

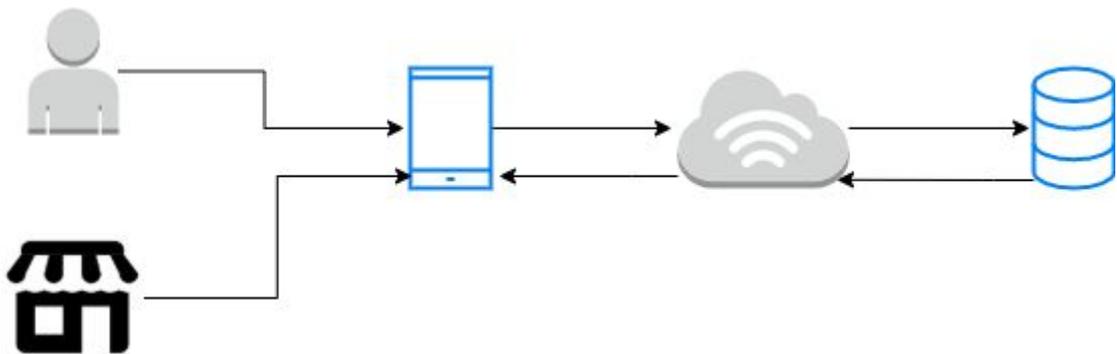
CompraMe

Canvas propuesta de valor

Diseñar

- **Solución**

Plataforma digital como facilitadora del proceso de distribución de pequeños y medianos empresarios hacia sus clientes. Puente de unión y prevención.



- **Aliviar emociones negativas**

- Buscar la manera de reducir el costo en domicilios durante la pandemia
- Logística en áreas urbanas y semiurbanas
- Centros de Acopio (Alimentos)
- Poder tener conectividad zonal entre las dos partes
- Regulación de precios con ayuda del estado y asociaciones agrícolas (Red Jóvenes Rurales)

- **Crear los beneficios**

- Reducción de tiempos en la entrega de productos, en especial, para casos de emergencia.
- Envío por drones*
- Aumento de ganancias y reducción de costos para microPYMES.
- Aumento de visibilidad de microPYMES frente a sus consumidores.
- Fortalecer la productividad interna a nivel nacional frente a las importaciones.

Observar

- **Actividades del cliente**

Como comprador:

- Contactar al vendedor
- Realizar pedidos de los productos que requiere
- Denunciar casos de sobrepuestos de productos en otras tiendas.
- Reportar la llegada de su producto.
- Reportar el estado del producto que le ha llegado.
- Aporte a la economía local

Como microPYME:

- Visualizar los productos de su negocio
- Llevar un inventario de la cantidad y precios de los productos
- Contactar con el comprador
- Obtener el pago de un determinado producto por parte del cliente cuando se finalice el domicilio.
- Recibir reporte sobre opiniones acerca del estado de sus productos.

- **Emociones negativas**

Como comprador: Sobrecostos en aplicaciones actuales de domicilios debido a la gran demanda por la situación actual de la cuarentena, tiempos de espera más largos de lo habitual, tener que salir a supermercados y contraer la enfermedad , precios altos por parte de los supermercados

Como microPYME, emprendedores y agricultores: No tener una buena red de distribución , tener baja demanda de productos debido al miedo de los clientes de salir a las calles , tener baja visibilidad de su negocio, precios altos por parte del proveedor

- **Emociones positivas**

Por parte de compradores : Mejores valores de los productos debido a la contingencia , reducir el contacto con otras personas debido a la situación actual , poder denunciar precios altos ,gratuidad por el servicio del domicilio

Por parte de microPYME, emprendedores y agricultores : Mejor red de conexión para vender sus productos , mejores precios por parte del proveedor , no tener tanto contacto con la demás gente

Canvas modelo de negocio

- **Oferta de valor**

Para los usuarios

- Observar y comparar precios para economizar su dinero al querer comprar sus productos
- Garantizar la existencia del producto que busca el usuario.
- Seguridad para evitar contacto con la gente.
- Catálogo de tiendas, productos y emprendimientos locales para que los usuarios los visualicen.
- Calificar la atención de los proveedores
- Acceso sobre los productos en determinadas zonas
- Horarios de atención.
- Tiempos de distancia(Geolocalización) en promedio para la entrega de sus productos.
- Adquisición de productos, en especial, los que tengan que ver con emergencias.
- Atención 24/7

Para los microPYMES, emprendedores y agricultores:

- Aumentar la visibilidad de sus productos que ellos ofrecen.
- Ofrecer productos que tienen un periodo perecedero muy temprano
- Atención 24/7
- Impulsar al emprendedor para que pueda hacer realidad su negocio.
- Simplicidad en procesos para distribución(Whatsapp, físico, etc) de sus productos.
- Aumentar la visibilidad del negocio.
- Ahorro en costos para publicidad.
- Recibir feedback continuo de sus clientes, dada por usar medios en tiempo real.

Plataforma digital como facilitadora del proceso de distribución de pequeños y medianos empresarios hacia sus clientes. Esta plataforma puede ser usada para las siguientes situaciones:

- Para la crisis actualmente
- Para después de la crisis, ya que el país va a estar en un declive en su economía

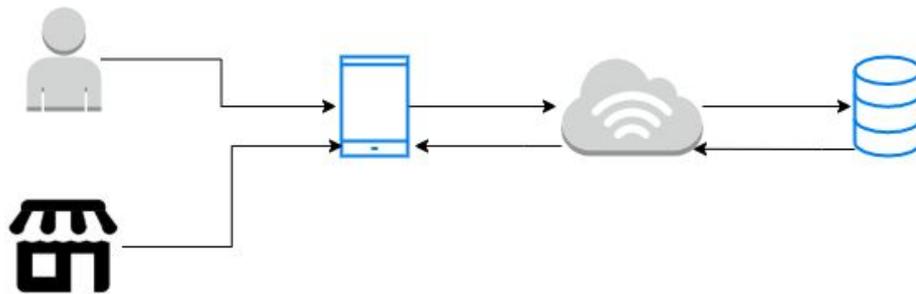
Incluir a los emprendedores para promover de manera fácil y rápida sus negocios de comidas online.

Análisis de variables de mercado con base a datos recolectados que expongan métricas sobre tipos de alimentos y abastecimiento en qué zonas de ciudades y país

Datos sobre preferencias de consumo y perfiles de usuarios

CRM Client Relationship Management / Análisis y relación con clientes en tiempo real.

Puente de unión y prevención / Mitigación de la economía



- **Segmentos de mercado**

Variables a tener en cuenta

- 1) Samuel - 25 años - Diseñador Gráfico / Independiente - Bogotá - Estrato socioeconómico 4-5 - Centennial (Pagos Digitales).
- 2) Marta - 28 años - Enfermera - Bogotá - Estrato socioeconómico 2 - Pagos digitales(Exceptuando frutas)
- 3) Carolina - 26 años - Ingeniera Industrial - Estrato socioeconómico 5 / 6 - Pagos digitales.
- 4) Valeria - 21 años - Enfermera - Estrato socioeconómico 3 - Pagos digitales(Exceptuando licores).

Resumen

Rango de edad: Millenials

Estrato socioeconómico: 2 - 6
Nivel de estudios: Profesional
Conocimientos en tecnología: Sí
Acceso a medios digitales: Sí

Segundo Buyer

Camilo (50 años) - Familia esposa y dos hijos - empresario - bogota - estratos 5-6 - Conocimiento en la parte económica digital y de consumidor - ingresos mensuales estables - sus redes preferidas linkedin, correo-e y whatsapp- llamada telefónica. Sus hijos son un influenciador inmediato a las próximas tendencias en tecnología y consumo. Es motivado a la responsabilidad social/ consumo responsable, apoyo al emprendimiento y economía local.

Nohra - 45 años - Esposo, esposa y un hijo - Cali - Profesora en estudios doctorales de ingeniería de sistemas - estrato 6 - Conocimiento en transformación digital - ingresos mensuales estables - Redes linkedin, correo y whatsapp.

Jose (52)- Esposa y 2 hijos -Pensionado - Estrato 3 - Ingresos estables - Su red favorita es el whatsapp - llamada telefónica. Sus hijos lo motivan a realizar compras virtuales.

Edgar (58 años)- Fotógrafo - Soltero -Estrato 3-4 -conocimiento en marketing digital y aspecto personal - emprendedor -innovador -no le gusta las fiestas y el trago - le gusta estar al pendiente de la tecnología

Resumen

Rango de edad: Baby boomer
Estrato socioeconómico: 3 - 6
Nivel de estudios: Profesionales con experiencia
Conocimientos en tecnología: Sí
Acceso a medios digitales: Sí

Centennials y Millenials - Independientes y Freelance - Teletrabajos
Estudiantes - Expatriados

Baby Boomers - Profesionales - Teletrabajos - Independientes

-Grupos familiares. *B2C

- Grupos entre 2 a 5 personas
- Generalmente conformados por una cabeza de familia(Madre o Padre)
- Estrato: Todos, especialmente 3 y 4 / 5 y 6
- Estilo de vida: Teletrabajo, IT & TIC,
- MicroPYMEs, emprendedores y agricultores B2B
 - Pequeño mediano agricultor / Familias
 - Emprendedor (de 2- 4 personas trabajando)
 - Micro, pequeña y mediana empresa.
 - Generalmente de menos de 200 - 250 empleados, dependiendo del país.
 - Distribuidores existentes de alimentos de diversas zonas del país

Emprendedor Agricultor Mediano/ Pequeño

Emprendedor Urbano 1 (Gourmet/ Catering)

Emprendedor Urbano/ Semi-Urbano 2 (Productos/ Alimentos sostenibles)

Emprendedor Urbano 3 (Distribuidor Alimentos/ Productos)

Pyme/Independiente 4 (Local de Tienda Alimentos)

Pyme/Independiente 5 (Distribuidor e.j. Pollos)

- **Canales:**

- Website
- Mobile
- Redes Sociales
- Mailing

- **Relación con cliente**

- Compra por parte de los clientes-Venta por parte de las microPYMES, emprendedores y agricultores.
- Calificaciones de empresas a usuarios y viceversa.

- Confirmaciones para el cliente en cuanto a la llegada de sus productos, así como los vendedores para confirmar nuevo inventario de sus productos.

- **Actividades clave**

- Recolectar LANDING (Automatización / Mailing / Ads)
- Recolectar contenido mensual orgánico (buyer persona) - Embudo (Fases)
- Planificar Ads (Costo por adquisición)
- Generar Base de Datos (Interesados)
- Aliados clave - presentación proyecto ejecutivo uno a uno
- Realizar análisis PESTLE.
- Realizar análisis DOFA.
- Diseñar los mockups de la página web.
- Desarrollar la página web.
- Verificar el funcionamiento de la página web.
- Validar la página web con los usuarios finales.
- Realizar análisis de calidad.
- Administrar redes de distribución.

- **Recursos clave**

- Infraestructura
- Equipo
- Administrativo & Desarrollo
- Marketing Diseño
- Comercial Ventas B2B

- **Socios clave**

- Empresa de Logística de transporte Aliada
- Empresa de Growth Marketing
- Empresa de telecomunicaciones.
- Capital Semilla / Inversión e.j. MinTic/ ShareCollab.co
- MicroPymes/ Emprendedores
- Empresa de infraestructura.

- **Estructura de costos**

- Costos de configuración tecnológica.
- Costos de funcionamiento(Incluye mantenimiento).

- Planes de Datos.
- Marketing Digital / GrowthHacking (Operativo).
- Equipo de trabajo.

- **Fuentes de ingreso**

- Suscripción a plan básico, medio y premium para las microPYME.
- Pago por verificación de datos(localización, nombre, No de productos, etc) de los microPYME.
- Pago por publicidad de las microPYME.

SCAMPER

S - Sustituir : Sustituimos el enfoque tan urbano por uno mixto que conecte todo el país y Latinoamérica en pro de impulsar a los microPymes y dar facilidad y mejores precios al consumidor inicial

C - Combinar: La parte rural y urbana se podrían combinar para tener un mejor resultado mejores precios y que se impulsen entre sí todos los microPymes

A - Adaptar : Adaptar la aplicación para que pueda unir estas dos zonas de los países para ampliar la conectividad ,generar otro tipo de usuario que sea el proveedor

M - Modificar: Modificar el número diferentes de usuarios para incluir el proveedor.

P - Proponer otro uso: Otro sistema de conectividad de manera inalámbrica con el fin de garantizar que todos se puedan conectar a los que están en lugares muy alejados

E - Eliminar: Optimizar tiempo y procesos de atención relacionamiento entre Pyme- Cliente Final

R - Reordenar: Nuestra prioridad pasa a ser la conectividad rural con la urbana



KEY PARTNERS

- Empresa de Logística de transporte Aliada
- Empresa de Growth Marketing
- Empresa de telecomunicaciones.
- Capital Semilla / Inversión e.j. MinTic/ ShareCollab.co
- MicroPymes/ Emprendedores
- Empresa de infraestructura.



KEY ACTIVITIES

- Recolectar LANDING
- Recolectar contenido mensual orgánico
- Planificar Ads
- Generar Base de Datos
- Realizar análisis PESTLE.
- Realizar análisis DOFA.
- Desarrollar la página web.
- Realizar análisis de calidad



KEY RESOURCES

- Infraestructura
- Equipo
- Administrativo & Desarrollo
- Marketing Diseño
- Comercial Ventas B2B



VALUE PROPOSITIONS

CompraMe
Plataforma digital como facilitadora del proceso de distribución de pequeños y medianos empresarios hacia sus clientes.
Usuarios
-Seguridad para evitar contacto con la gente.
-Calificar la atención de los proveedores
-Adquisición de productos, en especial, los que tengan que ver con emergencias.

Para los microPYMES, emprendedores
-Aumentar la visibilidad del negocio y productos
-Recibir feedback continuo de sus clientes, dada por usar medios en tiempo real

StartUP



CUSTOMER RELATIONSHIP

Compra por parte de los clientes-Venta por parte de las microPYMES, emprendedores .
Calificaciones de empresas a usuarios.
Confirmaciones para el cliente en cuanto a la llegada de sus productos y vendedores con su



CHANNELS

- Website
- Mobile
- Redes Sociales
- Mailing



CUSTOMER SEGMENTS

Usuarios
-Millenials Centenials y Baby boomer
- Todos los estratos socioeconómicos
-Conocimientos básicos en tecnología
-Acceso a medios digitales

-Todos los microPymes que quieran emprender en diversos sectores
-Que tengan conocimiento en tecnologías
- Que estén dispuestos a asumir costos de domicilio
-Todos los estratos socioeconómicos



COST STRUCTURE

- Costos de configuración tecnológica.
- Costos de funcionamiento(Incluye mantenimiento).
- Planes de Datos.
- Marketing Digital / GrowthHacking (Operativo).
- Equipo de trabajo.



KEY RESOURCES

- Suscripción a plan básico, medio y premium para las microPYME.
- Pago por verificación de datos(localización, nombre, No de productos, etc) de los microPYME.
- Pago por publicidad de las microPYME.