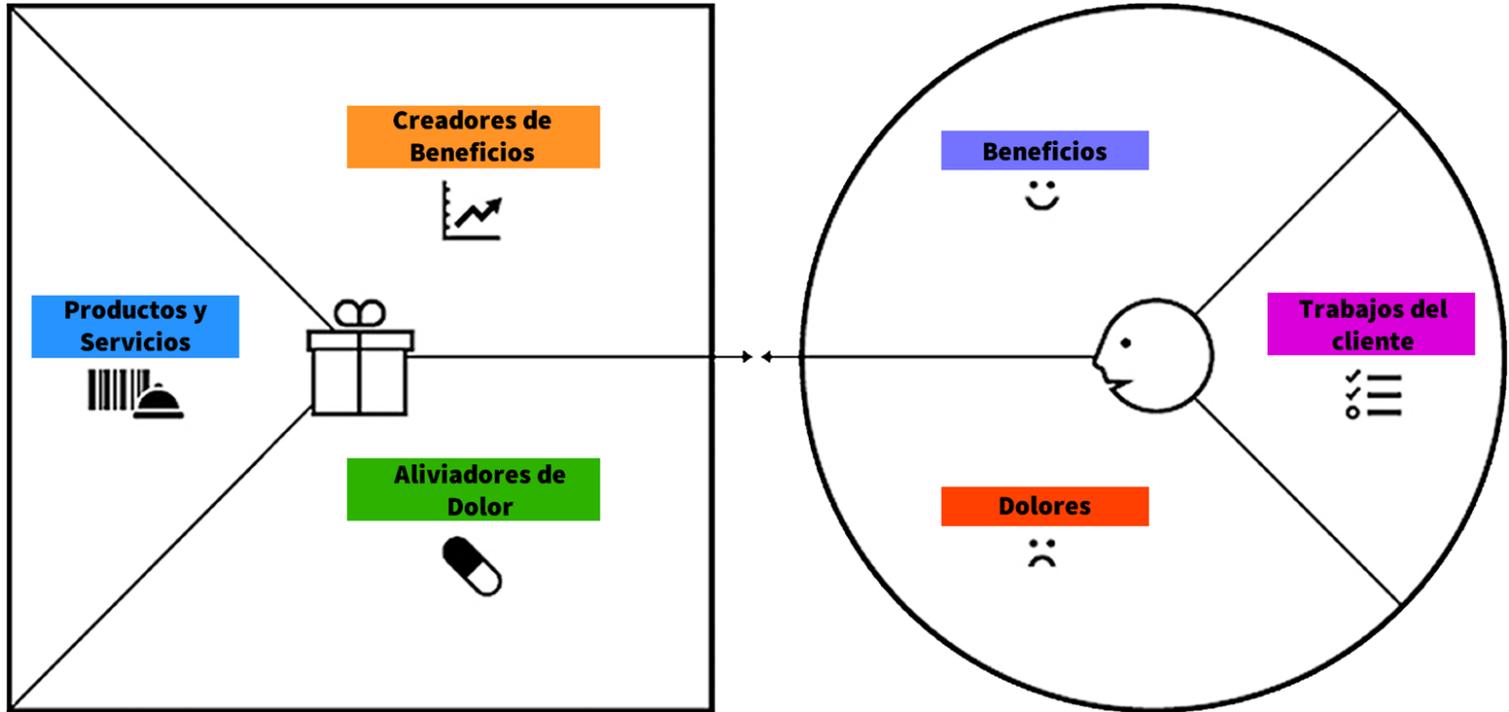


# Canvas de Propuesta de Valor

I  
M  
P  
R  
I  
M  
I  
R



# Observación de cliente

## 1. Tareas del cliente (Cuáles son los problemas que nuestros clientes quieren resolver)

### Donante y/o Voluntario

- Encontrar un solo lugar para canalizar las donaciones y/o voluntariado durante la contingencia por el COVID-19
- Hacer la donación y voluntariado por medio de una plataforma que sea segura y garantizada
- Disminuir los tiempos para hacer entrega de las donaciones (alimentos perecederos)
- Encontrar de manera ágil y segura una base de datos de organizaciones a las que se puede hacer donaciones y/o voluntariado
- Facilitar la logística para la entrega de las donaciones y/o voluntariado

### Beneficiario (instituciones o adultos mayores)

- Mitigar el hambre por la disminución de recursos económicos generado por la falta de empleo informal durante el COVID-19.
- Recibir acompañamiento profesional para fortalecer la salud mental y física de las personas mayores.
- Pertenece a una base de datos para recibir donaciones
- Solucionar el problema de escasez y altos costos de los alimentos



## 2. Dolores (Cuáles son las emociones negativas del cliente)

### Donante y/o Voluntario

- No sentirse seguro de utilizar algunos medios digitales para hacer donaciones
- No tener habilidades digitales
- Impotencia por no encontrar una organización para entregar la donación o hacer el voluntariado social.
- Desconfianza por escuchar que muchas personas que no necesitan se quedan con las donaciones

### Beneficiario (instituciones o adultos mayores)

- Crear que las donaciones son una situación de palanca o rosca y que solo le llegan a unos cuantos.
- Considerar que la prioridad son los hospitales y que no se atienden las necesidades de las organizaciones sociales que trabajan con el adulto mayor.
- No se encuentra fácilmente un sitio que esté entregando las donaciones



## 3. Beneficios (Qué beneficios espera recibir el cliente)

### Donante y/o Voluntario

- Recolección de información ágil, segura y rápida a través de formularios
- Poder ayudar a otra personas u organizaciones
- Canalizar la ayuda
- Encontrar bases de datos accesibles para hacer su donación o voluntariado.

### Beneficiario (instituciones o adultos mayores)

- Recibir donaciones que satisfagan sus necesidades
- Encontrar voluntarios con quienes puedan conversar y dispersarse, además de aclarar dudas en casos de salud física o mental.
- Encontrar quien les ayude haciendo las diligencias (adultos mayores).
- Encontrar una plataforma Web-APP fácil de manejar



# Mapa de Valor

## 4. Aliviadores de dolor (Cómo vamos a aliviar el dolor de nuestros clientes)

### Donante y/o Voluntario

- Sitio web posicionado y seguro
- Plataforma de fácil manejo.
- Ofrecemos una base de datos confiable para hacer las donaciones.
- Disminución en los tiempos de entrega de las donaciones

### Beneficiario (instituciones o adultos mayores)

- Inscripción en una plataforma que les permitirá tener mayores opciones de recibir donaciones.
- Encontrarán diversos servicios ofrecidos por voluntarios.



## 5. Creadores de Beneficios

- Resolvemos la búsqueda y ofrecemos la conexión entre oferta y demanda para lograr un impacto social durante la contingencia generada por el COVID-19
- Ofrecemos una plataforma online que actúa como un tercero neutral para poner en contacto donantes y voluntarios con beneficiarios (adultos mayores y ONG).
- Trabajamos por un sector que está en crecimiento debido a los cambios poblacionales a nivel mundial, además de ser el grupo poblacional más afectado por el COVID-19.
- Plataforma gratuita, social y tecnológica.
- Plataforma completa de fácil accesibilidad.



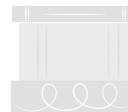
## 6. Productos & Servicios

### Productos:

- Social Marketplace
- Directorio Web/App
- Formulario SUMATE+



# Canvas de Modelo de Negocios



# 01 – Propuesta de Valor

## ¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

- La plataforma se enfoca en un segmento de la población vulnerable, los adultos mayores y las organizaciones que trabajan con este público
- Valoramos y ponemos nuestro esfuerzo en el bienestar de los Adultos Mayores.
- Se emplea la economía colaborativa como un elemento social.
- Articula a las diferentes partes involucradas dentro del sector.

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

- Los adultos mayores son la población más sensible referente al contagio del Covid 19
- Las ayudas solo llega a un mínimo de los adultos mayores
- Los Hogares o Instituciones no reciben donaciones necesarias
- Las donaciones están volcadas en su mayoría a Hospitales, dejando de lado fundaciones y organizaciones que se encargan del cuidado al Adulto Mayor en todos sus aspectos.

## ¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

- Ofrece una plataforma que permite CONECTAR a empresas, familias, profesionales, voluntarios y personas mayores.
- Tener una plataforma donde se albergue productos o donaciones sin intermediarios.
- Facilitar la búsqueda tanto para las instituciones, profesionales y voluntarios como para los beneficiarios del programa.

## 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?

La plataforma tiene diferentes tipos de clientes que los dividiremos de la siguiente forma:

**DONANTES:** Aquellos que desean aportar con algún recurso (económico, material, conocimiento, tiempo, etc.) para beneficiar o ayudar a la población de los Adultos Mayores.

- Empresas que desean donar algún bien o servicio
- Clubes de vida
- Voluntarios
- Personas que deseen donar algún bien o servicio.
- Profesionales y estudiantes.

**BENEFICIARIOS:** Aquellas personas o instituciones que se ven favorecidas con alguno de los servicios que ofrece la plataforma o con las donaciones realizadas.

- Adultos Mayores
- Familias
- Profesionales
- Servidores sociales
- Fundaciones u organizaciones enfocadas en el cuidado del adulto mayor

## 03 – Canales

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

- La plataforma misma será el canal principal de comunicación con los clientes
- Las redes sociales serán una herramienta clave para llegar a las poblaciones en las cuales nos enfocamos
- Se emplea de igual forma la técnica básica del voz a voz para aumentar el reconocimiento de la plataforma y de tal forma hacer que una mayor cantidad de personas pertenecientes a los segmentos relevantes de clientes se sumen a este movimiento.

### ¿Son estos los medios usuales en el sector?

- En el sector gerontológico la articulación y comunicación entre los diferentes actores es bastante pobre, por eso una de los principales objetivos de la plataforma es la agrupación de estos.

### ¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

- Al tratarse de una plataforma virtual, es una herramienta que está disponible para los clientes (donantes y beneficiarios) en cualquier lugar del mundo en donde haya conexión a internet.

### ¿Existen restricciones comerciales para ello?

- No existen restricciones representativas con respecto a la existencia y utilización de la plataforma diferentes a las legales o gubernamentales de cada región.

# 04 – Relación con clientes

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

- Para ambos de los tipos de clientes existentes se va a tener una postura de puente o canal de conexión entre ambas partes.
- Para los beneficiarios, la plataforma con ayuda de los formularios, funcionará como un recolector de datos que permita posteriormente que los donantes accedan a esta información y decidan a quién dar su aporte.
- En el caso específico de los profesionales y empresas que quieran brindar sus servicios con ánimo de lucro, funciona como una plataforma de empleo.
- Para los donantes, también funciona como un recolector de datos y a su vez como un directorio que muestre el listado de las personas y organizaciones que se verán beneficiadas con las donaciones realizadas.

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

- La plataforma facilita la búsqueda tanto de beneficiarios como donantes.
- Se podrán hacer más visibles los servicios que se ofrecen los profesionales, empresas, fundaciones y demás instituciones.
- Los beneficiarios podrán obtener ayudas de distintos tipos provenientes de cualquier lugar.

## ¿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 de la plataforma con sus distintos tipos de cliente será de forma indirecta (virtual).

# 05 – Fuentes de ingreso

## ¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

- En el futuro existirá una comisión transaccional para aquellos negocios que se realicen a través de la plataforma. Por el momento y debido a la crisis sanitaria, la plataforma será totalmente gratuita.

## ¿Cómo nos realizarán los pagos?

- Nos integraremos con un gateway de pago como PayU LATAM o Mercado Pago para poder transaccionar los diferentes medios de pagos y que, de forma fácil y sencilla, la persona que reciba el pago pueda recibirlo en su cuenta bancaria.

## ¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

- Cuando la plataforma empiece a cobrar, se tomará un 4.5% de la transacción.
- Existirán precios diferenciales para grandes volúmenes.
- Para los clientes frecuentes se van a plantear algunos beneficios o bonos con el fin de fidelizarlos.

## 06 – Recursos clave

### ¿Qué personas son clave?

- El o los desarrolladores de la plataforma, que tengan conocimientos en desarrollo web y manejo de bases de datos.

### ¿Qué recursos materiales necesitas?

- Dispositivos que permitan el diseño y la elaboración de la plataforma reinventada.
- Herramientas que le permitan a los diferentes actores conectarse a la plataforma y de tal forma acceder a los diferentes servicios que esta tiene

### ¿Qué recursos intangibles necesitas?

- Al tratarse de una plataforma digital, el recurso que se hace indispensable es internet.
- Las páginas y/o aplicaciones de las redes sociales que sirven como canales de difusión para el reconocimiento y posicionamiento de la plataforma.
- Información almacenada en la base de datos, que se ha recolectado por medio de los formularios de la plataforma.

## 07 – Actividades clave

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

- Recolección de la información por medio de los formularios presentes en la plataforma
- Lograr el reconocimiento y visibilización deseados por medio de la utilización de los diferentes canales.
- Realizar alianzas con organizaciones de segundo nivel que ayuden a amplificar la difusión de esta solución.
- Registro de cada uno de los actores pertenecientes a las partes involucradas en los aspectos gerontológicos

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

- Realizar el diseño e implementación de la nueva sección de marketplace y donaciones en la plataforma
- Actualización constante del directorio de forma que se incluyan los registros realizados diariamente.
- Comprender claramente las distintas necesidades que tienen los Adultos Mayores para poder darle una clasificación al directorio y a las bases de datos.
- Validación de cada uno de los registros de las organizaciones ya sean beneficiarias o donantes.

## 08 – Socios clave

### ¿Quiénes son los proveedores clave?

- La información es uno de nuestros recursos más importantes, esta será proporcionada por los beneficiarios y donantes al momento de diligenciar el formulario correspondiente.

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

- Las fundaciones, empresas y demás organizaciones representan unos socios importantes para llegar a otros actores del mismo sector, ya que ellos por medio del voz a voz nos ayudarán a aumentar el reconocimiento de la plataforma.
- Para obtener distintos tipos de información relevante se puede realizar una asociación con los entes gubernamentales que tienen programas y proyectos que buscan favorecer a los Adultos Mayores.

### ¿Quiénes son mis aliados?

- Para tener un impacto mayor en la sociedad local, nacional o internacional, el gobierno e instituciones públicas pueden ser unos aliados representativos.
- Realizar la articulación con otras organizaciones o plataformas que realicen labores similares o complementarias.
- Organizaciones de segundo nivel.
- Cajas de compensación, fondos pensionales, EPS, IPS, etc.
- Agencias impulsadoras y aceleradoras de proyectos sociales

# 09 – Estructura de costos

## ¿Cuales son los costos principales?

- Para el desarrollo y mejoramiento de la plataforma se requiere la utilización de herramientas y personas que representan un costo importante.
- Del mismo modo se requieren distintos recursos para realizar la curaduría de la información
- Todas las actividades relacionadas con la comunicación digital.
- En algunos casos, las alianzas estratégicas provocarán que se incurra en costos
- Herramientas de promoción y divulgación masiva
- Herramientas para el tratamiento de datos

## ¿Recursos y actividades más costosas?

- Desarrollo digital y tecnológico
- Comunicación digital
- Alianzas estratégicas.

## ¿Cual es el costo de nuestros canales?

- La publicidad digital representa una base importante de la estructura de costos, ya que es muy importante la visibilización de la plataforma para incluir los distintos actores involucrados.