

# ALIMENTOS PARA TODOS

Desarrolla de forma explicativa tu solución



# 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

¿Qué desafío de COVID-19  
quieres resolver?



# ALIMENTOS PARA TODOS...

El desabastecimiento de alimentos es una posibilidad en las ciudades principales

No se garantiza el acceso de alimentos a las comunidades rurales y de zonas semiurbanas.

En las zonas rurales se especializan en uno o dos productos y no tienen los alimentos necesarios para tener una dieta completa.

Envían su mejor producción a las ciudades para evitar el desabastecimiento y se ponen en riesgo la seguridad alimentaria de sus territorios

# 02



# SOLUCIÓN

¿Cuál es tu solución?

# ALIMENTOS PARA TODOS...

**COMUNIDADES**

```
graph LR; A((App híbrida de comunicación e interacción para el intercambio de alimentos)) -- COMUNIDADES --> B((Ofrecer alimentos diferentes en zonas en donde se manejan cultivos específicos.)); B -- TRUEQUES --> A;
```

App híbrida de comunicación e interacción para el intercambio de alimentos

Ofrecer alimentos diferentes en zonas en donde se manejan cultivos específicos.

**TRUEQUES**

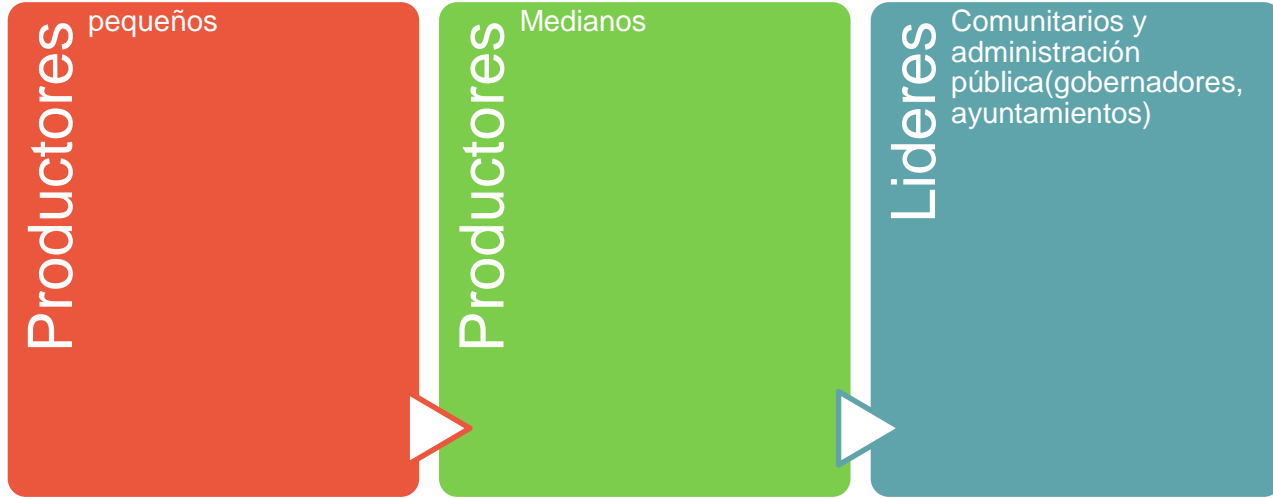


03

# MERCADO

¿Cuál es el mercado?

# Beneficiarios y clientes

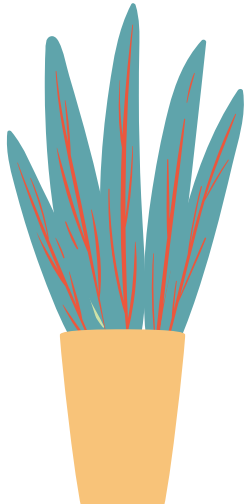




# 04

## GENERACIÓN DE VALOR

¿Cuál es el modelo de  
generación de valor en  
contexto COVID-19?



## Recursos clave

Plataforma  
Productores medianos y pequeños  
Líderes

- Intellectuales: diseño y soporte
- Intermediación con medios
- Diagnóstico de los canales de comunicación disponibles

## Actividades clave

Creación de la plataforma y soporte, pasarela de pagos.  
Marketing  
Capacitación líderes

## Estructura de costos

Equipo y diseño, desarrollo y soporte  
Equipo formador marketing

## Estructura de ingresos

Modelo por suscripción quincenal o mensual  
Para entidades gubernamentales pagan por un paquete semestral según las disposiciones del plan nacional de desarrollo.

# 05

## IMPACTO

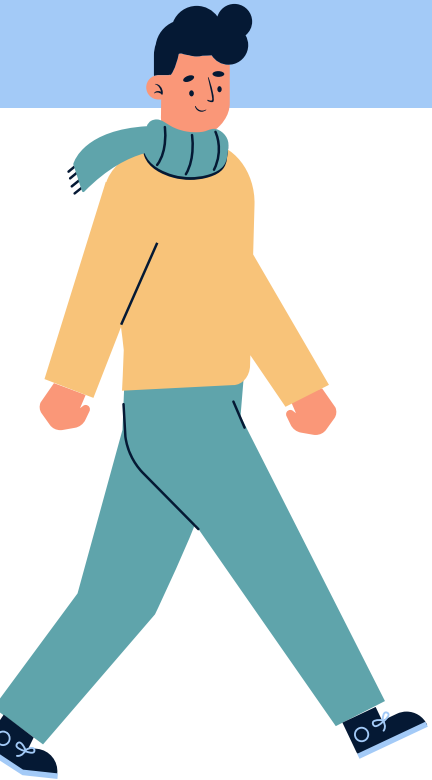
¿Cuál es el impacto medible que genera mi emprendimiento (beneficios)?



# Beneficios

- Asegurar otra fuente de abastecimiento y de ingresos
- Minimizar la exposición ante factores o situaciones de riesgo
- Adaptación a las nuevas tecnologías
- Empoderamiento de las comunidades
- Economías locales sostenibles
- Ampliar la cobertura de mercado
- Facilitar la visibilización del producto
- Crear una fuente de ingresos adicionales
- Identificar las zonas con mayor disponibilidad de alimentos

# 06

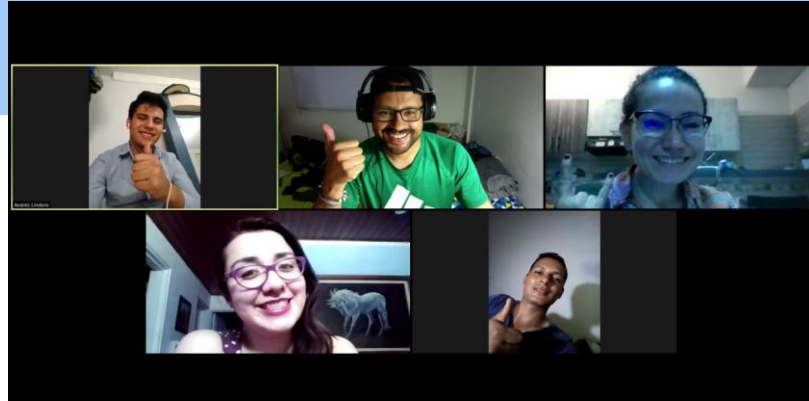


## EQUIPO

¿Quién está detrás del  
proyecto?



# Quiénes somos...



**Andrés Lindoro:** Profesional en formación de psicología y asesor de emprendimiento social

**Claudia Liliana Martinez:** Psicóloga magister en planeación para el desarrollo.

**Manuel Corredor:** Publicista, magister en administración de negocios con énfasis con procesos creativos

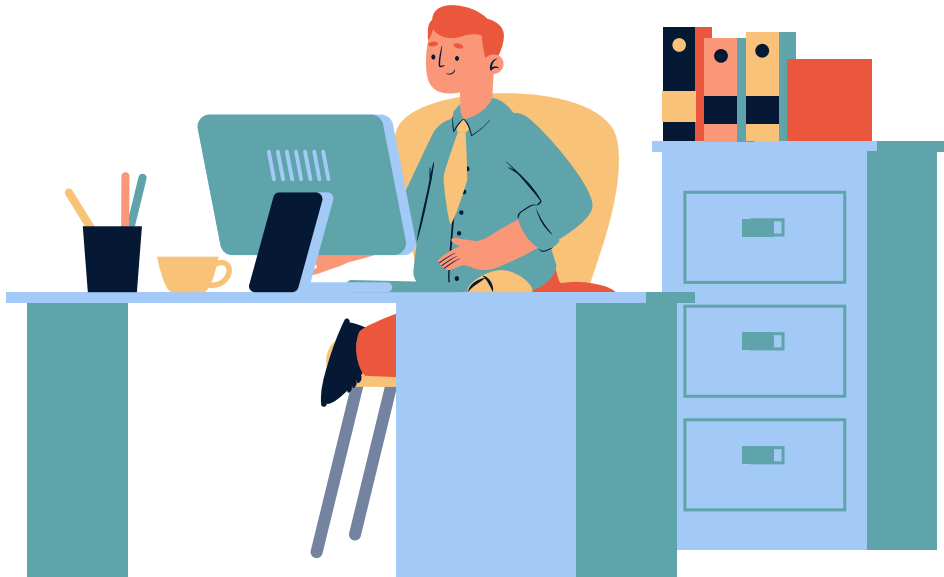
**Nathalia Cubillos:** Psicóloga especialista en desarrollo humano con énfasis en procesos afectivos y creatividad.

**Andrey Saavedra:** Técnico en sistemas. Consejal del municipio de Milán, Caquetá, youtuber, defensor de derechos humanos.

# 07

# CAPACIDADES

¿Hay capacidad del equipo para desarrollar la solución?



# Nuestras capacidades...

**Andrés Lindoro:** Perfil comercial, con experiencia en emprendimiento social y habilidades para la psicología organizacional.

**Claudia Liliana Martinez:** Perfil social, con habilidades en gestión social, relacionamiento con autoridades locales, regionales, comunidades y experiencia en capacitación a grupos.

**Manuel Corredor:** Perfil creativo, con experiencia en el desarrollo de campañas, habilidades en medios digitales y diseño de contenidos.

**Nathalia Cubillos:** Perfil socioeducativo y clínico, con capacidades para la formación en habilidades blandas a grupos de diferentes condiciones sociales.

**Andrey Saavedra:** Perfil político e influenciador social, con experiencia en el trabajo comunitario rural.



# 08

## ALIADOS

¿Quiénes son mis aliados?



# Socios clave...

- Líderes comunitarios
- Gobiernos Municipales
- Inversionistas
- ONG (Donadores)
- Pequeños y medianos productores
- Entidades financieras
- intermediarios de pago.
- Medios análogos (radio, perifoneo)
- Operadores de telecomunicaciones
- Medios digitales
- Empresas de transporte

# 09

## VALOR DIFERENCIAL

¿Cuál es tu valor diferencial,  
que te destaca de las demás  
soluciones.



# Qué nos diferencia...

Nuestro propósito tiene un **transfondo social**, buscamos contribuir socialmente al bienestar de la comunidad, **garantizando el cubrimiento de sus necesidades básicas: La alimentación y la salud**, a través del desarrollo de una **plataforma tecnológica descentralizada**, que conecta medios digitales con medios análogos para la difusión de información relacionada con la producción agrícola y la interacción con otros.

# GRACIAS!

Información de contacto del proyecto!

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

