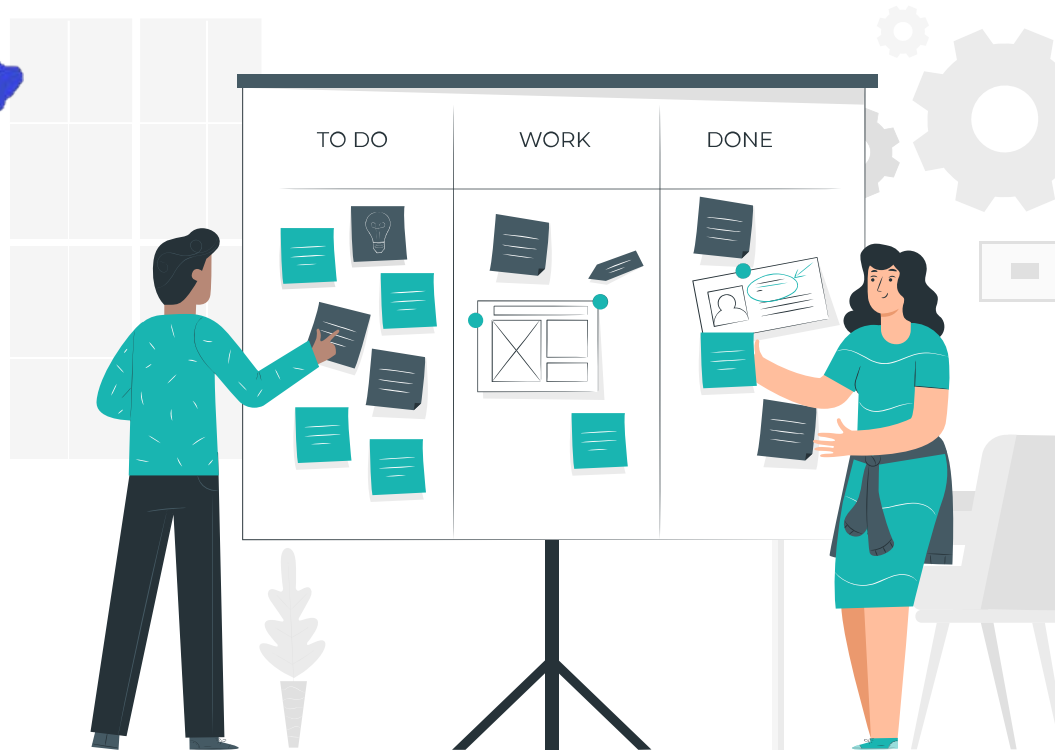


CADA  
DÍA  
CUENTA

LATAM HACKATHON  
SOLUCIONES PARA EL COVID-19



**Sábado.**  
**EQUIPO 571**





# **NUESTRO POR QUÉ**

Cuidar la salud de las personas por medio de la nutrición, cuidar la nutrición por medio del producto, en contexto de la emergencia sanitaria por COVID-19, se vuelve visible el rezago que presentan los agricultores, por lo que ésta solución apuesta a involucrar a los productores al uso efectivo de la tecnología, así como conectarlos de forma digital a los consumidores.

# Observación de cliente

## 1. Tareas del cliente

### Productores

- Producción de productos orgánicos
- Ofrecer un producto limpio de agentes dañinos para la salud.
- Ganar posición en el mercado de forma sostenible (En la zona donde se encuentra)
- Manipulación adecuada del producto (covid-19)

### Consumidores

- Alimentarse adecuadamente
- Encontrar el producto deseado
- Evitar el contacto con otras personas (Por el Covid-19)
- Quedarse en casa.



## 2. Dolores

### Productor

- Demora en la entrega del producto (problemática de movilidad Covid-19)
- Altos costos del producto BPA
- No encontrar mercado para la venta de sus productos por (Covid-19).

### Consumidores

- Alimentación inadecuada que propicia un sistema inmunológico deprimido.
- Desplazamiento largos para obtener productos.
- Incertidumbre a no encontrar productos.
- Altos costos del producto por escasez.



## 3. Beneficios

### Productor

- Apertura del mercado digital.
- La entrega del producto debe ser ágil y eficaz.
- Garantía de un producto seguro (Inocuidad)
- Favorecer a la seguridad alimentaria local y regional
- Favorecer el cumplimiento de la norma (quédete en casa)

### Consumidor

- Recomendaciones nutricionales.
- Alimentos limpios sin salir de casa
- Saber cómo combinar alimentos y mejorar su alimentación



# Mapa de Valor

## 4. Aliviadores de dolor

### Productores

- Venta del producto bajo norma higiénica (Covid-19).
- Transporte seguro y confiable.
- Buscar una alianza estratégica para el proceso de distribución del producto.

### Consumidores

- App personalizada que pone al alcance de los consumidores, el producto en su hogar, información y recomendaciones nutricionales para el cuidado de su salud.
- Saber que el producto obtenido genera confianza en medidas de higiene. (covid-19)



## 5. Creadores de Beneficios

### Productor

- Flujo de ventas mediante una plataforma digital.
  - impacto social
  - impacto economico
  - impacto ambiental

### Consumidor

- Mejorar su salud por medio de una adecuada alimentación.
  - Asesoría nutricional (impacto economico)
  - Impacto cultural
  - poder ayudar a minimizar la tasa de contagio.



## 6. Producto y servicio

**Producto:** se gestiona la venta de productos limpios de agentes dañinos para la salud, por medio de una red de agricultores de la zona

### Servicio:

App móvil en la que el consumidor tiene acceso personalizado a productos (frutas y verduras) en su hogar, información y recomendaciones nutricionales para el cuidado de su salud.

La entrega del producto se realiza por medio de alianza estratégicas en la región, con las medidas de cuidados higiénicos (Covid-19)



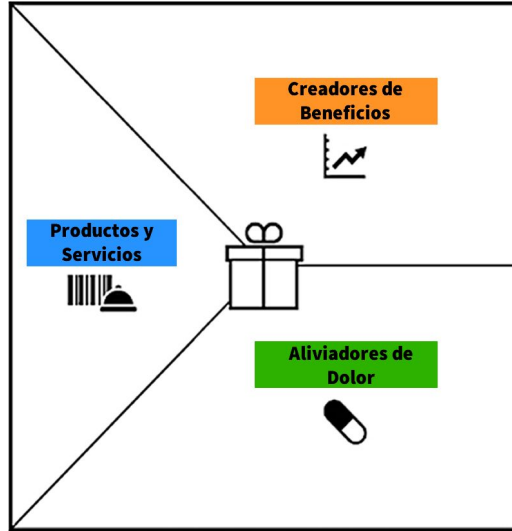
- Mejorar su salud por medio de una adecuada alimentación.  
-Asesoría nutricional

- Recomendaciones nutricionales.
- Alimentos limpios sin salir de casa
- Saber cómo combinar alimentos y mejorar su alimentación

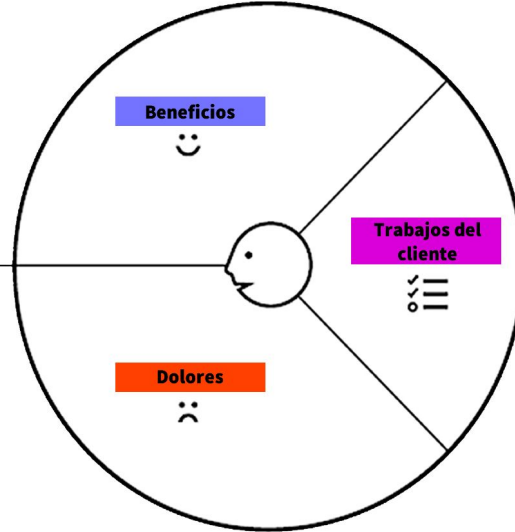
App móvil para el consumidor

Alianza estratégica hasta el consumidor

Introducir al mercado digital productos directo del campo



- App para compra de productos
- Saber que el producto obtenido genera confianza en medidas de higiene. (covid-19)



- Alimentación inadecuada que propicia un sistema inmunológico deprimido.
- Desplazamiento largos para obtener productos.
- Incertidumbre a no encontrar productos.
- Altos costos del producto por escasez.

- Alimentarse adecuadamente
- Encontrar el producto deseado
- Evitar el contacto con otras personas (Por el Covid-19)
- Quedarse en casa.

# 01 – Propuesta de Valor

¿En qué nos diferenciamos de otros **proyectos similares**

- Abrir mercado digital directamente desde el campo
- Trazabilidad de productos
- Especificaciones y Recomendaciones nutricionales con base en cada producto.
- Manejo de datos de consumo

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

- Impacto económico en diferentes áreas con los protocolos de distanciamiento social
  - productor
  - distribución
  - asesoría nutricional
- Fortalecer el sistema inmunológico por medio de la alimentación
- Mejorar la cultura de la alimentación ayudando al consumidor a alimentarse adecuadamente
- Ayudar a la población de riesgo a mejorar su alimentación.
- Evita el contacto con más personas (Iniciativa quedate en casa).

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

- Impacto económico en diferentes áreas con los protocolos de distanciamiento social
  - productor    -distribución    -asesoría nutricional
- Impacto social - ayudar a "bajar la curva quedándose en casa" , mejora de la cultura de la alimentación.
- Impacto cultural - consumo local, consumo responsable y sostenible.
- Impacto ambiental - productos limpios, seguros.

## 02 – Segmento de clientes

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

- Personas de cualquier edad, sexo indistinto, que sepan usar Aplicaciones móviles, que requieran de productos frescos en la comodidad de su hogar, interesado en cuidar su salud.

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

- El consumidor que se encuentra en su casa, hace uso de las herramientas para poder obtener los productos agrícolas de su necesidad. .
- El cliente final decide si compra o no el producto agrícola.
- Una herramienta tecnológica que es usada por el agricultor y el cliente final.

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

- La problemática del Covid-19 nos encierra a todos, con una necesidad en común. (Adaptado a la región)
- Los agricultores serán un aliado estratégico para llegar a los consumidores.



## 03 – Canales

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

- Colectivos agrícolas
- Teléfono
- Radio
- Redes sociales

¿Son estos los medios usuales en el sector?

- Dependiendo la región la experiencia empírica muestra:
- Teléfono
- Radio
- Internet

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

- Por domicilio a pedido del cliente por medio de la alianza estratégica hasta el consumidor.
- Contacto directo productos con el cliente

¿Existen restricciones comerciales para ello?

- Permisos para tener servicios a domicilio.
- Verificación de precios de productos.
- Cadena de suministros por Covid-19

## 04 – Relación con clientes

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

Comprador: Personalizada por medio de un medio digital

Los agricultores funcionan como aliados estratégicos para ofrecer los productos

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

Comprador: cuidar su salud por medio de la nutrición, la facilidad de adquirirlos sin salir de casa conociendo al productor y la garantía de las buenas prácticas de higiene y manejo del producto

Análisis del consumo personalizado.

**¿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 por medio de la aplicación y personalizada si requiere una asesoría nutricional

# 05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

- Para el proyecto piloto: donantes del sector privado. Creando un fondo con capital inicial.
- Comision (Pago por publicidad dentro de la app, posible marketplace para marcas)
- Personalización
- Consulta nutricional

¿Cómo nos realizarán los pagos?

- Cargo a tarjeta
- Paypal
- Transferencias dentro de la cadena

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

- Información nutricional de cada producto
- Descuento por combinaciones sugeridas.
- Puntos por seguir la recomendación de los productos nutricionales
- Puntos dentro de la asesoría nutricional y cumplimiento de metas
- Visibilidad de los productores.

(estos puntos sirven para realizar compras dentro de la app)

# 06 – Recursos clave

## ¿Qué personas son clave?

- Canal de difusión y asesoría
- Aliados estratégicos de distribución en cada zona (generar una cartera de aliados)
- Gobierno para difusión del servicio y como aliado en distribución.

## ¿Qué recursos materiales necesitas?

- Empaquetado seguro para el transporte de los productos (Covid-19)
- Servidores web, Dominio, geolocalización, Big Data

## ¿Qué recursos intangibles necesitas?

- App
- Alianzas para red de distribución
- Acceso a comunicación local
- Software de desarrollo
- Relacion de productores por zona
- Registro fiscal.

## 07 – Actividades clave

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

- Incluir al agricultor en la tecnología para distribuir sus productos.
- Base de datos de productores y productos
- Promover lo importante que es el cuidar nuestra alimentación (Alimentación Inteligente) sobre todo en estos tiempos de pandemia.
- Generar las alianzas.
- Diseño y desarrollo de una aplicación móvil.
- Análisis de datos del consumidor.

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

Agricultor, Nutriologo, aliado de distribución, inversionista, marketing digital, Desarrolladores digitales, emprendedores

## 08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

- Emprendedores
- Soporte digital: desarrollador app y data science
- Agricultores locales
- Nutricionistas

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

- Fondos de inversión gubernamental y privado
- Sociedades de agricultores

¿Quiénes son mis aliados?

- Aliados estratégicos para el transporte del producto
- Líderes locales
- Gobierno
- Colaboraciones de pequeñas y medianas empresas

# 09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

- Hosting/Servidores
- Dominio
- Aplicación móvil
- Manejo de datos. (IA, machine learning)
- Alfabetización digital de agricultores/productores
- Red de nutriólogos
- Marketing digital

¿Recursos y actividades más costosas?

- Desarrolladores de software
- Escalabilidad de la aplicación móvil.
- Marketing digital

¿Cual es el costo de nuestros canales?

- Depende de la región y las alianzas estratégicas locales

# RECURSOS VARIOS

[Innovación en la comercialización: El supermercado del futuro](#)

[Innovación en productos frescos que está marcando tendencia](#)

[Qué es un e-commerce: tipos de negocios y pasos para crearlo](#)

[Manual ecommerce 2015](#)

[GUÍA PRÁCTICA DE E-COMMERCE](#)

[Academia Española de Nutrición y Dietética](#)

[Consejos para una alimentación sencilla, asequible y saludable durante el brote de COVID-19](#)

[La alimentación en tiempos del coronavirus](#)