

Canvas de Modelo de Negocio:

Equipo 437	Inclusión digital en los tiempo del Covid		Nuestro desafío	vulnerables sin acceso a internet para quedarse en casa	
Socios clave (8) Proveedores: host portal, empresas de telecomunicaciones. Socios/clientes: empresas de telecomunicaciones, bancos, entes gubernamentales, plataformas de correo electrónico, entidades de salud, empresas privadas. Aliados: organizaciones locales, ONGs, fundaciones.	Actividades clave (7) Ruta/proceso: Identificar oferta de servicios virtuales y necesidades de los beneficiarios, búsqueda de aliados, negociación, diseño de portal, implementación. Rol: desarrolladores /articuladores.	Propuesta de valor (1) La posibilidad de conectividad entre la población vulnerable de forma fácil, eficaz, rápida y efectiva ofreciendo la oportunidad de estar constantemente conectada y permitiendo así el flujo continuo de la vida diaria en varias instituciones sociales y esferas públicas para así, cerrar la brecha digital y con conectividad generar equidad. Ofrecer el servicio de transformación de páginas web de los clientes a versiones más lite.	Relación con clientes (4) Colaborativa (gana-gana): cliente gana ocurrencia y sus propios clientes acceso. Recordación. Relación indirecta, previa negociación.	Segmento de clientes (2) Población con dificultades económicas para acceder a internet. El beneficiario debe caracterizarse según su país, el producto estará enfocado en facilitar el acceso para personas de todas las edades. Para empresas, se facilitará el acceso de más beneficiarios con transformación a versiones lite de sus servicios digitales. La decisión de compra está en las empresas de telecomunicaciones y otras empresas privadas.	
	Recursos clave (6) Recursos humanos: desarrolladores web, relaciones públicas/ventas, marketing, trabajador social. Recursos materiales: infraestructura de TICs (software, hardware, etc.)		Canales (3) Medios de comunicación tradicionales (TV, radio, telefono, SMS, voz a voz). Condiciones para la entrega: acceso un dispositivo tecnológico con navegador web, previo registro en el portal web. No hay restricciones comerciales (revisar en cada país)		
Estructura de costos (9) Costos principales: implementación y soporte del portal web, infraestructura TICs, recurso humano, marketing, uso del internet. Más costoso: uso del internet y recursos humanos.			Fuentes de ingresos (5) Fuentes de ingreso: cobro implementación y mensualidad. Según la negociación las empresas de telecomunicaciones definirán su rol como fuente de ingreso o gasto.		