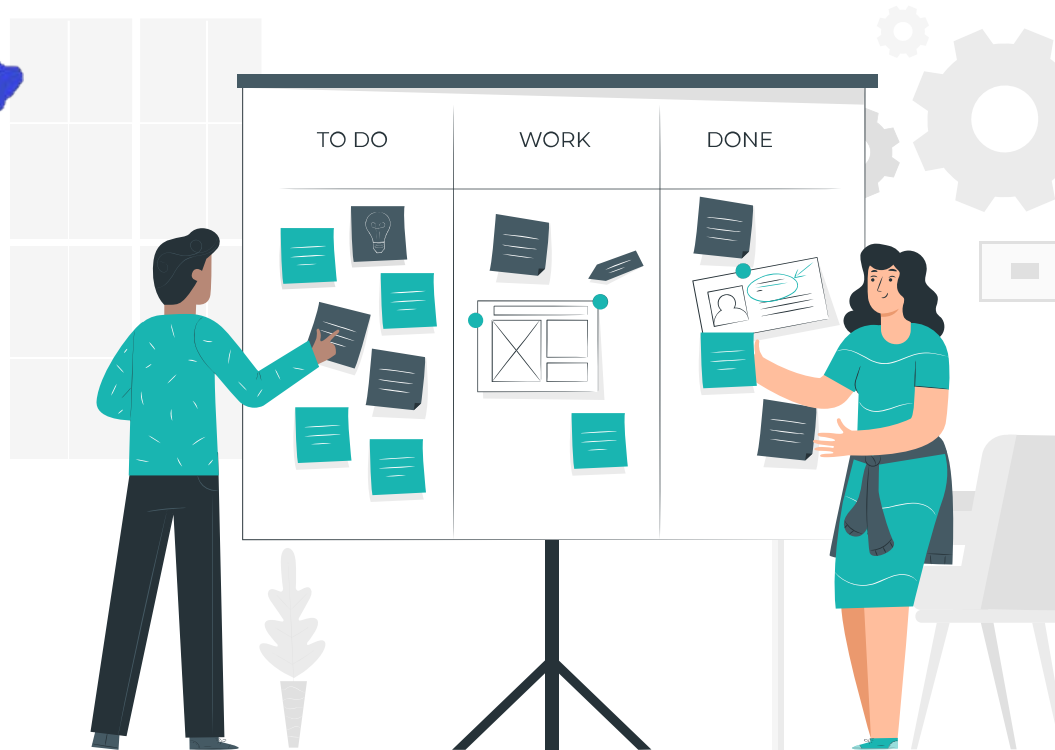


CADA
DÍA
CUENTA

LATAM HACKATHON
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



**Material
Sábado**



Observación de cliente

1. Tareas del cliente

- I. Buscar que su familia esté protegida (tarea emocional)
- II. Buscar aplicaciones que informen sobre el COVID-19 (trabajo funcional)
- III. Buscar establecimientos (bancos, mercados) seguros para realizar sus compras o pagos. (trabajo funcional)

2. Dolores

- I. Preocupación de contagio cada vez que sale de casa.
- II. Tiene mucha información, pero no puede filtrar la información correcta.
- III. La persona desconoce las zonas más afectadas por el COVID-19.
- IV. No contar con internet para poder recibir información en tiempo real.
- V. No tiene una información en tiempo real.
- VI. Tener permisos restringidos

3. Beneficios

- I. Tener información detallada de los lugares infectados.
- II. Que la persona y su familia no se viera afectada por el COVID-19.
- III. Realizar los trámites con tranquilidad y seguridad
- IV. Tener a una aplicación que le informe detalladamente de lugar establecimientos seguros.
- V. Tener capacidad de activar o desactivar su ubicación cuando lo crea propicio.
- VI. Una aplicación eficiente y efectiva
- VII. Tener buena información de protegerse cada vez que salga de su domicilio.

Mapa de Valor

4. Aliviadores de dolor

- I. Desarrollar un mapa que permita saber si al establecimiento que se dirige es seguro o no.
- II. Desarrollar tag que informe lo que necesita tener para protegerse del COVID-19
- III. Identifica los lugares, en tiempo real, de mayor contagio de COVID, según distribución de la población.

0

5. Creadores de Beneficios

- I. Ser una plataforma informativa para todo tipo de persona.
- II. Tener un mapa de calor con establecimientos seguros y en peligro de ser contagiado.
- III. Seguridad y confianza.
- IV. Precisión de en los datos entregados.
- V.

0

6. Productos & Servicios

- I. Plataforma que permite tener una visualización detallada de los establecimientos seguro e inseguros.
- II. Seguridad en sus datos registrados
- III. Ligera y amigable para toda persona.
- IV. Mapa de criticidad en tiempo real.

0

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?

- Plataforma que permite la fácil identificación de los lugares donde se podría contagiar gente por virus o bacterias, comenzando por el COVID-19.
- Identificación de cantidad de personas en zonas de mayor contagio de COVID(mercados, supermercados, bancos, etc).
- Rangos de criticidad basado en tipo de establecimiento y número de personas que hay en cada lugar.
- Disminuir la infección masiva, en lugares de gran concentración de personas.
- Genera seguridad y confianza por la precisión de los datos entregados.

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?

- Hombres y mujeres mayor de 18 años, que tenga manejo de la tecnología y buscan informarse del COVID-19.
- Que busquen evitar el contagio al salir de su casa a lugares muy transitados y busquen tener información en tiempo real.
- Ellos buscan que su familia esté protegida
- Manejan la tecnología y necesitan mantenerse informados sobre el COVID-19
- Necesitan realizar trámites en lugares concurridos.
- Instituciones públicas y privadas, buscando reducir el contagio.

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?

- Mediante la aplicación REPORT COVID.
- Redes sociales(Facebook, instagram, etc).
- A través de publicidad de las instituciones públicas y privadas.
- Plataforma en internet.
- Call Center.
- Publicidad en RRSS
- Aplicación móvil para Android.
- Aplicación móvil para iOS

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?

- Información de lugares donde se podrían contagiar.
- Reducir el contagio masivo en lugares de gran concentración de personas.
- Información de criticidad por lugares y cantidad de personas.
- La relación con el cliente será automatizada mediante el aplicativo REPORT COVID.
- Relación de confianza y seguridad.
- Comunidad de usuarios donde realizarán sus aportes.
- Asistencia y seguimiento.

05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso? ¿Cómo nos realizarán los pagos? ¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

- Financiamiento estatal.
- Financiamiento privado.
- Publicidad de empresas a través del aplicativo móvil.
- Membresías para empresas médicas.

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave? ¿Qué recursos materiales necesitas? ¿Qué recursos intangibles necesitas?

- Mayor cantidad de personas, notificando lugares con gran concentración de personas.
- Instituciones públicas, promocionando el aplicativo para que más personas lo usen.
- Se necesita que las personas cuenten con celular e internet.
- Capital de Inversión.
- Tecnológico: plataforma web, HW/SW dominio y hosting, app.
- RRHH: equipo de soporte, programadores, desarrolladores, personal.
- Infraestructura: oficina y web.

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?

- Que los usuarios tengan internet y activar su gps.
- Mayor número de personas, notificando mediante activación de su gps.
- Difusión constante del aplicativo móvil.
- Desarrollo y mantención web.
- Marketing y publicidad.
- Adquisición de clientes.
- Administrar los pagos.
- Servicio al cliente.
- Gestión y logística.

08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave? ¿Qué socios pueden ser clave para conseguir llegar a nuestros clientes? ¿Quiénes son mis aliados?

- Instituciones públicas.
- Las operadoras de telefonía.
- Empresas que busquen promocionar su marca, mediante el aplicativo.
- Redes sociales (Facebook, Instagram)
- Personas que notifique mediante su gps.
- Procesadores de pagos.
- Inversionistas.
- Proveedores de seguridad informática.
- Proveedores de internet.
- Contabilidad.
- Empresa de marketing y publicidad.
- Instituciones financieras.
- Aseguradoras.
- Google.

09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales? ¿Recursos y actividades más costosas? ¿Cual es el costo de nuestros canales?

- Marketing
- Mantenimiento del aplicativo móvil
- Gastos administrativos (servidores, mensajería, ...)
- Costes fijos: infraestructuras, administrativos, sueldos, arriendos, servicios, mantenimiento TI, alojamiento web.
- Costes variables: publicidad, marketing, posicionamiento SEO.
- Costes socios colaboradores: instalación y ejecución tecnológica. seguridad, pagos,, instituciones financieras, aseguradoras

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

