

mi IDEA de solución

Desarrolla de forma explicativa tu solución



INDICE DE CONTENIDOS

01
DESAFÍO (E)

02
SOLUCIÓN (E)

03
MERCADO (N)

04
GENERACIÓN DE VALOR
(N)

05
IMPACTO (E)

06
EQUIPO (J)

07
CAPACIDADES (J)

08
ALIADOS (N)

09
VALOR DIFERENCIAL
(J)

01

DESAFÍO

¿Qué desafío de COVID-19
quieres resolver?



Solucionar situación de vulnerabilidad de pescadores artesanales

De acuerdo con la FAO, en América Latina los pescadores artesanales o de recursos limitados se enfrentan a varios problemas que no les permiten garantizar un nivel de ingresos y vida digna debido a

02



SOLUCIÓN

¿Cuál es tu solución?

Titulo...

Contenido...

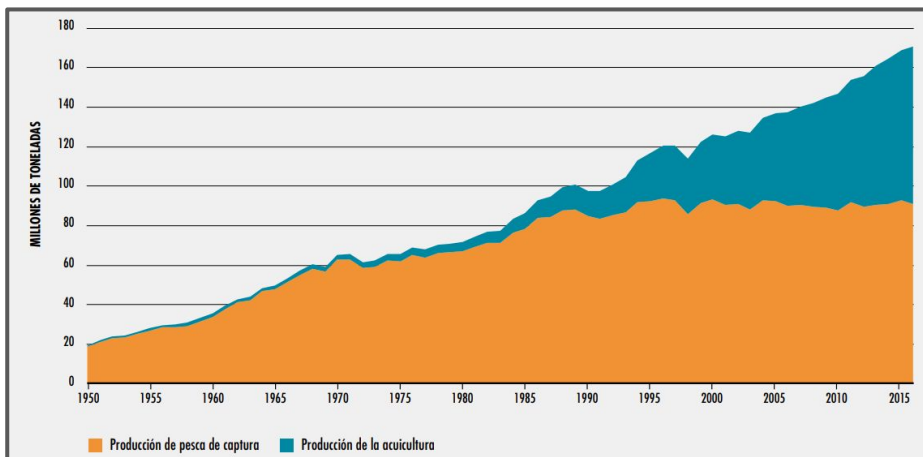


03

MERCADO

¿Cuál es el mercado?

MERCADO DE LA ACUICULTURA



PRODUCCIÓN Y UTILIZACIÓN DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA A NIVEL MUNDIAL (millones de toneladas)^a

Categoría	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Producción						
Pesca de captura						
Continental	10,7	11,2	11,2	11,3	11,4	11,6
Marina	81,5	78,4	79,4	79,9	81,2	79,3
Pesca de captura total	92,2	89,5	90,6	91,2	92,7	90,9
Acuicultura						
Continental	38,6	42,0	44,8	46,9	48,6	51,4
Marina	23,2	24,4	25,4	26,8	27,5	28,7
Total de la acuicultura	61,8	66,4	70,2	73,7	76,1	80,0
Total de la pesca y la acuicultura a nivel mundial	154,0	156,0	160,7	164,9	168,7	170,9
Utilización^b						
Consumo humano	130,0	136,4	140,1	144,8	148,4	151,2
Usos no alimentarios	24,0	19,6	20,6	20,0	20,3	19,7
Población (miles de millones) ^c	7,0	7,1	7,2	7,3	7,3	7,4
Consumo aparente per capita (kg)	18,5	19,2	19,5	19,9	20,2	20,3

^a Excluidos los mamíferos acuáticos, cocodrilos, lagartos y caimanes, las algas y otras plantas acuáticas.

^b Los datos de utilización correspondientes al periodo 2014-2016 son estimaciones provisionales.

^c Fuente de las cifras de población: Naciones Unidas. 2015e.

MERCADO OBJETIVO

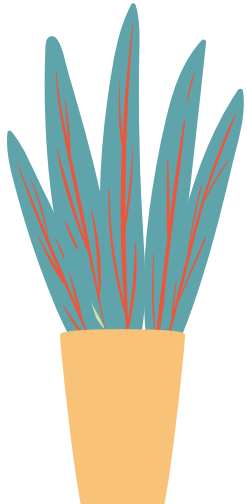
- Personas que deseen un producto de calidad.
- Desean consumir productos pesqueros en su dieta.
- Gustan de variedad de recetas y formas de preparación.
- Personas que le interesan las causas sociales.
- Personas que deseen un producto llevado a la puerta de su casa.
- Personas que gustan de marca, comodidad y cierto nivel de exclusividad.



04

GENERACIÓN DE VALOR

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



PROPUESTA DE VALOR

- Productos frescos, saludables y bien conservados.
- Consciencia social.
- Conocer la trayectoria de tu pedido desde que lo compras.
- Nuestra atención es personalizada, recibe soporte, y puede evaluarnos y recomendar mejoras.
- Puedes contar y compartir tus experiencias con otros usuarios



05

IMPACTO

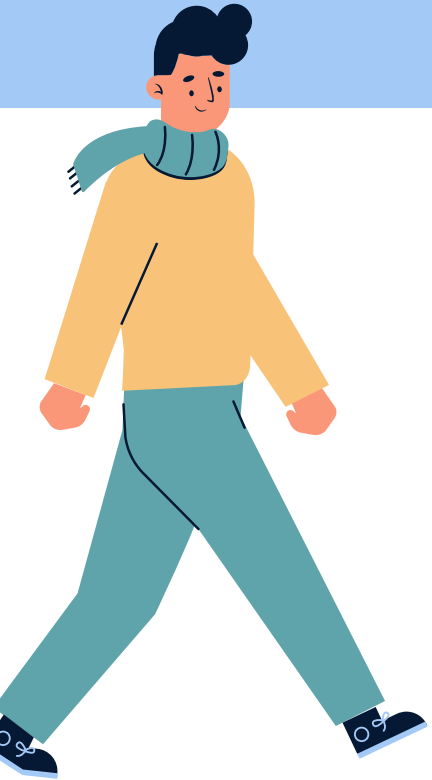
¿Cuál es el impacto medible que genera mi emprendimiento (beneficios)?



Titulo...

Contenido...

06



EQUIPO

¿Quién está detrás del
proyecto?



FISHER

Somos un equipo multidisciplinario de personas comprometidas con la buena alimentación de nuestros pueblos mediante métodos innovadores de comercio justo con pescadores artesanales.

Nicolas Restrepo - Director Técnico y de Operaciones

Elkin Velastequi - Gerente Comercial

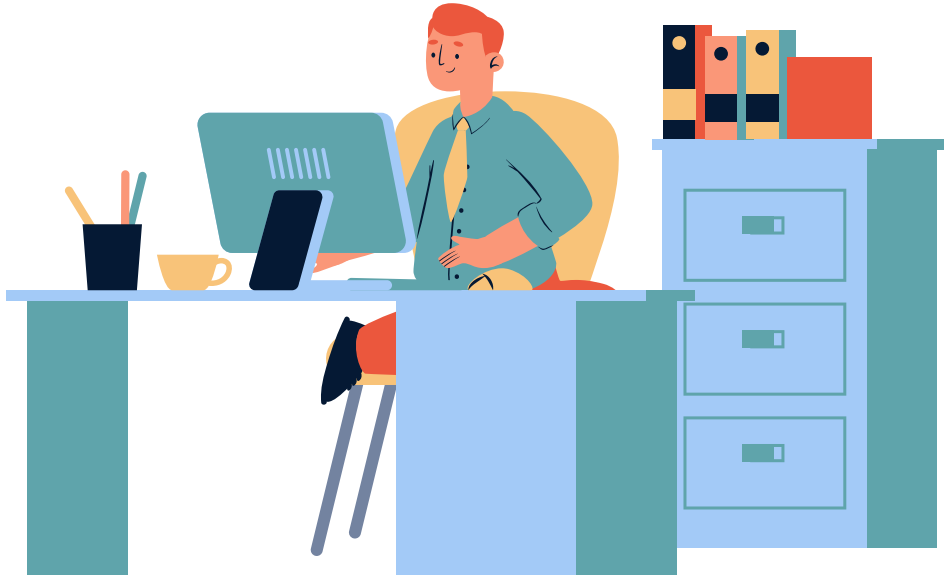
Joys Zárate - Gerencia de Alimentos y Salud

Martín Arispe - Director de Tecnología e Informática

07

CAPACIDADES

¿Hay capacidad del equipo para desarrollar la solución?



FISHER

Tenemos un equipo Multidisciplinario motivado para llevarle soluciones concretas a los sectores vulnerables ante la problemática actual.

El mejor desempeño se logra gracias al trabajo con actores sociales claves, los cuales estarán en nuestro esquema operativo.

La capacidad de dar respuesta esta garantizada mediante nuestros servicios Operativos e Informáticos

08

ALIADOS

¿Quiénes son mis aliados?



ALIADOS O SOCIOS CLAVE



ALIADOS PRINCIPALES:

- Pescadores artesanales.
- Conductores / Transportistas.

ALIADOS ESTRATEGICOS:

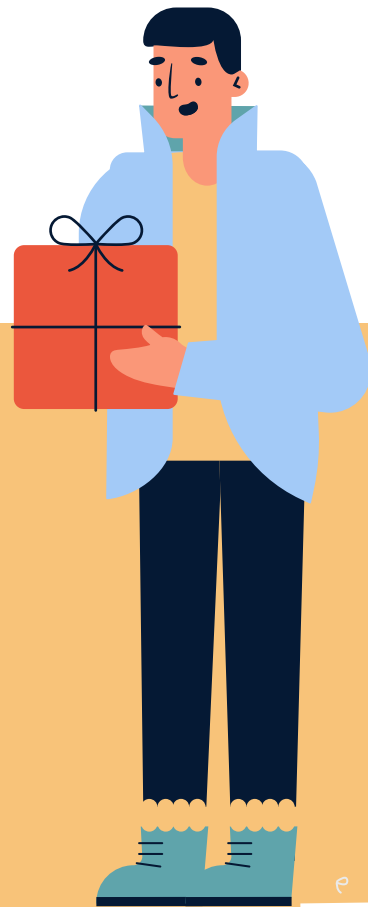
- Restaurantes.
- Asociaciones o gremios acuícolas.
- Expertos en cadena de frío.
- Entidades gubernamentales que apoyen gremios pesqueros



09

VALOR DIFERENCIAL

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



Fisher

Si bien en internet encontramos proyectos de pescaderías en línea, concluimos que ninguno es igual o muy parecido con la solución propuesta por nuestro equipo. En las propuestas encontradas sólo una atiende al consumidor final porque el resto son mayoristas y sólo dos están funcionando porque las demás no tienen aún la plataforma lista o no está disponible. Encontramos que las otras propuestas se basan en vender cantidades mínimas que son elevadas, su segmento de clientes está orientado a hoteles, restaurantes o supermercados; y todas las plataformas, incluyendo la que ofrece productos al consumidor final, no poseen funcionalidades dinámicas ni interactivas, no ofrecen el posicionamiento de una marca atractiva e innovadora, incluso la forma en que muestran el producto es básica, el usuario al navegar no encuentra información a detalle del producto. En esas propuestas sólo se ofrece un producto que llega a domicilio, pero no hay experiencia de usuario o cliente y tampoco consideraciones sobre el COVID-19 ni impacto social sobre alguna comunidad o problema a resolver.

Fisher App



Pueden ver el demo de la aplicación en el siguiente link

<https://youtu.be/-NcuxVZNnmQ>

GRACIAS!

Información de contacto del proyecto!

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

