

De Mano en Mano: estrategia para la generación de valor agregado a productos alimenticios de comunidades rurales



TEMA

Desarrollo de identidad de marca para una cooperativa de comercialización llamada "De Mano en Mano" enfocada en generar valor a los productos para garantizar un precio justo al productor primario.

OBJETIVO

Diseñar una estrategia de escalamiento para la distribución de productos de comunidades rurales del Valle del Cauca y norte del Cauca a nivel local, bajo el modelo del mercado justo para los pequeños agricultores y consumidores.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1 Diseñar una experiencia de usuario para la adquisición de productos agrícolas de las comunidades.
- 2 Generar conciencia crítica en el consumidor para adquiera los los productos agrícolas a un precio justo.
- 3 Intervenir a partir del diseño socialmente responsable entre productor y consumidor, proponiendo una alternativa de compra para adquirir alimentos.



PROBLEMÁTICA



PRODUCCIÓN sin transformación

Problema

- Canales de distribución
- Comercialización
- Atención al cliente
- Valor agregado
- Embalaje
- Desarrollo de marca
- Transporte

MERCADO no garantiza el precio



MERCADO Precio justo

REPERCUSIÓN EN INGRESOS ECONÓMICOS



USUARIAS

PRODUCTORA

Edad: 35 años
 Género: femenino
 Hijos: 3
 Núcleo familiar: 5 miembros
 Ingresos: Salario mínimo
 Profesión: Agricultora
 Educación: Primaria
 Estrato: 2
 Religión: Católica
 Nacionalidad: Colombiana
 Raza: Blanca
 Generación: Millenials



Ella es ÁNGELA

Norte del Cauca

CLIENTE

Nombre: Ana
 Edad: 28 años
 Género: Femenino
 Estado civil: Unión libre
 Ingresos: 2.5 millones
 Profesión: Médico
 Educación: Univeristaria
 Estrato: 4
 Religión: Católico
 Nacionalidad: Colombiana
 Raza: Morena
 Generación: Millenials



Ella es ANA

Valle del Cauca - Cali



De Mano en Mano

PRODUCTO

Coopetativismo Calidad
 Unidad Medio ambiente Solidaridad
 Justicia Ciclo Precio justo

Se requiere que la identidad de marca sea diferenciable y recoja los valores de DMM.

Reforzar el concepto de marca con el empaque para que el usuario lo relacione.

Es necesario que las personas encuentren rápida y oportunamente los productos



DESARROLLO DE MARCA



EMPAQUE DE PRODUCTOS



PLATAFORMA DE VENTA