

Tu energía mueve al mundo

Equipo 467

Integrantes:

Oscar Aldape - México (Querétaro)
Pilar de la Serna - Argentina (Buenos Aires)
Lina Espinel - Colombia (Bogotá)
Juan Camilo - Colombia (Medellín)
Ayrton España - Colombia (Bogota)

Entregables día 2

Mentor: Andrés Arias

Observación de cliente

1. Tareas del cliente

Usuarios:

Cuidar la salud física y emocional.

Beneficiarios: Abastecerse de productos de primera necesidad para poder distribuir a sus miembros.

Marcas: Publicidad de sus productos/servicios y su rol dentro de la responsabilidad social.

Especialistas: aplicar sus conocimiento que aporten a la solución de problemas sociedad generados por la pandemia.



2. Dolores

Usuarios: Encierro, alteración de la rutina física y alimenticia.

Beneficiarios: solucionar el problema por falta de alimentos o desabastecimiento de las bodegas

Marcas: Disminución de ventas y afectación a su imagen de empresa por la disminución de recursos económicos para invertir en la responsabilidad social.

Desecho de productos no vendidos de la marca

Especialistas: No ser parte de las actividades esenciales posibles de ejercer ante a cuarentena. Disminución de ingresos.



3. Beneficios

Usuarios: Uso productivo del tiempo en cuarentena y optimización de sus recursos alimentarios.

Beneficiarios: Continuar con su actividad de ayuda a grupos vulnerables.

Marcas: Mantener el posicionamiento de su marca.

Especialistas: un grado de capacitación o de aportación a la sociedad agregado a su hoja de vida. Nuevas oportunidades laborales.

Retroalimentación de diferentes áreas o casos en la herramienta



Mapa de Valor

4. Aliviadores de dolor

Usuario: Brindando Información estructurada en forma de agenda semanal para actividad física y alimentación.

Beneficiarios: Desabastecimiento que impide cubrir la demanda, la falta de apoyo a sus causas.

Marcas: Ayudar a generar canales de conexión con sus consumidores. Evitar el desecho de productos no vendidos de la marca

Especialistas: Falta de ingresos económicos por disminución de trabajo, generado por la cuarentena.



5. Creadores de Beneficios

Usuario: sentir productivo, animado, resiliente a la situación externa

Beneficiarios: sentirse apoyados por la sociedad en la consecución de sus objetivos.

Marcas: Mantener la reputación como empresas socialmente responsables.

Especialistas: Abrir espacios para llegar con sus servicios a nuevos clientes.



6. Productos & Servicios

Usuarios: herramienta digital de conexión con especialista en actividades físicas y cuidado de la salud.

Beneficiarios: herramienta digital de conexión con empresas que desean aportar a causas sociales (desabastecimiento de alimentos para grupos vulnerables)

Marcas: herramienta digital de conexión entre la empresa y sus consumidores manteniendo su imagen de empresa socialmente responsable.

Especialistas: herramientas digital de conexión con clientes potenciales para brindar sus servicios profesionales.



01 - Propuesta de Valor

¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

Proveer una plataforma que incentiva el uso del tiempo durante la cuarentena para el cuidado físico y emocional, convirtiendo la energía en recompensas para nuestros usuarios, beneficiarios de la plataforma, marcas participantes y especialistas asesores.

Las agendas semanales que se le provean al usuario estarán diseñadas acorde con las condiciones actuales del mismo (tiempo disponible, espacio físico, condiciones y limitaciones físicas, disponibilidad de alimento).

Nosotros no creamos los videos que vamos a colgar de la página, sino que sistematizamos información y la organizamos de modo que sea accesible y amigable para la mayor cantidad de gente posible que esté interesada en realizar actividad física. El objetivo es que esa energía que la persona invierte en iniciar y terminar la actividad, mueva el mundo, tenga una retribución. La motivación es saber que luego de realizar su agenda semanal de actividades, eso tendrá un impacto y beneficio en la comunidad en la cual vive la persona.

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

La cuarentena trae efectos a la economía, la salud y la educación, se ven afectadas las actividades generadores de recursos para la obtención de medios para adquirir productos de primera necesidad indispensables para mantener la salud.

La saturación en redes sociales de alternativas para usar el tiempo libre en casa durante la cuarentena son variadas, sin embargo, a medida que pasa el tiempo disminuye la constancia por la rutina y la falta de estímulos intrínsecos o extrínsecos haciendo que los miembros de la familia caigan en el sedentarismo que puede provocar complicaciones en la salud, la cual debe ser cuidada en estos momentos de pandemia. Profesionales del área de cultura física y nutricional se han visto limitados o imposibilitados para trabajar durante la cuarentena, lo que impacta directamente en sus ingresos.

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

Incentivar la actividad física y el cuidado de la alimentación de acuerdo a los recursos con los que cuenta cada familia, conectando a las marcas deportivas y de alimentos así como profesionales de estas áreas, además de organizaciones que tienen como eje la responsabilidad social.

Posicionamiento de las marcas.

A los especialistas participantes darles la oportunidad de generar ingresos adicionales y apoyo indirecto a sus comunidades..

Canvas de Modelo de Negocios

02 - Segmento de clientes

¿Cuáles son las características de los consumidores/clientes? (Edad, género, ingresos, educación, profesión, residencia)
Habitantes de los países latinoamericanos en condiciones restrictivas para realizar activación física fuera de casa, de nivel medio bajo o superior, con acceso a internet y hábitos de uso productivo de redes sociales.

Directivo de marcas socialmente responsables y afines con el giro de activación física y alimentos,
Especialistas en consulta o asesoría en actividad física y cuidado de la salud nutricional que actualmente operan canales virtuales o con interés en incursionar en estos medios.

Organizaciones de la sociedad civil (OSC) en latinoamérica, cuyas actividades sociales se orientan a la asistencia a grupos vulnerables, con especial énfasis durante el periodo de cuarentena, con capacidad de distribución de bienes de primera necesidad.

¿Quién compra? ¿Quién usa? ¿Quién decide?

El usuario usa el servicio que brinda la herramienta y tiene dominio básico del uso de redes sociales.

El beneficiario usa la plataforma para recibir los recursos generados por los usuarios y decide la distribución entre los grupos vulnerables con los cuales tienen contacto y necesitan apoyo.

El directivo de marca con facultades para incorporar la propuesta a su estrategia de posicionamiento como organización socialmente responsable.

El especialista decide participar aportando con su contingente profesional como asesor para la generación de la agenda y como consultor a los usuarios que requieren atención específica.

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

Usuarios de la plataforma que realizan las ejercicios

Beneficiarios: comedores, organizaciones o lugares donde serán donados los alimentos o artículos de limpieza.

Marca: realizando donaciones de sus proyectos.

Especialistas: profesionales. que pueden potenciar o generar nuevas oportunidades laborales

03 - Canales

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

De acuerdo a la diversidad de clientes que interactúan en nuestra plataforma los mecanismos de comunicación serán:

Se difundirán los servicios de nuestra herramienta en diferentes redes sociales para que los usuarios puedan obtener información alimenticia y de actividad física de manera más accesible

Se difundirán los servicios de nuestra herramienta en las plataformas que utilizan las empresas para difundir su marca, las organizaciones que tienen como fin el impulso de la responsabilidad social donde dan a conocer sus servicios, las instituciones de educación superior para incentivar la participación de profesionales dedicadas a la salud y al deporte.

Conforme se sumen especialistas, éstos lo difundirán en sus propias redes sociales.

¿Son estos los medios usuales en el sector?

Sí, Instagram, Facebook, Youtube, Twitter y WhatsApp son medios que han incrementado su uso durante la pandemia.

Los clientes de nuestra plataforma en general tienen establecidos sus planes de comunicación, por lo que nuestro servicio se acoplara con inmediatez.

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

La asesoría y las agendas semanales se entregarán a través de la red social (en privado) que elija el usuario. Las recompensas para el mismo serán mediante vales o tarjetas virtuales.

Los incentivos a los especialistas vía electrónica.

La entrega de los apoyos a los beneficiarios se gestionará con el mismo, teniendo como opción transferencias electrónicas o envío de productos en especie; la opción viable más eficiente.

¿Existen restricciones comerciales para ello?

En cuanto al servicio que brinda la herramienta consideramos que no existan restricciones, sin embargo, las condiciones de participación se generan de acuerdo a la organización participantes.

04 - Relación con clientes

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

Una relación de empatía, donde los clientes aportan en la construcción de relaciones resilientes interconectando acciones de especialistas en el cuidado de la salud, activación de la economía, aporte de recursos para organizaciones involucradas en la responsabilidad social con grupos vulnerables en tiempos de pandemia.

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

- Usuarios: su energía se traduce en aportes de las marcas que llegarán a los beneficiarios.
- Beneficiarios: recibirán aportes económicos o especie para brindar apoyo a los sectores vulnerables en estas condiciones de cuarentena.
- Marcas: promoverán sus marcas en un ecosistema de apoyo social en tiempos de pandemia.
- Especialistas: sumarán experiencia profesional que será de utilidad en procesos de selección de personal en las organizaciones participantes.

**¿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 que se mantenga con los clientes será automatizada en la plataforma, utilizando los mecanismos para facilitar la vinculación y participación.

05 - Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

Financiamiento por parte de inversionistas interesados.
Donaciones voluntarias del usuario.
Patrocinios de marcas de productos afines al giro deportivo y alimenticio.

¿Cómo nos realizarán los pagos?

Vía online, aplicación ñequi, paypal, tarjetas de crédito, patreon.

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

Conforme los usuarios den mayor cumplimiento a su agenda semanal obtendrán recompensas directas (como descuentos o puntos canjeables con las marcas patrocinadoras) y su dedicación se traduce en ayuda directa a grupos vulnerables (beneficiarios).

Las marcas patrocinadoras reciben promoción por su contribución con la plataforma.

Los especialistas al brindar sus servicios profesionales ganan reconocimientos por participación que les servirá para poder colocar en su hoja de vida.



06 - Recursos clave

¿Qué personas son clave?

Programadores de aplicaciones web.
Analistas de impacto social.
Distribuidores de productos de primera necesidad.
Relacionista público para realizar vínculo con directivos de marcas participantes.

¿Qué recursos materiales necesitas?

Los recursos materiales deberán ser definidos por el equipo que se asigne para desarrollar la herramienta web.

¿Qué recursos intangibles necesitas?

Sugerimos que el equipo a desarrollar la herramienta cuente en su perfil profesional con:

Conocimiento sobre programación de Web.
Conocimiento Financiero.
Conocimiento en el cuidado de la salud física y emocional.

07 - Actividades clave

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

Seleccionar al equipo para que desarrolle de la plataforma.

Obtención de patrocinadores o marcas interesadas.

Convenios con OSC.

Difusión de la plataforma y gestión de la inscripción de usuarios.

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

El rol del equipo ha sido desarrollar la idea, por lo tanto la ejecución del diseño y programación de la herramienta estará a cargo del equipo que se asigne para esta tarea.

08 - Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

Organizaciones que brinden servicios digitales.

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

Especialistas: influenciadores actuales en redes sociales.

Marcas: compañías locales de producción de artículos de primera necesidad, y enfocadas a la promoción de actividades deportivas.

Redes de contactos (familia, amigos, seguidores, etc.)

¿Quiénes son mis aliados?

Organizadores del hackaton.

Equipos de retos e ideas.

Cámaras de Comercio e Industrias

Universidades

ONGs

Gobiernos Locales, Nacionales

Empresas privadas

09 - Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

Desarrollo de aplicación web.
Comunicación con marcas interesada o posibles inversionistas para el proyecto.
Incentivos a los especialistas como apoyo salarial durante la contingencia.
Distribución de apoyos a los beneficiarios.

¿Recursos y actividades más costosas?

Desarrollo de la aplicación.
Administración de la operación.
Incentivos a especialistas.

¿Cual es el costo de nuestros canales?

Deberán ser considerados por los desarrolladores de la plataforma de acuerdo al lugar donde se ubique el equipo administrador de la plataforma.(hossting de sitio web, difusión de la plataforma, administrativos)

04. Postulación final

Incluir aquí la descripción final de la idea refinada por el grupo.

Desarrollo de una plataforma donde se incentive el uso de tiempo en el cuidado físico y emocional durante la cuarentena, convirtiendo la energía en recompensas para nuestros usuarios, beneficiarios, marcas y especialistas.

Esto en respuesta a que la pandemia ha modificado nuestra cotidianidad, proponemos esta plataforma con información sistematizada y ordenada donde incentivamos la actividad física y el cuidado de la alimentación de acuerdo a los recursos con los que cuenta cada familia, conectando a las marcas deportivas y de alimentos así como profesionales de estas áreas, además de organizaciones que tienen como eje la responsabilidad social y que actualmente presenten déficit para atender a sus grupos de interés..

