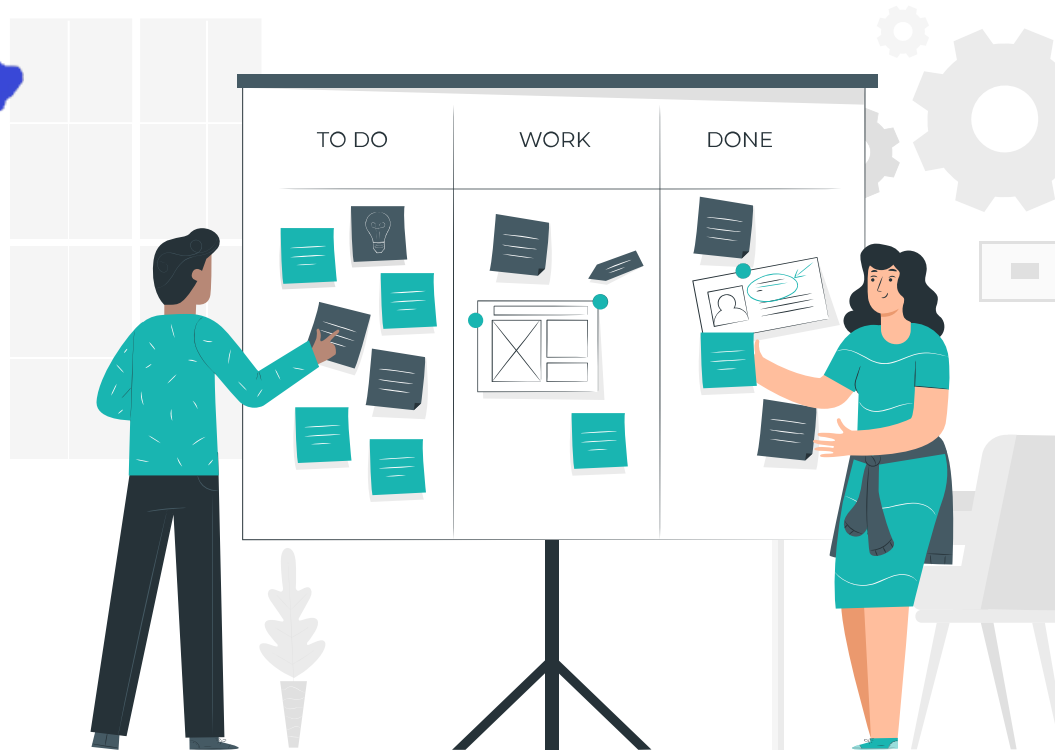


CADA
DÍA
CUENTA

LATAM HACKATHON
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



Material Sábado



Observación de cliente

1. Tareas del cliente

- **Generar fuentes de empleo**
- **Dinamizar la economía del país**
- **Crear bienes y servicios que ayudan a mejorar la la calidad de vida d elas personas**
- **Busqueda de capitales para poder hacer frente a inversiones, proyectos y gastos.**
- **Búsqueda constante de aprendizaje, conocimientos del comportamiento del mercado.**



2. Dolores

- **Ingresos económicos reducidos.**
- **Canales de comercialización insuficientes para cubrir gastos.**
- **Barrera digital.**
- **Escasa educación empresarial.**
- **Falta de autogestión y toma de decisiones asertivas.**
- **No gozan de respaldos financieros.**
- **Reduccion de la demanda que genera menos ingresos.**
- **Menos poder para adquirir insumos y mano de obra.**
- **Procesos productivos que no están listos para trabajar de forma remota.**



3. Beneficios

- **Know How del negocio**
- **Adaptabilidad al cambio**
- **Sistemas de producción flexibles.**
- **En su mayoría están mas cercas de sus clientes, lo que permite conocer e identificar rápidamente sus necesidades.**
- **Pueden llegar a convertirse en grandes empresas**



Mapa de Valor

4. Aliviadores de dolor

- **Recibir capacitación online constante.**
- **Incentivos económicos, por pertenecer a la comunidad**
- **Convenios con fablabs**
- **Asesoramiento para el uso de plataformas digitales y poder operar de forma remotamente**
- **Mayor proyección para atraer inversionistas y consumidores**



5. Creadores de Beneficios

- **Plataformas de enseñanza**
- **Plataformas de exposición de servicios/ productos accesible e innovadora.**
- **Generar confianza ante inversionistas, bancos y consumidor.**
- **Alianzas con otras mipymes que agreguen valor y se fortalezcan entre sí.**
- **Relaciones públicas que permitan acceder a subsidios, patrocinios, créditos.**



6. Productos & Servicios

- **Red social/app**
- **Membresías**
- **Respaldo de gremios**
- **Reconocimiento ante los consumidores**
- **Propósitos definidos**



01 – Propuesta de Valor

¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

- Mipymes: plataforma para buscar financiamientos, crear redes (aliados, proveedores) y posicionamiento así como convenios con fablabs.
- Inversionistas: catálogo que muestra a los mejores proyectos ofreciendo garantías de confiabilidad.

Atacamos distintas debilidades de las mipymes **en una sola plataforma**, desde la enseñanza (capacitaciones), redes de colaboración (alianzas) como posicionamiento y financiamiento. Ofreciendo seguridad y exclusividad a consumidores, inversionistas y empresarios.

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

- Recesión económica por ende estamos conscientes de que en este periodo difícilmente se otorgarán apoyos en forma de créditos..
- Las mipymes están necesitando reforzar y adaptar sus maneras de trabajar aprovechando al máximo herramientas digitales. Como no habrá dinero es necesario crear colaboraciones entre distintas entidades que se complementen entre sí. La sociedad necesita volver a tener seguridad y propósito.
- Cambio tecnológicos
- Aumento de rivalidad; mayor número de competidores en el mercado, guerra de precios Cambio de hábitos, Estilo de Vida
- Consumidores / Clientes priorizarán sus compras en base a las necesidades básicas

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

Generación de trabajos post COVID bajo el esquema de economía social.
Mayor valor, proyección de las MiPymes en el Mundo



02 – Segmento de clientes

¿Cuáles son las características de los consumidores/clientes? (Edad, género, ingresos, educación, profesión, residencia)
Mipymes en territorio nacional /internacional que busquen capacitarse y financiarse abiertas a la colaboración para superar la crisis y ser escalables.
Inversionistas como organismos o entidades privadas que desean colaborar y tienen el recurso para otorgar apoyos a proyectos de impacto social.

¿Quién compra? ¿Quién usa? ¿Quién decide?
Dueño o responsable de una mipyme.

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?
Mipymes, el consumidor final de las mipymes, inversionistas.

03 – Canales

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

Redes sociales

Embajadores de marca (influencers)

Organismos socialmente responsables.

Instituciones educativas.

Incubadoras de empresas.

Cámaras de comercio.

Gobierno.

Whatsapp

¿Son estos los medios usuales en el sector? Si

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente? Plataforma digital.

¿Existen restricciones comerciales para ello? No

04 – Relación con clientes

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

A distancia, individualizada,

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

La exclusividad de formar parte de un gremio, sentido de pertenencia a una red colaborativa, ampliar su alcance, acceder a financiamientos, colaboración e impulso social, recibir educación, servicio integrador.

¿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?

Digital, telefónica, CRM, individual..

05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

Membresías premium

Suscripciones

Orientaciones personalizadas

Publicidad (largo plazo)

¿Cómo nos realizarán los pagos?

Por Paypal, tarjeta de crédito/débito, tiendas de autoservicio, monedas virtuales

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

Modelo de negocios con acceso gratis aprovechando ciertas características y la opción premium que incluye más beneficios.

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

Estratega en Marketing Digital, Experto en Tecnología y Sistemas, Especialista en Finanzas.

¿Qué recursos materiales necesitas?

° Equipos; computadoras, teléfonos,

¿Qué recursos intangibles necesitas?

Acceso a internet, servidores.

07 – Actividades clave

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

Generar contenido publicitario.

Vinculación de organismos.

Mantenimiento a la plataforma.

Actualizar contenidos educativos.

Estar activos en redes sociales.

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

Personal de vinculación para reclutar mipymes, buscar patrocinadores.

08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?
Instituciones bancarias

¿Qué socios pueden ser clave para conseguir llegar a nuestros clientes?
Organismos sociales. Organismos Internacionales.
Inversores con negocios asociados a la tecnología.

¿Quiénes son mis aliados?
Programadores
Inversionistas con experiencias / inversiones en red social y app

09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?
Sueldos y salarios, Desarrollo y mantenimiento de plataforma,.

¿Recursos y actividades más costosas?
Implementación de la Tecnología

¿Cual es el costo de nuestros canales?
Por evaluar

04. Postulación final

La propuesta de valor va dirigida a las mipymes inclusive grandes empresas que operen bajo el principio de economía social.

Se crea una plataforma digital tipo red social "Exclusiva" para Empresas de Economía Social mediante la cual puedan conectarse entre sí; una comunidad que pueda formar alianzas, localizar proveedores, reduciendo la brecha de los intermediarios así como a través de dinámicas educativas puedan acceder con mas facilidad a apoyos económicos y/o de cualquier tipo. Siendo el enlace para inversionistas que buscan apoyar / financiar emprendimientos en proceso.

Se pretende proyectar este tipo de empresas de economía social, para dar a conocer el propósito ante el consumidor final.

Recabando datos de comportamiento del consumidor así como datos que sean de interés para el empresario.

Se contará con acceso a cursos, talleres, manuales y cualquier tipo de educación que sea requerida..

