

# 01 – Propuesta de Valor

¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

**Somos una red social que promueve la creatividad, la innovación y el arte compartido con otros. Transformamos el concepto de una publicación en la experiencia de crear arte.**

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

**Aplicar la creatividad y hacer arte desde casa para compartirlo con otros es posible y aconsejable durante el aislamiento social para proteger la salud mental.**

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

**Ayuda a reducir los niveles de cortisol en el organismo, hormona asociada al estrés, y la ansiedad de personas en aislamiento social, al mismo tiempo que se promueve la actividad artística, la creatividad y la innovación, acciones que finalmente contribuyen al desarrollo y avance de la sociedad.**

## 02 – Segmento de clientes

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

**Nuestros clientes pueden pertenecer a ambos sexos, con edades entre 35 y 60 años.**

**Principalmente de entorno urbano, trabaja de forma presencial u online.**

**Estudios superiores o técnicos**

**Cuenta con computadora, tableta, o smartphone**

**Tiene acceso a internet en casa**

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

**El consumidor usuario de la red social puede ser hombre o mujer, entre 35 y 60 años, con estudios superiores o técnicos, trabajador en forma presencial u online.**

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

**Consumidor usuario (solo entra a la red social para usarla)**

## 03 – Canales

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

**Redes sociales como Facebook, instagram, twitter, whatsapp, email marketing y "marketing de voz a voz en el reencuentro al finalizar la Pandemia**

¿Son estos los medios usuales en el sector?

**Sí**

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

**Digitalmente ([www.salud-arte.org/net](http://www.salud-arte.org/net)) y mediante Google Play (android) y App Store (Iphone). Los productos y/o servicios gratuitos (tutoriales para principiantes, cursos para avanzados, fotografías, pinturas, etc) pueden entregarse en formato video, audio o PDF previo acuerdo del autor/proveedor..**

¿Existen restricciones comerciales para ello?

**Por ser una plataforma online sus servicios (talleres, cursos) al igual que productos (fotografías, pinturas, etc) son digitales por lo que restricciones de licencias aplican.**

**Internamente en la red social existe un acuerdo de privacidad/consentimiento en el uso de los contenidos compartidos (derechos y protección de autor.)**

## 04 – Relación con clientes

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

**Es una relación cálida, amena, el consumidor se va a sentir apoyado e involucrado en el proyecto.**

**El usuario debe de sentir que ella/él son creadores de arte**

**Tendrá respuesta rápida a sus dudas e inquietudes dentro de la plataforma**

**Sentido de comunidad entre los usuarios**

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

**El cliente va a adquirir esta app ya que más que una red social, el/ella la siente como una red de apoyo en la que encuentra diferentes personas con las que puede interactuar desde un gusto mutuo.**

**Es un espacio para escapar de la cotidianidad, sumergirse en sus aficiones y explorar nuevas habilidades.**

¿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?

**Automatizada (interacción en la plataforma), e emails (para verificación de datos, activación, etc).**

**Mediante videos de expertos en la materia**

# 05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

**Anuncios en la plataforma para mantenimiento de plataforma**

**Donativos de organizaciones/empresas/fundaciones para mantenimiento de plataforma**

**Eventos de recaudación**

¿Cómo nos realizarán los pagos?

**Paypal, Transferencia electrónica**

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

**Sponsor gold con espacio/frecuencia de difusión premium en la plataforma y envío de news letters del sponsor a los miembros**

**Sponsor plata con espacios en secciones determinadas**

## 06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

**Artistas o escuelas de arte o universidades con áreas de arte que puedan generar algunos contenidos de inicio de cada categoría de arte en la plataforma/red social y que ofrezcan los primeros tutoriales)**

**Diseñadores gráficos**

**Programadores**

**Community manager o administrador de plataforma**

**Organizaciones que deseen difundir soluciones ante CoVid19 / redes de apoyo para salud mental**

**Estudiantes que realicen servicio social o prácticas profesionales para manejo de chats, dudas, asesorías**

**Consultor/enlace en términos de copyright o consentimiento de uso de contenidos**

**Equipo consultor o curador de contenidos de plataforma**

**Director / Directora de Proyecto**

¿Qué recursos materiales necesitas?

**Registro del dominio**

**Equipo de cómputo y telefonía**

**Servidor**

¿Qué recursos intangibles necesitas?

**Confiabilidad**

**Multiculturalidad**

**Red de contactos**

**Conocimiento y experiencia en plataformas y arte**

# 07 – Actividades clave

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

**Diseño estructural y visual de la plataforma/red social**

**Generar contenido de inicio**

**Promoción y difusión de la plataforma**

**Generación de estrategia de relaciones con aliados (escuelas arte, artistas, universidades, organizaciones)**

**Establecer la administración de la plataforma**

**Planeación del Proyecto (Plan Estratégico)**

**Brindar soporte técnico a los usuarios**

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

**Desarrollo tecnológico a través de una interfaz sencilla**

**Departamento legal**

**Gestión/administración de la plataforma**

**Marketing y relaciones públicas**

**Prácticas sociales / voluntariado**

**Área de Soporte técnico y atención al usuario**

**Recaudación de fondos y finanzas**

**Consejo consultivo de contenidos/plataforma**

## 08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

**Desarrolladores, programadores y diseñadores.**

**Empresas de Hosting, dominio y capacidad de almacenamiento virtual.**

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

**Empresas que ofrezcan planes de bienestar**

**Programas de televisión que informan temas relacionados al Covid-19**

**Influencers relacionados al arte**

**Startups, pymes y empresas grandes.**

¿Quiénes son mis aliados?

**Escuelas de arte**

**Universidades con especialidades en artes**

**Artistas de diferentes disciplinas**

**Organizaciones que promueven la salud mental y emocional**

**Laboratorios creativos**



# 09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

**Creación y mantenimiento de la plataforma**

**Administrador/a de la plataforma**

**Diseño de identidad verbal y visual de la marca Salud-arte**

**Difusión de la marca (marketing)**

**Compra del dominio**

**Fees de consultoría**

¿Recursos y actividades más costosas?

**Creación y mantenimiento de la plataforma**

**Lanzamiento y promoción inicial**

**Fees de consultoría**

¿Cual es el costo de nuestros canales?

**Compra y renovación del dominio**

**Servidor de la plataforma**