

Observación de cliente

1. Tareas del cliente

Beneficiario: Niños Primaria.

- Reconocer la alerta que emite el dispositivo.
- Portar el dispositivo durante la jornada escolar.
- Educarse sobre lo que está sucediendo.
- Ser más precavidos y conscientes.

Usuario Directo: Institución educativa.

- Realizar una adecuada recolección de datos del dispositivo.
- Adecuado almacenamiento de datos.
- Análisis de datos de Uso.
- Aportar conociendo y creando hábitos para detener el contagio de enfermedades respiratorias.

2. Dolores

- Escasez a servicios de salud.
- Poca educación sobre buenos hábitos de higiene en casa.
- Padecimiento de enfermedades por falta de higiene.

3. Beneficios

- Disminuir el contagio de enfermedades respiratorias.
- Reducción de los gastos del sistema de salud y evitar el colapso.
- Evitar el costo a largo plazo de las personas que quedan con secuelas del COVID19.
- Evitar riesgo de más muertes.
- Disminuir el impacto económico.
- Cambiar las costumbres por buenos hábitos.
- Controlar la ansiedad.

Mapa de Valor

4. Aliviadores de dolor

- Disminuir el contagio masivo por medio de la prevención temprano.
- Estrategias de prevención en instituciones educativas.
- Mejores hábitos de higiene previene enfermedades.



5. Creadores de Beneficios

- Educar a los usuarios a través de la información.
- Incentivar hábitos a largo plazo.
- Prevenir
- Educar para Evitar las secuelas de la enfermedad.



6. Productos & Servicios

Niños:

- Dispositivo que permite prevenir movimientos involuntarios no tocarse la cara, nariz, ojos y boca.

Institución

- Plataforma de acceso a datos de uso de hábitos de higiene de los estudiantes durante la jornada escolar.



01 – Propuesta de Valor

¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

- Este proyecto se enfoca en la edad temprana en que se empiezan a construir malos hábitos. Por eso por medio de la tecnología Wearables va acompañar a los niños durante su jornada de estudio y generará datos de uso a las instituciones educativas para identificar oportunidades de mejoramiento en salubridad infantil.
- Queremos llegar a cambiar en los niños el comportamiento de tocarse la cara ya que principalmente estos comportamientos comienzan a una edad temprana y se convierte en un hábito con el tiempo.

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

- Pandemia
- Propagación y contagio rápido
- Entorno digital
- Cuarentena mundial
- Falta de insumos médicos y colapso del sector salud.
- Hábitos.
- Comportamientos.
- Estrés.

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

- Aporta un valor educativo y preventivo en el ámbito de la salud, implantando cambios de comportamiento y nuevos hábitos de consciencia en las personas para este virus COVID-19 y otras enfermedades respiratorias. Así como ayudar a las comunidades más vulnerables a través del uso de la plataforma, generando consciencia y hábitos por medio de incentivos como donaciones para ellos.



02 – Segmento de clientes

¿Cuáles son las características de los consumidores/clientes? (Edad, género, ingresos, educación, profesión, residencia)

Edad: 8-12

Genero: Masculino - Femenino

Educación: Primaria

Residencia: Colombia-Venezuela

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

Compra: Colegios.

Deciden: el Colegio y Niños.

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

Si existen diferentes grupos de consumidores.

- El grupo de clientes, quienes adquieren el producto, como las entidades y empresas.
- Los consumidores beneficiarios los niños, de diferentes regiones y países.

03 – Canales

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

- Medios digitales, sobre todo redes sociales y la web de la plataforma.

¿Son estos los medios usuales en el sector?

No necesariamente también tenemos los medios físicos de promoción, como: Entidades públicas y privadas: Colegios, centros de salud.

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

Al cliente a través de un demo, a los usuarios a través de la plataforma ya desarrollada.

¿Existen restricciones comerciales para ello?

No por los momentos.

04 – Relación con clientes

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

Cliente Beneficiario: Niños Consumidores: Una relación amigable y de fácil entendimiento para mejorar los hábitos de higiene en el colegio y así evitar contagios.

Cliente Directo; Colegio: Generar confianza por medio de los datos que aporta la APP para poder monitorear los malos hábitos de higiene.

En ambos caso proveer asistencia personalizada y una relación a largo plazo

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

Cliente Beneficiario: Evitar contagiarse de cualquier enfermedad respiratoria.

Cliente Directo; Mejorar las campañas de higiene en el colegio.

¿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 -

Automatizada a través de Email, buzones, calificaciones, estudios y lo más importante a través de una buena experiencia de Cliente.

05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

Inversionistas sociales, aliados comerciales, estrategias de marketing digital, ventas.

¿Cómo nos realizarán los pagos?

A través de la contribución de capital humano que aporte su trabajo al desarrollo de la app y el aporte económico en gastos de repositorios, dominios, Apps stores, adquirir inteligencia artificial, lo ideal sería personal encargado de gestionar los pagos necesarios, que lleven un proceso lo más transparente posible.

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

Si, La estrategia de beneficio viene dada primeramente por la promoción de los colaboradores, los beneficios mayormente irán destinados a las poblaciones vulnerables, y un mínimo en el área de mantenimiento de repositorios de la app.

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

Inversionistas, project manager, desarrolladores, diseñadores, médicos, usuarios a encuestar y testear, traductores, una persona encargada de la experiencia de Usuario UX, una persona encargada de la Experiencia de cliente CX, una persona encargada de Digital Customer Experience.

¿Qué recursos materiales necesitas?

Computadoras, capital humano, 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.

¿Qué recursos intangibles necesitas?

Identidad de la plataforma, desarrollo de la plataforma conocimiento de diferentes áreas.

07 – Actividades clave

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

- Investigación de usuarios.
- Pruebas de usabilidad.
- Levantamiento requerimientos: como va hacer el producto, ver restricciones.
- Seleccionar el problema por medio de design thinking
- Crear prototipos
- Testear prototipos
- 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.

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

- **Psicólogo:** aportar como podemos ayudar en tema de ansiedad y manejarlo para evitar tocarnos la cara.
- **Desarrolladores:** Implementar los prototipos desarrollados
- **Diseñadores UX:** Diseñar los prototipos de la app, **análisis previos de viabilidad.**
- **Experto en Experience de Cliente CX:** Recopilación de información sobre el comportamiento de los clientes.
- **Médicos:** Orientar y aportar información médica del Covid 19
- **Experto en Marketing Digital:** Estrategia de mercado, posicionamiento, distribución de la app y mantenimiento.
- **Financiero:** Estrategia economica financiera.

08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

Entidades privadas, freelancers, Fundaciones.

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

Entidades privadas y públicas , colegios, ministerios de educación y salud.

¿Quiénes son mis aliados?

Puedes ser empresas de tecnologías, empresas de medicina prepagada, médicos, desarrolladores, fundaciones, Supermercados, gobiernos, colegios privados y públicos, y todo el que quiera ser aportar y ser parte del proyecto.

09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

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

¿Recursos y actividades más costosas?

Incluir la inteligencia artificial y el machine learning, que permitan detectar los movimientos involuntarios de las personas.

¿Cual es el costo de nuestros canales?

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

04. Postulación final

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

Crear una aplicación móvil, que pueda estar disponible y al alcance de un gran número de personas de distintos países, la cual permita alertar a los usuarios el movimiento involuntario de tocarse el rostro con las manos, ya que esta es la principal fuente de contagio de enfermedades respiratorias. Cambiando así, costumbres que empiezan a temprana edad y convertirlas en buenos hábitos de Higiene.

A su vez, por medio de la Educación y la interacción queremos que se genere un aporte sociales a través de la app a poblaciones más vulnerables que no pueden tener acceso a la app, ni a la información necesaria de prevención contra enfermedades respiratorias.

