

# Vecino Vendedor

Economía colaborativa



# INDICE DE CONTENIDOS

01  
DESAFÍO

02  
SOLUCIÓN

03  
MERCADO

04  
GENERACIÓN DE  
VALOR

05  
IMPACTO

06  
EQUIPO

07  
CAPACIDADES

08  
ALIADOS

09  
VALOR  
DIFERENCIAL

01

# DESAFÍO

Impacto económico



# PROBLEMA



Mercados campesinos pierden su canal de venta (las calles), por lo cual disminuyen sus ventas e ingresos.



Algunas personas perciben una disminución de ingresos por el impacto del COVID (vacaciones forzadas, licencias no remuneradas, despidos, etc.).

# SOLUCIÓN

Marketplace que conecte a los mercados campesinos, con el consumidor final, creando un “Vecino Vendedor”, que es una persona aledaña al consumidor (de la misma unidad residencial, de su misma calle, o lugares cercanos), la cual recibirá todos los pedidos que realice su comunidad cercana y se encargará de su distribución, evitando la movilización de las personas, mitigando la probabilidad de contagio por interacción y reduciendo los costos logísticos de los mercados campesinos.

# 02



# SOLUCIÓN

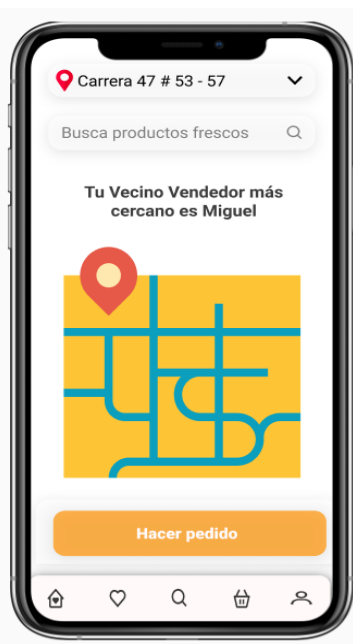
Marketplace “Vecino Vendedor”

# Mock – Up Marketplace

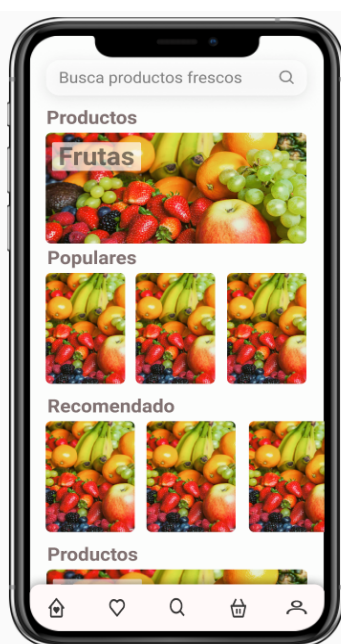
Vista de la app desde el consumidor final



Selección de rol



Ubicación del Vecino Vendedor más cercano



Selección de productos a comprar



Pasarela de pago



Confirmación de pago y promesa de entrega

# Mock – Up Marketplace

Vista de la app desde el Vecino Vendedor



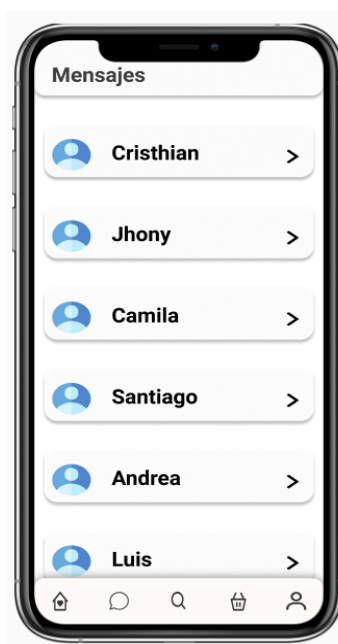
Selección de rol



Lista de pedidos por entregar



Detalle del pedido



Opción de contacto con el consumidor final



Confirmación de entrega y pago de comisión

# Mock – Up Marketplace

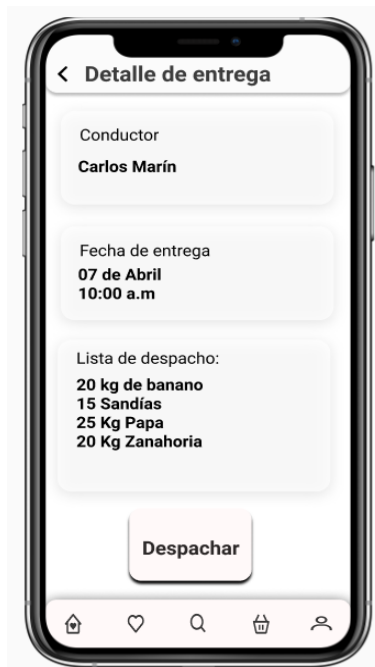
Vista de la app desde el Mercado Campesino



Aprobación del pedido



Lista de pedidos por entregar



Detalles de la entrega





03

# MERCADO

Se propone realizar el piloto de la aplicación en la ciudad de Medellín – Colombia (ciudad capital), por ende, los segmentos de mercado estudiados serán basados en la población de esta ciudad.

# Mercados Campesinos

**Mercado campesino:** Punto de encuentro entre productores y consumidores finales, donde se comercializa productos locales sin intermediarios.

En Medellín hay **547** familias beneficiadas de la venta de sus productos en los mercados campesinos.



# Vendedor

**Vecino Vendedor:** Persona que distribuirá los productos de los mercados campesinos en su comunidad a cambio de una comisión por entrega.



**Población Medellín:** 2.499.080

**Tasa de desempleo:** 11%

Hay aproximadamente **250.000** personas sin un empleo, que son potencialmente convertibles a Vecinos Vendedores.

Además, hay un número de personas aún desconocido, las cuales percibieron una disminución en sus ingresos a causa de la pandemia.



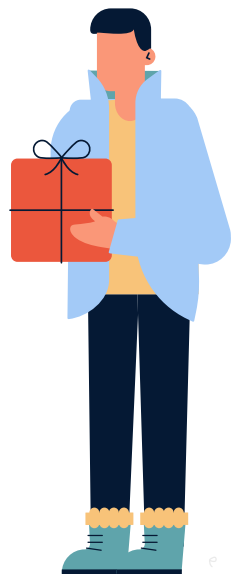
Si nos enfocamos en suplir la demanda de la población que viven en edificios.

La meta sería atender el mercado del 15% del total de edificios, es decir, tener aproximadamente **45.000** vendedores (1 por edificio).

Número Pisos	Número Edificios
0 - 5 Pisos	296.129
6 - 14 Pisos	5.009
15 - 29 Pisos	1.341
30 o más Pisos	34
<b>Total</b>	<b>302.513</b>
<b>Meta</b>	<b>45.377</b>

# Consumidor final

**Consumidor final:** Persona que realiza la compra de productos de mercados campesinos a través del Marketplace.



Personas de 30 a 65 años.

De ingreso medio y medio-alto, que habitan en zonas urbanas.

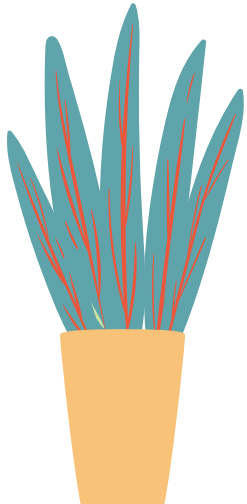
Son personas con acceso a dispositivos digitales, que por la emergencia prefieren no salir de sus casas y realizan sus compras a través de domicilios.

Se preocupan por la economía local y prefieren comprar a pequeños empresarios que a almacenes de cadena.

Prefieren la comida libre de conservantes y alimentos orgánicos.

04

# GENERACIÓN DE VALOR



# Propuesta de valor

Tenemos todos los productos de los mercados campesinos en una sola plataforma, los cuáles son distribuidos por una persona en cada en cada uno de sus conjuntos residenciales o casas cercanas, evitando que los consumidores salgan de sus casas, lo que reduce la probabilidad de contagio del virus.



Mercados Campesinos

Sostenibilidad de los pequeños comerciantes.



Vecino Vendedor

Ingresos extra para personas que no pueden trabajar por la pandemia



Consumidor Final

Abastecimiento a las familias encuarteladas.

05

IMPACTO



# IMPACTO



## **Mercado campesino:**

Canal alternativo para que recupere sus ventas e ingresos y los alimentos no sean desechados por vencimiento.



## **Vecino Vendedor:**

Oportunidad de ingresos adicionales por distribuir productos de mercados campesinos en su comunidad.



## **Consumidor final:**

Abastecimiento de productos orgánicos, disminuyendo la probabilidad de contagio por interacción con otras personas en grandes superficies.

# KPI



**Número de familias beneficiadas:** 547

**Crecimiento en ventas:** 40% (vs las semanas de venta antes de la app).



**Promedio de entregas semanales:** 10

**Aumento en sus ingresos mensuales:** 10%

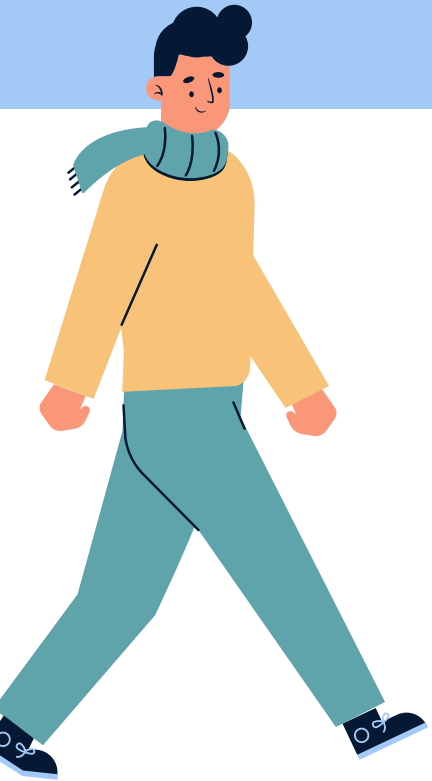


**Frecuencia de visita a lugares de compra concurridos:** - 50%



06

EQUIPO



# EQUIPO



**Ana María Vega**

**Rol:** Estratega de mercadeo y marketing digital.

Administradora de negocios con énfasis en mercadeo.



**Johny Vallejo**

**Rol:** Business Intelligence.

MSc (c). Matemáticas aplicadas.



**Cristhian Fonseca**

**Rol:** Desarrollador.

Ingeniero de sistemas (9no semestre).



**Pedro Alvarado**

**Rol:** Desarrollador Web.

TSU en Informática.



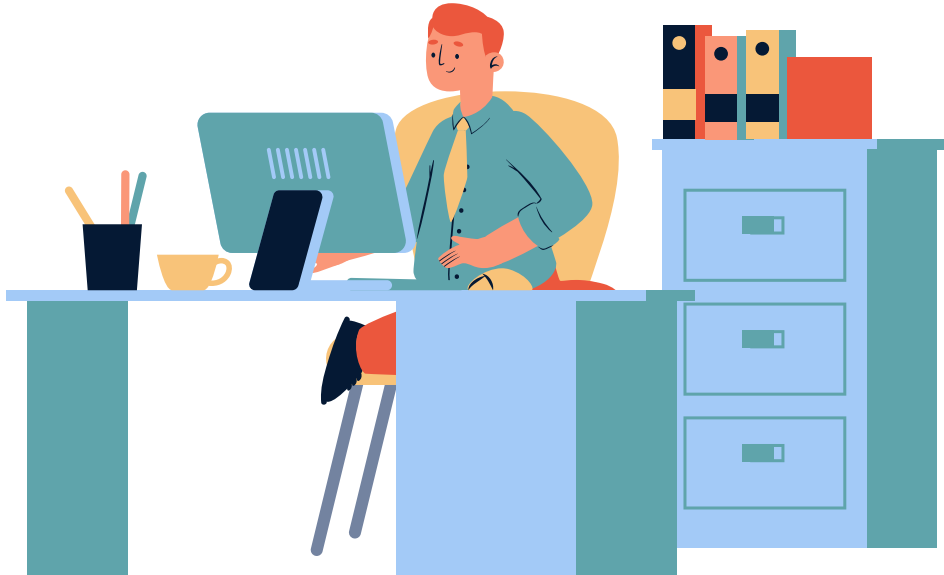
**Sebastian Farias**

**Rol:** Mentor de innovación y estrategia.

Mag. Dirección e innovación empresarial.



# 07 CAPACIDADES



# CAPACIDADES DEL EQUIPO



## Software

- Desarrollo Web.
- Desarrollo Android.
- Ingeniería de software.



## Mercadeo y BI

- Business Intelligence y Agile Analytics.
- Mercadeo y marketing digital.



## Estrategia

- Dirección e innovación empresarial.
- Gestión de proyectos con metodologías Agile (Scrum, CRISP-DM).

08

# ALIADOS



# Aliados clave



## **Alcaldía**

Ayuda en el contacto e inscripción de los mercados campesinos en la app, a través de las bases de datos de La Secretaría de Desarrollo Económico.



## **Inversionistas**

Inversión para desarrollo y expansión de la iniciativa.



## **Medios de comunicación masivos**

Difusión de la iniciativa en los diferentes canales de comunicación: Radio, periódicos, televisión, redes sociales, influencers locales, etc.

09

VALOR  
DIFERENCIAL



# VALOR DIFERENCIAL

- **Nuevo canal de venta** para pequeños comerciantes que puede perdurar en el tiempo.
- Estamos **interconectando** a dos segmentos directamente afectados por el COVID19.
- El **Vendedor Vecino** es alguien de **confianza** de la comunidad (disminuye riesgo de contagio).
- **Reducción de los fletes** a los pequeños comerciantes por agrupación de pedidos por zona geográfica.





# GRACIAS!

CREDITS: This presentation template was created by **Slidesgo**, including icons by **Flaticon**, and infographics & images by **Freepik**.

