

Karrott

La BOX de las huertas urbanas

Canvas: Propuesta de Valor

I: Propuesta de valor

Durante el confinamiento del COVID-19, papás y mamás del mundo con dos o más niños de diferentes edades se empiezan a quedar sin herramientas para ofrecer a sus hijos alternativas que permitan, reunir a la familia, ocupar el tiempo libre y al mismo tiempo desarrollar una nueva habilidad. Por esta razón nace KARROTT la BOX de las huertas urbanas. Una box que trae en su interior todo el material necesario para desarrollar su proyecto familiar de huerta vertical en casa, una huerta diseñada para adaptarse a espacios pequeños o reducidos, un proyecto que permite a los miembros de la familia compartir todos los días una actividad que involucra el saber hacer de la siembra, el tratamiento de la tierra, el manejo de semillas, la importancia de comer saludablemente y la potencialidad que tenemos como seres humanos de generar nuestra propia comida.

Cada cliente puede elegir entre dos opciones:

BOX Violette: Kit de huerta urbana, compuesto por material necesario para la construcción de huerta urbana vertical, tierra preparada con compostaje, semillas elegidas por la familia, invitación a los grupos en redes sociales para compartir los avances de cada proyecto y accesos al CLUB en el que daremos consejos en video a cada familia para la preparación y manutención de la huerta, así como recetas de comida con los diferentes productos obtenidos.

BOX Orange: Kit de huerta urbana inteligente, compuesta por el material de la Box Violette equipado con un sistema de IoT con Inteligencia artificial que a través de diferentes sensores permite monitorear el cultivo y hacer las mejores intervenciones para acelerar el proceso de germinación y crecimiento de la planta y reducir el tiempo del resultado a la mitad del tiempo.

Nuestras huertas son modulares cada cliente podrá elegir la cantidad del panel deseado adaptado al espacio disponible en cada casa.

¿En qué nos diferenciamos de otros proyectos similares?

Nos diferenciamos de dos maneras maneras: 1-A través de nuestras redes sociales, canal en youtube y sitio web enfocamos todo el aprendizaje de huerta urbana en un lenguaje familiar con contenido adaptado y diferente para cada edad del niño, de esta forma llevamos de la mano a los padres a lograr un buen resultado.

2-Nuestras huertas urbanas utilizan IA (inteligencia artificial) para acelerar el resultado y optimizar el tiempo a la mitad del tiempo habitual.

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

El COVID-19 a sacado a flote diferentes necesidades que modifican los momentos de la vida cotidiana, Karrott apunta a la necesidad latente de padres y madres que buscan incansablemente alternativas para pasar el tiempo con sus hijos de diferentes edades, con la posibilidad de otorgarles una labor diaria que les permita adquirir nuevas habilidades y conocimientos por sí mismos y de la mano de Karrott y su comunidad, mientras ellos pueden dedicarse a otras actividades como el teletrabajo, o actividades personales de esparcimiento. O bien, hacer el proyecto juntos como un proyecto familiar que involucra varias semanas de trabajo.

¿Qué valor aporta este proyecto a la sociedad?

Resignifica los momentos simples y en familia, muestra las diferentes posibilidades de generar nuestra propia alimentación saludable a bajos costos y accesible, refuerza la importancia del campo en imaginario colectivo de grandes y chicos. Aporta al aprendizaje de nuevas habilidades claves para la humanidad como la siembra y el trabajo con la tierra.

2. Segmento de clientes:

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

Padre y madres de estratos socioeconómicos medios y altos con 2 o más hijos entre los 2 y 18 años, que habiten en América Latina inicialmente. Con conocimiento intermedio o alto en uso de internet que les permita sacarle mayor provecho a todas las herramientas conexas.

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

Quien compra: Papa y mamá

Quien usa: Existen dos opciones que se adaptan a las decisiones de cada familia, Puede usarlo toda la familia como proyecto familiar o solo los hijos como proyecto destinado a ellos supervisado por sus padres.

Quien decide: En un mayor porcentaje las mamás que siempre están en la búsqueda de alternativas.

¿Existen varios grupos de consumidores/clientes?

Si, tambien puede ser comprado por personas que viven solos y estan pasando el confinamiento sin una alternativa adicional, muchos de ellos están presentando cuadros de depresión o ataques de pánico. El proyecto de la huerta urbana funciona como alternativa para este tipo de población.

3. Canales

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

A través de redes sociales, sitio web oficial de la empresa, canal de youtube periódicos y revistas locales.

¿Son estos los medios usuales en el sector?

Si

¿Cómo se va a entregar/prestar al cliente?

El cliente entra a nuestro sitio web oficial y elige entre nuestras dos opciones BOX Violette y BOX Orange con IA, describe el espacio en metros que tiene disponibles en su casa y nuestro sistema le recomienda la cantidad de módulos necesarios, finalmente le muestra una imagen que proyecta los módulos armados, de esta forma el cliente puede ver con más claridad cómo será su producto final armado en casa, después de finalizar la compra, nuestra empresa envía a su casa una o varias BOX (caja) con unas medidas máximas de 35x50cm con el kit necesario para la construcción de su huerta vertical, al interior un manual de uso y una serie de tarjetas gráficas con el link a nuestro canal de youtube, y redes sociales para compartir el proceso y preguntar a la comunidad de huerteros y a la empresa sobre temas específicos.

¿Existen restricciones comerciales para ello?

Si las semillas y la tierra proviene del mismo país en el que se comercializa la BOX no hay ningún inconveniente.

No

4. Relación con clientes

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

En nuestro sitio web uno de los datos que se solicita al comprador es su número telefónico, una vez entregada la huerta uno de nuestros asesores hará una videollamada al cliente para acompañarlo en el proceso de Unboxing y recomendarle todas las redes sociales, el canal de youtube y enseña cómo puede sacarle el máximo provecho, resaltando los valores que queremos promover con nuestra marca.

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

Tiempo en familia de manera diferente y prolongada por varios días, semanas o meses.

Espacios alternativos de formación y ocupación para sus hijos durante la pandemia.

Mayor disposición de tiempo libre para los padres durante el confinamiento.

Producción de sus propios alimentos

Comer saludablemente en una etapa posterior.

¿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: En una primera instancia el proceso de compra se realiza a través del sitio web oficial de la empresa y enviada a través de un tercero (empresa de encomiendas) hasta su casa.

Personal: en algún momento del proceso verán a alguien que pertenece a la empresa y lo ayudará en el proceso.

5. Fuentes de ingreso:

Cuáles son nuestras fuentes de ingreso?

Venta de las dos opciones de la BOX.

Ventas de semillas, repuestos de piezas, tierra compostada y productos alternativos para la huerta.

Canal de youtube

Eventos a futuro presenciales o en línea de "la fruta u hortaliza más grande"

¿Cómo nos realizarán los pagos?

A través de la pasarela de pago del sitio oficial con tarjeta de crédito, débito PAYPAL, o en efectivo a través de Westster Union o vía baloto.

¿Tendremos alguna estrategia de precios/beneficios/bonos?

Si, a las personas que adquieran productos y/o sean activas en la comunidad tendrán descuentos para productos agrícolas conexos, repuestos para su huerta o los elementos de IA que permita llevar su huerta vertical al siguiente nivel, sistema de referidos en los cuales podrás ganar puntos que redimes en semillas o descuentos para comprar en algunos establecimientos del país (futuras alianzas)

6. Recursos Claves

¿Qué personas son clave?

El equipo de trabajo multi e interdisciplinario: Ingeniero agrónomo, UX, UI, mobile developer, ml engineer, ingeniero en sistemas, nutricionista, mercadólogo, comercial.

¿Qué recursos materiales necesitas?

Módulos de huertas verticales en diferentes materiales (Tela, PVC o madera), Empaques para las diferentes BOX, banco de semillas de una gran variedad de vegetales y frutas, sustratos para cultivo, tierra, materiales de sostén, herramientas de siembra, raspberry PI y sensores.

¿Qué recursos intangibles necesitas?

Equipo desarrollo especialista y servicios cloud para montar la arquitectura.

7. Actividades Claves

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

- Construcción de los módulos de las huertas verticales
- Consecución de semillas y productos agrícolas necesarios
- Diseño y puesta en marcha de e-commerce
- Realización de contenido digital de acompañamiento.
- Composición del equipo de trabajo y ejecutor
- Formulación y elaboración de las IoT e inteligencia artificial
- Validación de segmentos de clientes
- Promoción y venta de servicios
- Alcance a los beneficiarios principales

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

- Agronomo para los análisis de las diferentes semillas segun la region del pais que aseguren un adecuado y rápido resultado

- Programador y autor de la línea tecnológica
- Diseñador de la plataforma y contenidos digitales
- Promoción de la marca
- Promoción e identificación de los segmentos beneficiarios, así como del aporte de la información alimentaria y nutricional en la aplicación.
- Selección y empaque de los módulos a enviar a cada cliente
- Envío de las BOX al cliente final

8. Socios Claves

¿Quiénes son los proveedores clave?

- Optimus Garden
- Agricultores de la región y el país
- Viveros y bancos de semillas locales
- Proveedores de productos agrícolas
- Constructores de módulos de las huertas verticales

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

- Google
- Entidades gubernamentales que promuevan el cuidado del medio ambiente y las huertas urbana.
- Colegios
- Empresas de alimentos
- Supermercados
- Universidades
- Distribuidores de semillas

¿Quiénes son mis aliados?

- Productores locales

9. Estructura de costos

¿Cuales son los costos principales?

Construcción de módulos del huerto vertical

Aprovisionamiento de semillas y tierra compostada.

Desarrollo modelos de IA, apps e IoT

Desarrollo de e-commerce

Campañas SEM

Estrategia SEO

Empaques del producto final

Insumos agrícolas conexos

¿Recursos y actividades más costosas?

Construcción de módulos del huerto vertical

Desarrollo de IA y productos IoT

Desarrollo de e-commerce

¿Cual es el costo de nuestros canales?

Marketing obtención de clientes.

Obtención del pedido.

Entrega del producto y servicio de instalación.

Control de venta.