

# 01 – Propuesta de Valor

¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

Al navegar en internet, encontramos que existen los siguientes proyectos con cierto grado de similitud:

Nombre	Pais	Características
pescadofresco.com	Colombia	Ofrece pescado fresco al por mayor a hoteles y cadenas de restaurantes La plataforma aún no existe
LaPescaderia.cr	Costa Rica	Local de pescaderia con app móvil para entrega a domicilio. No está disponible al momento
YORSO	Desconocido	Plataforma digital para vender al por mayor Existe yorso.com
tupescaderia.es	España	Entrega de pescado a domicilio a consumidor final.

# 01 – Propuesta de Valor

Si bien en internet encontramos proyectos de pescaderías en línea, concluimos que ninguno es igual o muy parecido con la solución propuesta por nuestro equipo. En las propuestas encontradas sólo una atiende al consumidor final porque el resto son mayoristas y sólo dos están funcionando porque las demás no tienen aún la plataforma lista o no está disponible. Encontramos que las otras propuestas se basan en vender cantidades mínimas que son elevadas, su segmento de clientes está orientado a hoteles, restaurantes o supermercados; y todas las plataformas, incluyendo la que ofrece productos al consumidor final, no poseen funcionalidades dinámicas ni interactivas, no ofrecen el posicionamiento de una marca atractiva e innovadora, incluso la forma en que muestran el producto es básica, el usuario al navegar no encuentra información a detalle del producto. En esas propuestas sólo se ofrece un producto que llega a domicilio, pero no hay experiencia de usuario o cliente y tampoco consideraciones sobre el COVID-19 ni impacto social sobre alguna comunidad o problema a resolver.

# 01 – Propuesta de Valor

Entonces, nos diferenciamos por lo siguiente:

Productos frescos, saludables y bien conservados	Con nuestros congeladores y envases isotérmicos mantenemos la cadena de frío para que el producto se mantenga fresco y empleamos todas las medidas de higiene y prevención necesarias frente al COVID-19
Estilo y dinamismo	<p>Los productos se empacan al vacío con nuestra marca FISHER. El empaque es ecológico y tiene formas de animales marinos.</p> <p>Los productos se presentan como videos súper cool por cada productos, donde el cliente puede apreciar y visualizar textura y colores. No son fotos simples.</p>
Consciencia social	<p>El producto pesquero llega al hogar de los consumidores gracias al sector de la Acuicultura de Recursos Limitados (AREL). Con este término, la FAO reconoce “la actividad que se practica sobre la base de autoempleo; sea de forma exclusiva o complementaria, en condiciones de carencia de uno o más recursos que impiden su auto-sostenibilidad productiva y la cobertura de la canasta básica familiar en la región que se desarrolle”.</p> <p>Consumidores conocen sus historias de vida y superación. Sabrán que con cada compra están ayudando a que ellos aumenten y sostengan sus ingresos familiares con un precio justo que pagas por el producto.</p> <p>Además, nuestros conductores que llevan el producto al hogar son personas que tienen autos, pero necesitan dinero extra para mantener sus ingresos. A ellos les pagamos por cada entrega que realicen.</p>

# 01 – Propuesta de Valor

<p>No necesitas ser experto en la cocina y cuidamos la salud de forma atractiva, dinámica y con fácil acceso.</p>	<p>¡Cocinar no tiene por qué ser complicado! Con nosotros encuentran orientación paso a paso para elaborar diferentes platos con un mismo producto pesquero o diferentes de ellos. Nuestras recetas están basadas en dietas saludables y brindamos tips para los detalles importantes a la hora de cocinar y mantener una dieta saludable.</p> <p>Nuestras recetas están puestas a disposición de forma escrita y otras en video-tutoriales realizados de forma casera por chef voluntarios que quieren aportar su granito de arena a nuestra comunidad.</p>
<p>Se integran a la comunidad FISHER con promociones y beneficios exclusivos</p>	<p>El cliente puede calificar las características del producto como frescura, textura, olor, etc.; y compartir tips y sugerencias a la hora de cocinar y acompañar cada producto.</p> <p>Si lo desea, se puede suscribir de forma mensual para ser el primero en recibir periódicamente los productos más frescos y deliciosos en su hogar. Accede a promociones y novedades exclusivas.</p>
<p>Puede rastrear su producto</p>	<p>Una vez que efectúa el pago de su pedido, el cliente podrá saber por dónde va, desde que sale de nuestras oficinas hasta llegar a tu hogar.</p>
<p>Nuestra atención es personalizada, recibe soporte, y puede evaluarnos y recomendar mejoras.</p>	<p>Si tiene alguna duda durante el proceso de compra, puede consultar lo que desee en el chat activo dentro de la plataforma.</p> <p>Cuando el producto llega al cliente nos interesa saber si todo estuvo bien con el pedido. Le solucionamos cualquier inconveniente que tengas con la entrega, producto o pago.</p> <p>¡Puede evaluar casi todo lo que hacemos! Calificar la entrega, el servicio y producto. Nos deja recomendaciones para mejorar cualquier aspecto importante para el cliente.</p>

## 02 – Segmento de clientes

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

Nuestra propuesta de valor nace justamente en medio de la crisis provocada por el brote de COVID-19. Estamos resolviendo el problema de pescadores ribereños que vivían de la pesca diaria y cuyos ingresos en la situación antes del COVID-19 eran muy bajos, así que actualmente su situación está empeorado por el virus debido a que podrían pescar pero no cuentan con restaurantes ni hoteles ni lugares a los cuales acudir a vender sus productos. En esta situación, las grandes cadenas pesqueras tiene mayores ventajas para hacer llegar sus productos a otras grandes cadenas que comercializan en supermercados debido a su gran liquidez y recursos, no así sucede con pescadores de menor escala o artesanales o conocidos como Acuicultores de Recursos Limitados (AREL) por la FAO.

Al ser una plataforma digital de comercio, podemos seguir funcionando ya que los gobiernos han asegurado el normal funcionamiento de los negocios digitales y entregas a domicilio, lo cual es conveniente en esta situación.

Luego, los consumidores finales o clientes que usan la plataforma para adquirir los productos pesqueros no necesitan salir de casa, porque el producto llega a la comodidad de su hogar tomando en cuenta las medidas de prevención. Pueden pagar con tarjeta de crédito, débito o paypal. Incluso, si los usuarios quieren comprar productos para enviar a sus familiares en una ubicación distinta a la suya, pueden hacerlo. Esto, para ayudar a familiares que están lejos, quizás adultos mayores que no deben salir de casa.

Los colaboradores que hacen trabajo de oficina realizan teletrabajo y nos quedamos en planta con la mínima y necesaria cantidad de empaques para trabajar. A los trabajadores de planta al ingresar se les toma la temperatura y usan implementos de desinfección y protección como alcohol gel, mascarillas y guantes. Proporcionamos alternativas de transporte a nuestros colaboradores para que eviten usar transporte público. Se habilitan espacios de trabajo para minimizar el contacto y tomar las debidas distancias.

Los transportistas desinfectan los camiones y cumplen con las medidas de protección al igual que todos los conductores que llevan el producto a tu hogar. No entregan el producto en la mano sino que lo dejan en el suelo afuera de tu puerta o en la recepción de tu condominio, evitando el contacto directo contigo. En este caso, no es necesario que firmes documentos de recibo.

## 02 – Segmento de clientes

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

Somos un emprendimiento digital creado en medio de la crisis ocasionada por el brote del COVID-19. Queremos ayudar a que pequeños pescadores, conocidos como Acuicultores de Recursos Limitados (ARIEL) por la FAO, no sean afectados por la crisis, eleven su nivel ingresos, mejoren su autoestima y calidad de vida al convertirse en socios proveedores de FISHER, una plataforma que ofrece productos pesqueros a consumidores finales eliminando barreras e intermediarios y promoviendo prácticas sostenibles, conciencia e impacto social y ambiental, precios justos, buena salud; y, gran experiencia de usuario. Además, ayudamos a personas con bicicleta, auto o moto a generar ingresos extras al realizar las entregas a domicilio.

## 02 – Segmento de clientes

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

Será un valor socioeconómico ya que ayudará a mejorar las condiciones de vida tanto sociales como financieras de los pescadores que actualmente tiene dificultades para vender sus productos. Se solventara económicamente a personas con medios de transporte que tengan contratos detenidos por la contingencia por el Covid 19 y también se podrá satisfacer la necesidad de las personas que requieran consumir productos marinos y de agua dulce frescos donde su situación actual no les permite salir a restaurantes o mercados especiales que normalmente puedan estar a su alcance.

Ayudamos a pescadores, jóvenes con auto que desean generar ingresos extras y personas que quieren consumir productos pesqueros frescos y saludables en casa

## 02 – Segmento de clientes

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

Consideramos a tres segmentos claves de clientes o beneficiarios hacia los cuales se dirige FISHER. Se detallan a continuación:

### ❑ CONSUMIDORES/CLIENTES/BENEFICIARIOS

- Adultos (25 - 45)
- Hombres y mujeres
- Ingresos de nivel medio, medio-alto y alto
- Con educación formal o técnica
- Tienen smartphones y usan plataformas tecnológicas
- Personas que gustan de marca, comodidad y cierto nivel de exclusividad.
- Nuestro consumidor se interesa mucho más por la calidad del pescado o marisco que por el precio.
- Desean consumir mariscos al menos una o dos veces por semana.
- Gustan de variedad de recetas y formas de preparación.
- Consumen mariscos y pescados considerando que favorecen su salud y vitalidad.
- Algunos o la mayoría consumen para demostrar status. Otros consumen para variar la dieta habitual.
- Factores importantes en decisión de compra: colores, textura, observación del producto, presentación, higiene, etc.



## 02 – Segmento de clientes

### ❑ PESCADORES

- Hombres que se dedican a la pesca a menor escala o artesanal para sostener a su familia. Proviene mayoritariamente del sector de la Acuicultura de Recursos Limitados (AREL)
- Obtienen sus ingresos de la pesca diaria
- Su nivel de ingresos es muy bajo
- Carecen de estudios
- Carecen de conocimientos legales y financieros.

### ❑ CONDUCTORES

- Jóvenes o adultos con auto
- Algunos tienen empleo
- Otros están desempleados
- Necesitan ingresos extras

## 02 – Segmento de clientes

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

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

# 03 – Canales

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

## I. PESCADORES (SOCIOS PROVEEDORES)

Para que se sumen la propuesta es necesario visitarlos, dialogar con ellos y proponerles que se unan como socios proveedores de FISHER. Luego, podrán contactarnos por whatsapp, plataforma digital o llamada directa para notificar que cuentan con producción y así poder retirarla. Este proceso se maneja de forma interna.

## I. CONDUCTORES (SOCIOS MENSAJEROS)

A los conductores se puede llegar de forma digital por medio de redes sociales para que se sumen como socios mensajeros de FISHER.

## I. CONSUMIDOR FINAL

Al consumidor final se llega por internet empleando medios digitales que promocionen la plataforma virtual.

¿Son estos los medios usuales en el sector?

Por lo general es la forma más sencilla y efectiva para llegar a cada uno de los involucrados, teniendo en cuenta el entorno y acceso a recursos de cada uno de ellos. Así es como mejor se llevarían a cabo las conexiones y comunicaciones.

¿Existen restricciones comerciales para ello?

## 03 – Canales

¿Existen restricciones comerciales para ello?

No, no existe ninguna restricción. Al ser una plataforma digital de comercio de alimentos podemos seguir funcionando, ya que los gobiernos han asegurado el normal funcionamiento de los negocios digitales de alimentos y entregas a domicilio, lo cual es conveniente en esta situación.

# 04 – Relación con clientes

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

- Se mantendrán canales de comunicación mediante nuestra plataforma con la que podrán comunicarse por mensajes. Además tendremos a disposición mails o mensajes y llamadas directas.
- Podrán calificar el servicio de acuerdo a la satisfacción que obtienen.
- Podemos evaluar ante la urgencia que nos encontramos utilizar whatsapp bussines mientras se desarrolla una plataforma estable para brindar el servicio.

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

- Saber que contribuye a una red local de suministro de productos que ayudan en su alimentación sana y preventiva para diferentes enfermedades.
- Saber que sus compras aportan directamente en el bienestar de las poblaciones más vulnerables que se han visto afectadas durante la crisis en sus ventas.
- Lograr adquirir productos de calidad y frescos en la comodidad del hogar sin exponerse a riesgos de enfermarse por desplazarse a lugares concurridos como mercados.

¿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?

- En principio tendremos un acercamiento automatizado con la posibilidad de tener una relación telefónica y cara a cara cuando tengamos que hacer entrega del producto.

# 05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

- Ventas a consumidor final de los productos pesqueros
- Ganancias por suscripciones para adquirir servicios premium que ofrecerá nuestra plataforma. Esto incluye envío periódico de productos pesqueros e infoproductos.

¿Cómo nos realizarán los pagos?

- Podrán ser utilizados pagos en con tarjetas de débito, crédito y paypal.
- Podríamos crear un método compatible para recibir pagos mediante códigos QR

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

- En fechas importantes como Semana Santa, donde más personas consumen pescado, existirán ofertas especiales para todos los clientes.
- La posibilidad de que el cliente se suscriba mensualmente a la plataforma le permite acceder a una entrega periódica de productos pesqueros, infoproductos y demás servicios exclusivos.
- Acumulación de puntos que podrán dar beneficios en futuras compras.
- Descuentos iniciales por recomendar el uso de la aplicación a otras personas.

# 06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

- Equipo de desarrolladores o programadores que puedan materializar la propuesta
- Pescadores
- Conductores / Transportistas

¿Qué recursos materiales necesitas?

- Los productos pesqueros (materia prima)
- Colaboradores de planta para trabajos de oficina y operativos como el empacar los productos
- Oficina en la ciudad identificada como centro de distribución de los productos
- Camión con sistema de refrigeración para transportar los productos desde las costas hasta la ciudad donde se encuentra la oficina de distribución
- Empacadora al vacío

¿Qué recursos intangibles necesitas?

- Conocimientos legales (derechos de marca, derechos de autor, patentes, permisos, etc.)
- Acuerdos con pescadores
- Infraestructura digital

# 07 – Actividades clave

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

- Invertir en recursos materiales e intangibles especificados anteriormente.
- Determinar el know-how de los procesos de congelamiento y conservación de productos pesqueros. Conocer buenas prácticas.
- Contactar a pescadores e iniciar proceso de reclutamiento.
- Iniciar campaña digital para reclutar conductores.
- Planificar lanzamiento de plataforma y marketing digital.
- Determinar ciudad de distribución y arrendar oficina en esa ciudad para que sea la sede o central.
- Realizar los videos de cada producto que serán mostrados en el menú y los productos digitales para los usuarios de la plataforma como las recetas y tips.

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

Director General

Director de Operaciones (legal, compras, adquisiciones, etc.)

Director de Comunicación y Marketing

Director de Tecnología (desarrollo de plataforma digital, etc.)



## 08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

Pescadores

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

Proveedores de internet y servidores digitales

Conductores / Transportistas

¿Quiénes son mis aliados?

Pescadores

Conductores / Transportistas

# 09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

Rubro	Utilidad / Detalles
Infraestructura digital	App Móvil Página web
Camiones con sistemas de refrigeración	Para transportar los productos pesqueros desde las costas hasta ciudad principal de comercialización.
Implemento de higiene y desinfección	Alcohol gel Cloro Guantes Mascarillas
Oficina	Ubicada en ciudad principal desde donde se comercializa y hacen las entregas del producto. Sirve como Centro de Acopio, para conservar los productos y empacarlos.
Marketing, ventas y eventos.	Lanzamiento de plataforma Promoción de plataforma