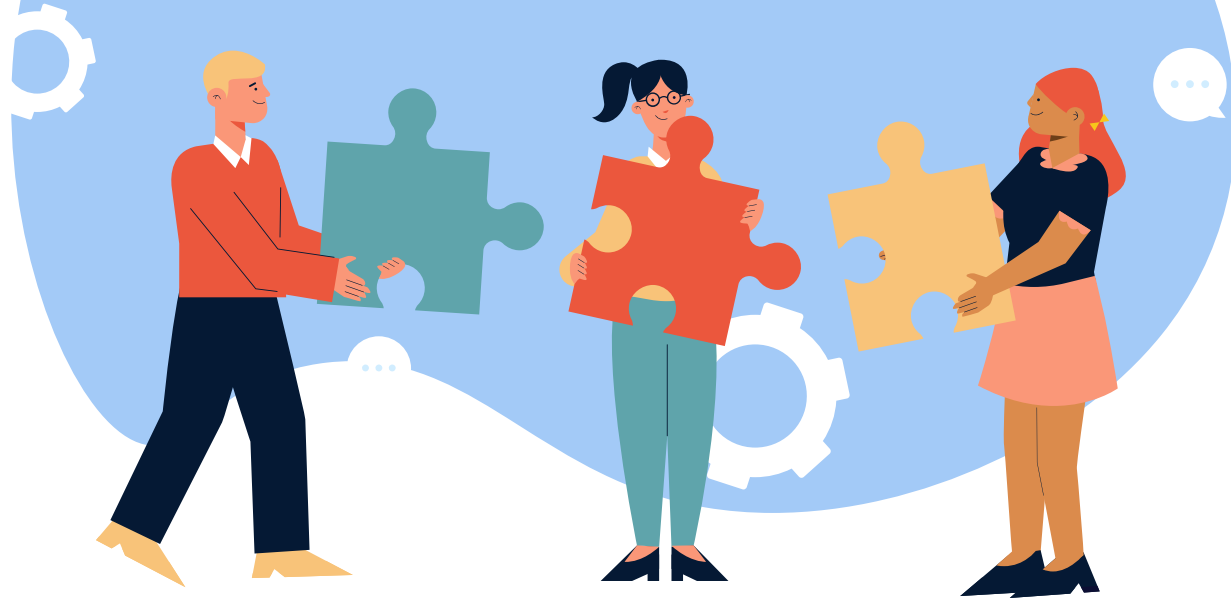


# Alimentando nuestras raíces



# 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

Llevar alimentación  
balanceada a las zonas  
rurales de latinoamérica

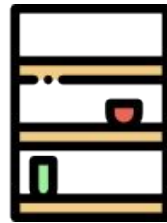


# PROBLEMA



## Desinformación e incertidumbre

Causan pánico y desabastecimiento



## Desabastecimiento en zonas rurales

Aumentan precios y demoras en reabastecimiento



## Donaciones de alimentos

Por medio de fundaciones, líderes sociales y gobiernos



## Problema para entregar ayudas

No se cuenta con la capacidad vehicular para entregar en todos los lugares

# PROBLEMA

A nivel mundial, el aislamiento social ha traído varios problemas de toda índole, incluyendo, por supuesto el desabastecimiento en los supermercados y tiendas locales, ocasionado por la incertidumbre y la desinformación de los ciudadanos y pobladores. Este problema de escasez se incrementa en las zonas rurales y de difícil acceso pues los tiempos de logística se incrementan considerablemente, ocasionando no solo el aumento de precios sino también, demoras de inclusive días en el abastecimiento de los productos necesarios para tener una alimentación balanceada en cada poblador. Para solucionar este problema, muchas organizaciones, fundaciones y gobiernos han incentivado las donaciones de alimentos para las poblaciones vulnerables y así garantizar una buena alimentación, y han tenido un gran alcance, pero no tienen los medios ni los contactos para hacer llegar estos alimentos a TODOS los rincones de los países.

# 02



# SOLUCIÓN

# SOLUCIÓN

Donaciones

Transportadore  
S



Fundaciones

Alimentando  
nuestras raíces

Campesinos

# SOLUCIÓN

Para llegar a todas las comunidades de difícil acceso, surge la idea de incentivar a las PYMES y a los pobladores para que pongan a disposición los vehículos que hacen parte de su capacidad instalada o los vehículos de carga personales para poder distribuir los alimentos de manera local, nacional o internacional, según la capacidad de los mismos.

Nuestro objetivo es ayudar a la distribución de los alimentos necesarios para tener una dieta completa a los campesinos de latinoamérica, utilizando no solo la flota de camiones estándar de cada país, sino también, la capacidad instalada que tienen algunas empresas para la distribución de su mercancía de manera local, nacional e inclusive, internacional, recordando que algunas de estas empresas tienen su flotilla de camiones, tractocamiones, camionetas, vans, aviones, etc. en un cese de actividades sobre los cuales no se está generando ninguna productividad.







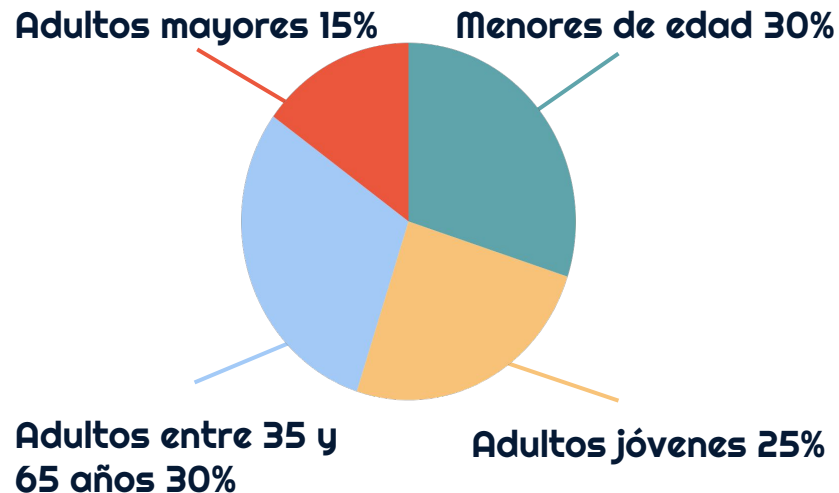
03

MERCADO

# FAMILIAS VULNERABLES DE ZONAS RURALES

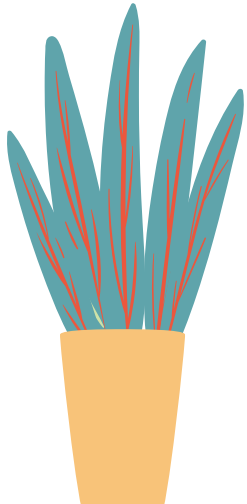
Nuestros clientes están definidos por 2 variables principales: **geolocalización e ingresos.**

En primer lugar, nuestros servicios están destinados a las familias en zonas rurales, y además, que se encuentren en situación de necesidad alimenticia, como consecuencia de la falta de ingresos.



04

# GENERACIÓN DE VALOR



# GENERACIÓN DE VALOR



1

Distribución de alimentos variados para las poblaciones rurales



2

Dar uso a la capacidad instalada de las PYMES, aprovechamiento de recursos disponibles



3

Canal de comunicación y coordinación entre los diferentes actores involucrados

# 05

# IMPACTO



# EN ZONAS RURALES:

2 de cada 3 personas están en situación económica precaria

1.2 m

Argentina



9.8 m

Colombia



4.2 m

Ecuador



14 m

Total

# PERSONAS BENEFICIARIAS:

1 de cada 3 personas en situación económica precaria

414 k

Argentina



3.2 m

Colombia



1.4 m

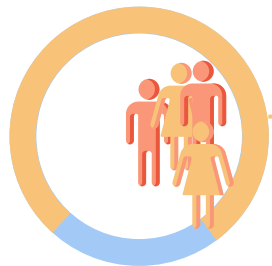
Ecuador



5 m

Total  
de  
beneficiarios

# NUESTROS BENEFICIARIOS



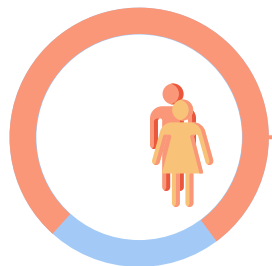
**1.2 m Familias**



**Argentina**  
103 k familias



**Ecuador**  
346 k familias



**5 m Personas**

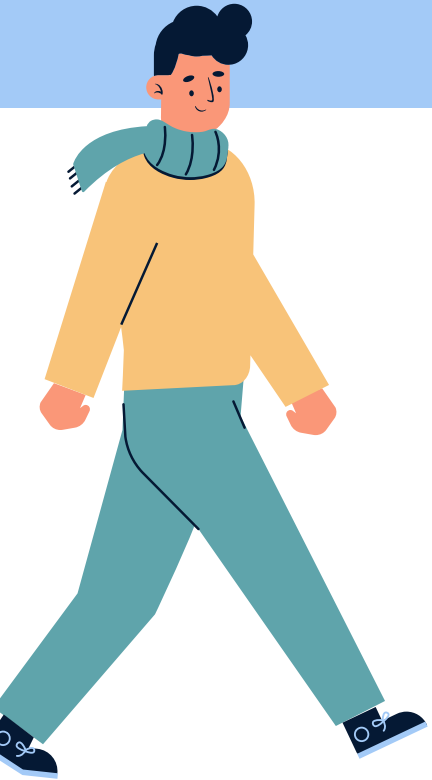


**Colombia**  
817 k familias



06

EQUIPO



# EQUIPO



**Romina Bermeo**

Ingeniería en  
Nanotecnología.



**Pamela Cazar**

Diseño de Modas.  
Ecuador



**Valentina Gabrielli**

Licenciada en Economía  
Sustentabilidad  
Argentina



**Natalia Pabón**

Estudiante de  
Ingeniería Industrial.  
Colombia



**Malory Muñoz**

**Mentor**  
Negocios  
internacionales  
Colombia



# 07

## CAPACIDADES



Contamos con un equipo multidisciplinario con experiencia en; diseño, gestión e implementación de proyectos sociales, y administración de recursos humanos y económicos.

# CAPACIDADES



## Medios de comunicación

- Website
- WhatsApp, llamadas telefónicas
- Comunicación con líderes sociales en zonas urbanas



## Desarrollo e implementación

- Diseño y desarrollo de prototipos
- Tecnología para el desarrollo del website
- Diseño de la interfaz de usuarios y de experiencia de usuario eficiente



## Control post implementación

- Control de calidad para cumplir con la propuesta de valor

# 08

## ALIADOS



# INSTITUCIONES PRIVADAS



## Entidades Bancarias

- BANCO PICHINCHA.
- BANCO DE GUAYAQUIL.
- BBVA



## Supermercados

- CORPORACIÓN LA FAVORITA.
- GRUPO ÉXITO.
- WALMART ARGENTINA.



## Empresas de Telecomunicaciones



## Desarrollo Web

# INSTITUCIONES SIN FINES DE LUCRO



- BANCO DE ALIMENTOS DE COLOMBIA.
- BANCO DE ALIMENTOS DE ARGENTINA.
- FUNDACIÓN PATRONATO SAN JOSÉ.
- CÁRITAS ARGENTINA
- FUNDACIÓN REPSOL
- FUNDACIÓN DAR UNA MANO
- FUNDACIÓN FIAMBRE
- VOLUNTARIADO.

# INSTITUCIONES PÚBLICAS



- ALCALDÍAS DE LATINOAMÉRICA.
- LÍDERES SOCIALES.
- CUERPO DE BOMBEROS.



# RECURSOS

- Donaciones
- Empresas de alimentos que contraten el servicio de distribución

## Recursos claves

- Sueldos de personas encargadas de logística y gestión
- Telefonía e internet
- Registro legal, Abogado y Contador
- Materiales sanitizantes
- Desarrollo de la página web

## Fuentes de ingreso

- Equipo de trabajo
- Recursos económicos
- Logística
- Organización

## Estructura de costos

09

# VALOR DIFERENCIAL



# VALOR DIFERENCIAL



**1**

Los transportadores pueden ser personas naturales o empresas



**2**

Utilizar todos los medios de transporte aptos y disponibles



**3**

Colaboradores y transportadores locales



**4**

Posibilidad de pago por la prestación del servicio



**5**

Transporte ida y vuelta

# GENERACIÓN DE VALOR



6

Los transportadores pueden configurar sus preferencias de cargas



7

Certificado de donación para beneficios tributarios



8

Georeferencia para distribución equitativa

# MISIÓN

Nuestra misión es que las poblaciones rurales tengan acceso a alimentación digna y balanceada sin exponerse a la pandemia actual generando un proyecto social sostenible.



# GRACIAS!

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

