedades.



Difícil acceso por parte de la población

La población en LATAM tiene múltiples limitaciones de acceso a la tecnología.



Autosostenibilidad

Los gobiernos tienen muchos retos económicos y toda la inversión se dirige a salud, alimentación y la estabilización de las economías.

02



SOLUCIÓN

Servicio Integrado para el
Diagnóstico, Formación y
Acompañamiento multicanal
impulsada por Héroes
Comunitarios.

COMPONENTES CLAVE



Múltiples canales

Para alcanzar a toda la población en LATAM:

- App móvil /Chatbots
- Web App
- SMS
- Llamada telefónica



Héroes comunitarios

Estrategia de gamificación y recompensa a los usuarios que se conviertan en embajadores de nuestra misión y facilitadores de la herramienta.



Diagnóstico y acompañamiento Inteligente

Diagnóstico preventivo y temprano a través del análisis confidencial de sintomatología y mapas de contagio.

Acompañamiento con chatbots, telemedicina y vinculación a servicios sanitarios del contexto el usuario

COMPONENTES **ADICIONALES**



Autoformación

Tutoriales, información actualizada y quizzes de verificación de conocimiento para usuarios y proveedores.



Posicionamiento

Fragmentos de video e imágenes patrocinados.



E-commerce

Venta de productos oportunos que fortalezcan las economías locales.



Integración a sistemas de salud

Para atención oportuna de casos que lo necesiten.



Promoción de RSE

Empresas velando por el bienestar de sus usuarios.



Vinculación gobierno-sociedad

Facilitar y diversificar canales directos de contacto.



 **OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**



Nobis a cumplir los Objetivos 3, y 17 de Desarrollo Sostenible del Milenio.



03

MERCADO

Una solución para *todos* en
LATAM

437,000,000

...de los 625,000,000 pobladores de LATAM que pueden aplicarse más rápidamente los distintos diagnósticos y pruebas del COVID-19, ya que tienen acceso a recursos facilitados por sus ciudades. **246,000,000** en situación de pobreza o pobreza extrema requieren un acceso diferente al entorno digital para acceder a diagnósticos, información y pruebas, siendo nuestros distintos canales y el trabajo comunitario nuestro mayor valor diferencial para estos casos.

Fuente: Panorama Social de América Latina 2018

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44395/11/S1900051_es.pdf

MERCADO durante el primer año

USUARIOS con acceso a servicios de:

5%

Llamadas

Llamadas telefónicas.

10%

SMS

Mensajería móvil (mensajes de texto).

25%

Computadoras

Computadoras con acceso a internet.

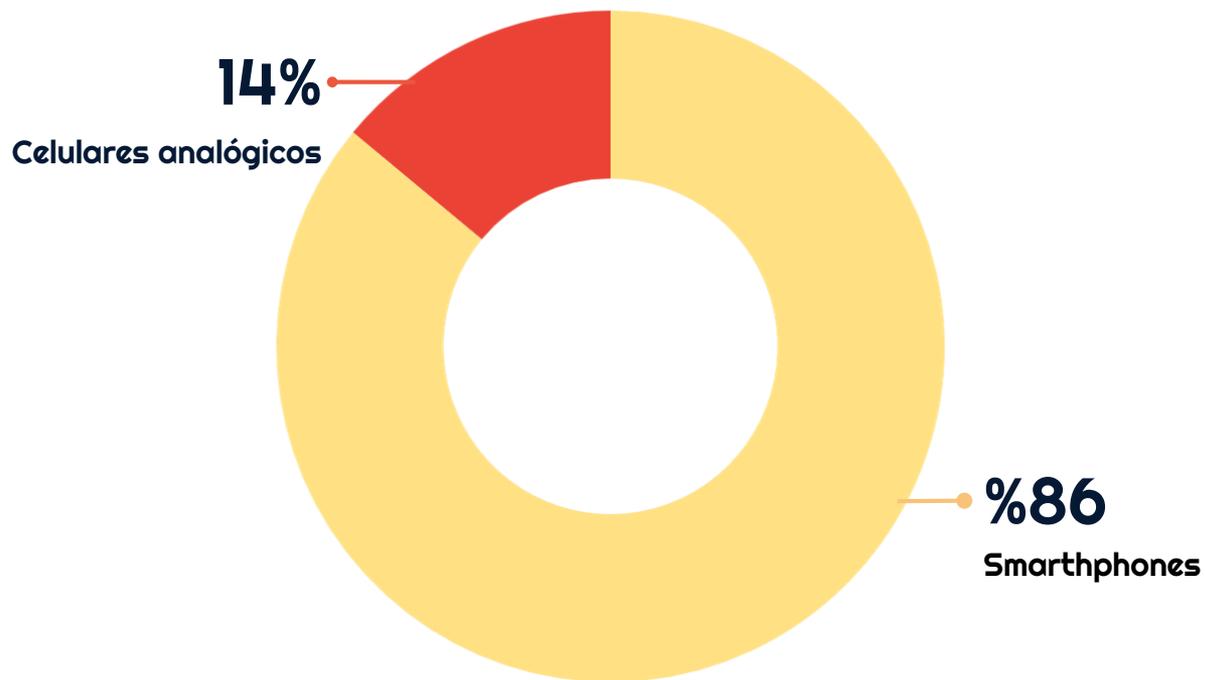
60%

App

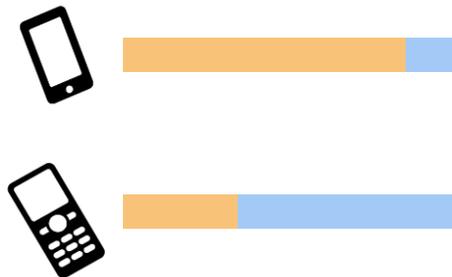
Teléfonos inteligentes con acceso internet.

también...

NUESTROS USUARIOS



Cantidad de acceso a información

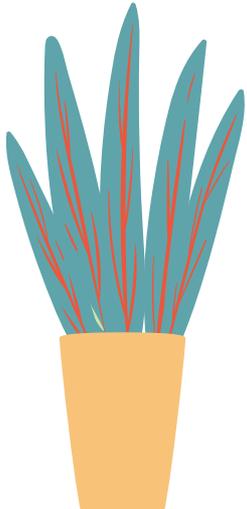


04

GENERACIÓN DE VALOR

• *Percepción* • *Integración* • *Demanda*

Gestionadas en crisis



El 1-2-3 de nuestra **GENERACIÓN DE VALOR**



Percepción

Posicionamiento estratégico garantizando el tráfico y la recurrencia de usuarios, proveedores e inversionistas.



Integración

Diversificación de canales servicios integrados y multi-canal, fuentes de ingreso y socios.



Demanda

Obsesión con el usuario. Solución a las necesidades de servicios saludables con más alta demanda.



GENERACIÓN DE VALOR

Nuestras operaciones se centran en tres áreas esenciales:

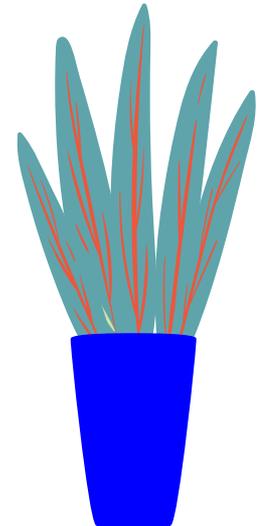
1. Percepción - Las estrategias para incrementar el tráfico y la recurrencia de nuestros usuarios, proveedores e inversionistas están diseñadas para **proyectar un elevado potencial** humano, técnico y práctico en cuanto a servicios y productos de alta demanda. En este caso, en contexto del COVID-19.



2. Integración: **La diversificación** de ingresos, la oferta multicanal e integración de servicios de alta demanda que van de cuestionarios de diagnósticos, solicitud de exámenes, tutoriales, hasta la suscripción y compra de productos y servicios incrementa las posibilidades sostenibilidad y escalada a mediano y largo plazo.



Demanda: **El enfoque en el usuario** y los productos y servicios saludables de alta demanda en las distintas regiones de cada país garantiza la relevancia, evolución y constante actualización de nuestros servicios.



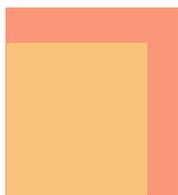
4.1



PLAN FINANCIERO

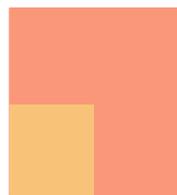
CRECIMIENTO PREDICTIVO **post lanzamiento**

INVERSIÓN INICIAL: \$1.500.000 USD



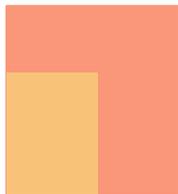
2 semanas

50,000 usuarios
600 proveedores



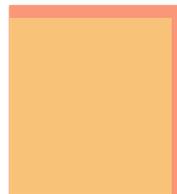
Primeros 2 meses

20,000,000 usuarios
50,000 proveedores



Primer mes

500,000 usuarios
8,000 proveedores



Primer año

80,000,000 de usuarios
150,000 proveedores

BALANCE CON 80 MILLONES DE USUARIOS

i

INGRESOS

\$19,000,000

g

GASTOS

\$8,000,000

b

BALANCE

\$11,00,000



05

IMPACTO

A través de encuestas y datos
podremos cuantificar:





USUARIOS

Realización de despistajes, solicitudes de servicios de salud y telemedicina, conocimientos de protocolos bioseguridad, reducción en el uso de medios de transporte para la contratación de servicios y productos, formación de héroes y líderes comunitarios por país.

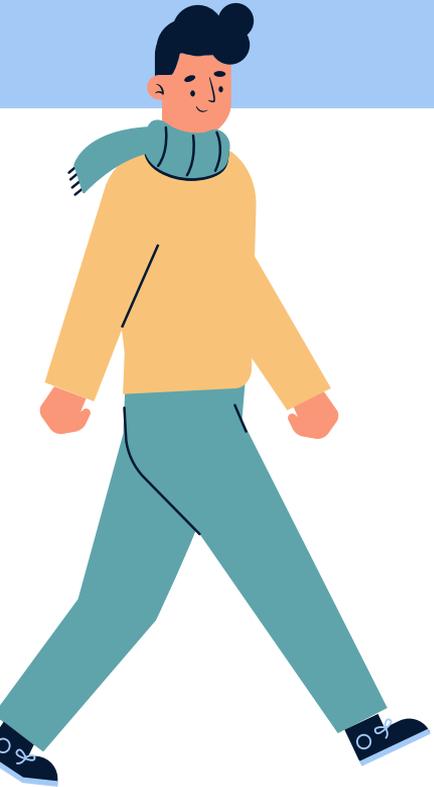


PROVEEDORES

Diversificación de sus canales y aumento en sus ventas, contacto acceso a encuestas de satisfacción del consumidor, posicionamiento de su imagen en los canales ofrecidos, capacitación de sus despachadores, nueva de negocio a empresas MYPYMES y emprendedores locales



06



EQUIPO

AR - CO - VEN - HON



NUESTRO EQUIPO



José Burgos



**Andrés
Pedraza**



**Martina
Sánchez**



**Miguel
Ortíz**



**Esteban
Araujo**



**Andrés
Acevedo**



**Ivania
Luyo**

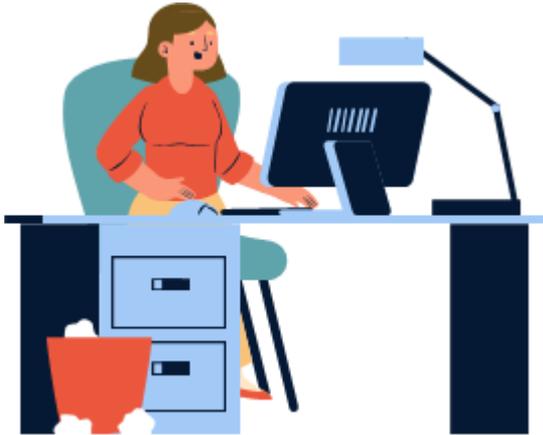
COMUNICACIONES

TECNOLOGÍA

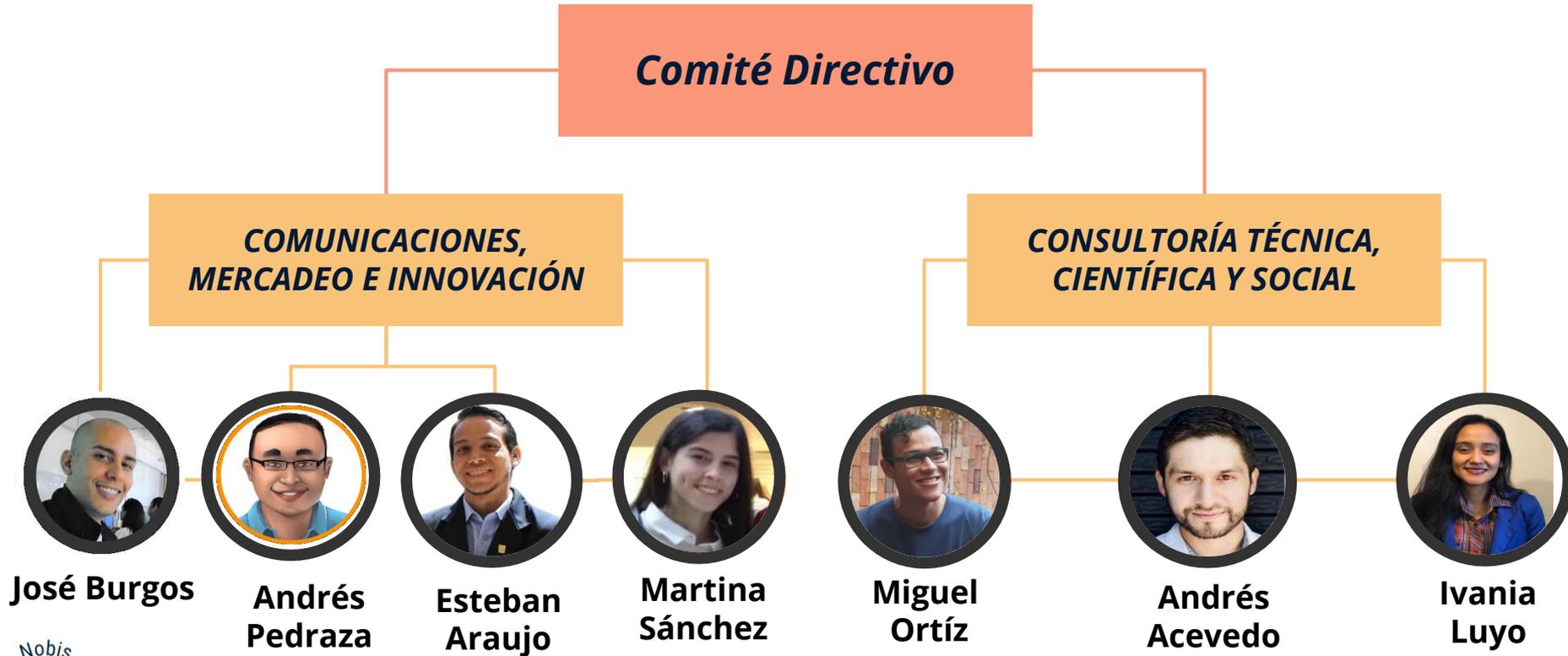
CONSULTORES



NUESTRAS UBICACIONES



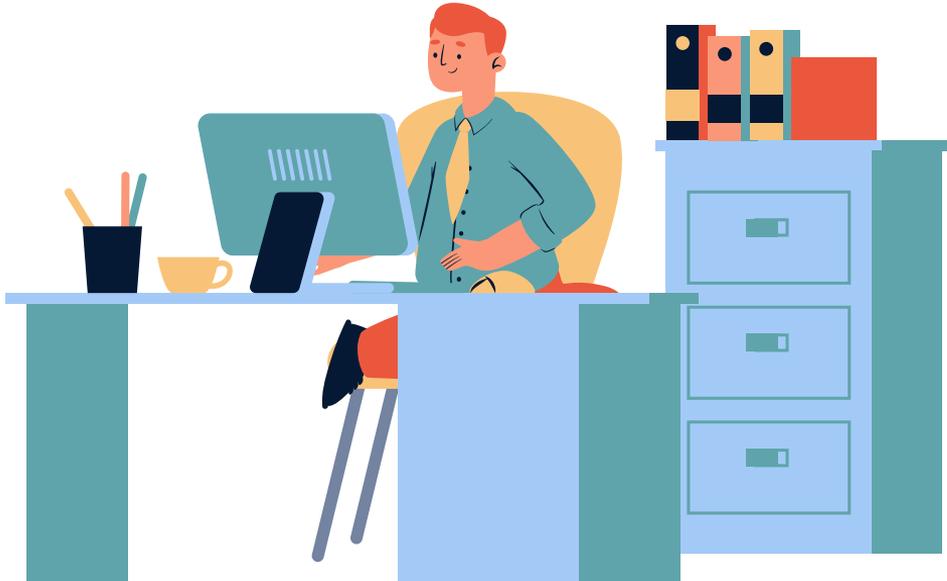
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



07

CAPACIDADES

EQUIPO MULTIDISCIPLINARIO E INTERNACIONAL



EQUIPO MULTIDISCIPLINARIO CON ENFOQUE SOCIAL

ASUNTOS CORPORATIVOS Y SOCIALES

- Realidad social y Estrategia comunitaria
- Despliegue y coordinación en campo
- Responsabilidad social

CONSULTORÍA CIENTÍFICA

- Aspectos técnicos y científicos del testeo y manejo del COVID-19 y otros
- Red de saberes, colaboradores y entidades de salud

COMUNICACIONES

- Difusión y comunicación
- Relaciones Públicas
- Recaudación de fondos

DESARROLLO TECNOLÓGICO

- Desarrollo y soporte técnico y tecnológico
- Plataforma tecnológica e interconectividad.

DISEÑO E INNOVACIÓN

- Semilleros de proyectos y sistemas de innovación
- Diseño y desarrollo de productos y/o servicios

GERENCIA ESTRATÉGICA Y COMERCIAL

- Direccionamiento de equipos técnicos y de desarrollo
- Planes y relaciones comerciales

LEGAL Y FINANZAS

- Gestión de recursos y sostenibilidad
- Política financiera y endeudamiento
- Aspectos legales de operación



Nobis



08

ALIADOS

Instituciones, organismos y empresas apasionados por sus usuarios..



NUESTROS PRINCIPALES ALIADOS



Difusión

- Medios de Comunicación públicos y privados
- Redes Sociales
- Héroes comunitarios
- Influences



Organizaciones

- OMS/OPS - UNICEF
- BID - FMI - CAF
- Tercer sector
- Farmacéuticas
- Proveedores de servicios y productos para la salud.



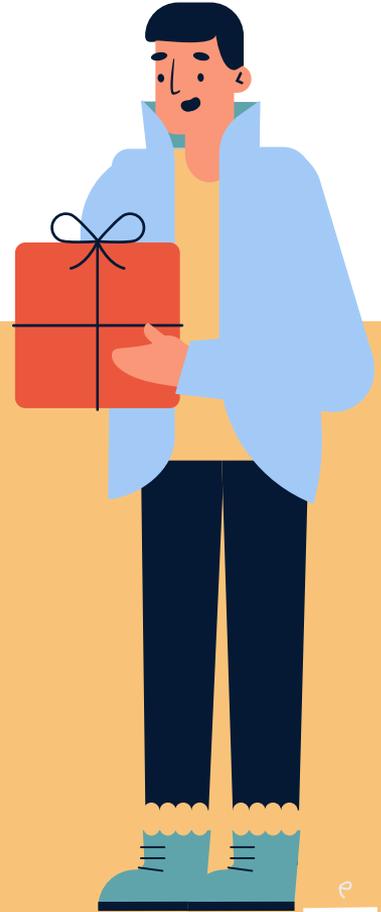
Infraestructura

- Empresas de Servicios en la Nube
- Operadoras de Redes de Telefonía
- Centros de Llamadas
- Proveedores de sistemas de Información Geográfica

09

VALOR DIFERENCIAL

Máximo valor para máxima necesidad



MISIÓN - años 1 y 2

Mitigar el contagio y las consecuencias sociales y económicas del COVID-19 en LATAM -a través de un servicio multicanal que fomente el acceso a herramientas para la detección temprana, auto-formación, vinculación gobierno-sociedad, colaboración con proveedores locales y el trabajo en comunidad.



COMPONENTES DIFERENCIADORES



GAMIFICACIÓN

Estrategias de recompensa u ludificación del servicio.



MULTICANAL

Distintas maneras de acceder a nuestros servicios.



HÉROES COMUNITARIOS

Formación y promoción de embajadores en distintas comunidades.



INTEGRACIÓN

Diagnóstico, seguimiento, comprobación de conocimientos, servicios, productos y vinculación sociedad-gobierno-proveedores.



FLEXIBILIDAD

Inclusión de servicios de diagnóstico y proveedores según contexto.



PROMOCIÓN DE RSE

Formación y vinculación con proveedores que cuidan la salud de nuestros usuarios.

Si ayudo a una sola persona
a **tener esperanza**
no habré vivido en vano.

Martin Luther King Jr.



¡GRACIAS!

¿Preguntas?

ivanialuyoc@gmail.com

martisanchezgaray@gmail.com

andres.pedraza@quatio.co

+ 549 113 272 7481

+ 57 300 278 1847

+ 549 261 251 0255

CREDITS: This presentation template was created by **Slidesgo**, including icons by **Flaticon**, and infographics & images by **Freepik**.

