

01 – Propuesta de Valor – Supermercado Rodante

Equipo 419

Supermercado Rodante para el abastecimiento de despensa básica desde centros de distribución central en las ciudades con mayor densidad de población. Esto a través medios de transporte como autobuses que pertenecen a las entidades de Transporte Público de cada ciudad, que no están siendo utilizados al 100% de la capacidad dado a que la circulación de la ciudadanía está limitada debido a la cuarentena, así los vehículos que no son utilizados pueden dar servicio para que las personas no tengan que salir de casa por necesidad. El centro de distribución central será alimentado especialmente por producción local, el recurso humano son los mismos choferes que manejaban las unidades, solo que ahora en vez de transportar personas, transportan alimentos. Parte de los recursos generados por Supermercado Rodante serán destinados para la despensa de los menos favorecidos.

02 – Segmento de clientes

¿Cuáles son las características de los consumidores/clientes? (Edad, género, ingresos, educación, profesión, residencia)
Hombres y mujeres mayores de edad, con poder adquisitivo, que ante las medidas para mitigar los efectos de la pandemia desean tener una mayor cercanía con sus lugares de abastecimiento, con residencia en cualquier país de LATAM.

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

Compran hombres y mujeres mayores de edad, con poder adquisitivo, usan sus familias y ellos mismos. Deciden ellos mismos también.

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

- Si, familias y personas que viven solos. Así como restaurantes locales que no han cesado sus actividades.

03 – Canales

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

Se utilizarán los vehículos de transporte público como forma de visibilizar los productos y por medio de un altavoz se podrá comunicar a la comunidad sobre su función y los productos encontrados. Se espera poder realizar además una campaña en redes sociales para que la gente conozca sobre el servicio.

¿Son estos los medios usuales en el sector?

En algunos sectores de Colombia estos medios de compra son muy conocidos por las comunidades, es por esta razón que se busca replicar este método como medida de contención para un mayor accesibilidad en todos los barrios, ciudades y países.

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

La distribución será por medio de un vehículo que permita la compra directa de los productos que cada persona necesite desde la puerta de su casa.

¿Existen restricciones comerciales para ello?

Se debe tener presente que al estar hablando sobre una pandemia existen nuevas normas que rigen cada ciudad, es por esto que esta nueva estrategia debe de estar apoyada por los entes gubernamentales para favorecer la libre circulación y adaptarse a las diferentes medidas autónomas que ha tomado cada país y ciudad.

04 – Relación con clientes

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

Al basarse en una entrega rápida debido a las acciones de prevención, la relación con los clientes debe de ser concreta y amable, cumpliendo con todas la medidas de mitigación de contagio.

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

Uno de los mayores beneficios es la cercanía y el tiempo de entrega que ofrece este servicio a la hora de compra, permitirá que la persona obtenga sus productos necesarios sin tener que desplazarse de su domicilio. Esta estrategia busca darle otra forma de ingresos a los vendedores de los mercados quienes por la cuarentena y las diferentes restricciones no están vendiendo sus productos.

¿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?

Se realizará una comunicación directa e individual para la entrega de los productos enfatizando en una entrega rápida y segura.

05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

La fuente de ingreso será la venta de los productos que ofrece el Supermercado Rodante .

¿Cómo nos realizarán los pagos?

Los pagos se realizarán en efectivo teniendo presente que el personal a la hora de manipular los alimentos y el dinero estará capacitado sobre las medidas de protección e higiene que garantizarán la seguridad de las personas. No se descarta la posibilidad de otros medios de pago.

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

. Una de las estrategias es que las personas puedan comprar un mercado básico que será entregado por el Supermercado Rodante a una familia de escasos recursos.

06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

- Conductores de transporte público.
- Productores de alimentos.
- Dirigentes de cada estado o ciudad.

¿Qué recursos materiales necesitas?

- Vehículos antes destinados para el transporte público.
- Sirena sonora que identifique la actividad.
- Insumos de protección.
- Combustible.

¿Qué recursos intangibles necesitas?

- Redes sociales para hacer difusión de la iniciativa.

07 – Actividades clave

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

- Alianzas con entes gubernamentales, empresas de transporte público y productores de alimentos.
- Desinfección y adaptación de vehículos de transporte público.
- Estrategias de publicidad en redes sociales.
- Capacitación del personal en las medidas obligatorias de protección e higiene que garantizarán la seguridad de las personas.
- Diseño de rutas.

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

- Generar visibilidad en cada país para la lograr llevar la estrategia a cabo.
- Realizar la logística necesaria para generar las alianzas entre los diferentes actores.
- Desarrollo de publicidad para generar el contenido en redes sociales.
- Evaluar los sectores susceptibles a la aceptación del Supermercado Rodante.
- Disminuir el número de intermediarios.

08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

- Grandes y pequeños agricultores.
- Industrias dedicadas a la producción de alimentos o productos de la canasta básica. .

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

- Empresas que prestan el servicio de transporte público..

¿Quiénes son mis aliados?

- El Estado y sus representantes como entes legisladores.

09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

- Costo de los alimentos.
- Salario de los conductores y asistentes.

¿Recursos y actividades más costosas?

- Desinfección y adaptación de los vehículos de transporte público.
- Capacitación del personal en las medidas obligatorias de protección e higiene que garantizarán la seguridad de las personas

¿Cual es el costo de nuestros canales?

- Precio corriente del combustible.
- Precio de la pauta publicitaria.

04. Postulación final

Incluir aquí la descripción final de la idea refinada por el grupo.

El Supermercado Rodante para el abastecimiento de despensa básica desde centros de distribución central en las ciudades con mayor densidad de población. Esto a través medios de transporte como autobuses que pertenecen a las entidades de Transporte Público de cada ciudad, que no están siendo utilizados al 100% de la capacidad dado a que la circulación de la ciudadanía está limitada debido a la cuarentena, así los vehículos que no son utilizados pueden dar servicio para que las personas no tengan que salir de casa por necesidad. El centro de distribución central será alimentado especialmente por producción local, el recurso humano son los mismos choferes que manejaban las unidades, solo que ahora en vez de transportar personas, transportan alimentos. Parte de los recursos generados por Supermercado Rodante serán destinados para la despensa de los menos favorecidos.

