

# 01 – Propuesta de Valor

## ¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

**Coronantime** es una página que busca desarrollar alternativas de solución que minimicen el problema actual; por un lado, con información fáctica y que desmonte los mitos y desinformación circulante de la enfermedad, y por el otro, como un centro de enlace entre soluciones independientes de forma que la vinculación entre pequeños negocios, compradores, donantes, voluntarios y personas en situación de riesgo encuentren el contacto adecuado para sus objetivos. Las soluciones y plataformas independientes ya están allí, sólo se tienen que encontrar y organizar.

Buscamos alcanzar que la gente sea capaz de tomar en sus manos y la responsabilidad de transitar de una sociedad que vive en la desinformación, la negación y el desinterés hacia una sociedad responsable y que accione rápidamente para que la propagación del virus disminuya. En una situación como esta, sólo hay dos opciones: cerrarse e ignorar las necesidades de los demás, o encontrar formas de amar a su vecino que le necesita. Ahora, hacer el bien nunca había sido tan fácil.

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

- La enorme desinformación que ataca nuestros medios y la desorganización de respuesta ante estos retos a contrareloj son algunos de los mayores retos frente a la situación actual en el mundo, y en américa latina en particular.

## ¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

Sé parte de la red de "Héroes Anónimos Online" y ayuda a través de la estructura de ideas en sinergia, en una sola plataforma. ¿Cómo? Dando las herramientas, el "framework" para que la gente se pueda organizar y lanzar acciones en conjunto para ayudar a los demás. Así, se genera una lista actualizada e interactiva, regionalizada, para los servicios de salud, cadenas de suministro, servicios de emergencia, violencia de género, análisis de datos, protección infantil, y otros retos locales que se encuentren de acuerdo a tu localidad. "¿qué se necesita en mi ciudad? ¿en mi colonia?" Coronantime organiza la información y te la presenta. Lo único que tienes que hacer, es decir "Si".

# ¿Quién quiero ser durante el COVID-19?

Encuentro un propósito

Comienzo a  
soltar el control

Pienso en los  
demás y busco  
cómo ayudarlos

Compras de pánico

Dejo de consumir  
lo que me hace daño,  
desde noticias  
hasta alimentos

Me irrito  
fácilmente

ZONA DE  
MIEDO

ZONA DE  
APRENDIZAJE

ZONA DE  
CRECIMIENTO

Agandallo papel de baño,  
comida y medicamentos  
que no necesito

Reconozco que todos  
estamos tratando  
de dar lo mejor  
de nosotros mismos  
ante una situación  
complicada

Agradezco

Vivo en el presente

## 02 – Segmento de clientes

### ¿Cuáles son las características de los consumidores/clientes?

Es dirigido a todo el público, de todas las edades, hombres y mujeres, sin importar estatus social, a qué se dedique o su lugar de residencia. Especialmente a las personas que están en cuarentena, y aquellas que puedan ayudar, de cualquier forma. Personas con acceso a internet y que utilizan redes sociales.

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

Público en general y personas en cuarentena. Aquellos quienes buscan información sobre el coronavirus.

- A) Pautar: Empresas pueden comprar: productos que sean de interés para hacerle frente a la pandemia: gel antibacterial, amonio cuaternario, mascarillas, dispositivos médicos de consumo personal, etc.
- B) En la cuestión de pasar del pánico al crecimiento a través de la solidaridad. Se invita al consumo de pequeños emprendedores, es decir, negociantes que están pasando dificultades. Se incentiva la economía desde un consumo solidario. Quizás encargarse de la distribución. Se buscan apoyos federales o estatales. Se establecen vínculos de comercio, de voluntarios, y de agentes de cambio.

### ¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

Debido a que tiene una amplia barra de aceptación, se incluyen a diferentes grupos, como se menciona en las características de los consumidores de la pregunta 1.

# 03 – Canales

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

- Internet
- Chats de grupos
- Redes sociales
- Publicidad online
- Marketing de contenidos
- Interacción del usuario con el contenido

## ¿Son estos los medios usuales en el sector?

- Son los medios tradicionales digitales

## ¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

- Digitalmente por medio de una plataforma, la cual proporcionará información al público sobre su colaboración dentro de casa, así como la obtención de información verídica sobre el virus que ayude a disminuir su propagación por medio del conocimiento adquirido.

## ¿Existen restricciones comerciales para ello?

- Dependemos del user growth y del user adoption.

## ¿Cómo va a ser el servicio posterior?

- Google forms
- Instagram, facebook, twitter, youtube, whatsapp y telegram (grupos de chat, dependiendo del área de solución o vínculo)

# 04 – Relación con clientes

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

- Héroe Anónima Online

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

- Evitar la propagación de la desinformación de COVID-19
- Generar medidas de prevención que oferten la salud y bienestar del ser humano.
- Indicar por medio de sugerencias, lo que se puede hacer en medio de la cuarentena.
- Establece relaciones que beneficien a consumidor y se enorgullezca de aportar a la economía local.

**¿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?**

Será una comunicación personalizada y automatizada dependiendo del tipo de vínculo establecido. Vínculos entre negocio local y consumidor puede realizarse a distancia, vínculos de voluntariado responsable y ayuda al vecino o persona en grupo de riesgo personal y directo, pero conservando distancia adecuada para asegurar la salud de los involucrados. Debido a que el público que se piensa abarcar es amplio y la distancia permite que el emisor transmita al receptor información fundamentada sobre el COVID-19, automatizada al usar comunicación por vía email y redes como fb, instagram, twitter, whatsapp y telegram.

# 05 – Fuentes de ingreso

## ¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

Donaciones porque en medio de la contingencia, trata de apoyar a la población buscando aliados que tengan el interés de contribuir a dicha problemática.

Pauta que nos ayude a codificar lineamientos para el trabajo de la prevención y cuidado del ser humano.

Apoyo estatal para promover la economía, por medio de una estrategia de comunicación que implique como objetivo la empatía de autoridades gubernamentales ante dicho acontecimiento.

## ¿Cómo nos realizarán los pagos?

Paypal, tarjetas de crédito y débito y criptomonedas (bitcoin, etc.)

## ¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

Generar contenido y una buena estrategia de marketing online, un movimiento social accionable. El impacto que va a crear se da por medio de la publicidad que la plataforma tenga y los vínculos con soluciones preexistentes para que sea aprovechada por los usuarios.

## 06 – Recursos clave

### ¿Qué personas son clave?

Para poder llegar al objetivo que incide en una página que sea de acceso general, se necesita un equipo multidisciplinario con conocimientos que indiquen que el objetivo se cumple, es por eso que se necesitan: programadores, marketing, especialistas en el tema (contenido).

### ¿Qué recursos materiales necesitas?

Debido a que es un proyecto digital, es necesario tomar en cuenta que se requiere de algún aparato o dispositivo electrónico que abarca: computadoras, laptops, teléfonos celulares, tablets, cámaras fotográficas para realizar videos. Con el fin de aprovechar en un 100% la página por cada usuario que se interese en ingresar,

### ¿Qué recursos intangibles necesitas?

Los recursos que se necesitan abarcan tanto medios básicos como: internet, Wi-Fi, datos móviles, servidores, contenido oficial, usuarios. Abarca medios personales que dispongan el interés y el tiempo.

# 07 – Actividades clave

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

Generación de buen contenido.

Campaña de marketing.

Interactividad y accionabilidad social.

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

Programadores, generadores de contenido, supervisión, dirección y gerencia.



# 08 – Socios clave

## ¿Quiénes son los proveedores clave?

Servicios digitales de marketing, exposición y anuncios. Github, google y facebook.

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

Google ads, campañas en facebook, youtubers (influencers), organismos no gubernamentales, organismos gubernamentales, sociedades online.

## ¿Quiénes son mis aliados?

- proyectos e iniciativas que requieran impulsar la economía.
- proyectos que alivian y mitigan los efectos del coronavirus en las sociedades

# 09 – Estructura de costos

## ¿Cuales son los costos principales?

Costos de marketing, salarios para actualización y mantenimiento del sitio

## ¿Recursos y actividades más costosas?

Sueldos y salarios. Costo de las campañas sociales y de marketing. Costos por realizar contenido independiente.

## ¿Cual es el costo de nuestros canales?

Los planes de google adsense comienzan desde los 100 USD.