

Grupos de interés

- Clientes (compradores en la plataforma)
- Motorizados (responsables de recoger y entregar pedidos)
- Equipo de operaciones o proveedores (encargados de crear o proveer el producto para tener disponible en la plataforma)
- Equipo tecnológico (desarrolladores, ingenieros, soporte de TI)
- Equipo de mercadeo
- Inversionistas (si los hay)

Actividades clave

- Mantenimiento de la plataforma
- Desarrollo de funcionalidades
- Incorporación de nuevos productos
- Reclutamiento y gestión de motorizados
- Marketing y adquisición de clientes
- Procesamiento de pedidos y gestión logística
- Soporte al cliente

Recursos clave

- Infraestructura tecnológica (aplicaciones, CMS, dashboard)
- Fuerza laboral (desarrolladores, repartidores, personal de soporte)
- Producto a la venta
- Canales de mercadeo y publicidad
- Recursos logísticos y de transporte

Propuesta de valor

Compras convenientes

- Los clientes pueden ordenar diferentes productos desde un solo lugar digital.

Entrega rápida

- Entrega rápida y confiable a través de repartidores.

Amplia gama de productos

- Acceso a una variedad de productos.

Ahorro de tiempo

- Elimina la necesidad de que los clientes vayan físicamente a cada tienda.

Logística de última milla

- Clave para la experiencia del cliente y la eficiencia operativa.

Relación cliente

- Canales de comunicación directa (chat en la aplicación, correo electrónico, línea de ayuda)
- Actualizaciones regulares sobre el estado del pedido
- Comentarios y calificaciones de los clientes
- Programas de fidelización o descuentos

Canales

- Aplicación para los clientes
- Aplicación para los repartidores
- Redes sociales (para marketing y participación del cliente)
- Asociaciones con tiendas, aseguradoras, entre otros

Segmentos

- Individuos que prefieren las compras en línea
- Profesionales ocupados en busca de soluciones que ahorren tiempo
- Residentes urbanos con acceso limitado a tiendas físicas
- Consumidores con conocimientos tecnológicos

Estructura de costos

- Desarrollo y mantenimiento tecnológico
- Gastos de personal (salarios, beneficios)
- Costos logísticos y de transporte
- Costos de marketing y publicidad
- Costos de asociación

Fuentes de ingresos

- Comisión sobre ventas
- Tarifas de entrega
- Modelos de suscripción (si corresponde)
- Ingresos por publicidad de tiendas asociadas
- Servicios premium (entrega más rápida, descuentos exclusivos)