

REACTIVACIÓN Y ACCESO A NUEVOS CANALES DIGITALES EN MERCADOS DE QUITO (IÑAQUITO – SANTA CLARA – LA OFELIA)

Palanca # 4

Autores: Francisco Abad, Priscila Mora, Lisseth Cajilema, Paúl Estrella, Juan Sebastián Abad y Cristian Fonseca.

1. ANTECEDENTES

COVID-19

El COVID-19 ha provocado que la economía se vea afectada por una nueva realidad en donde el contacto físico se ha visto remplazado por el distanciamiento social y las cuarentenas y encierros obligatorios. Para ayudar a las poblaciones más vulnerables se necesitan soluciones innovadoras que usen las nuevas tecnologías y a la vez permitan la adopción y utilización por parte de los afectados. Este nuevo fenómeno ha sacado a relucir una realidad y situación de vulnerabilidad de los vendedores de mercados que no ha sido abordada.

Aglomeración de personas en los mercados durante cuarentena

Durante la cuarentena, en diferentes ciudades del país, las personas se han aglomerado en los mercados, sin entender el peligro que se corre durante la crisis sanitaria. Es necesaria una solución para que los consumidores puedan acceder a los productos de los sus mercados habituales, en lugar de recurrir a supermercados, los cuales tienen precios más altos, y sin tener que exponerse a un posible contagio.

2. ¿CUÁL ES LA IDEA?

A través de adaptación de INNOMAPS, una plataforma de geolocalización que permite ubicar locales y tiendas pequeñas de comercio de cercanía, se conectará a los usuarios con el mercado más cercano a su domicilio, de forma que los clientes finales podrían realizar sus pedidos a domicilio y recibirlos sin tener que salir de su hogar y sin exponerse al contagio de COVID-19. Se crearía al mismo tiempo un sistema de delivery justo y sin fines de lucro.

En el mercado se trabajaría con personas del propio mercado o compradores que se encargarán de preparar el pedido y entregarlo al repartidor creando una cadena de valor de comercio justo.

1.1. Acciones concretas

- Para comenzar se reclutarán en cada mercado (Iñaquito, Santa Clara y La Ofelia) 5 compradores en cada mercado, 15 - 20 vendedores (70% mujeres / 30% hombres) y 10 - 20 personas con vehículos para delivery.
- Para captar mayor número de usuarios, se buscará la asociación con otras instituciones para aumentar el alcance y la presencia en redes.
- Este proceso se complementará con un programa de educación gratuita en habilidades de vida, financieras, digitales y de emprendimiento a través de la metodología híbrida de CODEIS de bajo uso de datos y mentorías especializadas. Con esta acción, se ayudará a romper los ciclos de pobreza que mantienen en situación de vulnerabilidad a este segmento de la población y les dará herramientas para afrontar con mayor solidez futuras crisis.

1.2. Cronograma del proyecto

- En las primeras dos semanas se desarrollará la página web donde las personas harán sus pedidos.
- En la tercera semana se lanzará la aplicación móvil para compradores y delivery y se probará el proceso logístico.
- En la semana cuatro se lanzará la aplicación móvil completa para los clientes incluyendo los botones automáticos de pago.
- En la semana seis se incluirá un programa educativo inclusivo, accesible y gratuito el cual se desarrollará asociándonos con gobiernos locales buscando fortalecer el conocimiento de emprendimiento, liderazgo y financiero.

3. OBJETIVOS

El objetivo general es dar acceso a consumidores en situación de vulnerabilidad a productos de calidad a buen precio, sin riesgos para su salud o integridad física.

• **Objetivos Específicos**

- Incrementar ingresos de vendedores de los mercados (Iñaquito – Santa Clara – La Ofelia).
- Impulsar la producción de cercanía.

- Generar fuentes de ingresos para personas que tienen vehículos, pero no están siendo utilizados.
- Reactivar la Economía a través del comercio local.

4. ¿QUÉ ERRORES TRATA DE SOLUCIONAR ESTA IDEA?

- La falta de acceso a mercados tradicionales por medios digitales.
- La exposición a situaciones de riesgo por parte de población vulnerable.
- Problemas de suministro de productos básicos a un segmento de la población con dificultades económicas.
- La explotación laboral en la industria del delivery.

5. ¿QUIENES SERÁN LOS RESPONSABLES DE GESTIONAR LA IDEA?

Francisco Abad: Director Ejecutivo de CODEIS. Será el coordinador del proyecto.

Daniela Velástegui: Directora de Operaciones de CODEIS. Será co-facilitadora en el programa y coordinadora de logística.

Kelly Valle: Asesora de Currículo: Finanzas.

Ain Sanchez: Coordinador de información y data.

Juan Merlo: Asesor para Cadena de valor.

Cristian Arellano: Programador/Desarrollador principal.

Nicolás Arízaga: Asesor de Currículo: Liderazgo.

6. ¿QUÉ MECANISMOS DE RENDICIÓN DE CUENTAS O MEDICIONES SE PUEDEN PONER EN MARCHA?

Se desarrollarán y medirán varias métricas y KPIs:

- % Incremento de ventas de los mercados.
- Número de transacciones en dólares.
- Nuevas fuentes de ingreso para personas vulnerables con vehículos propios.
- Número de vendedores activados.
- Cantidad de productos vendidos.
- Cantidad de órdenes creadas en la plataforma.
- Calificación de los usuarios al servicio (de 1 a 5 estrellas).

- Número de horas de mentoría CODEIS.
- Número de horas de capacitación CODEIS.

7. ¿CUÁLES SON LOS BENEFICIOS POTENCIALES DE LA IDEA?

- Los vendedores de los mercados puedan comercializar sus productos durante la crisis y seguir ofreciendo este servicio después de la crisis.
- Personas con vehículos podrán generar ingresos a través de delivery.
- Generar nuevas cadenas de valor con grupos en situación vulnerable.
- Los consumidores puedan acceder a productos del mercado de alta calidad y a buen precio sin tener que ir a supermercados y cadenas.
- Blindar a los vendedores a través de conocimiento y formalidad hacia una nueva economía de incertidumbre en la era digital post COVID-19.

8. ¿LA IDEA AUMENTARÁ LA INCLUSIÓN ECONÓMICA Y / O MEJORARÁ LA AUTONOMÍA? ¿SI ES ASÍ, CÓMO?

- **Inclusión Económica**

- Los grupos vulnerables accederán a mercados nuevos.
- Los grupos vulnerables comercializarán sus productos.
- Los grupos vulnerables generarán ingresos.
- Los grupos vulnerables serán incluidos en la economía y sistema financiero de forma formal.

- **Autonomía**

- Independencia de comercialización para los afectados por la crisis.
- Acceso a mejores productos por parte de consumidores.
- Independencia de ingresos por parte de repartidores.