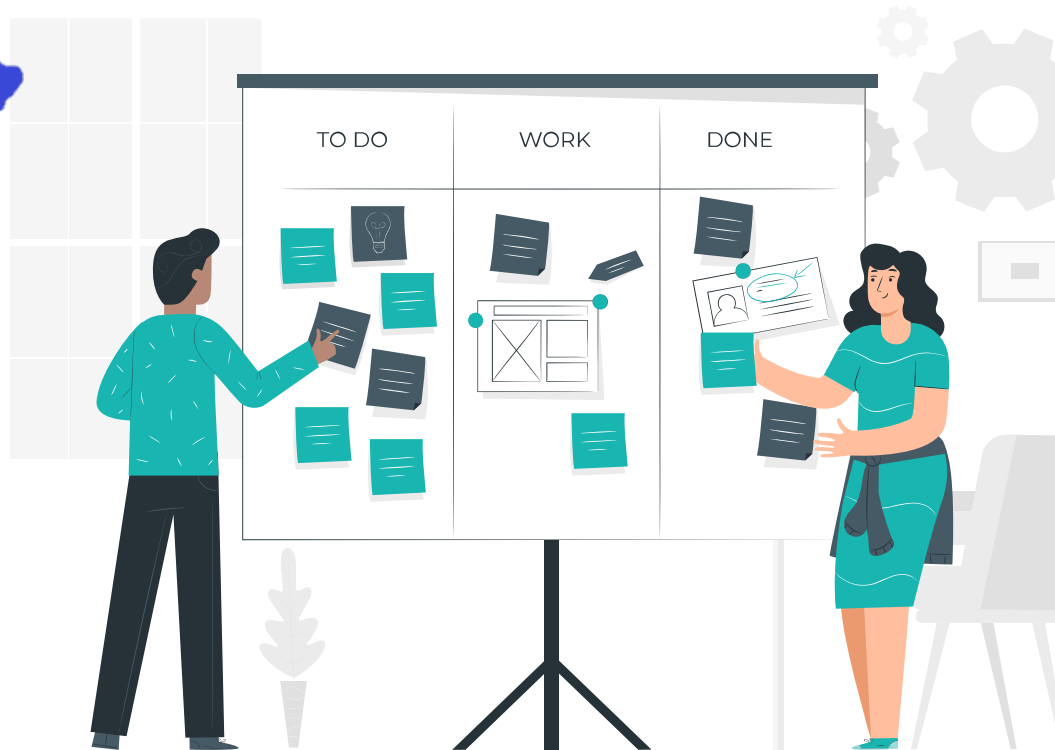


CADA  
DÍA  
CUENTA

LATAM HACKATHON  
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



# Material Sábado



# DETALLE DE JORNADA

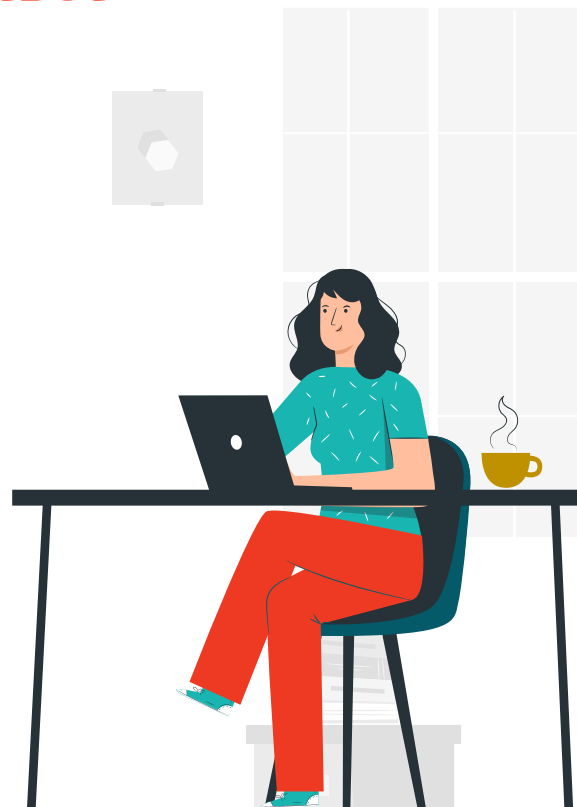
02



## 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



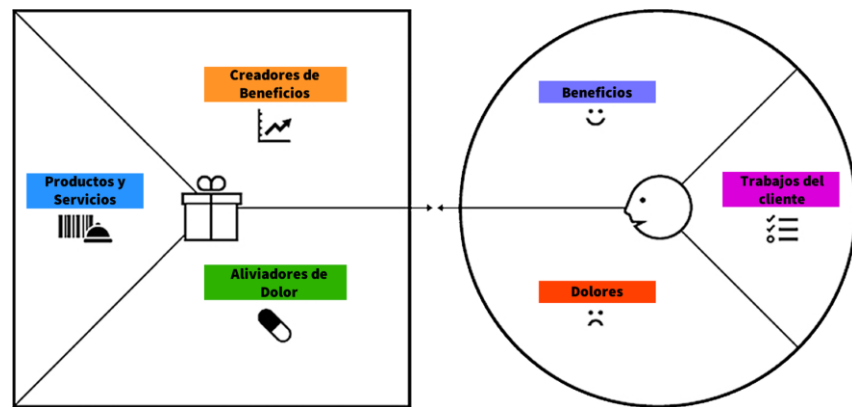
# 1. Canvas de Propuesta de Valor

## DESCRIPCIÓN DE LA DINÁMICA

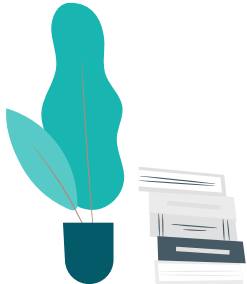
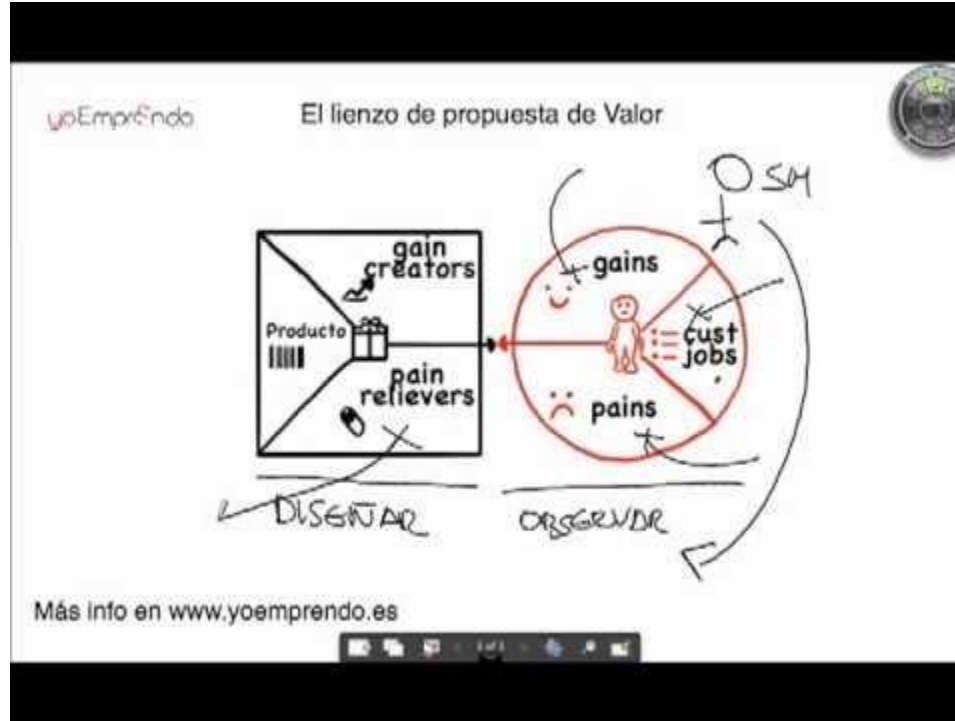
Es un dinámica fundamental para definir cómo vas a crear valor para el segmento de clientes/beneficiario específico (las propuestas de valor no pueden existir de forma independiente a mi segmento de clientes). En el "Documento de trabajo" están planteadas las preguntas y el orden de cada una de las 6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

## 1. Tareas del cliente

**Encontrar la información precisa, fácil y rápidamente.**  
**Planificar los recursos necesarios para la atención en salud.**



## 2. Dolores

**Pacientes muertos por falta de disponibilidad de camas de hospitalización, UCI , ventiladores mecánicos y personal de salud.**

**Personal de salud infectado por no disponer de elementos de protección**



## 3. Beneficios

**Reducir la cantidad de muertos y personal de salud infectado**

**Optimización de los recursos y el personal de salud**



# Mapa de Valor

## 4. Aliviadores de dolor

**Información de calidad**

**Facil de acceder**

**Facil de entender**

**Planificación de recursos con la información disponible.**



## 5. Creadores de Beneficios

**Simulador de ocupación de camas de hospital, UCI y ventiladores mecanicos.**

**Simulador de personal necesario para la atención.**

**Consejeria para la consecusion de recursos.**

**Cálculo del tipo de recursos que necesitarian para atender los eventos predichos.**

**Cálculo del tipo de recursos que necesitarian para atender los eventos predichos (marcarillas N95, y otros recursos necesarios en los procedimientos liberadores de aerosoles)**



## 6. Productos & Servicios

**Metabuscador de información regional en covid 19**

**Comparador de indicadores epidemiologicos online y en tiempo real.**

**Predicciones de ocupación de caman de hospital, UCI y ventiladores mecanicos, personal de salud, y otros eventos de riesgo liberadores de aerosoles como reanimación cardiopulmonar, e intubacion orotraqueal.**

.





# 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

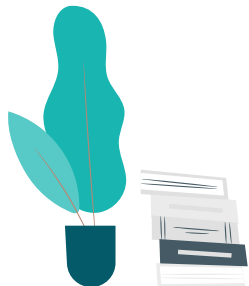
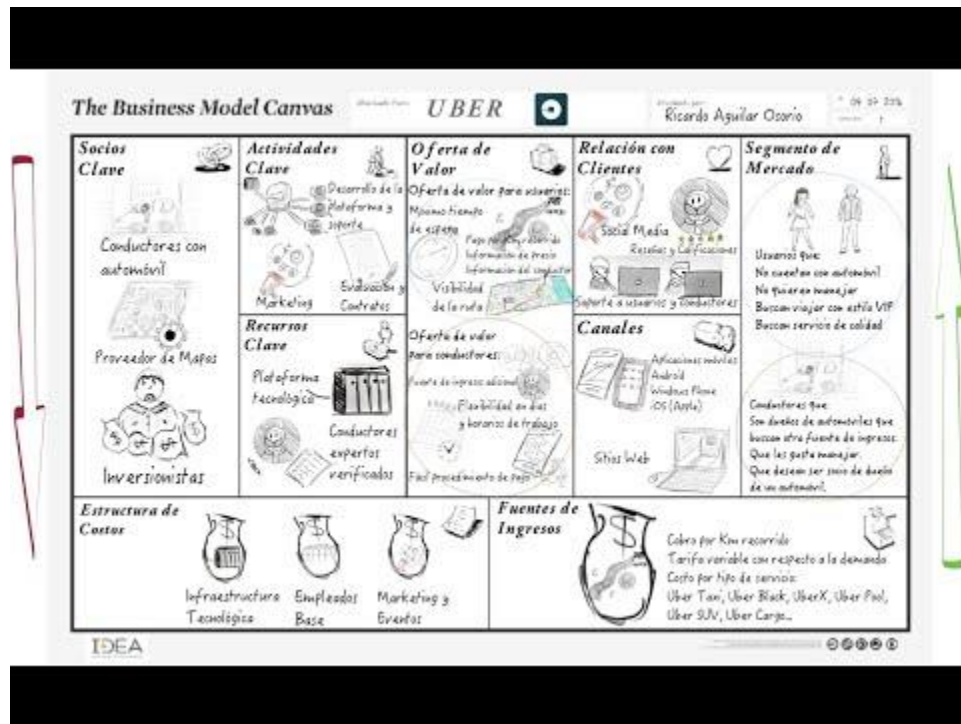
- Definir los siguientes puntos y su articulación:
- Cuál es tu propuesta de valor y para quién.
- Cómo vas a vender tus productos para generar utilidad y valor.
- Cómo vas a conseguir clientes y a conservarlos.
- Cómo te vas a mostrar ante el mercado.
- Cuál va a ser tu estrategia para salir al mercado: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

**"Ofrecer seguridad y tranquilidad al personal de salud y referidos, mediante predicción y planificación, a través de simuladores por zonas, de recursos humanos y materiales en esta constante actualización de datos referidos a COVID-19, de manera amigable y de fácil y rápida interpretación."**

## 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?

**Personal de salud, administrativo y políticos que tengan que ver en la gestión y planificación de recursos en salud"**

## 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?

**A través de sistemas sanitarios gubernamentales y privados.**

**Una vez con el producto, a través de canales de comunicación dentro del mismo.**

## 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?

**Indirecta y directa para tener constantemente un feedback referido a usabilidad y veracidad de los datos y como manejarlos**



# 05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

¿Cómo nos realizarán los pagos?

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

**Sin fines de lucro.**

**De la mano con OMS, OPS, UNICEF**

## 06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

¿Qué recursos materiales necesitas?

¿Qué recursos intangibles necesitas?

**Expertos en programación, estadística, matemática, métodos predictivos**

**Servidores dedicados para mantener un funcionamiento fluido 24/7**

**Expertos en tema salud**

**Expertos en COVID-19**

**Experto en UEX (experiencia de usuario)**

## 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?

**Realizar A.I. que con datos certeros proporcione métricas válidas para la prevencion estipulada  
Presentar la información al personal de salud de forma objetiva y precisa que permita comparar distintas regiones entre paises con datos actualizados y en tiempo real.**

**Modelos predictivos ajustados a los parametros de cada región que permite simular diferentes escenarios supuestos del usuario dependiente de su disponibilidad de camas en UCI.**

**Describir el comportamiento de la pandemia en una región por medio de indicadores veraces como incidencia acumulada, mortalidad, base de crecimiento exponencial, tiempo necesario para alcanzar los primeros 100 casos confirmados o de mortalidad, número de camas de hospital y UCI ocupadas por pacientes con COVID, que permite comparar con la información disponible de regiones que se encuentran en una fase distinta de la propagación del virus.**

**Permitir al personal sanitario introducir la cantidad de recursos disponibles (camas de hospital, uci y personal sanitario) que le permita simular la ocupación de camas en diversos escenarios y establecer cuanto tiempo resta para el colapso sanitario.**

## 08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

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

¿Quiénes son mis aliados?

**Organizaciones locales (INS), Regionales (OPS) y mundiales (OMS y UNICEF) relacionados con la salud pública**

**profesionales y expertos que opinen sobre la veracidad y utilidad de la información en el ámbito local y compartan sus experiencia con la aplicación de los datos, a la planificación en salud.**

# 09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

¿Recursos y actividades más costosas?

¿Cual es el costo de nuestros canales?

**Salarios (expertos)**

**Servidores**

**Servicios (luz, gas, agua, internet, etc)**

# 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

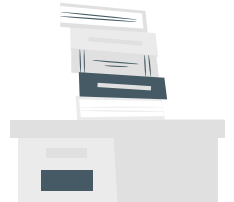
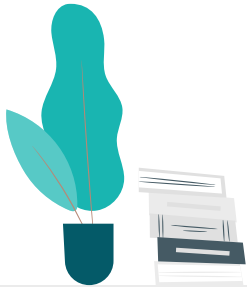
- Proponer variantes de expansión de la solución.
- Poder pensar en función de múltiples opciones de expansión de forma guiada.
- Estimular a los integrantes del grupo asignando ejes de enfoque específicos a cada uno para inspirar la creatividad.



# SCAMPER

with cake!

i con bizcocho !



# Paso a Paso: SCAMPER

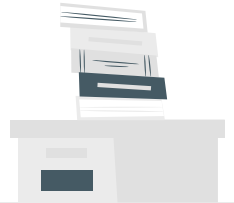
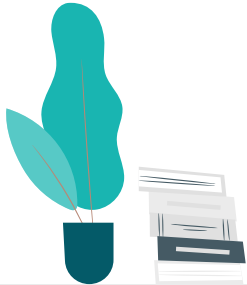
1. Asignar las iniciales de SCAMPER a los participantes y darles tiempo para pensar opciones de expansión de la propuesta de valor.
2. Cada participante propone variantes a la propuesta de valor.
3. Consensuar y priorizar a nivel grupal las variantes de expansión más relevantes y ajustar nuevamente la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



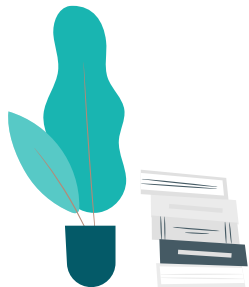


## 04. Postulación final

*Ofrecer seguridad y tranquilidad al personal de salud y referidos, mediante predicción y planificación, a través de simuladores por zonas, de recursos humanos y materiales en esta constante actualización de datos referidos a COVID-19, de manera amigable y de fácil y rápida interpretación.*

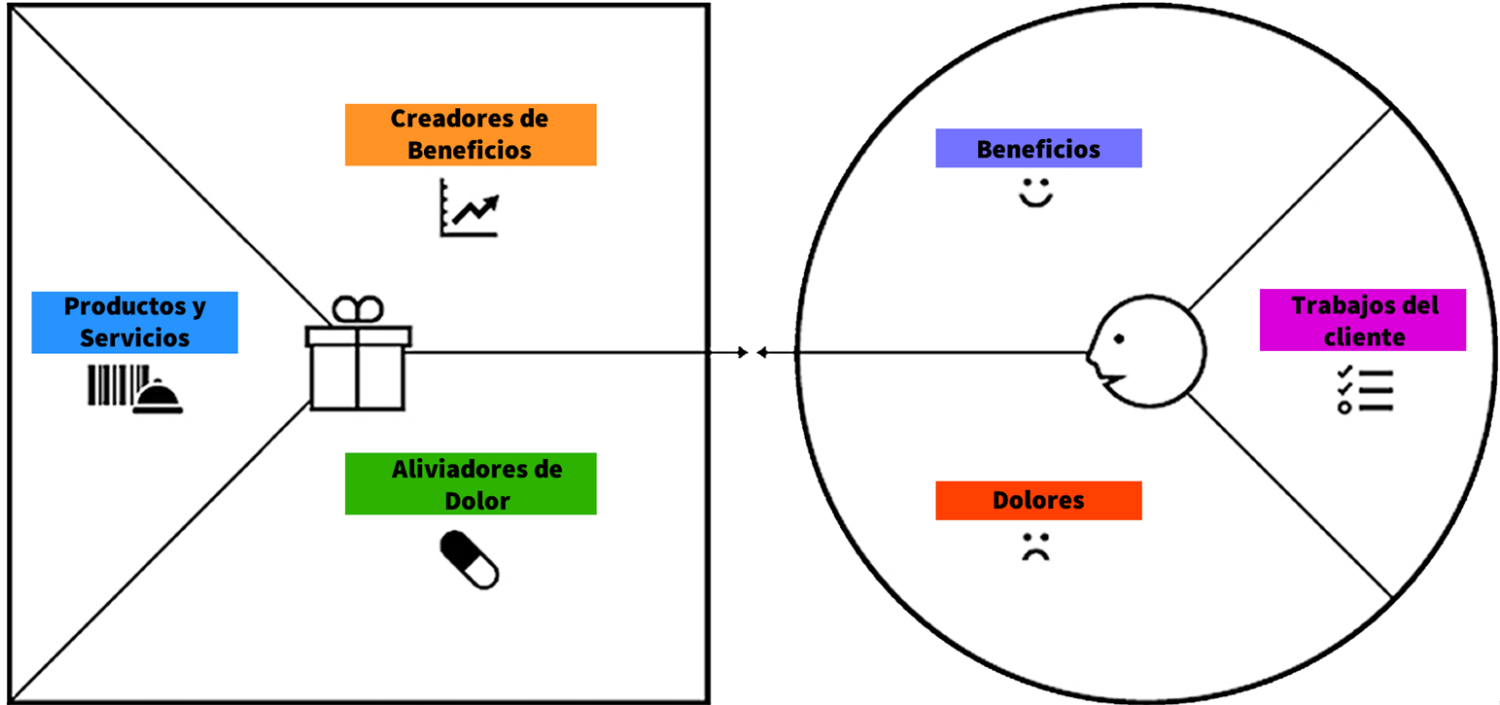


# IMPRIMIBLES












## Canvas de Propuesta de Valor

I  
M  
P  
R  
I  
M  
I  
R



## Canvas de Modelo de Negocio

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

I  
M  
P  
R  
I  
M  
I  
R



# 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](#)

