

# Propuesta de Solución

Team 264

---

# INDICE DE CONTENIDOS

SEC.01

PAG.03-04

**DESAFÍO**

SEC.02

PAG.05-06

**SOLUCIÓN**

SEC.03

PAG.07-09

**MERCADO**

SEC.04

PAG.10-16

**GENERACIÓN  
DE VALOR**

SEC.05

PAG.17-19

**IMPACTO**

SEC.06

PAG.20-23

**EQUIPO**

SEC.07

PAG.24-25

**CAPACIDADES**

SEC.08

PAG.26-27

**ALIADOS**

SEC.09

PAG.28-29

**VALOR  
DIFERENCIAL**

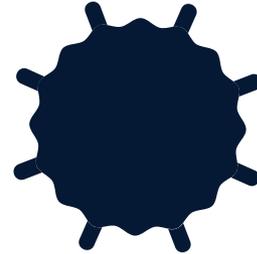
# 01 DESAFÍO

¿Qué desafío de COVID-19  
quieres resolver?



# PROBLEMA

El sencillo y habitual gesto de tocarnos la cara lo hacemos más de 200 veces por día y esto ha hecho que estemos más expuestos a epidemias como el Coronavirus.





## 02 SOLUCIÓN

¿Cuál es tu solución?

Dispositivo que permita prevenir movimientos involuntarios para evitar tocarse la cara, nariz, ojos y boca.

# Alcance de la solución



## Salud

- Evitar el colapso de los sistemas de salud.
- Evitar tener que invertir en las preexistencias dadas por el coronavirus.
- Evitar gastar a largo plazo en tratamientos
- Prevenir contagios



## Económico

- Contratar menos personal para atender las emergencias por causa de enfermedades respiratorias.
- Evitar gastos Médicos por tratamientos y secuelas de enfermedades respiratorias.



## Educativo

-Permitir a la instituciones educativas de bajos recursos a que encuentren la manera más eficaz de integrar la tecnología en el aprendizaje por medio de la plataforma.

-Permitir a los estudiantes que utilicen la tecnología de la plataforma para indagar, y vean la importancia de la prevención y cambios de los malos hábitos.



## Social

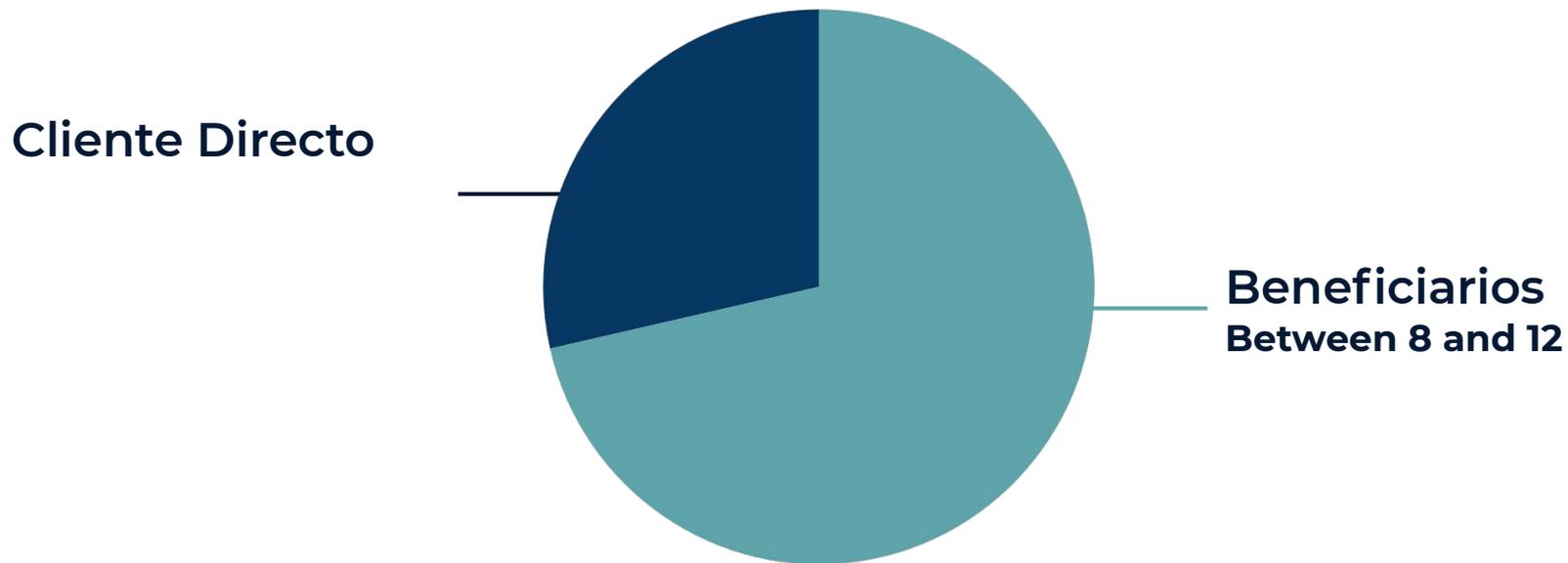
Comenzar a fomentar este proyecto social desde un primer momento en las entidades educativas de bajos recursos.



## 03 MERCADO

- Institución educativa.
- Gobiernos locales
- Empresas Prestadoras de Servicios de Salud

# Segmentación de los Usuarios



- El grupo de clientes directos, quienes adquieren el producto, como las entidades y empresas.
  - Los usuarios entre niños y adultos, de diferentes regiones y países.

# CANALES DE DISTRIBUCIÓN



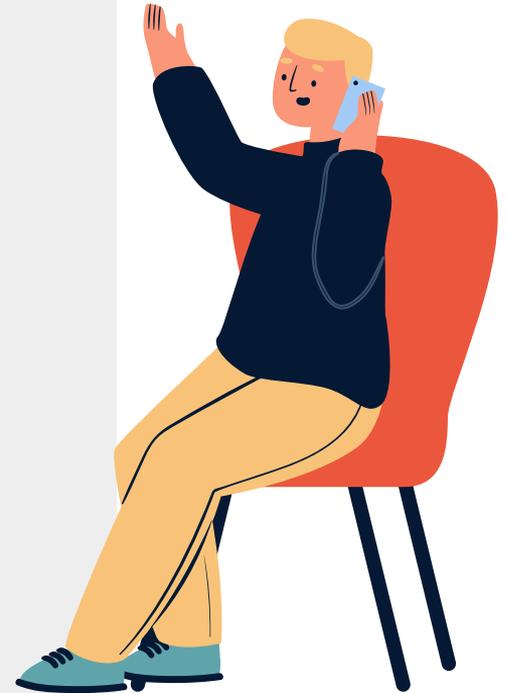
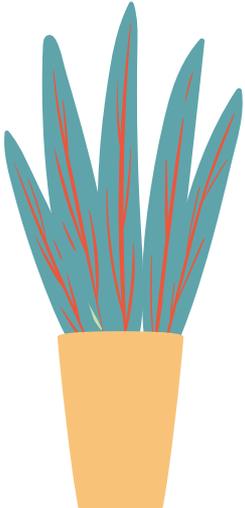
## Canales indirectos (partner)

- Instituciones Educativas
- Empresas prestadoras de salud
- Ministerio de salud
- Entidades administradoras de salud locales

04

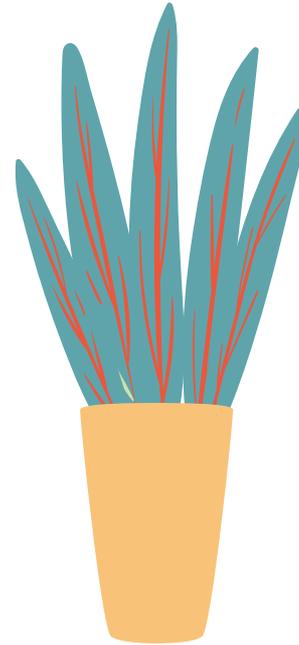
# GENERACIÓN DE VALOR

¿Cuál es el modelo de generación  
de valor en contexto COVID-19?



# Propuesta de valor

- Solución tecnológica que vincula un dispositivo wearable que transmite datos de uso a la plataforma de recolección y análisis de datos, para determinar estrategias de prevención, por medio de datos como:
  - Usuarios que más veces se llevan las manos a la cara
  - Momentos del día en que más se lleva a cabo este hábito
  - Lugares dentro de la Institución educativa donde más se lleva a cabo este hábito
- Aporta un valor educativo y preventivo en el ámbito de la salud, implantando cambios de comportamiento y nuevos hábitos de consciencia de higiene en las personas, en especial a los niños para evitar el contagio del COVID-19 y otras enfermedades respiratorias.
- Beneficiará con ésta misma tecnología a las poblaciones más vulnerables, generando una mayor inclusión social y mejorando así los índices de hábitos de higiene.



# RELACIÓN CON LOS CLIENTES



## ASISTENCIA PERSONALIZADA

Esta relación se basa en la interacción humana. El cliente puede comunicarse con un representante para obtener ayuda durante el proceso de venta o después de completar la compra. Esto puede suceder en el sitio en el punto de venta, a través de centros de atención telefónica, por correo electrónico o por otros medios.



## RELACIÓN A LARGO PLAZO

Esto significa que se establece una relación a largo plazo y tal vez incluso profunda entre la empresa y el cliente. La empresa interactúa con el cliente de forma recurrente.



## FUENTES DE INGRESO

- Instituciones Filantrópicas: Fundación Unicef, Fundación Gas Natural, Asociación de Fundaciones Empresariales AFE.
- Inversores ángeles de impacto social
- Fondos de riesgo de impacto social
- Bancas Éticas:** Fundación Dinero y Conciencia.
- Plataformas de crowdfunding:** LaVaquinha.com, Yoapoyo, skyfunders, Help, LittleBigmoney, armaduvaca.com
- Incubadoras de Impacto social: Socialab, Innpulsa,
- Aceleradoras de Impacto social: Acumen, Bamboo Finance, Agora Partnerships.



## RECURSOS CLAVES

**Capital Humano:** Inversionistas, project manager, desarrolladores, diseñadores, médicos, usuarios, traductores, Especialistas UX, CX.

**Recursos Materiales:** Computadoras, material de estudio como: aplicar Metodologías ágiles como: Mapa de Empatía, GEMBA, apuntes POEMS, Stakeholders, Storytelling, Design Thinking, Mapa de Viaje del Cliente, Estudio de NET PROMOTER SCORE NPS, Mapa de la Experiencia de Cliente, Modelos de Tendencias de Modelos de Negocio, Medición Impacto, análisis previos de viabilidad.

**Recursos Intangibles:** Identidad de la plataforma, desarrollo de la plataforma, conocimiento de diferentes áreas.



## ACTIVIDADES CLAVES

- Investigación de usuarios.
- Socialización de resultados y definición del reto de diseño (Metodología Design Thinking)
- Levantamiento requerimientos: cómo va a funcionar el producto, que obstáculos técnicos o restricciones existen.
- Crear prototipos
- Testear prototipos/Pruebas de usabilidad.
- Timeline de finalización del proyecto

***Reunir las personas necesarias para iniciar el proyecto y definir la factibilidad de desarrollo y las tecnologías a incluir.***

***Crear un plan de desarrollo que permita plantear la estimación de costo y de tiempo de realización.***



## SOCIOS CLAVES

- Instituciones Filantrópicas: Fundación Unicef, Fundación Gas Natural, Asociación de Fundaciones Empresariales AFE.
- Inversores ángeles de impacto social
- Fondos de riesgo de impacto social
- **Bancas Éticas:** Fundación Dinero y Conciencia.
- **Plataformas de crowdfunding:** LaVaquinha.com, Yoapoyo, skyfunders, Help, LittleBigmoney, armaduvaca.com
- Incubadoras de Impacto social: Socialab, Innpulsa,
- Aceleradoras de Impacto social: Acumen, Bamboo Finance, Agora Partnerships.



## ESTRUCTURA DE COSTOS

### Costos Principales

- Costo de la plataforma
- Costos de Repositorio para la plataforma.
- Costos de IT inteligencia Artificial.
- Costos de Desarrollo
- Costos de Marketing

### Recursos y actividades más costosas

- Incluir la inteligencia artificial y el machine learning.

### Costo de nuestros canales

- Gratuitos, ya que son canales digitales y de alianzas con empresas que promuevan la plataforma.



## **Modelo de Negocios B2B**

Este modelo consiste en la relación y contacto directo de negocio a negocio y enfocamos nuestro proyecto a ello, nuestra relación es directamente con las entidades educativas, proveyéndoles licenciamiento del software, y son ellas las que se encargarán de la distribución de la herramienta a los beneficiarios (niños)

# 05 IMPACTO

¿Cuál es el impacto medible que genera mi emprendimiento (beneficios)?



¿Cuál es el impacto medible que genera mi emprendimiento (beneficios)?

## CLIENTES DIRECTOS



**>80% Control de la data de sus alumnos**

- Para tomar las mejores medidas de higiene.
- Destacarse por su adaptación al uso de estas nuevas tecnologías.

## BENEFICIARIOS



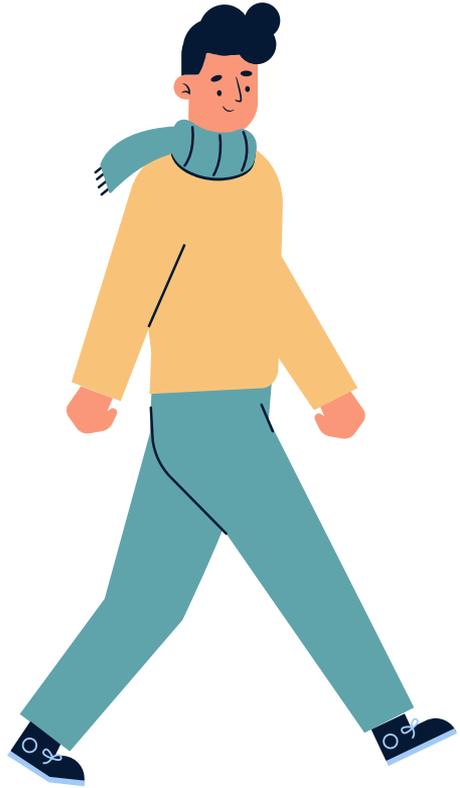
**>80% de mejores hábitos de higiene**  
Niñas 8-12 años,

# MERCADO

100%

## ENTIDADES EDUCATIVAS

La plataforma digital va enfocada al mercado de las entidades educativas de bajos recursos y niños de Primaria.



**06**

## **EQUIPO**

¿Quién está detrás  
del proyecto?



# NUESTRO EQUIPO



**Graphic  
Designer/Web UX**

**LILIBETH OLIVARES**



**Social Impact Specialist**

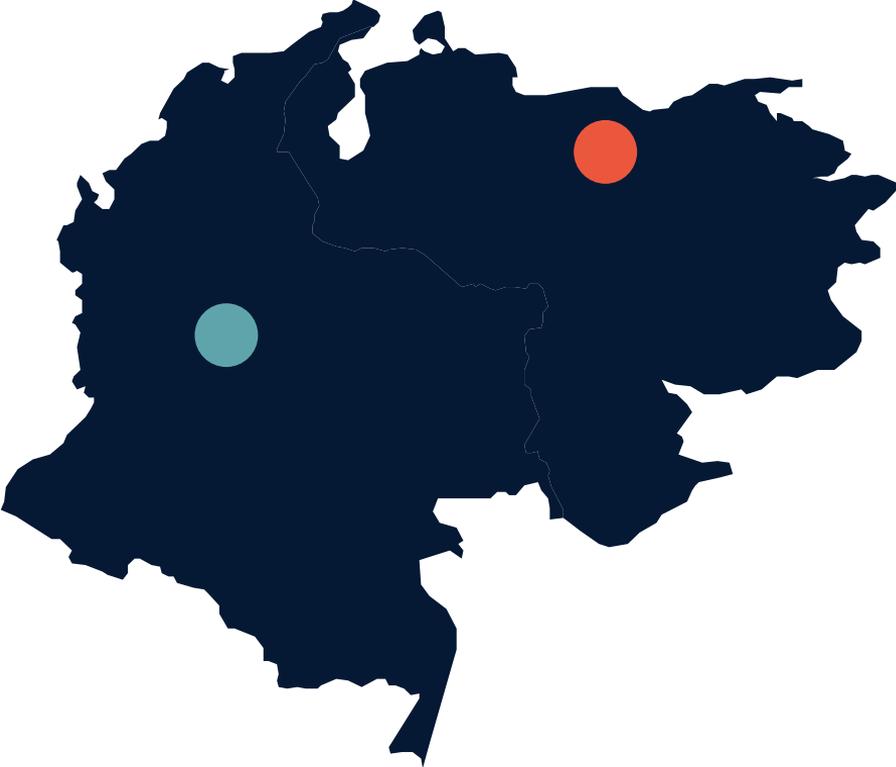
**ISABEL ROJAS**



**UX Specialist**

**JUAN DAVID VALDIVIESO**

# Nuestras Locaciones

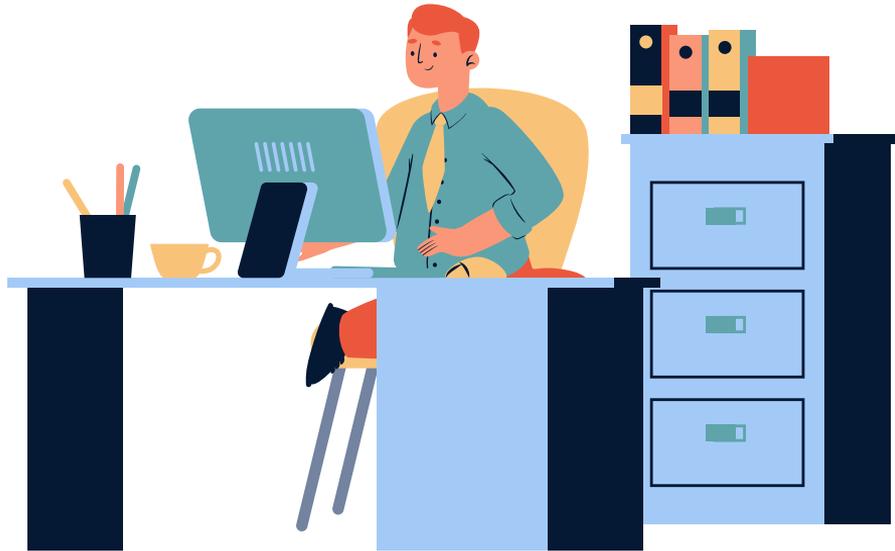


 **Colombia**

 **Venezuela**

# ORGANIGRAMA





**07**

## **CAPACIDADES**

¿Hay capacidad del equipo para desarrollar la solución?



## **CAPACIDADES EQUIPO DE TRABAJO**

Contamos con 3 miembros en el equipo con la capacidad necesaria para concebir y diseñar la solución.

Las disciplinas del equipo incluyen: diseño UX, Customer Experience, Marketing Digital, Ciencia Política, Relaciones Internacionales

08

# ALIADOS

¿Quiénes son mis aliados?



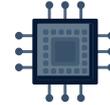
# POSIBLES ALIADOS



**ENTIDADES  
EDUCATIVAS**



**EMPRESAS  
PRESTADORAS DE  
SALUD**



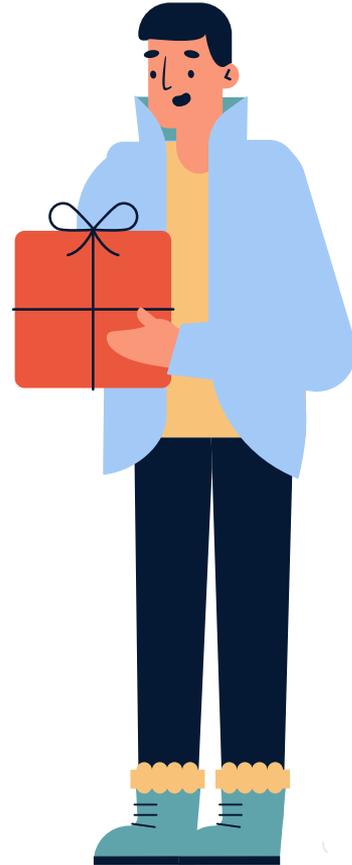
**EMPRESAS  
TECNOLOGICAS**

- Plataformas que conectan la salud con la tecnología: ***Salud Drive, Sanofi.***
- ***Plataformas que conecta la Educación con tecnología:***
- Institución Educativa José Asunción Silva: colegio de Medellín

**09**

## **VALOR DIFERENCIAL**

¿Cuál es tu valor diferencial?, que te destaca de las demás soluciones.



# MISIÓN DEL PROYECTO

*Poder crear un cambio en los hábitos de higiene de los niños, para garantizar mayor prevención de enfermedades, y una generación futura más consciente de ello a través de una plataforma inteligente e interactiva.*



**GRACIAS!**

