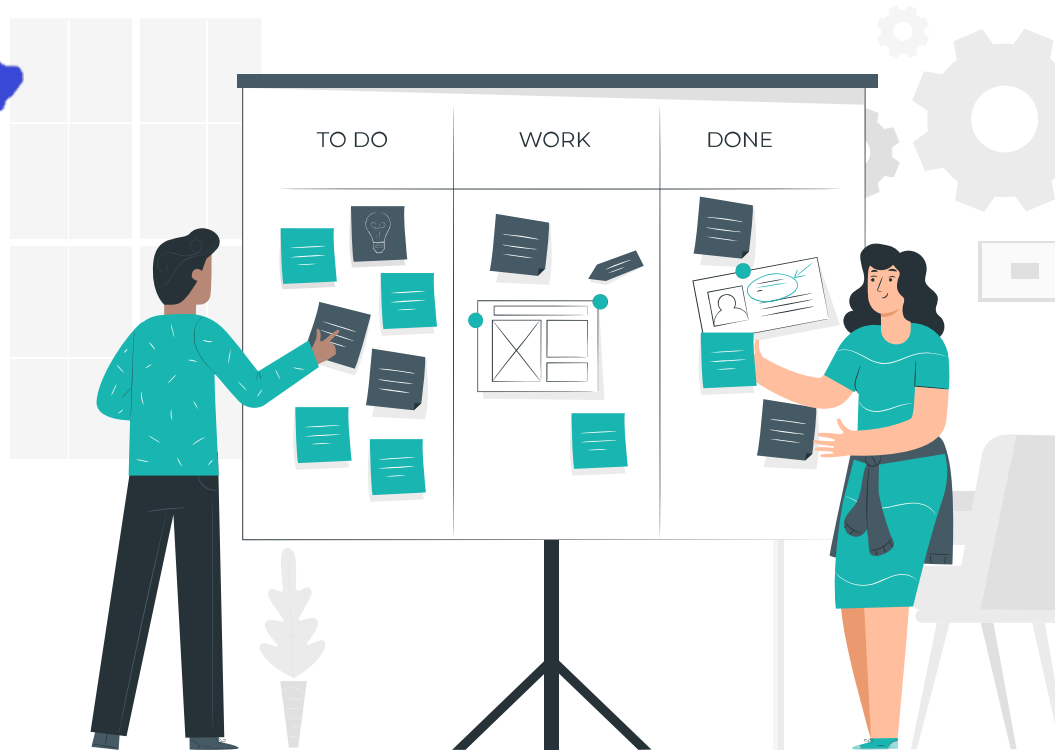


CADA
DÍA
CUENTA

LATAM HACKATHON
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



Material Sábado



Observación de cliente

1. Tareas del cliente

- Vender para comer
- Buscar alternativas para distribuir productos.
- Buscar apoyos de gobierno o asociaciones.
- Comercio directo.
- Mantenerse abiertos a pesar de las restricciones.
- Adoptar medidas de seguridad.



2. Dolores

Disminución de ingresos.
Perder su negocio.
Que la crisis dure mucho tiempo.
No poder recuperarse y perder todos sus productos.
No vender



3. Beneficios

- Esperanza de que termine rápido.
- Nuevas oportunidades, líneas de negocios y colaboraciones con empresas delivery.
- Implementar formas de automatización y mejora de procesos.
- Confianza en la tecnología.
- Expansión de potenciales consumidores.
- Capacidad de reinventarse y adaptación para futuras crisis.



Mapa de Valor

4. Aliviadores de dolor

- Tener una forma de comercializar no importando el tiempo que dure la crisis y manteniendo su nivel de ingresos
- Captando nuevos clientes en otros canales.
- Reducción de costos y optimización de recursos.



5. Creadores de Beneficios

- Generador de conexiones. (engagement)
- Permitir una continuidad de operaciones.
- Surgimiento de estrategia digital.
- Estrategia de inventarios "just in time"



6. Productos & Servicios

- Plataforma o medio digital por el cual conectar productores con clientes directos
- Servicio de diseño e implementación de estrategias de distribución.
- Plataformas de Intercambio de productos o servicios.



02. Canvas de Modelo de Negocios

DESCRIPCIÓN DE LA DINÁMICA

El modelo de negocios es la forma en cómo tu iniciativa COVID-19 genera y entrega valor a su segmento de clientes/usuarios. Es un canvas para estructurar los elementos y etapas que componen la forma en la que tu iniciativa generará valor.

Es la definición de: qué vas a ofrecer al mercado, cómo lo vas a hacer, quién va a ser tu público objetivo, cómo vas a vender tu producto o servicio y cuál será tu método para generar ingresos”.

OBJETIVOS

- Definir los siguientes puntos y su articulación:
- Cuál es tu propuesta de valor y para quién.
- Cómo vas a vender tus productos para generar utilidad y valor.
- Cómo vas a conseguir clientes y a conservarlos.
- Cómo te vas a mostrar ante el mercado.
- Cuál va a ser tu estrategia para salir al mercado: publicidad y distribución.
- Cómo vas a generar ingresos y beneficios.
- Cómo vas a generar un impacto positivo en contexto de la crisis de COVID-19.



01 – Propuesta de Valor

Plataforma para conectar con los productores y pequeños comerciantes con los compradores locales, que permite:

1. Compras colectivas (mayoreo), reduciendo el costo y permitiendo al proveedor un ingreso de corto plazo
2. Programación de Compras, permitiendo optimizar la producción y distribución de los productos
3. Preferencia de distribución por sectores para reducir costos de transporte y periodos de entrega
4. Sugerencia de compras con productos disponibles o locales, permitiendo una compra inteligente y reducción de compras de pánico
5. Sello de Seguridad e higiene, permitiendo la confianza del consumidor en el manejo y entrega de alimentos

02 – Segmento de clientes

CLIENTE:

- Productor de alimentos: ubicado en núcleos rurales principalmente o semiurbano, Ejemplo: productor de legumbres, quesos, lácteos que vende o distribuye a negocios fijos como restaurantes, hoteles, fábricas, supermercados, mercados. Es posible que sus ingresos se vean afectados con la contingencia
- Pequeño comercio: ubicado en el núcleo urbano que ofrece productos alimentarios. Este comerciante puede tener o no un local comercial, depende del flujo de personas hacia su lugar de venta, en torno al covid19 son afectados, dado la ausencia de este flujo y de medidas de seguridad cambiantes que les impacta directamente

USUARIO

- Persona ubicada en un grupo urbano con acceso a tecnología, nivel de ingreso medio bajo, medio, medio-alto. Prefiere no salir de sus casas dada la contingencia, tiene gastos y preocupaciones por sus ingresos, desea obtener productos básicos para sobrevivir la contingencia, busca ofertas, tiene temor de que sus ingresos puedan ser afectados. Desea apoyar al mercado local

03 – Canales

1. Venta directa (recolección programada),
2. app,
3. Sitio web,
4. redes sociales,
5. whatsapp,
6. email, boletín
7. teléfono

04 – Relación con clientes

Canal automatizado (automático en el app, bot, soporte telefónico) o asistido (whatsapp)

Beneficios:

1. comprar de una forma ordenada y programada sin salir de su casa
2. ahorro de tiempo
3. ahorro monetario al tener ofertas (competencia),
4. apoyo a la economía local
5. Entregas programadas
6. Empaques biodegradables

05 – Fuentes de ingreso

Comisión principalmente.

Pagos electrónicos, transferencias bancarias, cupones

06 – Recursos clave

Se requiere de un coordinador, diseñador, programador y especialista en publicidad.

Recursos necesarios:

- Dominio (hosting)
- elementos de diseño,
- publicidad,
- costos asociados a la programación
- publicación en tiendas de apps,
- desarrollo

07 – Actividades clave

- Se requiere :
- un plan de trabajo,
- Logística para hacer masa crítica,
- marketing,
- seguridad de transacciones,
- estrategia para adoptar medidas de higiene

08 – Socios clave

Productores
Asociaciones
Cámaras de comercio
Gobierno
Transportistas
Comerciantes

09 – Estructura de costos

Tecnología (desarrollo, hosting, licencias) 40%

Publicidad 30%

Mantenimiento y soporte 10%

Administración 20%

04. Postulación final

Súrteme: app para conectar e impulsar mercados locales y ahorrar colectivamente

Es una plataforma que conecta con los productores y pequeños comerciantes con los compradores locales y permite:

- 1. Compras colectivas (mayoreo), reduciendo el costo y permitiendo al proveedor un ingreso fiable y de corto plazo*
- 2. Programación de compras, permitiendo optimizar la producción y distribución de los productos*
- 3. Preferencia de distribución por sectores para reducir costos de transporte, facilitando los periodos de entrega*
- 4. Compras inteligentes: a través de sugerencias de acuerdo a la disponibilidad de productos o privilegiando los productos locales y reducción de compras de pánico*
- 5. Seguridad e higiene, permitiendo la confianza en el manejo y entrega de alimentos*

