

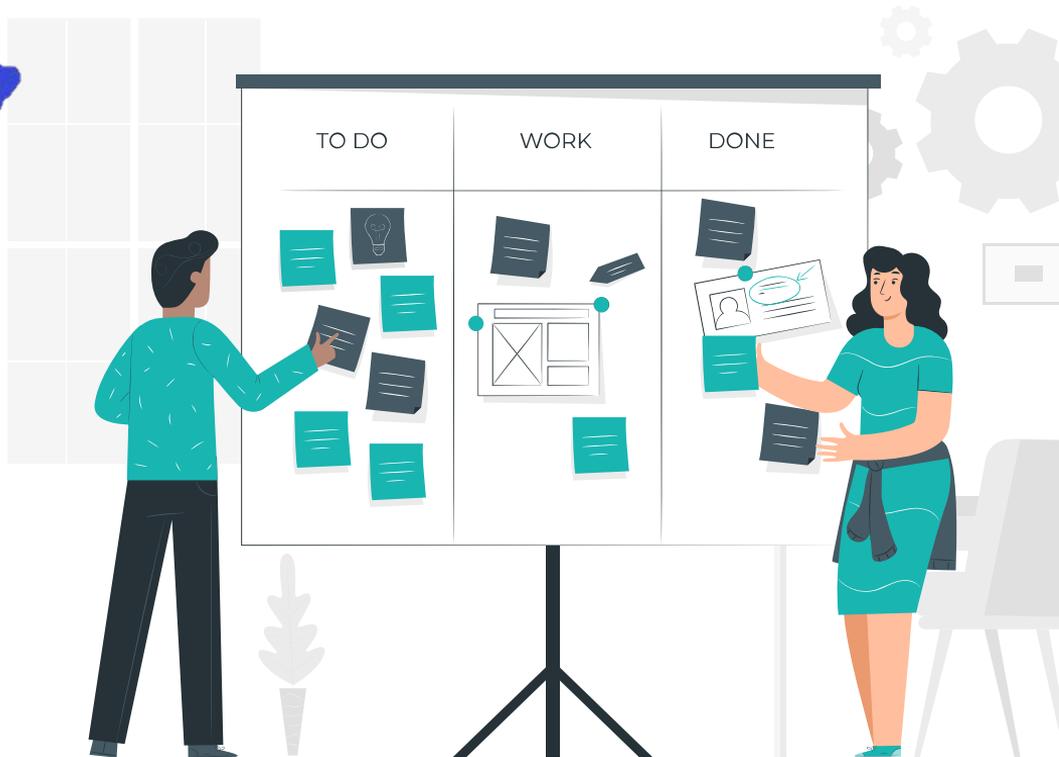
CADA
DÍA
CUENTA

LATAM HACKATHON
SOLUCIONES PARA EL COVID-19

SLAT

Supporting Latam

Equipo 253



Observación de cliente

1. Tareas del cliente (qué necesidades)

Donadores

- Buscar una forma de ayudar desde casa
- Realizar donaciones que permitan brindar ayudas a familias de bajos recursos

Beneficiarios

- Suplir sus necesidades de alimentos y/o medicina
- Facilidad de recepción de insumos
- Contar con insumos adecuados a sus necesidades
- Obtener los insumos en el lugar y momento oportuno

2. Dolores (dolores después de jobs)

Donadores

- Es seguro donar por medios electrónicos
- Realmente si llegan las donaciones a las personas que más lo necesitan

Beneficiarios

- Carecer de recursos para comprar insumos
- No contar con suficientes insumos
- Movilización extensa para obtener insumos
- Aglomeraciones en centros de venta
- Núcleo familiar grande
- Falta de recursos electrónicos para recibir el beneficio

3. Beneficios (qué desean)

Donadores

- Satisfacción de poder ayudar a gente que lo necesita
- Descuentos y beneficios respecto a los impuestos

Beneficiarios

- Acceso a alimentos y medicamentos
- Alimentos enfocados a sus necesidades
- Obtener insumos directamente en su hogar

Mapa de Valor

4. Aliviadores de dolor

Donadores

- Seguridad en transacciones electrónicas
- Se le harán llegar pruebas de los alimentos y medicamentos entregados

Beneficiarios

- Entrega de kit de insumos adecuado al núcleo familiar
- Entrega a domicilio velando por la seguridad biológica
- Acceso a los beneficios sin necesidad de dispositivos de alta tecnología, por medio de SMS, apps, llamadas, etc.



5. Creadores de Beneficios

- Los principales creadores de beneficios serían los donadores
- También algunos aliados en los gobierno que permitan dar los beneficios de descuentos o bonos para los donadores
- No utilizar de manera indispensable un móvil
- Enfocar los insumos a sus necesidades
- Contar con un reabastecimiento automático

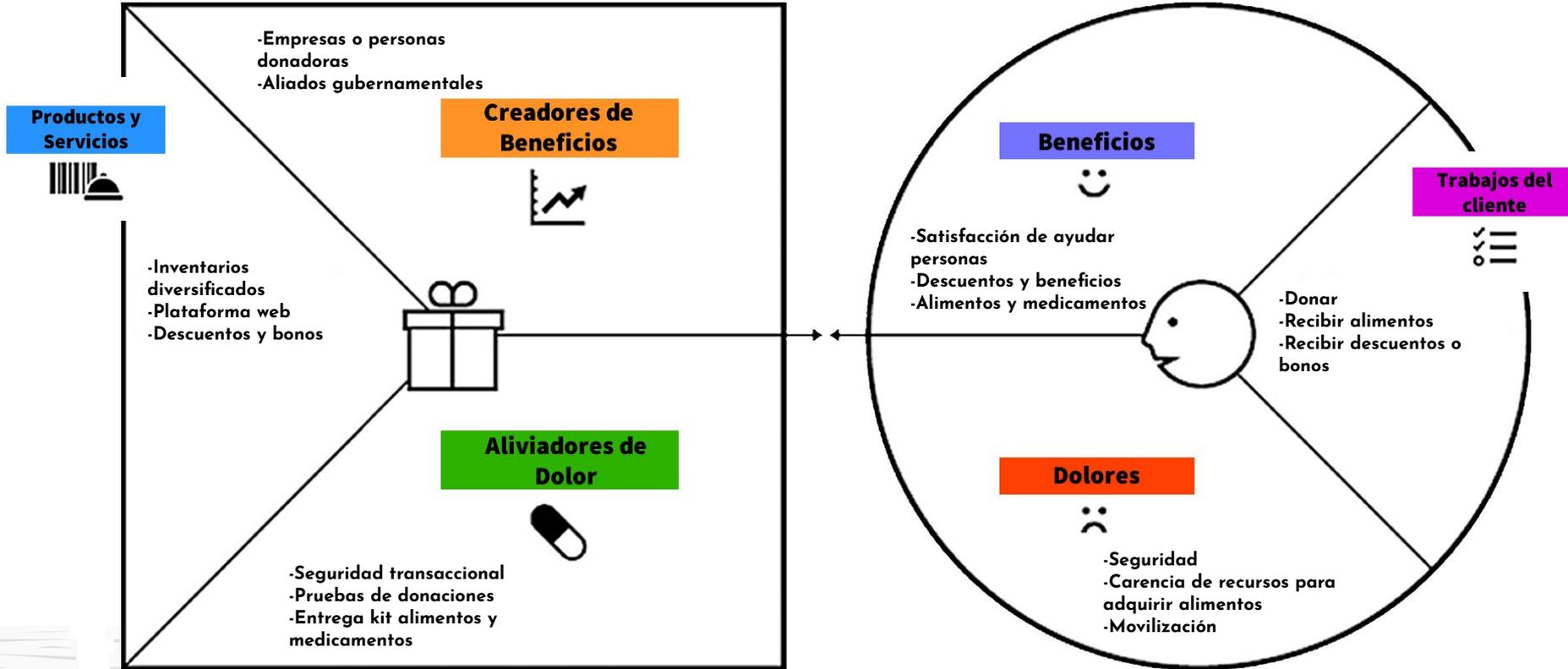


6. Productos & Servicios

- App/Plataforma para donadores y beneficiarios
- Productos "Ready-to-eat" racionados para familias de escasos recursos
- Descuentos en impuestos o bonos
- Inventario diversificado
- Insumo de cuidado personal
- Empaque acondicionado a insumos y entorno
- Entrega a domicilio ágil



Canvas de Propuesta de Valor



01 – Propuesta de Valor

¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

Posibilidad de entablar un canal de comunicación entre donadores-beneficiarios, apoyo a mercados locales, no es necesario contar con dispositivos de alta tecnología, generación de empleo a través de la red de entregas de beneficios para las familias.

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

La entrega de alimentos y medicamentos se realizará a domicilio, además los domiciliarios contarán con las medidas de seguridad pertinentes.

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

- Salud
 - Asegurar una alimentación para la población de escasos recursos de una manera ágil y segura.
 - Proveer de trabajo a las personas locales para apoyo dentro del proceso de distribución
 - Facilitar acceso a insumos indispensables a las personas vulnerables de una manera ágil
- Economía
 - Apertura a nuevas cadenas de suministro y canales post pandemia
 - Integración de pequeñas industrias y/o locales a la cadena de suministro como distribuidor
 - Acceso a recursos tecnológicos a las pequeñas industrias y/o locales
 - Adoptar y aplicar cadenas de suministro costo-eficientes y sostenibles dentro de los países latinoamericanos
- Ambiente
 - Empaques eco-amigables para la entrega de los kits de ayuda

02 – Segmento de clientes

- Familias necesitadas
 - Familia en edad productiva trabaja como jornaleros u operativos
 - Núcleos familiares comprendidos de 1 a 10 personas
 - Familias de escasos recursos (USD0.00 - USD3.00 ingresos diarios)
 - Residen en áreas rurales y/o urbanas
 - Comprendida entre los 0 y 90 años
 - Posiblemente con accesos limitados a servicios como agua, luz, teléfono y/o internet
 - Altos requerimientos nutricionales
- Personas vulnerables
 - Pensionadas o suspendidas por el Seguro Social
 - Personas de 3era edad (60 a 100 años)
 - Personas con enfermedades crónicas (cáncer, hipertensión arterial, diabetes, asma, fibromyalgia)
 - Viven solas o con otras personas vulnerables
 - En área rural y urbanas
 - Con ingresos mayores a USD170.00 mensuales
- Empresas donantes
 - Empresas grandes (nacionales, multinacionales, transnacionales y globales)
 - Con programas de acción ante la pandemia
 - Giro de negocio enfocado a cadenas de distribución de alimentos o algún otro giro de negocio

03 – Canales

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

Llamadas, anuncios en redes sociales, comerciales patrocinados por aliados, SMS a empresas y personas que posiblemente donen.

¿Son estos los medios usuales en el sector?

Si

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

Plataforma web, entregas a domicilios de alimentos y medicamentos, bonos y descuentos,

¿Existen restricciones comerciales para ello?

- Donadores - RTD
 - Plataforma web: El traslado de las donaciones se realizará a través de transferencias bancarias
- RTD - Aliados de suministros
 - Plataforma web: El enfoque será de inventario para identificar las compras y disponibles que se utilizarán para el armado de los kits
 - Plataforma web: Se plantea la creación de un perfil de logística para llevar el control de entrega.
- Aliados suministro - Beneficiados
 - Llamada telefónica o Plataforma web: Para registro de insumos necesarios e información de contacto
 - Entrega física: Siguiendo las recomendaciones de higiene, se entrega los kits a los beneficiados

* RTD= Real Time Data

04 – Relación con clientes

- Familias necesitadas (servicios continuos durante pandemia)
 - Entrega cara a cara
 - Registro proactivo de las entidades gubernamentales
 - Formularios de registro
 - Plataforma web
- Personas vulnerables
 - Entrega cara a cara
 - Llamada telefónica para suscripción
 - Plataforma web para suscripción
- Empresas donantes
 - Plataforma web

05 – Fuentes de ingreso

- Donaciones
 - La recepción de las donaciones se realizarán a través de transferencias bancarias así como en una plataforma web (Paypal)
- Las empresas y las personas donadoras contarán con beneficios al aportar para la compra de insumos
 - Personas individuales: Descuentos en futuras compras
 - Empresas: Recibos de donaciones

06 – Recursos clave

- Gobiernos y entidades no gubernamentales
 - Datos para analizar
 - Ubicación
 - Perfil socio demográfico y económico
- Tecnología
 - Plataforma web soporta y automatiza la operación de la cadena de suministro
- Logística
 - Equipo de entrega a domicilio
 - Automóviles para movilización de insumos (kits)
- Bioseguridad
 - Control de seguridad para el equipo de la cadena de suministro

07 – Actividades clave

- Cadena de suministro
 - Ejecutar proceso de integración con la plataforma web
- Seguridad
 - Salvaguardar a los involucrados contra contagio
- Tecnología
 - Implementación de plataforma web incluyendo las distintas formas de conexión
 - Captura de datos de contacto y comportamiento de consumo de kits
- Matemática / Estadística
 - Modelo de Segmentación a través perfilamiento de beneficiados
 - Modelo de reabastecimiento para beneficiarios

08 – Socios clave

- Tecnología
 - Datos de Gobierno y ONGs
 - Dispositivos o servicios de internet TELCOs
- Distribución
 - Empresas de servicio a domicilio
 - Mensajeros particulares locales
- Suministros
 - Supermercados y sus ubicaciones granulares dentro de las distintas regiones
 - Tiendas de barrio

09 – Estructura de costos

1. Alimentos
 - a. Compra de alimentos
2. Equipo de logística
 - a. Automóviles / motos
 - b. Personal local de los centros de distribución
3. Plataforma tecnológica
 - a. Infraestructura
 - b. Conexiones de web launcher
 - c. Personal para la carga de manual de datos
4. Seguridad biológica
 - a. Equipo para la protección del equipo de logística
 - b. Empaque de los kits de alimentos.
5. Campaña de concientización
 - a. Diseño de artes para atraer donadores (brochures y RRSS)
 - b. Pautas en RRSS

03. SCAMPER

DESCRIPCIÓN DE LA DINÁMICA

Es una dinámica de expansión de ideas para pensar grupalmente en como poder hacer crecer la propuesta de volar de mi solución que se está planteando. La dinámica consiste en hacernos preguntas en función de cómo hacer para “Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Poner otros usos, Eliminar y Reordenar” nuestra solución.

OBJETIVOS

- Proponer variantes de expansión de la solución.
- Poder pensar en función de múltiples opciones de expansión de forma guiada.
- Estimular a los integrantes del grupo asignando ejes de enfoque específicos a cada uno para inspirar la creatividad.

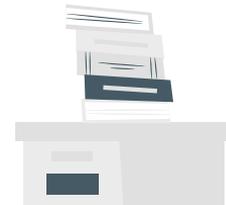
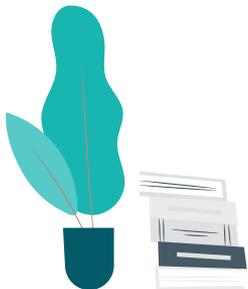


04. Postulación final

SLat: Supporting Latam

El objetivo hacer más eficiente la cadena de suministro y la facilitar la distribución velando por la bioseguridad de los involucrados y cuidando el estado de salud de la población frente a la crisis y considerando las situaciones precarias de algunas regiones de Latinoamérica.

Los beneficiados son las familias menos favorecidas y población vulnerable dentro del área rural y urbana, brindándoles insumos de manera oportuna, que les permitan sobrellevar la situación actual. Para esto se utilizará una plataforma web que permita a las personas y otras entidades realizar donaciones, para la compra de suministros a supermercados y abarroterías cercanas a los beneficiados. Se desea integrar un gestor de inventario para producto comprado y entrada para la captura de datos necesarios desde distintos canales. Las donaciones serán incentivadas. De igual forma para seleccionar a los beneficiarios se tendrá en cuenta distintas variables que serán proporcionadas por organizaciones y gobiernos.



Canvas de Modelo de Negocio

SLAT

Supporting Latam



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

