

01 – Propuesta de Valor

¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

El principal diferenciador de nuestra cabina de desinfección es que consiste en un sistema integrado en dos módulos uno de ellos para desinfectar mientras que el otro para esterilizar, mecanismo que no se ha utilizado en otra cabina de desinfección.

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

En la crisis sanitaria que la mayoría de los países latinoamericanos presenta se debe tener en cuenta que al aplicar la solución propuesta contribuimos a reducir la propagación del virus, evitando el contagio cruzado entre el equipo médico y los pacientes atendidos, teniendo en cuenta que es muy importante contar con un equipo médico en condiciones.

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

El proyecto aporta un gran valor a la sociedad, puesto que ayuda a reducir el contagio en los principales focos de infección. De esta manera la pandemia que hoy en día estamos viviendo reducirá su tiempo de vida y permitirá regresar a la población a sus vidas normales. Teniendo en cuenta que reduciendo el número de contagios los sistemas de salud de cada país son más estables.



02 – Segmento de clientes

¿Cuáles son las características de los consumidores/clientes?

En primer lugar, es fundamental tomar en cuenta que al hablar de una propuesta de valor social, se busca impactar a un grupo de beneficiarios, pero así mismo, para que el proyecto sea sostenible, se requiere de la inversión y el apoyo en recursos directos de diversos sectores líderes que forman parte de la población a nivel mundial. Motivo por el cual, se han dividido en 2 categorías de la siguiente manera:

Cliente: Al hablar de esta primer categoría, se hace referencia al principal inversor que en este caso es el agente encargado de velar por la salud pública de cada país (Ministerio de salud), Por otro lado, es importante tomar en cuenta que también se solicitará apoyo a empresas caracterizadas por su RSE en salud y ONG's que trabajan dentro de este mismo ámbito.

Beneficiario: Debido a la situación actual, esta categoría se divide en 2 grandes grupos:

1. Sociedad civil: Dado que se trata de una necesidad indispensable de la ciudadanía, sin excepción, a nivel mundial, se considera que la segmentación como tal servirá para indicar en un inicio sobre dónde iniciar, sin embargo, la idea se ha planteado para ser implementada en la mayor cantidad de espacios como sea posible.
2. Organizaciones de respuesta anti-COVID 19: De esta manera, se ha identificado que hay 2 principales que se encuentran en mayor riesgo debido al contacto con personas infectadas (en el caso del equipo médico) como las que están en contacto el contacto aglomerativo constante (albergues).

Segmento beneficiario

A continuación, se puede observar un resumen detallado sobre la propuesta de del segmento de beneficiarios prioritarios al momento de implementar la propuesta

Nota: Cabe destacar que lo que se pretende es comenzar por estos sectores y luego replicarlo al resto de países					
Sociedad civil				Organismos de respuesta anti COVID 19	
Característica	No contagiados	Contagiados (pacientes)	Familiares de pacientes	Equipo médico	Albergues temporales y asilos
Nacionalidad	Países de tercer mundo	Países con mayores casos activos	Indiferente	Países de tercer mundo	Países de tercer mundo
Región	Áreas con mayor densidad poblacional dentro de cada país	Atendidos por el sector público	Indiferente	Hospitales encargados centrales	Los que tengan mayor cantidad de albergados
Edad	Lugares donde transiten o se encuentren adultos mayores	Indiferente	Indiferente	Indiferente	Indiferente
Sexo	Indiferente	Indiferente	Indiferente	Indiferente	Indiferente

Quien compra, quien usa, quien decide

Agente	Compra	Usa	Decide	Explicación
Gobierno (MINSAL)	x		x	Invierte en la implementación del proyecto y tiene poder de decisión sobre la distribución del equipo
Empresa con RSE en salud	x			Contribuyen monetariamente o con insumos
Sociedad civil		x		Principalmente es un beneficiario pero asimismo se pueden reclutar voluntarios con conocimientos técnicos para la creación de los productos.
Equipo médico		x	x	Se le apoyará directamente con la disminución de riesgo de contagio y dado que es el que tiene el contacto más directo con los pacientes afectados tendrá un rol de decisión respecto a la implementación del proyecto dentro de las instalaciones.
Albergues temporales		x		Se han considerado debido a la alta exposición a la que se ven expuestos a diario tanto los beneficiarios como el personal a cargo.

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

Viendo las necesidades fundamentales para implementar esta idea ante la emergencia que vivimos hoy en día, los medios más eficientes para que los beneficiario conozcan nuestra idea, tomaremos en cuenta como principales medios de comunicación:

- Redes sociales: Estas servirán en primer instancia para dar a conocer el lanzamiento de la implementación del proyecto, por lo cual, el principal público en este caso serán los beneficiarios, impartiendo contenido de concientización, infografía sobre el uso y ubicaciones donde encontrarán las cabinas de desinfección, entre otros. Asimismo, se utilizarán hashtags que permitan la réplica exponencial de la información para que incluso personas de la sociedad civil, líder en la elaboración de estos diseños.
- Landing page: este será el conecte entre la red social y la página web y servirá para dar a conocer más detalles al momento de realizar la convocatoria de voluntarios, apoyo de otras ONG's, entre otros sectores. Asimismo, contendrá información específica dirigida a nuevos públicos al momento replicar los productos en otros sectores posterior a la implementación en los hospitales.
- Una página web en la que se colocarán los diseños de los productos y todos los detalles respecto a cómo los donantes de inversión, materiales o espacios pueden apoyar.
- E-mail marketing: Se crearán bases de datos con los posibles clientes a los cuales se les presentará la propuesta de inversión y una vez éstos den respuesta se les mantendrá informados respecto a cómo apoyar y a los reportes relacionados al impacto del proyecto.
- Radio y TV: También, por motivos de alcance, se considera oportuno valorar la inversión en TV.

Por otro lado, es importante considerar: vallas y mupis para aumentar el alcance ya que es fundamental en estos casos.

¿Son estos los medios usuales en el sector?

Pues a raíz de lo que se está presentando en el mundo por la emergencia, son los métodos más usados para transmitir una información ya sea en tiempo real o por medio de publicidad pagada (Comerciales).

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

Si hablamos de canales de información y comunicación la mejor forma sería spot publicitarios los cuales puedan llevar un mensaje directo a los clientes o beneficiarios sobre las prestaciones, uso y los logros que se quieren alcanzar, pero si hablamos de canales de transporte lo más conveniente a la hora de trasladarlo sería por medio aéreo para que su disposición sea en el menor tiempo posible.

¿Existen restricciones comerciales para ello?

En ámbito comunicativo visual las únicas restricciones serán el pago publicitario siguiendo las debidas pautas que adopte el medio informativo con el que se desea informar, pero si el ministerio de salud sería el encargado para la distribución de dicha publicidad o información las restricciones serían casi nulas ya que tendrían un espacio disponible públicamente en los medios de comunicación para presentar la debida información con respecto a la iniciativa que se desea implementar.

04 – Relación con clientes

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

La perspectiva de esta idea es que la relación es establecer tanto con el cliente como con el beneficiario, una **relación de confianza y seguridad** al usar este equipo de desinfección que no piense que sea solo un equipo más si no que lo vea como opción de eficaz para evitar el contagio.

Por lo cual, será importante hacer prototipos previos que sean validados por la OMS y equipos médicos hospitalarios así verificar la funcionalidad de ubicación de los productos en puntos estratégicos con diseñadores de interiores por medio del mapa a proponer.

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

Los principales beneficios que tanto el cliente como beneficiario podrá obtener es la satisfacción de que va a entrar a un lugar desinfectado y así de igual manera saldrá al exterior con un desinfección completa, así como dirigirse a su casa sin la preocupación de transmitir el virus a sus seres queridos siempre y cuando cumpla con las medidas de prevención y no se exponga a lugares que no tengan este sistema de desinfección. Es decir, será un **alivio tanto de manera funcional como mental para ambos**.

Por otro lado, es importante destacar que el diseño de este producto será público, por lo cual, **el cliente podrá replicarlo sin inconvenientes y con la seguridad de que su funcionalidad y logística han sido evaluados y validados previamente**.

¿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?

Pues viendo desde un punto de vista la idea de una cabina de desinfección la relación con los beneficiarios sería de autoservicio ya que solo bastaría que el beneficiario ingrese en la cabina para realizar la desinfección automática.

En cambio, para el caso de un cliente comprador o inversionista con todo el sentido la relación sería **cara a cara** con el fin de implementar acuerdos de inversión o mantenimiento de las mismas cabinas.



05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

Nuestra principal fuente de ingreso será la iniciativa pública para de esta manera producir cabinas para los centros de salud públicos, sin embargo obtendremos también apoyo de la iniciativa privada para llevar a cabo las primeras cabinas.

Al validar nuestro producto en los centros de salud, procederemos a enfocar nuestros ingresos a la iniciativa privada para poder llevar el producto a la sociedad, vendiendolo en línea.

¿Cómo nos realizarán los pagos?

Los pagos se realizarán vía transferencia bancaria, al recibir el pago, se procederá a fabricar la cabina desinfectante y se entregará en el tiempo acordado.

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

La iniciativa pública tendrá beneficios en el lanzamiento del proyecto, ya que son el principal apoyo que tendremos para validar la idea, sin embargo al incluir empresas aliadas o inversoras en nuestro proyecto, se les asignan los beneficios que correspondan.

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

Nuestro equipo de trabajo es clave en el desarrollo de este proyecto, ya que cada uno de nosotros aporta conocimiento en diferentes áreas del conocimiento e ideas que han llevado a desarrollar el proyecto.

¿Qué recursos materiales necesitas?

Para realizar la cabina se necesita tubo de pvc de 1/2" , al igual que conectores de 1/2" de pvc, un tanque de 500 litros, el insumo que servirá como desinfectante y plástico delgado para hacer la cortina que mantendrá la humedad dentro del espacio de la cabina.

¿Qué recursos intangibles necesitas?

Necesitamos el conocimiento de ingeniería para poder desarrollar el prototipo, diseño y manufactura de la cabina desinfectante, también necesitamos conocimiento en el área química para elegir el mejor insumo desinfectante para la efectividad de nuestra cabina.

07 – Actividades clave

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

Al realizar nuestro proyecto tenemos actividades fundamentales para que nuestro proyecto pueda desarrollarse, la primera de ellas es realizar el diseño de la cabina desinfectante, para proseguir con el prototipo, el cual será presentado ante las instituciones gubernamentales, buscando el apoyo de las mismas para poder llevar a cabo la primera producción de las cabinas, así como la implementación de las cabinas en edificios considerados focos de infección. El siguiente paso clave es llevar el proyecto a la iniciativa privada para empezar a comercializarlo de una manera en línea a toda la población.

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

Los roles de cada participante de nuestro equipo es fundamental para llevar a cabo este proyecto.

08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

Ferreterías, Homecenter

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

ONG's, municipalidades

¿Quiénes son mis aliados?

Ministerio de salud, OMS

Alto poder

Bajo poder

Bajo Interés

Alto Interés

Homecenter Ferreterías	Organización mundial de la salud Organizaciones de caracter internacional de la salud Otras ONG's Ministerio de salud
Universidades	Voluntarios potenciales Municipalidades

09 – Estructura de costos

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

Al realizar nuestro proyecto tenemos actividades fundamentales para que nuestro proyecto pueda desarrollarse, la primera de ellas es realizar el diseño de la cabina desinfectante, para proseguir con el prototipo, el cual será presentado ante las instituciones gubernamentales, buscando el apoyo de las mismas para poder llevar a cabo la primera producción de las cabinas, así como la implementación de las cabinas en edificios considerados focos de infección. El siguiente paso clave es llevar el proyecto a la iniciativa privada para empezar a comercializarlo de una manera en línea a toda la población.

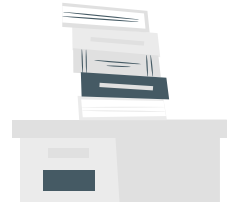
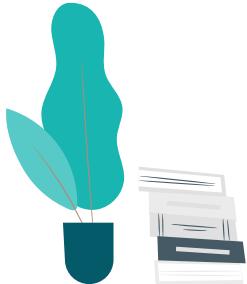
¿Qué roles y funciones desempeñamos claves para la ejecución de nuestra propuesta?

Los roles de cada participante de nuestro equipo es fundamental para llevar a cabo este proyecto.

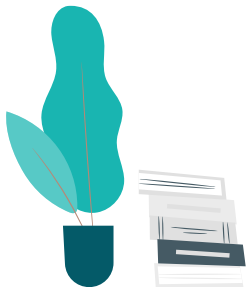
04. Postulación final

Los hospitales son un punto de infección cruzada, es decir, los enfermos de coronavirus que asisten al hospital infectan a los pacientes que acuden por otras situaciones como lo pueden ser enfermedades crónicas, u otras problemáticas. Por lo que es importante tener accesos y rutas seguras dentro de este establecimiento que cuenten con algún sistema de desinfección para evitar el contagio cruzado. Una cabina de desinfección resuelve este problema ya que al ubicarla en lugares estratégicos tanto para pacientes como para personal médico y de limpieza, se reduce el riesgo de contagio entre individuos.

La solución propuesta es la implementación de cabinas de desinfección a un bajo costo, ubicadas en lugares estratégicos, empezando por los hospitales para validar nuestra solución como un proyecto piloto, pero teniendo la opción de escalar esta solución para llevarla a cada punto estratégico de las ciudades teniendo como prioridad los lugares con mayor aglomeración de gente como centros comerciales, supermercados, edificios de gobierno, etc.

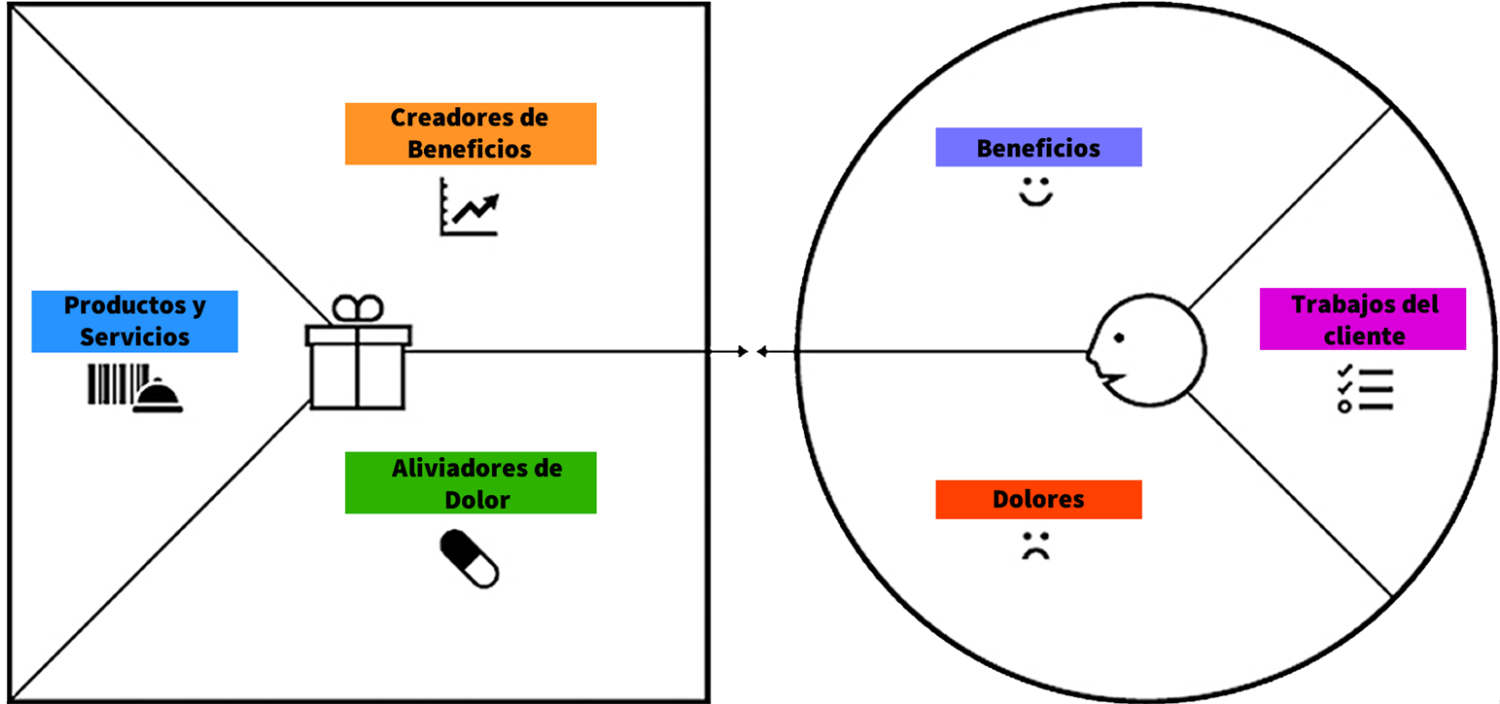


IMPRIMIBLES












Canvas de Propuesta de Valor

I
M
P
R
I
M
I
R



Canvas de Modelo de Negocio

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

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](#)

