

mi IDEA de solución

Desarrolla de forma explicativa tu solución



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

¿Qué desafío de COVID-19
quieres resolver?



RED HAMBRE 0

¿Como garantizar el abastecimiento de alimentos suficientes y variados en zonas rurales y semiurbanas para mantener dietas saludables en tiempo de COVID y crisis económica ?

Durante el proceso de validación y en la elaboración de los entregables al reto anterior se suma el siguiente

Como mitigar el efecto de una posible crisis económica en pequeños productores de Alimentos?

02



SOLUCIÓN

¿Cuál es tu solución?

RED HAMBRE 0

La solución planteada es la creación de una red cercana de productores campesinos que tienen como objetivo proveer alimento a domicilio a una comunidad desarrollada también por nosotros, estas comunidades se encuentran en municipios pequeños cercanos a los productores y serán conformadas por familias de bajos ingresos.

Para lograr lo anterior implementaremos tecnologías y procedimientos apropiados a las condiciones de conectividad de los territorios rurales apartados, para el caso de la red de campesinos serán redes físicas donde un líder comunitario recolectara la información de productos disponibles y los comunicara a la red de consumidores, que para iniciar estarán organizados en grupo de whats app y en grupos de redes sociales.



03

MERCADO

¿Cuál es el mercado?

Segmentos de clientes y beneficiarios

Este modelo tiene 1 segmento de clientes y 1 segmento de beneficiarios

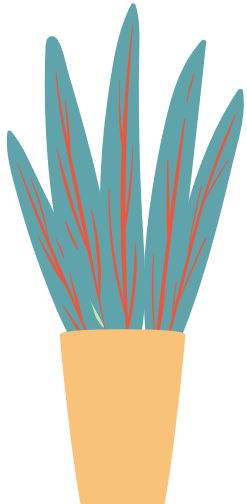
Beneficiarios: Pequeños productores campesinos de zonas rurales de difícil conectividad, muy especializados, es decir que no tienen variedad en sus cultivos, y que por lo tanto tienen un alto riesgo de seguridad alimentaria y de pobreza.

Clientes: Familias de bajo poder adquisitivo de municipios cercanos a la red de productores campesinos, que aun adquieren sus frutas, verduras y legumbres en galerías o plazas. Este segmento de clientes es el que mas estaría en dificultades para conseguir alimentos en caso de una crisis económica.

04

GENERACIÓN DE VALOR

¿Cuál es el modelo de
generación de valor en
contexto COVID-19?



Modelo de generacion de valor

1. Como ya se ha mencionado la gran problemática de los campesinos es que le apuestan a un solo tipo o variedad de cultivo, lo que hace que el riesgo derivado de las variaciones de los precios por las dinámicas del mercado sea muy alto, es por esto que gran parte de las cosechas se pierden por que los ingresos no dan para cubrir los costos. Al unir a los campesinos en la red y vender directamente a una comunidad identificada de consumidores, minimizamos el riesgo de los precios ya que el producto no se vende solo, se vende en combo con los productos de los otros campesinos por lo que por lo menos va a garantizar que va a poder vender parte de la producto a buen precio.
2. Para la comunidad de consumidores logramos identificar con las validaciones que al no existir intermediarios y al minimizar los costos de transporte se pueden comprar los productos mas económicos y con menos manipulaciones de personas, además al garantizar que se entregan los domicilios en la puerta de la casa, sienten que se exponen menos a ser infectados por Covid y que llegan sus alimentos mas limpios.
3. Por otro lado red de productores en caso de una crisis económica se están preparando para hacer trueques de alimentos ha cambio de servicios u otros productos como ropa, medicinas entre otros

05

IMPACTO

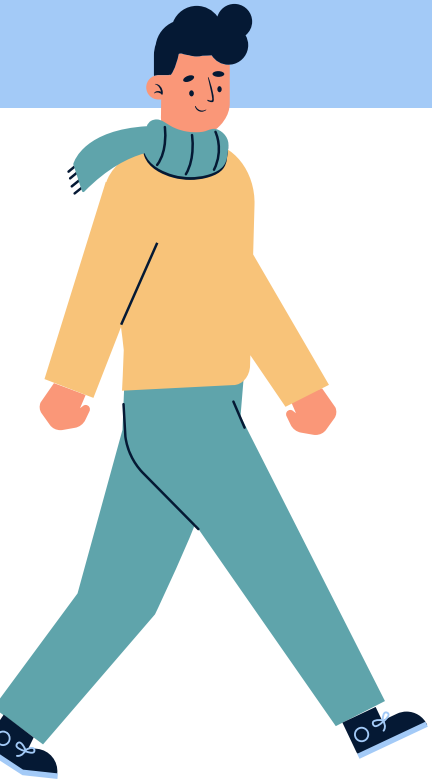
¿Cuál es el impacto medible que genera mi emprendimiento (beneficios)?



METRICAS

- % DE AUMENTO DE LOS INGRESOS DE LOS CAMPESINOS
- # DE PRODUCTOS NUEVOS OFRECIDOS
- # DE PERSONAS PARTICIPES DE LA COMUNIDAD DE CONSUMO
- # VOLUMEN DE VENTAS DE PRODUCTOS
- # DE TRUEQUES ENTRE LA RED

06



EQUIPO

¿Quién está detrás del
proyecto?



Equipo

José David Gaviria Ing Agronomo, joven productor de alimentos

Alejandro Martinez, Contador Publico, emprendedor social

Nazly Catalina Ortiz, Administradora de Empresas, emprendedora social

Paola Aristizabal, Experta en Marketing digital y digitalización de organizaciones

Mara Salcedo, Joven productora de alimentos

Silfredo Fuentes, Administrador de Empresas, Productor de Alimentos

Andrey Saveedra, Joven campesino desarrollador de contenido virtual

Yehison Rivera, Técnico en producción de alimentos.

07

CAPACIDADES

¿Hay capacidad del equipo para desarrollar la solución?



Capacidades

Contamos con casi todas las capacidades para el desarrollo del proyecto, hay amplio conocimiento en producción de alimentos en distintas partes de Colombia, por otro lado también contamos con Skills en temas de finanzas, procesos de construcción y administración de organizaciones además de Marketing digital.

Nos haría falta la capacidad de análisis de datos y de base de datos que nos permita aprovechar muchos más la información que vamos a recibir.

08

ALIADOS

¿Quiénes son mis aliados?



ALIADOS

FUNDACION PLANETA RURAL

ASOCIACION AGRICOLA DE FAMILIAS DE NECOCLI ANTIOQUIA

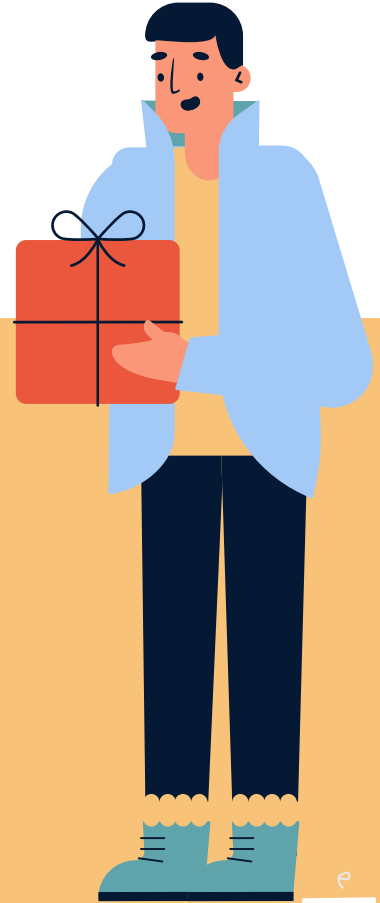
ASOEMMANUEL EN LOS MONTES DE MARIA

ASOCIACION DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE PLATANO DE MOÑITOS CORDOBA

09

VALOR DIFERENCIAL

¿Cuál es tu valor diferencial,
que te destaca de las demás
soluciones.



Valor diferencial

- Conocemos de primera mano las dinamicas de produccion de los campesinos.
- Estamos desarrollando un modelo mixto entre lo analogico y tradicional con herramientas digitales que se pueden usar en el campo
- Tenemos un equipo completo y comprometido
- La validacion nos mostro que si es posible vender de esta manera, no mas en un corto tiempo donde se expuso la propuesta de valor a 15 personas 4 adquirieron los combos.
- No somos un equipo proponiendo una solucion a una comunidad, vinculamos y hacemos parte de la solucion a la misma comunidad.

GRACIAS!

Información de contacto del proyecto!

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

