

# Observación de cliente

## 1. Tareas del cliente

- Trabajar
- Cocinar
- Ejercitarse
- Convivir amigos/familia
- Descansar



## 2. Dolores

- Se frustra por no poder salir de casa.
- No tiene a la mano alimentos frescos y saludables.
- Le agobia el espacio en el que tiene que desarrollarse.
- No puede convivir de manera usual con amigos y familiares.
- Preocupaciones y miedos le pueden impedir un adecuado descanso aumentando el estrés y afectando su salud. .



## 3. Beneficios

- Ha ganado el tiempo que antes perdía en transporte.
- Puede desarrollar actividades personales.
- Puede convivir con su familia.
- Puede mejorar su entorno.
- Adaptación a nuevas circunstancias.



# Mapa de Valor

## 4. Aliviadores de dolor

- Aprender nuevas habilidades.
- Conectarse con la naturaleza.
- Consumir alimentos frescos y saludables.
- Manejar el estrés.
- Interactuar con una comunidad.
- Tener la satisfacción de que está haciendo algo en esta situación crítica



## 5. Creadores de Beneficios

- Manejo del estrés.
- Alimentación saludable.
- Espacios y entornos armoniosos y agradables.
- Relajación para tener un mejor descanso.
- Ser parte de una comunidad.
- Manejo de residuos orgánicos



## 6. Productos & Servicios

- Tutoriales.
- Comunidades de apoyo.
- Incentivos emocionales.
- Productos cultivados



# 01 – Propuesta de Valor

¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

Además de mostrar de qué forma el cliente puede cultivar hortalizas y plantas, medicinales y aromáticas, este proyecto propone que el cliente/usuario pueda ser partícipe de una comunidad internacional que se motiva al desarrollo de esta actividad en casa, compartiendo experiencias como fotografías y comentarios. Así mismos, este proyecto incentivará el comercio con proveedores locales y entre usuarios al vender y comprar insumos y productos derivados de los cultivos.

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

Ante la emergencia mundial los usuarios deben mantenerse en cuarentena en sus respectivos domicilios, lo que puede generar o intensificar trastornos emocionales importantes. También en este contexto, diversos negocios se ven afectados económicamente.

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

En el contexto actual, en donde las personas deben permanecer en casa el mayor tiempo posible, este proyecto les motiva a mantenerse en casa, generando para sí mismos un ambiente saludable y armonioso, conteniendo los niveles de estrés e incentivando que las personas tengan la menor necesidad de salir de casa, sin descuidar su salud física y mental, al procurarse y promover la salud de los demás.

## 02 – Segmento de clientes

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

Edad: Jóvenes-adultos de 25-45 años. | Género: Cualquiera. | Ingresos: Personas con acceso a un smartphone y con posibilidades de entender cómo descargar y usar una aplicación. | Educación: Cualquiera con la posibilidad de acceder y entender instrucciones escritas. | Profesión: Cualquiera. | Residencia: Ciudades con gran densidad poblacional que viven en espacio reducidos.

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

Cualquier usuario que busca insumos para realizar su huerto. | Proveedores y comerciantes locales que buscan vender sus productos y servicios. | Usuarios que generan productos derivados de sus cultivos.

Cualquier persona en cuarentena | Personas con algún trastorno emocional. | Personas que quieren mejorar su entorno. | Personas que quieren aprender nuevas habilidades. | Personas que buscan opciones de alimentación saludable.

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

Dos:

Usuarios que participan de las actividades y la comunidad y;  
Proveedores que pueden ofrecer productos y servicios.

## 03 – Canales

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

Redes sociales y correo electrónico. | Tiendas o comercios locales de proveedores de insumos relacionados. .

¿Son estos los medios usuales en el sector?

Si.

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

Como una aplicación móvil en los diferentes sistemas operativos.

¿Existen restricciones comerciales para ello?

Parece que no.

## 04 – Relación con clientes

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

Redes sociales, comunidad de participación y de comercio local, y soporte técnico.

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

Incentiva a los usuarios a permanecer en casa durante la cuarentena mitigando sus efectos en la salud física, a través de alimentos saludables, y mental, a través de una actividad recreativa y terapéutica. | Mejorar su entorno u/o hogar. | Incentiva el comercio local mitigando los efectos económicos durante y después de la cuarentena. .

¿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 (email, redes sociales) , a través de terceros (proveedores)..

# 05 – Fuentes de ingreso

¿Cuales son nuestras fuentes de ingreso?

Características de pago como información específica de plantas que pueden desbloquearse y comisión por ventas de proveedores y usuarios.

¿Cómo nos realizarán los pagos?

A través de tarjeta y aplicaciones de pago como Paypal.

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

No en la primera etapa de desarrollo.

## 06 – Recursos clave

¿Qué personas son clave?

Desarrolladores y diseñadores de la aplicación y de soporte técnico. | Asesores especializados en el tema de cultivo y especies de plantas. | Agricultores urbanos | Proveedores locales | Administradores de las unidades residenciales.

¿Qué recursos materiales necesitas?

Financiamiento. | Equipo de cómputo.

¿Qué recursos intangibles necesitas?

Hosting y plataforma tecnológica. | Wi-Fi.



## 07 – Actividades clave

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

Desarrollo de la plataforma. | Soporte técnico. | Soporte a la comunidad. | Marketing. | Intermediario entre proveedores y usuarios. | Motivar al usuario a cumplir objetivos dentro de la app. | Reconocer el esfuerzo del usuario por el cuidado de su salud y la de su comunidad.

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

Soporte técnico. | Intermediario entre proveedores y usuarios.

## 08 – Socios clave

¿Quiénes son los proveedores clave?

Proveedores y comercios locales de insumos como macetas, tierra, herramientas de jardinería, semillas, sistema de riego, etc. También de productos derivados de la actividad como alimentos orgánicos, tratamientos de medicina alternativa, productos cosméticos naturales, etc.

Profesionales que usen estos productos en medicina alternativa, terapias y/o servicios de descanso y restauración de la salud.. En redes sociales hay información sobre iniciativas que pueden ser tenidas en cuenta.

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

Comercios locales. | Inversionistas.

¿Quiénes son mis aliados?

Comunidades que ya desarrollan actividades similares. | Aplicaciones de mensajería | Entidades de orden gubernamental local: secretarías de: Participación, Hábitat, Ambiente.

# 09 – Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

Desarrollo de la plataforma para los diferentes sistemas operativos. | Soporte técnico. | Hosting. | Impuestos. | Marketing. | Servicios financieros.

¿Recursos y actividades más costosas?

Desarrollo de la plataforma.

¿Cual es el costo de nuestros canales?