

Sector de benestar i salut



2020-2021
@SOM_Mataró

Primera part

En Ramón, que coordina l'associació de veïns, cada cop té més dificultats per gestionar de forma on-line les subvencions i tramitacions de la seva associació; s'ha associat amb "TRAMITS" per que li donin suport.

La Idea

Desenvolupament

Necessitat

La necessitat detectada és la de **facilitar la tramitació ONLINE** (donant suport a la gestió, o resolen dubtes) **de subvencions i tràmits amb les administracions públiques per a l'associació que està impulsant.**

L'adaptació als canvis tecnològics està sent difícil per una part de la població. En especial, la població gran i amb menys recursos.

De les persones entre 55 i 74 anys a Catalunya, només el 62 % de les persones utilitza internet, especialment per la cerca d'informació de béns i serveis. (1)

Des de l'any 2.006 fins a l'any 2.019 el % de llars amb ordinador a Catalunya ha augmentat des del 61,6 % fins al 85 %. (2).

Qui té la necessitat?

3 GRUPS

El servei es dirigeix, principalment a:

- A. Persones d'edat avançada que lideren Associacions** i necessiten tramitar subvencions amb l'administració pública,
- B. Gent Gran** que ha **perdut el tren tecnològic**, i necessita realitzar tràmits amb les administracions i grans empreses de serveis i
- C. Joves amb poc recursos** que tenen dificultats per accedir a ordinadors i fer tramitacions online.

Idea

"TRAMITS" vol oferir serveis de Suport a la tramitació On-line de subvencions i tràmits diversos amb les administracions públiques (A) i les grans empreses de serveis (B).

Oferir l'ús d'ordinadors i formació per joves amb dificultats per accedir a noves tecnologies (C).

A canvi, oferir formació a aquests joves (C) perquè donin suport a curt termini a gent gran (B) i puguin cobrir part del suport.

"TRAMITS" vol convertint-se en un punt de trobada Inter generacional que promou els vincles comunitaris.

Segons els resultats de la validació de necessitats **"TRAMITS"** es planteja diferents escenaris d'escalat del projecte.

1 Font: Economia Silver a Catalunya|Informe Sectorial – Abril 2.018

2 Font: Idescat, a partir de l'Enquesta sobre equipament i ús de tecnologies de la informació i la comunicació a les llars de l'INE. Notes: - Equipament a habitatges amb algun membre de 16 a 74 anys.

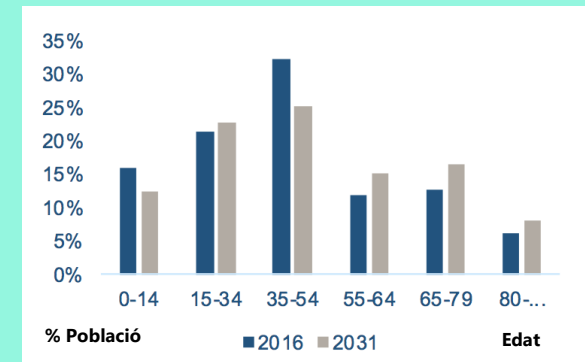
Tendències

Tendències escrites

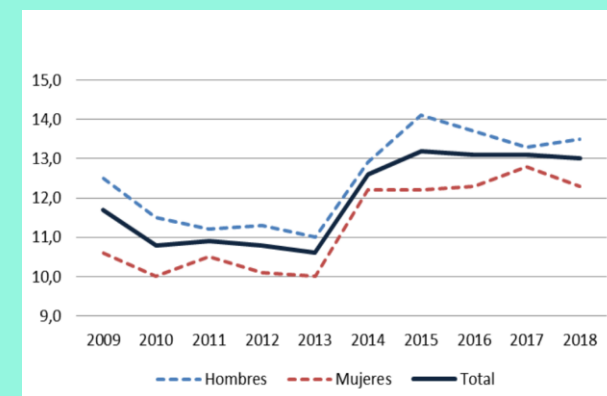
- El **creixement Poblacional** i **envelliment progressiu**. Cada cop més gent gran. Més del 30% dels catalans tindran més de 65 anys el 2050. (1)
- Es detecta un canvi de paradigma, posant la **persona al centre**. Més propostes Social i emocionals. Més personalització del Serveis. Oportunitats de nous models de proveïment de serveis de salut i benestar.
- **Les cures de les persones** comencen a estar al **centre de l'acció política**.
- La **Tecnologia, la salut i el benestar s'entrecreuaran** en tots els àmbits. Les noves tecnologies poden permetre a les comunitats i els particulars coordinar noves formes d'innovació i col·laborar entre elles. Las innovacions comunitàries facilitant la participació d'agents de base, com moviments socials i xarxes d'acadèmics, activistes i professionals que experimenten amb formes alternatives de creació de coneixements i innovació. (2)
- Transformació Digital. Motor de canvi i creador de tensions. Les empreses i l'administració estan traspassant cada cop més "activitats" a l'usuari i client final a través d'internet.
- L'augment de les desigualtats tensionaran els sistemes de protecció social i exigiran esforços en l'àmbit de la Innovació Social.
- Per nacionalitat, el risc de pobresa o exclusió social es del 47,7% pels nascuts a la UE i del 56% per la resta del mon, enfront al 23,1% dels nascuts a Espanya. (3)
- Els canvis mediambientals augmentaran l'arribada d'emigrants. Amb la doble necessitat, idiomàtica-cultural i tecnològica.

Tendències gràfiques

Evolució Distribució de la població Catalana (1)



Evolució dels treballadors Pobres o amb Risc d'exclusió Social a Espanya (3)



1 Font: Economia Silver a Catalunya|Informe Sectorial – Abril 2.018

2 Font: Naciones Unidas. Consejo Económico y Social. Comisión de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo. El impacto del cambio tecnológico rápido en el desarrollo sostenible. E/CN.16/2019/2

3 Font: Evolución de la pobreza en España. 2009-2018. Principales Indicadores. Gobierno de España. Ministerio de Sanidad, Consumo y bienestar Social

Conceptualització de la idea

Què?

“TRAMITS” vol ser un espai de trobada Inter generacional de suport per tot tipus de tramitació on-line.

La idea es creuar les necessitats de tres tipus de col·lectius i aprofitar la possibilitat de cooperar i col·laborar entre els tres grups.

En funció dels resultats de la validació de necessitats, que plantegem fer abans de dissenyar la solució, **valorem diferents fases o escalats del projecte:**

- Fase 1: Donar suport a persones grans en tot tipus de tramitació online.
- Fase 2: Donar suport a persones que lideren associacions existents en les seves tramitacions de subvencions.
- Fase 3: Oferir l'ús d'ordinadors i formació per joves sense recursos, que per posteriorment puguin donar suport a persones grans.

Valors (potencials) de diferenciació de “TRAMITS” (a validar amb els segments):

- Valor social i cooperatiu del projecte.
- Especialitzar-se en tramitacions on-line.
- Espai multicultural i Multilingüe.

Com?

“TRAMITS” es planteja com un projecte online, que vol disposar d'un espai físic de formació, de suport i creació de comunitat.

Durant la validació s'estudiarà la interconnexió de cobertura de necessitats dels 3 col·lectius objectius.

En tots els escenaris (sense contemplar els prototips), el projecte requerirà d'una forta dedicació de coneixements i recursos en **coneixement de les subvencions** que demanen les associacions, com en principals **tramitacions on-line en empreses de serveis**.

Alguns dels indicadors clau per a “TRAMITS” serien:

- **CAC** (cost d'adquisició de client).
- **Take rate** (comissió) en el cas que es treballi amb terceres parts. Rendibilitat vs fricció.
- **Avg. operation/service** (import mig de cada “operació”).
- **Avg. fill time** (temps mig necessari per cobrir demanda)
- Recomanació

Per a qui?

En funció dels resultats de la validació de necessitats, es prioritzaran uns sub-segments o altres, en funció del grau de necessitat que tinguin, el tipus de solució que requereixi i els recursos necessaris per executar-la.

A. PERSONES D'EDAT AVANÇADA que lideren **ASSOCIACIONS** i necessiten tramitar subvencions amb l'administració pública.

B. GENT GRAN QUE HA PERDUT EL TREN TECNOLÒGIC, i necessita realitzar tràmits amb les administracions i grans empreses de serveis.

C. JOVES AMB POC RECURSOS que tenen dificultats per accedir a ordinadors i fer tramitacions online.

El canvas reduït pel model de negoci

Aliances Clau

- Entitats, associacions i organitzacions público-privades que treballen per i amb gent Gran i joves amb pocs recursos. ☒
- Empreses de cures a la Gent Gran ☒
- Centres de Dia i Centres Cívics ☒
- Tècnics / Administració ☒
- Plataforma Opcions o similar ☒

Activitats Clau

- Màrqueting i Creació de Comunitat.
- Creació de vincles amb associacions.
- Disseny de circuits, protocols i processos (Subvencions i tramitacions)
- Formació als Joves ☒

Recursos Clau

- 3-4 rols (creació de comunitat + disseny processos + visió global + Capacitats Formació)
- Web
- Servidor web i correu, 2-3 ordinadors i telèfons
- Coneixements en Subvencions i tramitacions
- Formadors Joves
- Joves Multilingües

Proposta de Valor

- Serveis de suport a les gestions de subvencions i tramitacions online amb l'administració. ☒
- Servei de suport a tot tipus de tramitació online. (Administració o empreses privades) ☒
- Ordinadors d'ús lliure a canvi d'hores de suport a la gent Gran ☒
- prop. valor transversal: *Serveis de Suport a la Gestió Online personalitzada i Multilingüe* ☒

Relació amb clients

- Creació de comunitat.
- La gestió de la confiança i l'atenció al client serà molt important.
- Fidelització dels usuaris i clients.

Canals

- Logística: magatzem + entrega
- Web/plataforma que unifiqui productors i productes

Segments de clients

- **Gent gran** amb dificultats per fer tràmits i gestions online.
- **Petites Associacions** amb lideratges amb dificultats i/o resistències a les noves tecnologies
- **Joves sense ordinadors**
Amb ganes d'aprendre i de participar en un projecte similar.

Estructura de costos

- Sous (mes) = 4.000€ (1.500€ + 500 (SegSoc* 2))
- Web = 3.000€ (inicial: nom, marca, hosting, disseny)
- Ordinadors = (700 Euros x ordinador)
- Comunicació = entre 300 i 900€
- Espai Comunitat = Lloguer o cessió
- Mobiliari espai Comunitat.
- Gestoria (150 Euros / mes).

Model d'Ingressos

- Venda de Serveis per les petites Associacions (2-3% Subvenció)
- Quotes de socis per Gent Gran (30 Euros / any)
- Donacions i Subvencions- Espai i ordinadors (Administració i entitats privades)
- Joves – Intercanvi (Ús ordinadors x suport assistència a la gent gran)

- ☒ En funció de validació necessitas
- ☒ En funció de validació servei / solució

Pre-viabilitat de la idea

Estructura de costos

(activitats clau, recursos clau, aliances clau i canals)

INVERSIÓ INICIAL			
Capital Social	3.000 €	Finançament	100 % Autofinançament
Constitució	500 €		
Ordinadors + local (Aportació externa - Subvenció o conveni)			
FASE PILOT ¹ (Primer i segon Any)		OBJECTIU (A partir del tercer)	
Conceptes	Costos	Conceptes	Costos
Sous	3.000 €	Sous	6.000 €
Web ³	150 €	+ eCommerce	400 €
Marca	150 €	Actualització	300 €
Gestoria - Assegurances	200 €	+ Promoció	700 €
Comunicació	300 €	Gestoria - Assegurances	200 €
Total fase (per mes)	3.800 €	Total fase (per mes)	7.600 €

- 1 En la fase Pilot considerem costos de vida + costos mínims de comunicació de la fase. En aquesta fase es contempla un autofinançament important dels impulsors.
- 2 En ambdues fases es buscarà negociar que la web, marca, comunicació, eCommerce, etc. es paguin en concepte de tarifa plana per a minimitzar inversions inicials i repartir "esponjar" la tresoreria.
- 3 En la fase continuïtat ja es contemplen promocions.

Model d'ingressos

(dimensionament de mercat i tarifes serveis)

Dimensionament:	Persones	
TAM (volum total possible del nostre "univers" o àmbit d'actuació)	1.442.754	> CAT > Gencat ¹
SAM (volum que podem servir amb model i recursos que tenim)	83.226	> Maresme ¹
SOM	8.323	> 10% de SAM
Dimensionament:	Associacions	
TAM (volum total possible del nostre "univers" o àmbit d'actuació)	72.962	> CAT > Gencat ¹
SAM (volum que podem servir amb model i recursos que tenim)	3.795	> Maresme ¹
SOM	380	> 10% de SAM
Aproximació de tarifes:	Euros	
Quota de Soci - Mes - Suport General	9,00 €	
Quota de Soci Associacions / mes	20,00 €	
Suport a Associacions Gestió de Subvencions (5 % Sub. Mig.)	400,00 €	
Ingressos / mes (assumibles > SOM >> fase continuïtat)	% SOM	Euros
Quota de Soci - Anual - Suport General (X% SOM)	1%	749 €
Quota de Soci Associacions	5%	380 €
Suport a Associacions en la Gestió de Subvencions	5%	7.590 €
Ingressos total (mes)		8.719 €

- 1 Idescat – Institut d'estadística de Catalunya - Generalitat de Catalunya

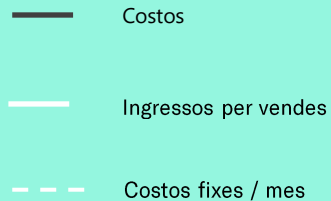
Punt d'equilibri (mensual)

Escenari de punt d'equilibri en les següents condicions:

- Quota de socis, de gent gran i associacions
- Preu "unitat" considerat 110 €
 - 10 socis usuaris
 - 1 soci associació

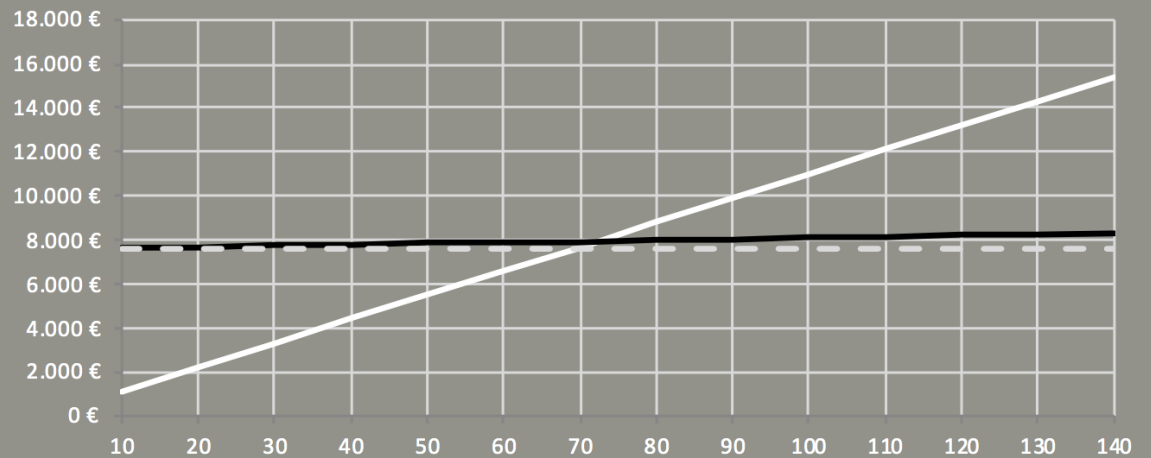
Calcularem el **punt d'equilibri** per conèixer quantes unitats de producte o servei haurem de vendre per cobrir costos i veure si aquest volum d'unitats és factible amb els recursos que tenim. La **fórmula** per calcular el punt d'equilibri és:

$$PE = CF / (PV_{unitat} - CV_{unitat})$$



Objectiu facturació:	8.719
Costos fixes:	7.600 €

Preu (unitat):	110 €
Cost variable (un):	5 €
Punt d'equilibri (unitats)	72



Pre-viabilitat de la idea

Pre-viabilitat de la idea

Escenari d'arribada a la viabilitat

Escenari plantejat:

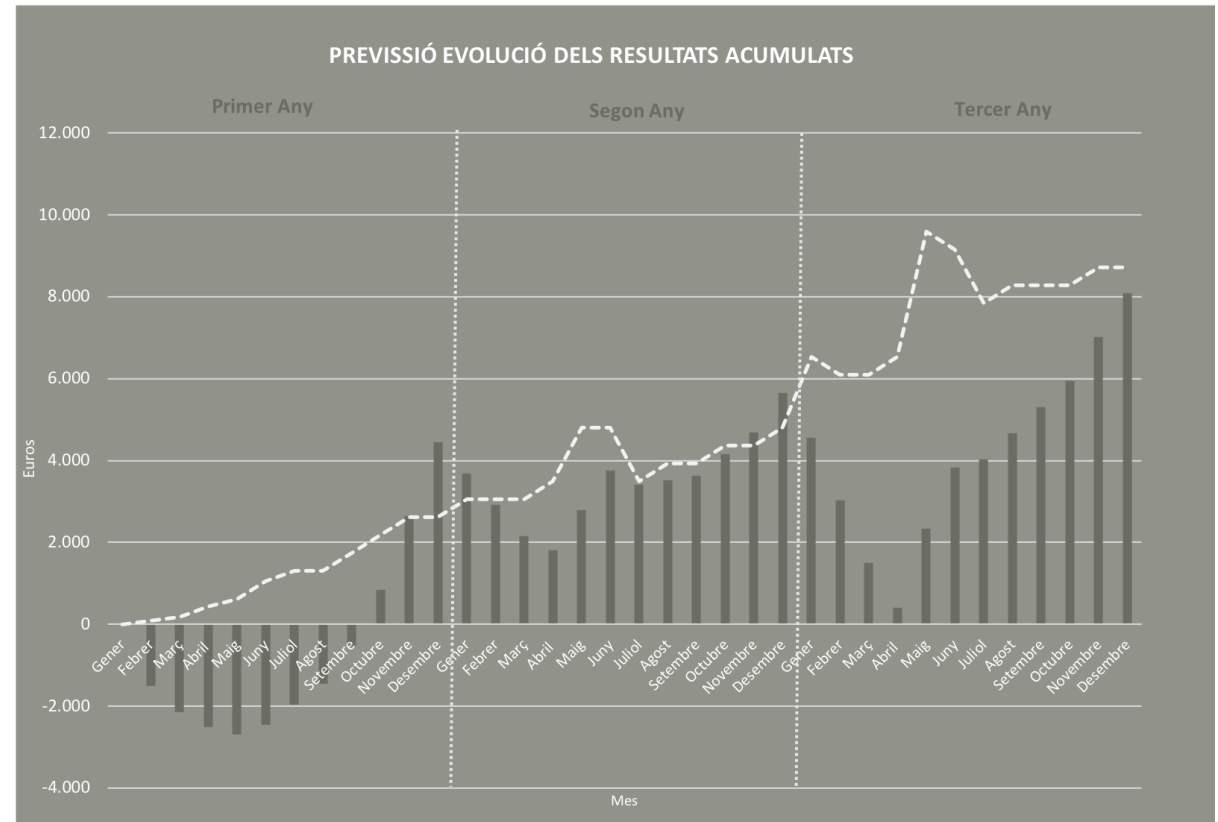
- **Primer any** sense Bestretes (Salaris) pels socis fundadors, l'objectiu es constituir-se i començar a engegar el projecte.
- **Segon any**, l'objectiu és arribar al punt d'equilibri, amb una bestreta mínima (50 % Bestreta objectiu)
- **Tercer any**, objectiu arribar a la viabilitat. Totes les despeses estan cobertes regularment. El projecte es Viable

Fem un projecció de vendes i despeses ajustada al calendari de presentacions de subvencions.

La **fórmula** per calcular la projecció és:

Primer any, entre el 0% i 15 % vendes objectiu.
Segon any, entre el 30 i 45 % vendes objectiu.
Tercer any, arribem al 100 % vendes objectiu.

- — Facturació Mensual
- Resultats Acumulats mensuals



Segona part



La validació

Validació de les necessitats amb qui les té

Descripció de la fase: en tot nou projecte, abans i tot de dissenyar la solució que creiem oportuna a la necessitat detectada, serà recomanable que validem les necessitats detectades amb qui les té. En aquesta fase doncs, haurem de (a) llistar les necessitats que creiem que cal resoldre i (b) validar-ho (contrastar-ho) amb qui té (creiem aquestes necessitats).

Hipòtesis de necessitats:

A. Segment usuàries finals- associacions:

- A les usuàries finals els hi costa cada cop més tramitar les subvencions que necessiten per funcionar.
- Les mateixes estan disposades a pagar per un servei de suport a la tramitació de subvencions

B. Segment usuàries finals- gent gran:

- A les usuàries finals els hi costa cada cop més realitzar tràmits amb les administracions i grans empreses de serveis de forma online.
- Les mateixes estan disposades a pagar per un servei de suport a les gestions online, en forma de petita quota mensual.

C. Segment usuàries finals- joves:

- Els joves que necessiten ordinadors estarien disposats a intercanviar l'accés a ordinadors i espai per hores de voluntariat.

Accions o estratègies:

☐ Exercici d'empatia (passar per la necessitat):

L'exercici d'empatia significa “posar-nos en les sabates” de les usuàries finals. Es tracta de viure en primera persona la seva experiència per tal d'entendre millor les seves necessitats.

☐ Passeig per fóruns Online

Amb aquest “passeig” pels fóruns on-line podrem validar inclús descobrir necessitats de clients.

☒ Entrevistes clients persones

L'objectiu de les entrevistes de necessitat és validar cadascuna de les necessitats (llistat de hipòtesis de necessitat) amb les usuàries finals.

- Contrastar el llistat d'hipòtesis de necessitat amb cada persona entrevistada. Entre 10 i 15 entrevistes.

☒ Entrevistes agents

En aquest cas perseguirem el mateix objectiu que a les entrevistes a clients, però en aquest cas amb aquells agents relacionats amb les usuàries finals del servei o producte.

- Contrastar el llistat d'hipòtesis de necessitat amb cada persona entrevistada. Entre 10 i 15 entrevistes

Validació producte o servei/solució

Descripció de la fase: en tot nou projecte, abans i tot de dissenyar la solució que creiem oportuna a la necessitat detectada, serà recomanable que validem les necessitats detectades amb qui les té. En aquesta fase doncs, haurem de (a) llistar les necessitats que creiem que cal resoldre i (b) validar-ho (contrastar-ho) amb qui té (creiem aquestes necessitats).

Hipòtesis de producte:

A. Segment usuàries finals- associacions:

- A les usuàries finals els hi interessar contractar un servei de suport a la tramitació de subvencions.

B. Segment usuàries finals- gent gran:

- A les usuàries finals els hi interessar contractar servei de suport a les gestions online, que puguin trucar o apropar-se a la cooperativa.

A. Segment usuàries finals- joves:

- Els joves estan disposats a intercanviar accés a ordinadors i espai per hores de voluntariat.

Accions o estratègies:

☒ Entrevistes de solució

L'objectiu de les entrevistes de solució és validar les funcionalitats que hauria de tenir o s'espera que tingui el servei o producte ideat (llistat de funcionalitats) amb les usuàries finals

- Entrevistes 1 a 1 de funcionalitats a potencials clients, acompanyades amb prototip on-line o físic.

☒ Entrevistes de solució a agents

En aquest cas perseguirem el mateix objectiu que a les entrevistes a clients, però en aquest cas amb aquells agents relacionats amb les usuàries finals del servei o producte.

- Entrevistes a1 a 1 i a grups de d'agents de funcionalitats a potencials clients, acompanyades amb prototip on-line o físic.

☐ Prototip on-line

Els prototips on-line ens serviran per il·lustrar, mostrar, els servei o producte al client. L'objectiu no és tenir el producte acabat sinó mostrar-ne les mínimes funcionalitats al client per copçar la seva visió i/o millores.

1. Mock-up de web (posicionament i funcionalitats)
2. Plantilla web amb funcionalitats catàleg i ecommerce

☐ Entrevistes agents

Els prototips físics ens serviran per il·lustrar, mostrar, els servei o producte al client. L'objectiu no és tenir el producte acabat sinó mostrar-ne les mínimes funcionalitats al client per copçar la seva visió i/o millores.

- Mock-up marca
- Folletó / catàleg

Validació de números

Descripció de la fase: en tot nou projecte, abans i tot de dissenyar la solució que creiem oportuna a la necessitat detectada, serà recomanable que validem les necessitats detectades amb qui les té. En aquesta fase doncs, haurem de (a) llistar les necessitats que creiem que cal resoldre i (b) validar-ho (contrastar-ho) amb qui té (creiem aquestes necessitats).

Validació dels números

A. Dimensió Interna

- Revisarem els principals i més importants costos fixos i variables del projecte.
- Validarem que els marges aplicats als productes o serveis oferts siguin els que s'apliquen al sector.
- Validarem que els preus dels nostres productes i serveis cobreixen aquells costos relacionats amb creació, producció, ensemblatge i/o comercialització

B. Dimensió Externa

- Validarem els nostres preus a partir de la percepció dels clients i la competència (en especial) directe i similars del sector.

Accions o estratègies

A. Dimensió Interna

- ☒ **Revisió de costos fixos, variables**
Revisarem els costos fixos amb informacions dels principals agents del sector. Una segona eina consistiria en descarregar-nos informes econòmic financers (per exemple: [balanç i compte de resultats](#)) d'empreses del sector que ens aportarien més detall dels costos i marges.
- ☒ **Revisió de preus**
En aquest cas utilitzarem la eina d'anàlisi de preus (tarifes) a partir del recull dels nostres costos fixos, variables i marges del nostres productes o serveis

B. Dimensió Externa:

- ☒ **Taula comparativa d'entitats afins**
Aquesta taula comparativa ens ajudarà a recollir i analitzar quins son els preus de la nostra competència (directe o similars), distingir entre les entitats de preu alt, mig i baix, i establir la tarifa mitja del mercat. Aquesta eina també és útil per recollir i analitzar altres aspectes de la competència com la comunicació que utilitzen (marca, llenguatge, to, etc.), quins canals de contacte utilitzen, etc.
- ☒ **Percepció dels clients**
També serà important recollir la percepció que els potencials clients tenen sobre el nostre producte i servei.
Entrevista a potencial usuària dels nostres serveis, a partir de les dades obtingudes a la comparativa amb competència per tal de recollir la seva percepció.

Gràcies!



Socialneet@ajmataro.cat
www.mataró.cat/socialneet
@SOM_Mataró