

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

Compra de un primer ejemplar de máscara N95 o barbijo quirúrgico.

Compra de los ingredientes necesarios para la preparación del agente químico

Preparación y uso del agente químico

Atención a signos de alerta que indiquen el final de la vida útil del producto

Educación al cliente de como utilizar y rehusar la mascarilla sin contaminarse.



2. Dolores

El no cumplimiento del objetivo principal del producto, proteger y prevenir.

Precio de compra de insumos y del producto principal

Forma de uso

No re-uso del producto

Duración del efecto del producto, tanto en veces de uso como en cantidad de la sustancia



3. Beneficios

Beneficios objetivos:

Salud preventiva, economía personal y protección frente a adquisición y propagación del virus.

Bajo costo en la reutilización del producto de manera efectiva, aprovechamiento del recurso en tiempos de escasez.

Demorar el proceso de infección, preservación de la existencia humana..

La promoción de la reutilización permite ser amigable con el medio ambiente. En tiempos de pandemia y administración de los recursos.



Mapa de Valor

4. Aliviadores de dolor

Que el producto proteja de posible difusión

Que el producto sea reutilizable

Que el precio del producto es asequible, tanto en su producción como en su adquisición

Una forma de uso fácil y amable con el medio ambiente

Que la efectividad del producto no se pierda rápidamente



5. Creadores de Beneficios

Brindar tranquilidad económica y salubre a personal médico y no médico en la situación de crisis actual.

Mitigar el desabastecimiento de tapabocas a nivel mundial

Darle un mejor uso a los recursos que ya poseemos



6. Productos & Servicios

**- Productos:
Mezcla salina (en cualquiera que sea su forma)**

**- Servicios:
Protección y prevención**

Reutilización

Guía online sencilla de entender y replicar

Atención a cliente



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?**

Diferenciación por estrategia liderazgo en costos de producción y distribución equitativa, masiva en el proceso de reutilización del producto, el segmento meta será capaz de estar entrenado para emplear las técnicas químicas de reutilización del producto.

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

Es un producto necesario y básico para frenar la actual pandemia

- **¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?**

La preservación de la vida en el proceso de contagios activos durante la pandemia.
Demorar el proceso de infección en diferentes países.
La protección del personal sanitario frente a la escasez del producto.

02 – Segmento de clientes

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

Nuestra propuesta es tan amplia como beneficiosa y preventiva, así pues, es una propuesta que tiene como beneficiario objetivo la población humana, primeramente **el producto está dirigido a personal sanitario en los hospitales, clínicas y centros de salud atendiendo pacientes potenciales de Covid 19, personas en diferentes partes del mundo, donde especialmente halla escasez de N95, y segundo, a la población en general a manera de prevención de la propagación del virus entre ciudadanos que estén en riesgo de adquirirlo o propagarlo.**

02 – Segmento de clientes

¿Quién compra?

-Tanto a nivel individual como institucional, el personal médico o las instituciones que le garanticen la indumentario necesaria para su protección en el trabajo. El producto podrá ser comprado por cualquier persona que pueda ser portadora del virus.

¿Quién usa?

- Personal médico y cualquier otro posible portador del virus.
- Personas con la capacidad mental y motriz para entender las instrucciones de preparación, uso y no uso.

¿Quién decide?

Personas entre los 15 - 40 años, por ejemplo: las que tienen acceso a redes sociales, medios d y se interesan por mejorar la situación actual.

02 – Segmento de clientes

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

De acuerdo al producto que se está proponiendo, el usuario que estaría consumiendo, empezaría por el personal médico (ya que tienen a disposición los elementos de la preparación), posteriormente sería el usuario común.

03 – Canales

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

Especialmente medios de comunicación digital tales como redes sociales (facebook, instagram, twitter, etc.), red televisiva impartida por los doctores, y pautas publicitarias.

Buscaremos la forma de contactar con instituciones como la OMS u otro tipo de organizaciones del sector salud, principalmente, para promover el producto.

¿Son estos los medios usuales en el sector?

Si, pero también son los inusuales

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

La forma de entrega depende de la cantidad de la compra y de si logramos establecer diferentes puntos fijos de venta física. Definiremos, para compra masiva otro tipo de entrega/envío.

¿Existen restricciones comerciales para ello?

-Es imprescindible tener el seguimiento, para evitar que gente lucre vendiendo excesivamente a la gente.



04 – Relación con clientes

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

El tipo de relación considero que será de manera colaborativa

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

Tiene tanto beneficios económicos como de salud, generaría un ahorro y suple la falta del producto en el mercado al permitir reutilizar las máscaras obligatorias que previenen el contagio.

¿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?

La relación sería virtual, por medio de tutoriales, difusión en medios, redes.

05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

Respecto a la elaboración del producto, esperamos contar con el apoyo financiero en el proceso de vigilancia tecnológica completo por parte de las instituciones que participan en la hackathon.

También esperamos contactar con el apoyo de organizaciones y personas que estén interesadas en la idea y la financien (donaciones, acuerdos comerciales etc.).

Una vez terminado el producto, su venta será otra fuente de ingreso.

¿Cómo nos realizarán los pagos?

Sistemas de pago en línea que permitan la transferencia de dinero entre usuarios.

Giros bancarios

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

La venta a personal médico e instituciones de salud tendrá un precio especial. Bonos serán permitidos siempre que se establezcan diálogos con otras instituciones (empresas, organizaciones no empresariales como administraciones públicas) que los financien.

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

Infectólogos, laboratorios ONG, Personas de marketing digital y jurídico

¿Qué recursos materiales necesitas?

Laboratorios, computadores, los productos para elaborar el desinfectante, camaras, programas de edición

¿Qué recursos intangibles necesitas?

Conocimiento especializado

07 – Actividades clave

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

Requiere realizar un tutorial para ser divulgado por medio de redes, medios de comunicación y otros que puedan aplicar sobre la preparación del producto que pueda permitir la desinfección de las máscaras N95 y barbijos quirúrgicos.

Por otro lado requiere también realizar la receta que indique las proporciones de los componentes en base a estudios previos para aplicar a dichas máscaras.

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

08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

Fabricantes de los insumos que se necesitan para la receta, diseñadores y expertos en medios y redes.

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

Laboratorios y personal de marketing

¿Quiénes son mis aliados?

Personal médico, personal de seguridad, personal de limpieza, población en general que tenga que salir a la calle por necesidad o fuerza mayor.

09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

Costo de elaboración del tutorial/instructivo tanto en diseño como en contenido.

Costo de elaborar la receta como así también los estudios complementarios para validar la misma.

¿Recursos y actividades más costosas?

Estudio sobre la validez final de la receta, la composición del producto, proporciones.

Diseño del producto y sus diferentes formas de presentación (polvo, gel, lámina protectora)

¿Cual es el costo de nuestros canales?

Los canales para difundir nuestra propuesta de valor serían bastante accesibles dado que podemos usar las redes, correos, mensajería, etc. Medios de comunicación, apelando al recurso de la solidaridad y difusión por el bien común.

No debería tener un gran costo material.