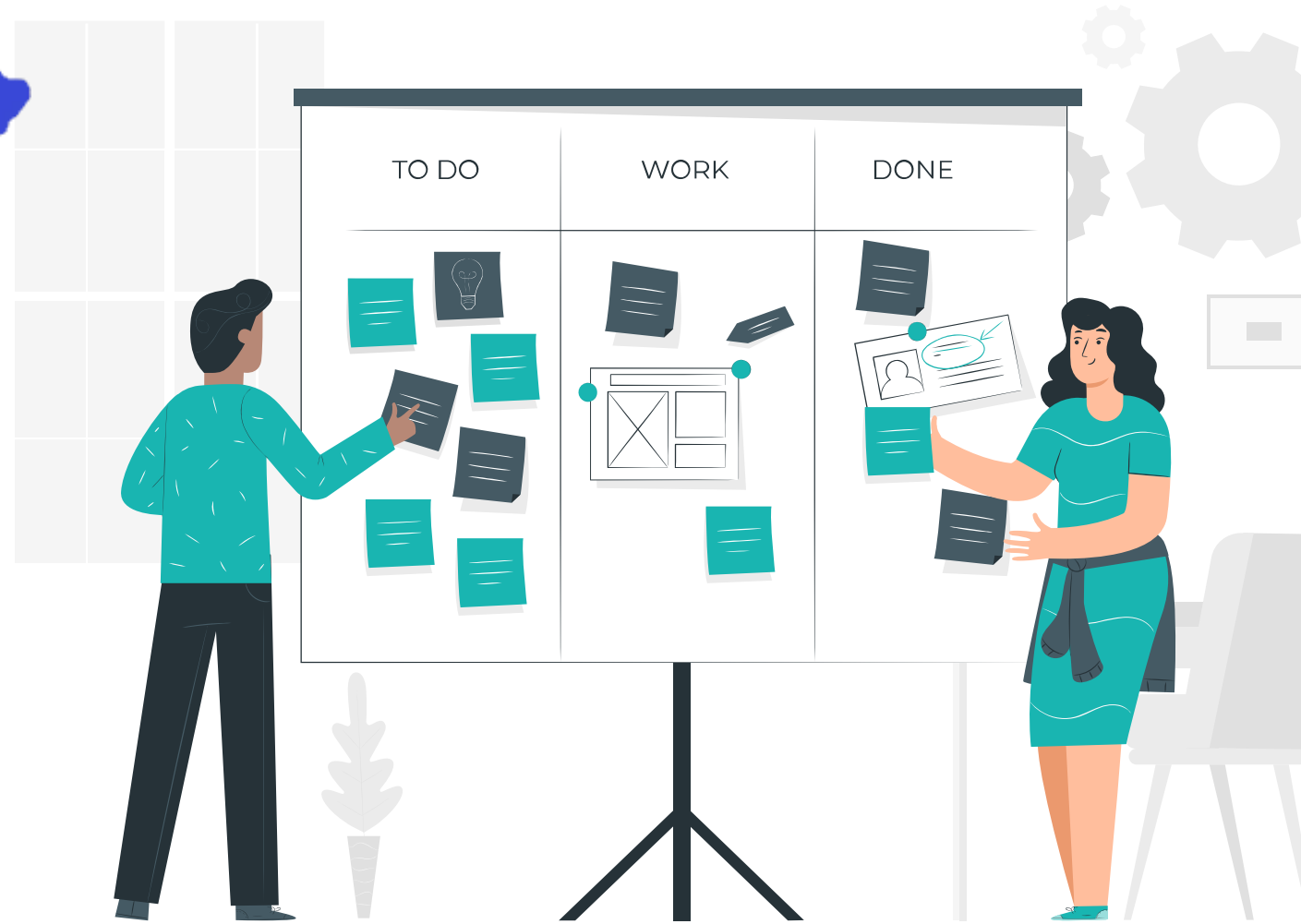


CADA  
DÍA  
CUENTA

LATAM HACKATHON  
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



# Recetas posibles



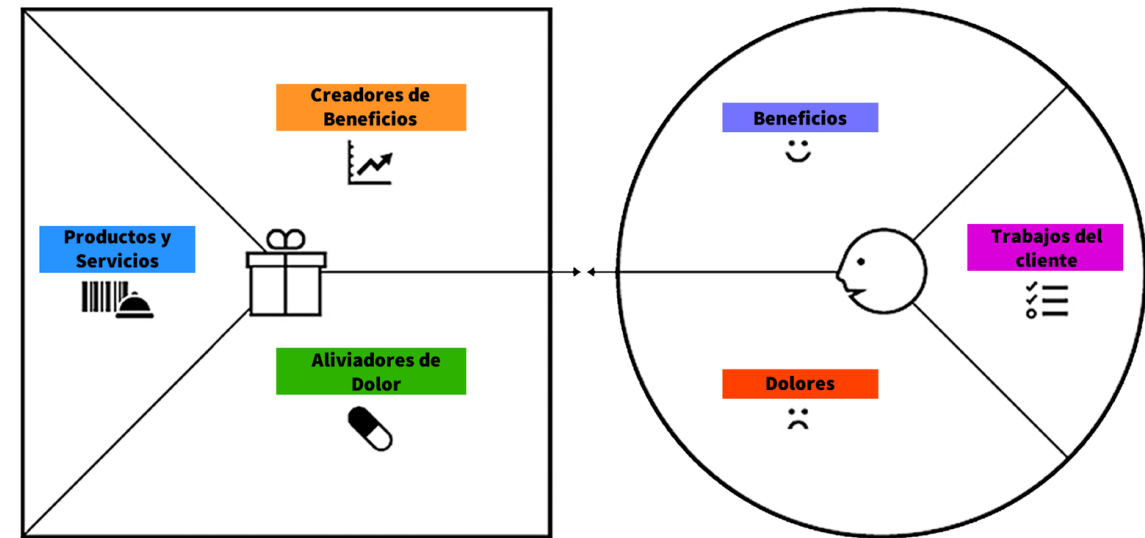
# 1. Canvas de Propuesta de Valor

## DESCRIPCIÓN DE LA DINÁMICA

Es un dinámica fundamental para definir cómo vas a crear valor para el segmento de clientes/beneficiario específico (las propuestas de valor no pueden existir de forma independiente a mi segmento de clientes). En el "Documento de trabajo" están planteadas las preguntas y el orden de cada una de las 6 secciones del canvas.

## OBJETIVOS

- Consensuar quien es mi cliente/ beneficiarios objetivo.
- Definir cuales son sus tareas, puntos de dolor y ganancia de mi cliente/ beneficiario objetivo.
- Detallar todos aquellos elementos que te ayudarán a construir tu solución de valor para el cliente/ beneficiario.



# Observación de cliente

## 1. Tareas diarias

- Salir a trabajar diariamente.
- Elaborar sus propias comidas.
- Elaborar comidas para sus familias.
- Realizar las compras para poder cocinar a diario.

## 2. Dolores

- La complicación para comprar los alimentos que van a elaborar
- Los costos se han incrementado por la situación.
- En algunos casos, deben dejar la comida lista para sus familias antes de salir de casa.
- La discriminación de ciertos sectores de la sociedad

## 3. Beneficios

- Sentirse escuchados y valorados por su trabajo.
- Acceder a un alimento saludable, nutritivo, rico, sabroso y accesible económicamente.
- Poder compartir con la familia el tiempo que no se destina a cocinar.
- No estar todo el tiempo pensando en que cocinar

# Mapa de Valor

## 4. Aliviadores de dolor

- Que no se sienta como caridad, sino como compañía
- Disminuir la cantidad de compras que tienen que realizar a diario
- Bajar los costos de la ración diaria de comida
- Mejorar la planificación de las comidas familiares
- No tener la necesidad de salir a hacer las compras en el supermercado y su exposición
- Bajar la exposición al contagio en grandes conglomerados de gente



## 5. Creadores de Beneficios

- Estar pendiente de su situación personal, enviando mensajes positivos y de apoyo al entregar la comida
- Ser un punto de apoyo para el profesional desde el acompañamiento psicológico y emocional
- La elaboración de la planificación de las comidas se hace con profesionales en nutrición
- Incrementar la cantidad y la calidad del tiempo que pasan con sus familias al no tener que cocinar. También se ve reflejado en el tiempo de descanso.



## 6. Productos & Servicios

- Se realiza la planificación de un menú semanal balanceado para el personal de la salud.
- Se realizan las compras y elaboración de dicho menú.
- Se organiza la entrega de las comidas elaboradas directamente a través de aliados que permitan su entrega en los centro de salud.
- La logística de entrega incluirá un mensaje o nota que sirva como punto de apoyo emocional para dar ánimo a seguir.



# 02. Canvas de Modelo de Negocios

## DESCRIPCIÓN DE LA DINÁMICA

El modelo de negocios es la forma en cómo tu iniciativa COVID-19 genera y entrega valor a su segmento de clientes/usuarios. Es un canvas para estructurar los elementos y etapas que componen la forma en la que tu iniciativa generará valor. Es la definición de: qué vas a ofrecer al mercado, cómo lo vas a hacer, quién va a ser tu público objetivo, cómo vas a vender tu producto o servicio y cuál será tu método para generar ingresos“.

## OBJETIVOS

- Definir los siguientes puntos y su articulación:
- Cuál es tu propuesta de valor y para quién.
- Cómo vas a vender tus productos para generar utilidad y valor.
- Cómo vas a conseguir clientes y a conservarlos.
- Cómo te vas a mostrar ante el mercado.
- Cuál va a ser tu estrategia para salir al mercado: publicidad y distribución.
- Cómo vas a generar ingresos y beneficios.
- Cómo vas a generar un impacto positivo en contexto de la crisis de COVID-19.



# Canvas de Modelo de Negocios



# 01 - Propuesta de Valor

- La propuesta se basa en la planificación, elaboración y entrega de comida diaria para profesionales de la salud que se encuentren trabajando dentro de los centros de salud “centinela” ante la pandemia del COVID-19. Se plantean menús que cubran los 7 días de la semana para que Mientras los profesionales de la salud están atendiendo, se está cocinando para ellos.
- Cada envase incluirá una porción individual de comida balanceada, nutritiva y con mucho sabor acompañada de un mensaje positivo y de acompañamiento para inspirar a quien lo recibe mejorando su estado de ánimo. Recordando que son ellos quienes entregan dedicación física y espiritual para cuidar a quienes están en las clínicas.
- De igual manera, al estar bien alimentados, les permite tener mayor capacidad de respuesta antes situaciones que ameriten esfuerzo físico, mental y emocional.
- Se busca impulsa el desarrollo y estabilidad económica de productores locales y organizaciones de la economía social ya que, en la medida de lo posible, se comprarán los alimentos y la materia prima de estas fuentes.
- Será muy importante llevar a cabo una planificación rigurosa con asesoría por parte de un equipo interdisciplinario de profesionales para la elaboración de manuales y protocolos de seguridad para el estricto control del COVID-19.

# 02 - Segmento de clientes

- Para la primera etapa, será sólo grupo de beneficiarios conformado por los trabajadores del área de la salud que trabaja ante la contingencia del COVID-19.
- La propuesta está dirigida a profesionales del gremio de la salud que cuentan con recursos limitados para su alimentación diaria mientras están en guardia. Inicialmente, el programa piloto se plantea para las ciudades de Caracas y Buenos Aires, buscando extenderlo a otras ciudades de Latinoamérica a corto o mediano plazo.
- Entre los profesionales que se verán beneficiados tenemos médicos/as, enfermeros/as, camilleros/as, técnicos, paramédicos, voluntarios, entre otros.



# 03 - Canales

- Se plantea llegar a los beneficiados a través de alianzas con organizaciones o fundaciones que tengan relación directa con el personal que recibirá las comidas tal como la “Asociación de médicos unidos” en el caso de Venezuela. En otros países, se buscará hacer el enlace con otras organizaciones similares y serán ellos los encargados de organizar la distribución de las comidas preparadas diariamente.
- También se busca contar con el apoyo de intermediarios operativos para garantizar las medidas de seguridad que se establecen dentro del centro de producción.

# 04 - Relación con clientes

- La relación con el beneficiario sería indirecta desde lo físico, pero muy estrecha desde lo emocional. El vínculo directo será a través de la Asociación Médicos Unidos, voluntarios y cualquier otra fundación que se encargue de la distribución de las comidas quienes también son parte del equipo.
- Con esta propuesta, se busca que puedan recibir un producto sabroso y nutritivo sin desconcentrarse de la labor y así satisfacer la necesidad de alimentarse sin gastar tiempo y dinero. De igual manera, se ve reflejado en evitar que dichos profesionales salgan de la casa con mas frecuencia para hacer compras.
- En la visión escalable del proyecto, buscaremos llegar cada vez a más centros de salud.

# 05 - Fuentes de ingreso

- Para llevar a cabo el desarrollo del proyecto, será necesario recibir donaciones y contribuciones tanto de filántropos como de fundaciones, la empresa privada y otras organizaciones interesadas en apoyar la iniciativa.
- Para la recaudación de dichos fondos, será necesario establecer alianzas con fundaciones consolidadas que puedan ser el canal para recibir dichos aportes.

# 06 - Recursos clave

- El capital humano será una pieza esencial en el proyecto tal como es el caso del equipo de cocina y personal operativo, voluntarios en general, equipo interdisciplinario de asesoría y apoyo.
- Será necesario contar con un centro de producción para elaboración de las comidas con todos sus implementos en cada ciudad en que se lleve a cabo.
- Para dicho centro de producción, serán necesarios todos los insumos y equipos de cocina, limpieza, seguridad y operatividad en general, tal como es el caso de los equipos de seguridad e higiene como son guantes, barbijos (mascarillas), gorro desechable, gel antibacterial, jabon, etc.
- Contar con los insumos necesarios para la elaboración, empaquetado y distribución de las comidas son clave para la correcta ejecución del proceso así como también los recursos económicos para garantizar la operatividad.
- Tomando en cuenta la situación atípica sobre la cual se desarrolla el proyecto, se necesitarán autorizaciones de circulación para realizar compras y despachos, certificado bromatológico, certificados de seguridad e higiene para el centro de producción y sus colaboradores y con ello, establecer los procedimientos y protocolos de cada área del proyecto.

# 07 - Actividades clave

- Una vez formulado el proyecto, será necesario comunicar la propuesta y contar con asesoría para darle sostenibilidad al proyecto y así conseguir los recursos necesarios.
- Conseguir los aliados claves será una de principales actividades en el área nutrición para la planificación del menú, y de seguridad e higiene para establecer protocolos de seguridad que puedan garantizar la protección de todo el personal ante el COVID-19.
- Para dar inicio a nivel operativo, será necesario planificar la logística y procesos de compras, producción y distribución conformando así equipos de trabajo para cada área: compras, cocina, distribución, comunicación. Posteriormente, se brindará entrenamiento y capacitación constante al personal.
- La elaboración de menú, estandarización de recetas y preparación de las comidas será responsabilidad del equipo de cocina mientras que la distribución de las mismas, lo llevará a cabo el equipo de logística.
- Se dará especial énfasis a la planificación y elaboración de los mensajes de apoyo para que cada día puedan llegar a manos de los beneficiados acompañados de una rica comida saludable.

# 08 - Socios clave

## Proveedores

- Productores locales, grandes cadenas de abastecimiento, proveedores de insumos de protección sanitaria, papeleras y fábricas de plásticos, industria alimenticia en general.

## Socios para llegar a nuestros beneficiarios

- Medios de comunicación e influencers, Asociación de médicos unidos.

## Aliados

- Fundaciones y empresas privadas que hacen donaciones.
- Fundaciones y empresas que se sumen al proyecto para colaborar con la distribución de los alimentos
- Empresas que brinden asesoría de higiene y salud para desarrollar los procesos a seguir para el manejo de la contingencia.

# 09 - Estructura de costos

Los costos principales para el desarrollo del proyecto son las materias primas para la elaboración de productos. A su vez los insumos para el envasado de las comidas, los costos de distribución y logística y desde ya, los honorarios de las personas que trabajen en el proyecto, principalmente en el área de cocina.

La actividad más costosa será la producción y en cuanto al costo de nuestros canales, tendremos en un principio un costo elevado considerando la cantidad meta de beneficiarios a los que queremos llegar. Definido principalmente por la cantidad de materia prima que necesitamos.

Esto está directamente relacionado con la cantidad de beneficiarios meta. A mayor cantidad de comidas elaboradas, más bajo será el costo de cada una.

# GRACIAS

¿Dudas, consultas?

[contacto@cadadiacuenta.org](mailto:contacto@cadadiacuenta.org)

<https://cadadiacuenta.org/>



CREDITS: This presentation template was created by [Slidesgo](#), including icons by [Flaticon](#), and infographics & images by [Freepik](#)

