

01 – Propuesta de Valor

¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

Proponemos una solución sostenible y sustentable frente a la crisis alimentaria que incluya a pequeños y medianos productores, transportadores, organizaciones sin ánimo de lucro y a la comunidad en general que desea apoyar a la población vulnerable.

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

- Poblaciones totalmente vulnerables frente a las condiciones de aislamiento.
- Pequeños y medianos agricultores fuertemente impactados en su actividad.
- Transportadores de alimentos afectados por la reducción de su actividad.

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

- Atiende las necesidades alimenticias de la población vulnerable..
- Fomenta el empleo.
- Lucha contra el hambre y la desnutrición.

02 – Segmento de clientes

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

Existen cuatro tipos de usuarios/clientes a beneficiarse:

- Organizaciones sin ánimo de lucro dedicadas a brindar ayuda a la población vulnerable en su alimentación, quienes se van a comprar sus insumos a través de la aplicación.
- Pequeños y medianos productores de alimentos, cuya producción sea amigable con el medio ambiente.
- Conductores y pequeños servicios de transporte.
- Consumidor final, quien puede comprar los productos disponibles en la aplicación, registrarse como donador o como voluntario.

¿Quién compra?

Usuario final

Las organizaciones sin ánimo de lucro

¿Quién usa?

Todos los usuarios/clientes

¿Quién decide?

Pequeños y medianos productores de alimentos

Conductores y pequeños servicios de transporte.

Organizaciones sin ánimo de lucro

03 – Canales

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

- Aplicación gratuita disponible en Google Play (Android), Apple Store (IOS), y Windows.

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

- Los pequeños y medianos productores de alimentos van a ofrecer sus productos a consumidores finales.
- Las organizaciones sin fines de lucro podrán comprar los alimentos a los productores registrados, y además beneficiarse de las donaciones realizadas por los consumidores finales.
- Los consumidores finales podrán registrarse para hacer pedidos de alimentos a los productores registrados, quienes además podrán registrarse para:
 - Hacer donaciones periódicas mediante débito bancario (mensual, trimestral, anual, etc)
 - Donar (puede ser parcialmente) las compras realizadas o su respectivo valor a una/s de las organizaciones
 - Registrarse como voluntarios para apoyar a cualquiera de las organizaciones registradas.
 - Recibir alimentos a cambio de trabajo voluntario para alguna de las organizaciones registradas.
- Los pequeños transportadores dónde podrán ofrecer sus servicios. La coordinación logística de la distribución permitirá que los transportadores mejoren sus entregas y generen más recursos.

¿Existen restricciones comerciales para ello? Dependerá de cada país.

04 – Relación con clientes

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

- Soporte web y técnico personalizado para la aplicación
- Retroalimentación de los clientes a través de la aplicación (calificación)

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

Consumidor final:

- No tiene la necesidad de salir de casa ya no se expone al virus ni expone a su familia/convivientes.
- Ya no pierde tiempo en movilización para conseguir sus productos ni en hacer fila para pagar.
- Permanece en la comodidad de su hogar/ espacio de trabajo.
- Recibe los pedidos conforme a los requerimientos establecidos en la orden. (e.g. productos orgánicos)

Organizaciones sin ánimo de lucro:

- Contactan directamente con donadores y voluntarios. Además podrán conseguir donaciones constantes.
- A través de la app, incentivarán a los consumidores finales a registrarse como potenciales donadores o voluntarios..

Pequeños y medianos productores de alimentos

- Facilidad para ofrecer y vender sus productos, al ponerse en contacto con varios proveedores de transporte..
- Minimizar las pérdidas por potencial daño de sus productos, al planificar las ventas en función de pedidos en línea.
- Mejorar sus ingresos, eliminando la intermediación en la comercialización de sus productos.

Conductores y pequeños servicios de transporte

- Contactar a varios productores de alimentos para así aumentar su distribución.
- Garantizar el uso constante de sus vehículos y evitar la incertidumbre de paradas indefinidas.

¿Tu relación con el cliente va a ser: -Automatizada (email, buzones...)

05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

- Cobro por productos y entrega a domicilio de los alimentos a los clientes. Por tratarse de un proyecto sin fines de lucro y sustentable, a través de este rubro se cubrirán los gastos generados por la ejecución de las actividades clave, y el remanente será destinado a las organizaciones sin fines de lucro.
- Donaciones realizadas por los clientes finales, las cuales serán destinadas en un 100% a las organizaciones sin fines de lucro.

¿Cómo nos realizarán los pagos?

- Transferencia bancaria
- Débito bancario
- Tarjeta de crédito o débito.
- PayPal y demás medios de pagos electrónicos.

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

- No, por tratarse de un proyecto sin fines de lucro y de apoyo humanitario.

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

- Empleados dedicados al soporte tecnológico.
- Empleados dedicados al servicio al cliente y monitoreo de redes sociales..
- Verificadores de la calidad de los productos y servicios
- Responsables de la logística de la distribución

¿Qué recursos materiales necesitas?

- Transportistas autorizados que cuenten con sus vehículos, los cuales deberán estar en buenas condiciones.
- Productores de alimentos que cuenten con sus tierras y procesos de producción definidos, alineados con el servicio prestado
- Servidor que cuente con una capacidad proyectada para el flujo eficiente de las transacciones en la plataforma.

¿Qué recursos intangibles necesitas?

- App
- Página web
- Algoritmos de respuestas a las preguntas más comunes de los clientes para dar respuesta en el chat virtual de la página web.
- Redes sociales

07 – Actividades clave

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

- Desarrollar los recursos intangibles clave
- Definir y evaluar los requisitos para la selección y registro de proveedores de alimentos, transportistas y organizaciones sin fines de lucro, en las plataformas.
- Promocionar a través de campañas de marketing los servicios ofrecidos
- Seleccionar adecuadamente el personal de nómina.
- Retroalimentar la percepción de los usuarios en cada una de las operaciones.
- Revisar permanentemente los cambios de legislativos de los diferentes territorios involucrados en cuanto al uso de herramientas digitales.
- Planificación, gestión y ejecución diaria de la logística de las entregas.

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

(sugerimos eliminar esta pregunta porque ya está considerada anteriormente)

08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

- Los proveedores encargados de desarrollar los recursos intangibles claves, incluyendo su mantenimiento. (e. g: Empresa de ingeniería de software)
- Proveedores de mapas
- Proveedores de alimentos
- Transportistas y/o pequeños negocios de transporte
- Proveedores de servicios tercerizados como por ejemplo: auditores, consultores

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

- Productores de alimentos
- Transportistas y/o pequeños negocios de transporte
- Donadores
- Inversionistas

¿Quiénes son mis aliados?

- Organizaciones sin fines de lucro

09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

Costos operacionales (nómina, bienes e inmuebles “dependiendo de la accesibilidad”, almacenamiento o memorias de datos, etc)

Costos de campañas publicitarias

Costos del desarrollo y mantenimiento tecnológico

¿Recursos y actividades más costosas?

Desarrollar y mantener las plataformas tecnológicas.

Almacenar la información y bases de datos.

Organización de la logística de la distribución de los productos

¿Cual es el costo de nuestros canales?

Costo de montaje de la aplicación (no tenemos una idea de este valor)

Costo de montaje de la página web (no tenemos una idea de este valor)