MIKUNA

AUTORES:

MARCIA LIZBETH BARRAGAN MONTAÑEZ

Carrera: Arquitectura de Interiores

LIZETH GALVEZ IMPICCIATORI

Carrera: Dirección y Diseño Publicitario

Lienzo, Tema, Problema, Reto

2 HAMBRE CERO

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

TEMA

¿Cuál es el tema de investigación que han elegido? ¿Cómo se alinea a el ODS? ¿Por que es relevante

Desperdicio masivo de alimentos de productores agricultores en el Perú

Se alinea con las ODS
- 2 Hambre Cero
- 8 Trabajo decente y crecimiento económico
- 12 Producción y consumo responsables

Porque afecta directamente a la población vulnerable (agricultores y sus familias)

PROBLEMA

Dentro del tema que han elegido, ¿Cuál es el problema? ¿Por qué es un problema? Justificar con datos/estudios/números

Sobreproducción de alimentos en productores agrícolas

La Encuesta Nacional de Hogares 2020, (Inei), muestra que los hogares dedicados a la agricultura en situación de pobreza eran el 49.3% en 2020. En 2019 eran el 43.8%. Cerca de 700 mil personas más se encuentran en pobreza agraria.

9 millones de toneladas de alimentos se pierde (2019) Fuente: Midagri el 53% de la pérdida sucede en las etapas de producción agrícola Fuente: FAO.

PRINCIPALES HALLAZGOS

¿Cuáles son los principales hallazgos de su investigación? ¿De dónde salen estos grandes hallazgos?

Los hallazgos se obtivieron en la Entrevistas a grícultores asociados e independientes.

Necesitan contactos donde puedan ofrecer sus productos

Para vender requieren obtener certificaciones, la trazabilidad de sus procesos, sus practicas agrícolas y contar con fotos y videos que certifiquen como son sus productos.

Si hay una programación de cultivos bajaría la sobreproducción

Inseguridad o incertidumbre de ampliar su mercado al extranjero por problemas burocráticos.

Para ellos el desperdicio de alimentos es algo normal

Falta de información para exportar

ARQUETIPOS

- Asociación de Agricultores
- Agricultores independientes
- Transportistas
- Exportador

¿QUÉ DICE?

Necesita contactos para vender sus productos agrícolas

Los intermediarios ganan más.

Industrialización de los procesos.

Necesita contactos que requieran trasladar productos de más de una tonelada.

COMPORTAMIENTOS

Busca oportunidades.

Utilizan el celular como herramienta de trabajo

Para comunicarse usan el whatsapp

Mantienen los procesos aprendidos

PAINS Y GAINS

Pains

Qué no los conozcan y no confíen en ellos por no tener recomendaciones y reputación

No saber como promocionarse

No dar un precio acertado justo para ambas partes.

Gains

Contar con una buena recomendación y tener una trayectoria verificable

Ser conectado rápidamente

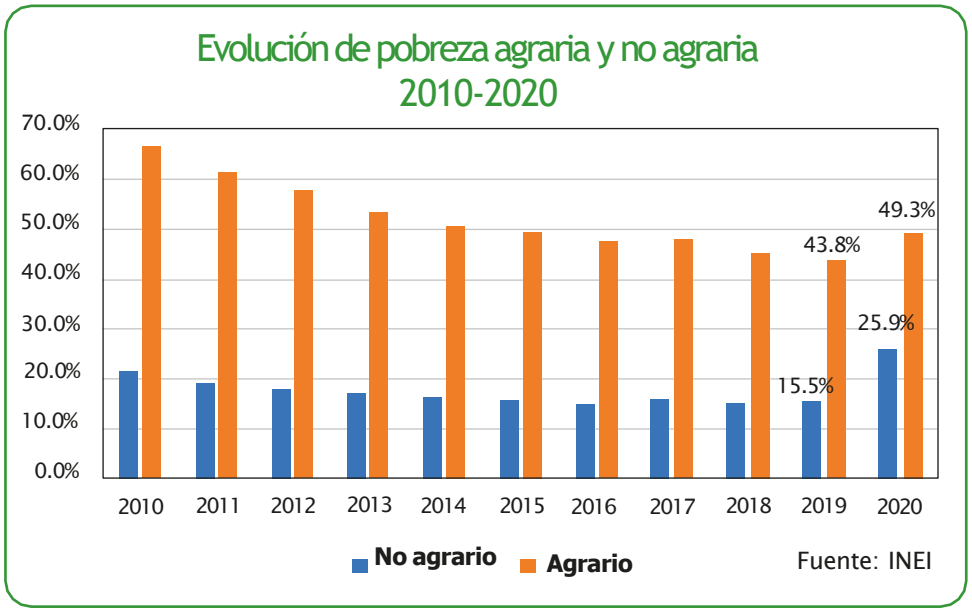
Cumplir con sus entregas al vender

RETO DE DISEÑO

¿Cómo podríamos conectar a los agricultores del Perú con clientes potenciales?

Datos sobre el problema





POSIBLES CAUSAS DIRECTAS Y FACTORES INDIRECTOS DE LA PÉRDIDA Y EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS

PRODUCCIÓN AGRÍCOLA Y COSECHA, SACRIFICIO O CAPTURA	ALMACENAMIENTO Y TRANSPORTE	ELABORACIÓN Y ENVASADO	VENTA AL POR MAYOR Y AL POR MENOR	CONSUMO: HOGARES Y SERVICIOS ALIMENTARIOS
FACTORES INDIRECTOS (la lista no es exhaustiva)				
Abandonados en el campo debido a normas de calidad o a una caída brusca de los precios	Falta de instalaciones adecuadas de almacenamiento o transporte (por ejemplo, camiones refrigerados)	Capacidad insuficiente de elaboración para la sobreabundancia productiva estacional	Variabilidad de la demanda de productos perecederos	Numerosas etiquetas en las que se indica la fecha de consumo
CAUSAS DIRECTAS (la lista no es exhaustiva)				
Prácticas y elecciones productivas y agronómas (p. ej., la elección de variedades de cultivos)	Gestión deficiente de la temperatura y la humedad	Deficiencias técnicas (tamaño inadecuado o envase dañado)	Exposición y envasado inadecuados de los productos	Confusión entre las etiquetas en las que se indica la fecha de vencimiento y de consumo
Daños causados por equipos o trabajadores	Almacenamiento prolongado (p. ej., debido a la falta de transporte)	Falta de gestión adecuada de los procesos	Eliminación de los productos con una apariencia "imperfecta"	Almacenamiento o administración inadecuados de las existencias en el hogar
Programación inadecuada de la cosecha	Mala gestión logística (manipulación inadecuada de productos)	Recortes excesivos para conseguir una determinada estética	Sobrecarga	Porciones excesivas

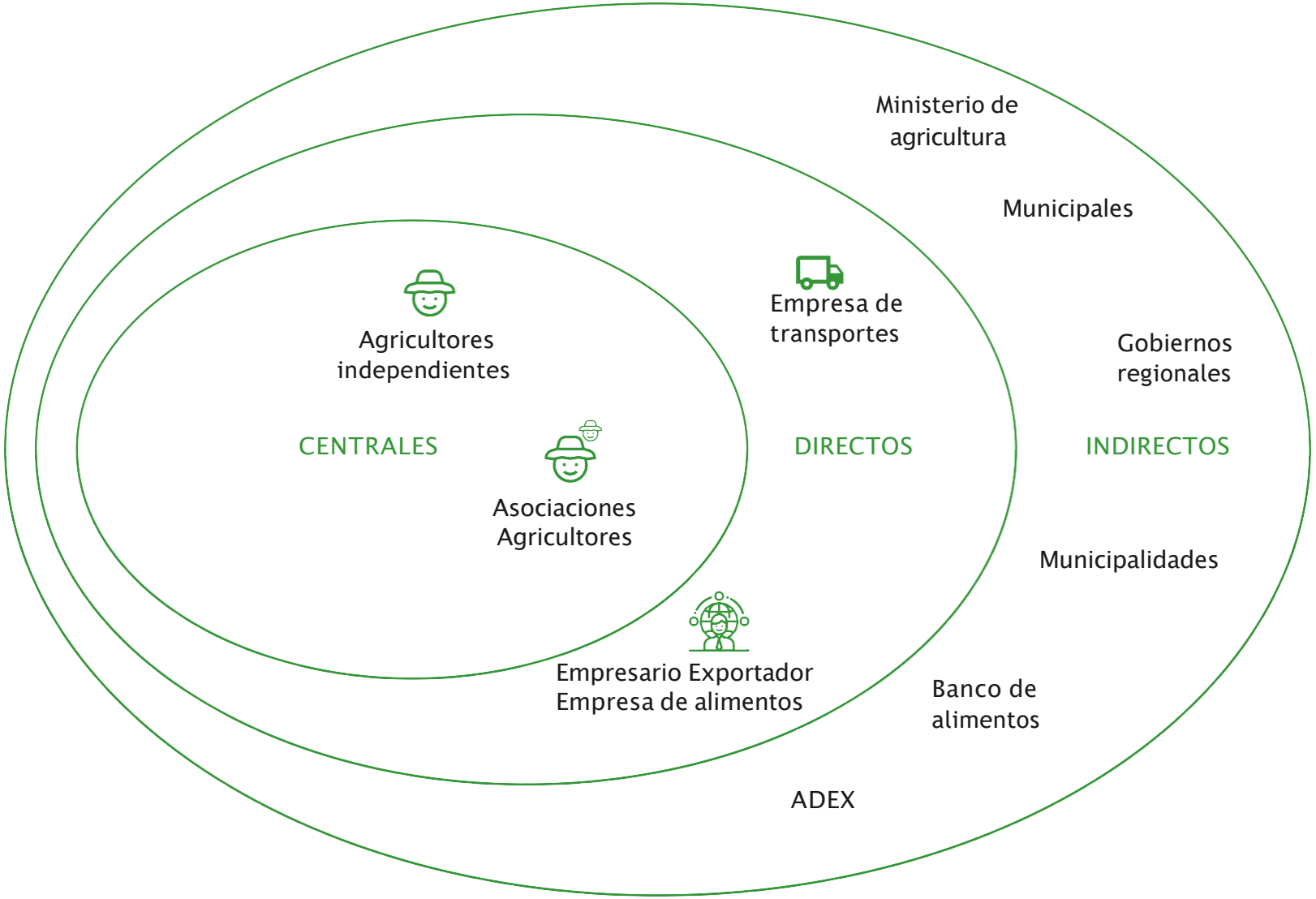
FUENTE: Elaborado por FAO, basado en Gustavsson et al. (2013).



Fuente: FAO

Mapa de actores

Realiza un mapa para entender todos los actores que nos encontramos en relación el tema y problema planteado. Observa qué relación tienen con especto al tema (central, directos o indirectos). La clave está en entender las interacciones entre los diferentes actores; ¿Cómo funcionan los flujos de información, materia o dinero? ¿Cómo depende uno del otro? ¿Cuál es su relación? El objetivo de esta herramienta es el de poder graficar las interacciones entre los actores para poder identificar a quién investigar y qué es importante aprender de estos.



Información sobre el usuarios
Arquetipo: Agriculror Asociado

Fredy Condori (36 años)
Agricultor Asociado



TIERRA PROPIA | PROCESA | ALMACÉN

Sobre Fredy

- Fredy Condori es agricultor y pertenece a una asociación de agricultores en Ayacucho.
- Tiene estudios superiores y es soltero.
- Junto con sus asociados cuentan con más de 800 hectáreas.
- Busca oportunidades para promover sus productos avena, quinua.
- El procesa sus productos.
- Cuenta con permiso de Digesa.
- Ha invertido en mejorar la presentación de sus productos.
- Los empaca a 500 g para que ingrese al mercado local.
- Cuenta con almacén.

Relación con la sobreproducción

- Guardan en los almacenes hasta 2 años en caso no puedan vender.
- Su almacén conserva muy bien sus productos.
- Procesan sus productos para poder vender su producto, empacado a 500g. (Quinua, trigo, avena).
- Reducen el desperdicio

Lo que le duele

- No tienen mercado definido para vender en Lima.
- En su zona no agarra la fruta.
- No todo lo siembra porque no hay mercado.
- No llueve solo por estaciones.

Lo que necesita

- Necesita contactos con exportadores.
- Más capacitaciones en ventas, exportación y acompañamiento en los procesos.
- Apoyo de la empresa privada.

Oportunidad

- Dar a conocer su producto en otros mercados.
- Espacios de interacción para que descubran sus productos.

Canales

- Whatsapp
- Celular

Información sobre el usuarios
Arquetipo: Agriculror Independiente

Jorge Quispe (28 años)
Agricultor Independiente



POSECIONARIO NO PROCESA ALMACÉN

Sobre Jorge

- Jorge es un agricultor por su padre intento asociarse pero se llevó una decepción.
- Tiene estudios superiores y vive con su familia.
- Cuenta con una hectárea y es de su padre, está en trámite porque actualmente es solo posesionario de las tierras.
- Cultiva para su consumo y para ahorrar.
- El año pasado vendieron muy bien, cuando necesi tan más terreno alquilan.
- Este año hubo mal clima perdieron la mitad los cultivos por la helada.
- Su tierra es muy ácida solamente próspera la papa, cebada, trigo, quinua.

Relación con la sobreproducción

- Cuenta con almacén solo guarda productos de primera, segunda de tercera para sus chanchos lo demás deja que se pudra.
- No procesa los productos.
- Cuando hay helada y quema los sembríos lo dejan hasta que se pudra.

Lo que le duele

- Los intermediarios ganan más.
- Al liberar los aranceles importar es más barato.
- Todo está en Lima los fertilizantes, las semillas.
- Fueron técnicos para ver si otras semillas de otros productos agarraba y ninguno.
- Un comerciante trajo una tecnología donde les ofrece árboles, pero el trato es que solo le vendan a él.
- Acaparan el mercado los que distribuyen.
- Solo hay apoyo de las municipalidades a un solo agricultor y no hay continuidad.

Lo que necesita

- Necesita insumos en su localidad.
- Quieren asesoramiento para mejorar su producción y que sea permanente.
- Vender a un precio justo

Oportunidad

- Conectarse con distribuidores de insumos en su localidad.
- Espacios de interacción para que ofrecer sus productos.

Canales

- Whatsapp
- Celular

Información sobre el usuarios
Arquetipo: Transportista

Manuel Chipana (38 años)
Transportista



TRANSPORTE

Sobre Manuel

- Manuel Chipana es transportista es asociado.
- Suele hacer tratos y negocios con comerciantes.
- Busca siempre estar moviendo carga para ahorrar.
- El conoce muy bien las carreteras.
- Cuenta con permiso y seguro de transporte.
- Ha invertido en mejorar su flota de camiones.
- Cuenta con un terreno donde guarda los camiones de carga.
- Tiene a su cargo conductores de carga pesada.

Relación con la sobreproducción

- Transporta alimentos de más de una tonelada.
- Su camión puede llevar como máximo 10 toneladas.
- Conoce muy bien los caminos y atajos de diferentes lugares del Perú especialmente Ayacucho y Cajamarca.

Lo que le duele

- Mantener la flota de camiones parados.
- Es difícil mantener a sus trabajadores si no tiene constantemente pedidos de traslados.
- Los caminos aveces están bloqueados.

Lo que necesita

- Estar siempre en movimiento para que los equipos no se malogren.
- Necesita contactos que requieran trasladar productos de más de una tonelada.
- Tener un camino trazado y seguridad.

Oportunidad

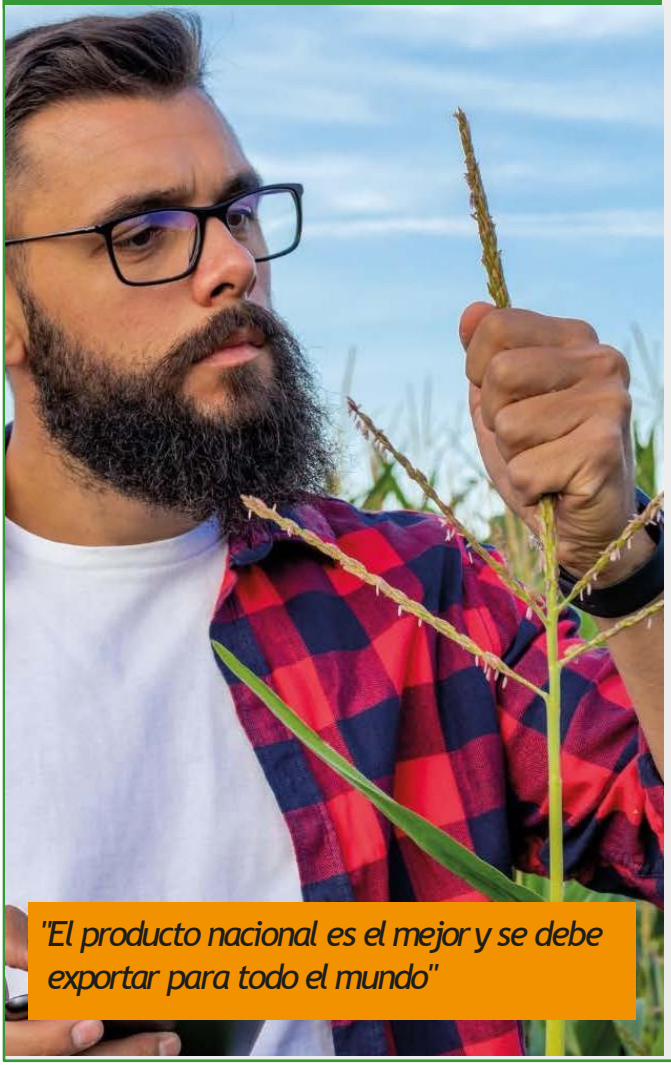
- Poder tener nuevos clientes
- Contar con una buena base de datos de contactos.
- Tener un sistema de seguimiento de cada camión.

Canales

- WhatsApp, Facebook
- Correo electrónico

Información sobre el usuarios
Arquetipo: Empresario -Exportador

Ronald Santana (45 años)
Empresario - exportador



PROMUEVE INNOVACIÓN | PROCESA | ALMACÉN

Sobre Ronald

- Ronald está asociado al Adex.
- Estudio ingeniería industrial domina dos idiomas inglés y chino
- Viste con jeans y sport elegante.
- Busca innovar para alcanzar estándares internacionales.
- Negocia el mejor precio para sus insumos de su empresa de alimentos.
- Lleva una vida optimizando ganancias.
- Se perjudica cuando no logra encontrar insumos certificados orgánicos.
- Valora y promociona mucho los productos nacionales.
- Fomenta la industria nacional.
- Es consiente de la riqueza de su país.

Relación con la sobreproducción

- Busca productores con buenas prácticas agrícolas.
- Capacita a productores que quieren mejorar sus procesos.
- No compra productos agrícolas con químicos no permitidos.
- Promueve la producción para cerrar tratos al mejor precio.

Lo que le duele

- Malas prácticas agrícolas de productores.
- El uso de químicos que perjudica los productos y no aprueban al hacer el test en laboratorio.
- Todavía no hay conciencia en certificarse en los agricultores.
- Hay pocos productores empadronados en productos orgánicos.

Lo que necesita

- Agricultores certificados.
- Productos frescos orgánicos y procesados certificados.

Oportunidad

- Contar con buenos productos orgánicos y ser competitivo frente la competencia.
- Posicionar su producto en todos los mercados internacionales posibles.

Canales

- Twitter, YouTube, Facebook
- Celular, WhatsApp, email

Mercado

Oportunidad, demanda potencial en el mercado.

En el mercado existen algunas plataformas donde brindan diversa información y no es exclusiva a la compra y venta de productos agrícolas, son como un directorio de empresas con sus productos. Sin embargo solo muestran datos de contacto sin impulsar la venta.
No incluye el servcio de transporte.
Tienen publicidad invasiva que aparece y se vuelve confuso.

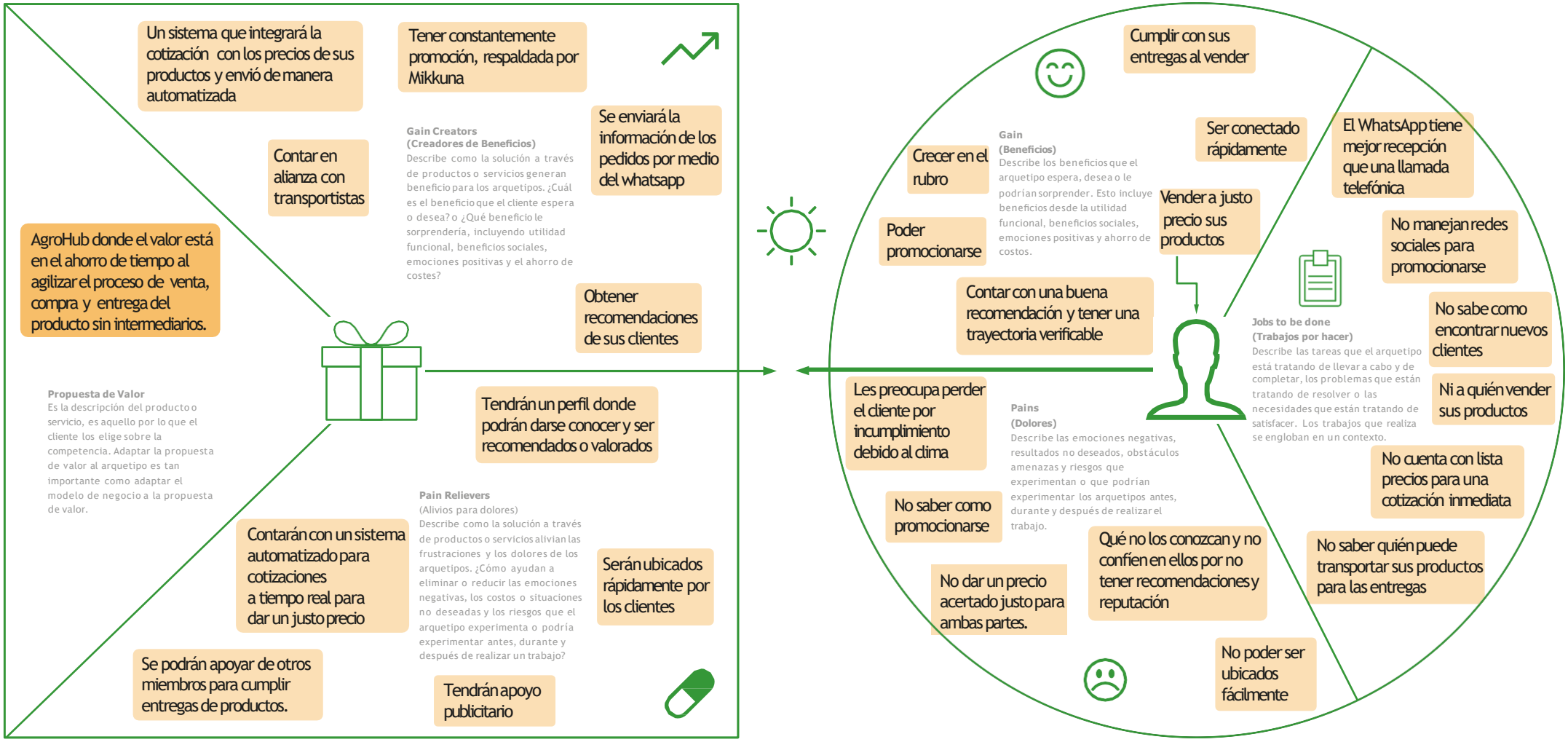




Oportunidad

- Debe ser exclusivo para impulsar la compra y venta de produtos agrícolas.
- Qué beneficie directamente al productor sin intermediarios.
- Se debe incluir el transporte en caso requiera el comprado
- Se debe promover las buenas practicas agrícolas para que el agrícultor.
- Debe ser adaptable a cualquier sistema operativo.
- Amigable en la usabilidad.

Solución
Canvas de Propuesta de Valor



Diseño de producto/servicio



Mikuna es un emprendimiento peruano, cuya finalidad es evitar los servicios de tercerización optimizando el costo y el tiempo mediante el contacto entre cliente y el productor agrícola.

Atreves de su aplicativo móvil gratuito, puedes obtener estos beneficios:

- Contactar directamente con el productor agrícola peruano sin intermediario.
- Visualiza el perfil del productor agrícola, productos que cosecha y su lugar de procedencia
- Obtén el precio por tonelada de sus productos
- Recibe la cotización de manera inmediata
- Añade a tu cotización el servicio de transporte de carga pesada si lo requieres
- Califica la venta y visualiza recomendaciones.
- Disponible para los sistemas Android, IOS.

Modelo de Negocio

LIENZO MODELO DE NEGOCIO

0. Visión Utópica: ¿Cuál es el propósito de tu modelo de negocio? ¿Para qué sirve tu proyecto?

8. Aliados clave

Adex

Ministerio de agricultura

Municipalidades

Promperu

Banco de alimentos

7. Actividades Clave

Charlas y conferencia
Campaña publicitaria
Difusión a través de redes, radio y televisión
Periódicos y revistas especializadas
Ferias

6. Recursos clave

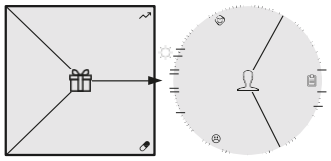
Recursos financieros

Software de diseño

Equipo de marketing y publicidad

Oficina

2. Propuesta de valor



AgroHub donde el valor está en el ahorro de tiempo al agilizar el proceso de venta, compra y entrega del producto sin intermediarios.

4. Relación con los clientes

Capacitación sobre el uso del aplicativo

Soporte

Charlas y talleres sobre buenas prácticas agrícolas

3. Canales

Aplicativo Mikuna

1. Segmento de clientes: Arquetipos

Asociaciones Agricultores

Agricultores independientes

Empresa de transportes

Empresario Exportador Empresa de alimentos

9. Presupuestos

Publicidad
Planilla

5. Fuentes de ingreso

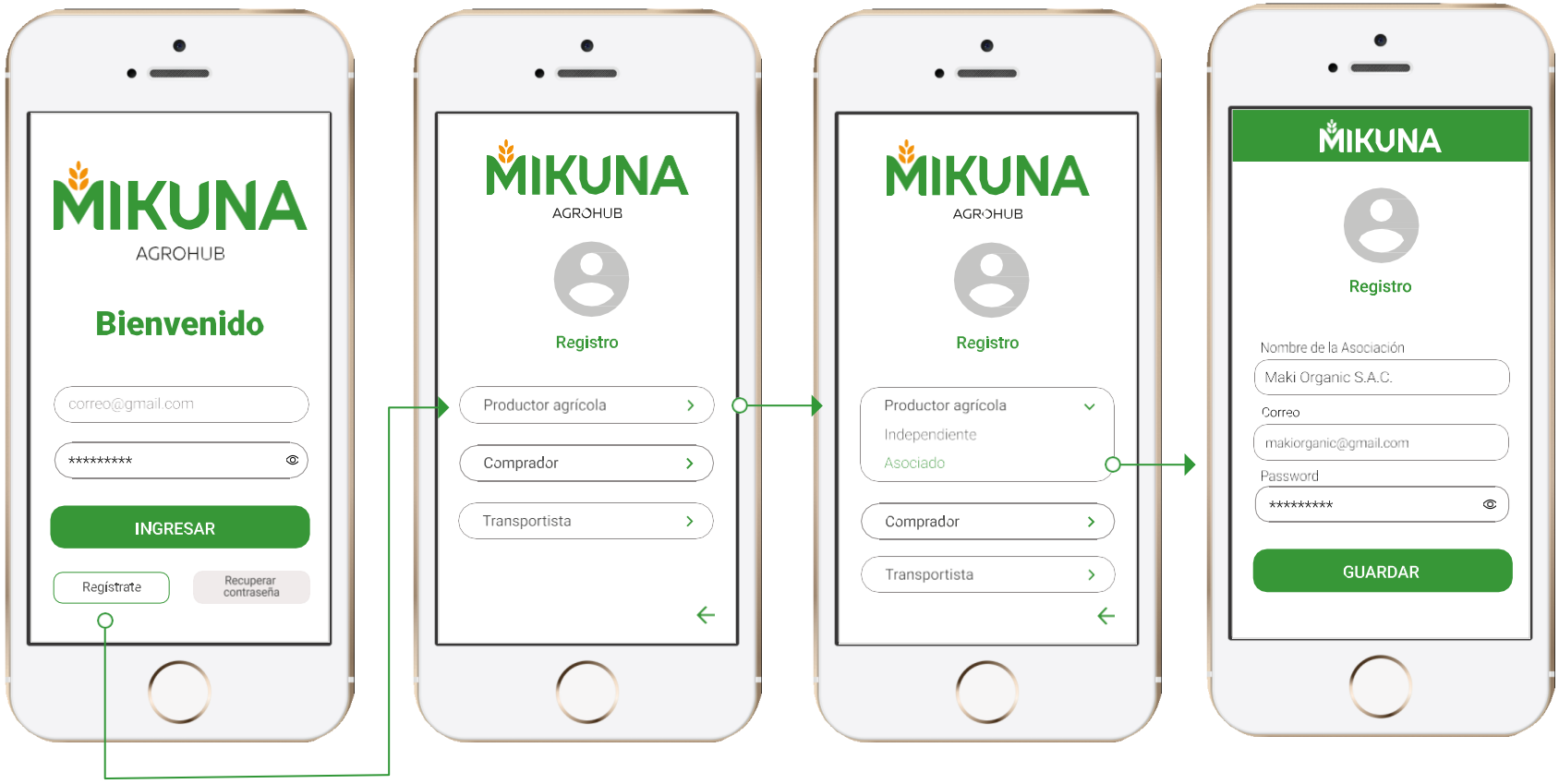
El 4% de la venta de productos y transporte
El método de pago es por transferencias bancarias y tarjeta de crédito

Prototipos y experimentos desarrollados

Prueba de usuario del aplicativo.

Registro

https://www.figma.com/proto/Ycp5OOaRgo3gVWlNN4CKZG/Mikuna-App?node-id=2%3A85&scaling=scale-down&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=2%3A85



Resultados

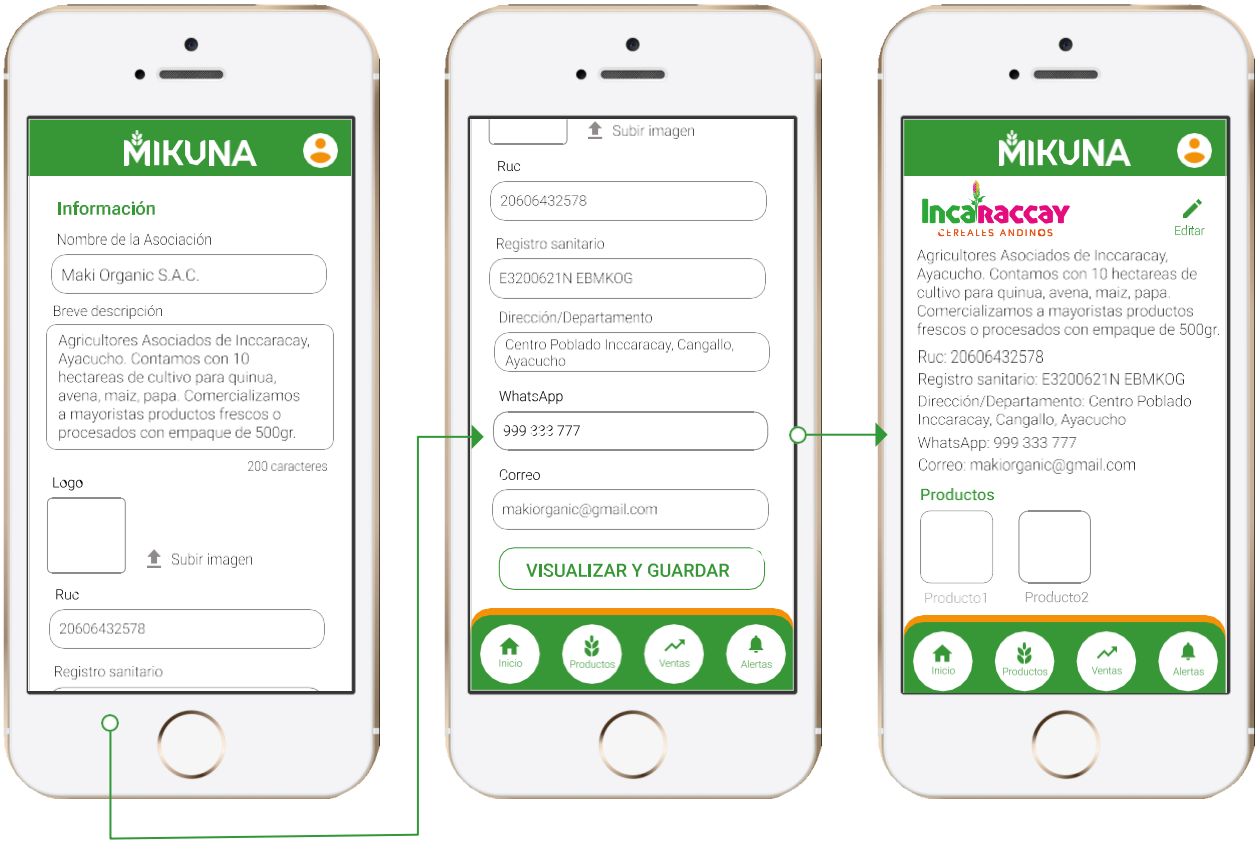
Los participantes coincidieron que es fácil de aprender al iniciar sesión y registrase..

Prototipos y experimentos desarrollados

Prueba de usuario del aplicativo.

Información perfil

https://www.figma.com/proto/Ycp5OOaRgo3gVWlNN4CKZG/Mikuna-App?node-id=2%3A85&scaling=scale-down&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=2%3A85



Resultados

Los participantes coincidieron que para el llenado se indique que es obligatorio como regitros, certificaciones.

Prototipos y experimentos desarrollados

Prueba de usuario del aplicativo.

Productos

https://www.figma.com/proto/Ycp5OOaRgo3gVWlNN4CKZG/Mikuna-App?node-id=2%3A85&scaling=scale-down&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=2%3A85



Resultados

Los participantes coincidieron que la lista con precios les parece útil.

Recomendación

Agregar una guía de uso como animado para la informació de listado de productos.

.

Prototipos y experimentos desarrollados

Prueba de usuario del aplicativo.

Ventas
Alertas

https://www.figma.com/proto/Ycp5OOaRgo3gVWlNN4CKZG/Mikuna-App?node-id=2%3A85&scaling=scale-down&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=2%3A85





Resultados

Los participantes coincidieron que en ambos casos tanto en la venta como en el envio de transportese le debe enviar un mensje al WhatsApp. Les pareció buena genial que se les notifique por whatsApp ya que suelen usarlo diariamente.

Recomendaciones

Añadir alertas de pedidos de las ventas para whatsApp.

Estimación de costos.

Costos

Ítem \ Año	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Alquiler												
Facturacion mensual	S/1.944,00	S/1.944,00	S/1.944,00	S/1.944,00	S/1.944,00	S/1.944,00	S/1.944,00	S/1.944,00	S/1.944,00	S/1.944,00	S/1.944,00	S/1.944,00
Esta incluido en el alquiler el agua, la luz Internet, mantenimiento.												
Celulares												
Facturación mensual	S/240,00	S/240,00	S/240,00	S/240,00	S/240,00	S/240,00	S/240,00	S/240,00	S/240,00	S/240,00	S/240,00	S/240,00
Gasto servicios basicos	**S/2.184,00**	**S/2.184,00**	**S/2.184,00**	**S/2.184,00**	**S/2.184,00**	**S/2.184,00**	**S/2.184,00**	**S/2.184,00**	**S/2.184,00**	**S/2.184,00**	**S/2.184,00**	**S/2.184,00**
OTROS COSTOS MENSUALES												
Software Paquete Adobe	S/68,35	S/68,35	S/68,35	S/68,35	S/68,35	S/68,35	S/68,35	S/68,35	S/68,35	S/68,35	S/68,35	S/68,35
Utiles de escritorio	S/20,00	S/20,00	S/20,00	S/20,00	S/20,00	S/20,00	S/20,00	S/20,00	S/20,00	S/20,00	S/20,00	S/20,00
Publicidad facebook	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00	S/100,00
Servicio Contador	S/500,00	S/500,00	S/500,00	S/500,00	S/500,00	S/500,00	S/500,00	S/500,00	S/500,00	S/500,00	S/500,00	S/500,00
Gasto servicios basicos	**S/688,35**	**S/688,35**	**S/688,35**	**S/688,35**	**S/688,35**	**S/688,35**	**S/688,35**	**S/688,35**	**S/688,35**	**S/688,35**	**S/688,35**	**S/688,35**

Estimación de costos.

Resultados

RESULTADOS.	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas	S/. 54.135	S/. 58.466	S/. 64.962	S/. 69.293	S/. 75.789	S/. 80.120	S/. 86.616	S/. 90.947	S/. 97.443	S/. 101.774	S/. 108.270	S/. 112.601
Costos Fijos	S/. 42.809	S/. 42.809	S/. 42.809	S/. 42.809	S/. 42.809	S/. 42.809	S/. 42.809	S/. 42.809	S/. 42.809	S/. 42.809	S/. 42.809	S/. 42.809
Costos Variables	S/. 2.632	S/. 2.632	S/. 2.632	S/. 2.632	S/. 2.632	S/. 2.632	S/. 2.632	S/. 2.632	S/. 2.632	S/. 2.632	S/. 2.632	S/. 2.632
Utilidad	**S/. 8.694**	**S/. 13.024**	**S/. 19.521**	**S/. 23.851**	**S/. 30.348**	**S/. 34.678**	**S/. 41.175**	**S/. 45.505**	**S/. 52.002**	**S/. 56.332**	**S/. 62.829**	**S/. 67.159**
Margen												

Ventas

Factor crecimiento mensual: 2%

Rubro/Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Producto 1: Papa 4% de la venta por 20 Toneladas (S/.6000)	6.000	6.480	7.200	7.680	8.400	8.880	9.600	10.080	10.800	11.280	12.000	12.480
Precio estimado de (6,000)	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240
Cantidad estimada:	25	27	30	32	35	37	40	42	45	47	50	52
Producto 2: Quinua 4% de la venta por 2Toneladas (S/.7000)	7.000	7.560	8.400	8.960	9.800	10.360	11.200	11.760	12.600	13.160	14.000	14.560
Precio estimado	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280
Cantidad estimada:	25	27	30	32	35	37	40	42	45	47	50	52
Producto 3: Quinua 4% de la venta por 10 ton (S/ 35,000)	35.000	37.800	42.000	44.800	49.000	51.800	56.000	58.800	63.000	65.800	70.000	72.800
Precio estimado	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400
Cantidad estimada:	25	27	30	32	35	37	40	42	45	47	50	52
Producto 4: transportista 4% del servicio Ayacucho-LimaS/.6,135	6.135	6.626	7.362	7.853	8.589	9.080	9.816	10.307	11.043	11.534	12.270	12.761
Comisión por transporte	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245	245
Cantidad estimada:	25	27	30	32	35	37	40	42	45	47	50	52
Producto 5: transportista 4% del servicio Cajamarca-LimaS/.7450	7.450	8.046	8.940	9.536	10.430	11.026	11.920	12.516	13.410	14.006	14.900	15.496
Comisión por transporte	298	298	298	298	298	298	298	298	298	298	298	298
Cantidad estimada:	25	27	30	32	35	37	40	42	45	47	50	52
Ingreso total	**54.135**	**58.466**	**64.962**	**69.293**	**75.789**	**80.120**	**86.616**	**90.947**	**97.443**	**101.774**	**108.270**	**112.601**

Conclusiones y recomendaciones.

Se ha cumplido satisfactoriamente el reto de innovación, ya que al obtener de los interesados una respuesta positiva sobre la propuesta de valor, considerándola una forma equitativa para ambas partes. También se confirmó que al acortar el proceso de vendedor y comprador ahorra tiempo ayudando a que sea más rápido.

Los resultados de los hallazgos de la prueba de usabilidad brindaron mejoras en el prototipo y entusiasmo en los participantes porque consideran que al contar con esta herramienta les ayuda a buscar obtener información relevante para los compradores.

Recomendaciones

Continuar con las mejoras sugeridas y continuar con las pruebas de usuario, para validar las nuevas interfaces.