

Innovación y Emprendimiento 3
Unidad II
Inacap sede Osorno

AgroLink

Nombre y Rut de los Integrantes

1. Nicolas Fernández
2. Diego Sandoval
3. Benjamin Delgado
4. Ignacio Agüero
5. Arman Almonacid
6. Vittorio Soto

CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

Nombre del proyecto:	AgroLink		
Re definición del desafío:	Diseñar e implementar una plataforma digital que conecte agricultores y restaurantes de forma directa y confiable, optimizando compras, precios y logística para reducir pérdidas y fortalecer el consumo local.	Potenciales beneficiarios (Identificarlos, enumerarlos, ubicación geográfica, entre otros.):	I. Pequeños y medianos agricultores de hortalizas y frutas de Osorno y Rio Bueno, que actualmente pierden parte de su cosecha por falta de compradores constantes y problemas de logística. 2. Restaurantes y locales gastronómicos de Osorno y Rio Bueno que actualmente operan con procesos de compra manuales, enfrentan precios variables y calidad inconsistente.
Breve resumen del proyecto:	AgroLink es un proyecto que busca digitalizar la conexión entre pequeños productores agrícolas y restaurantes de Osorno y Rio Bueno. El objetivo es solucionar la dependencia de intermediarios, las pérdidas de cosecha y la inestabilidad de precios , creando un canal directo que mejore la rentabilidad, asegure el abastecimiento y reduzca el desperdicio de alimentos.	(Opcional) Impactos esperados:	<ul style="list-style-type: none">• Reducción del desperdicio de alimentos.• Mejora en la rentabilidad y comercio justo para agricultores.• Optimización de costos y tiempo para restaurantes.• Digitalización de una cadena de suministro actualmente manual.• Fortalecimiento de la relación directa entre productores y compradores.
Indique programa de estudio de los integrantes del grupo:	Ingenieria		
Docente a cargo:	Cesar Felipe Sandoval Sandoval		



MATRIZ DE REFERENTES

Estudio Comparativo de Referentes

	Propuesta de Valor	Modelo de Negocio	Enfoque Principal	Mecanismo de Confianza y Calidad	Gestión de la transacción
PedidosYa Referencia: PedidosYa. (2025). <i>Tu mundo al instante.</i> https://www.pedidosya.cl	App de delivery todo en uno (Restaurantes, Súper, Farmacias, etc.) para el consumidor final (B2C).	Comisión por venta (un alto porcentaje al restaurante) y un costo de envío al usuario final.	Logística de última milla y una experiencia de usuario muy simple y adictiva.	La confianza se basa en el seguimiento logístico y en las calificaciones públicas del restaurante. La calidad del producto, sin embargo, es responsabilidad del restaurante, no de la app.	Transacción interna, el pago se procesa dentro de la app.
Facebook Marketplace Referencia: Meta. (2025). <i>Marketplace.</i> https://www.facebook.com/marketplace	Conexión local C2C (persona a persona) para comprar y vender productos, de forma simple, visual y gratuita.	Gratis, La transacción se cierra por chat privado (Messenger o WhatsApp).	Es un tablón de anuncios digital (C2C) que elimina todas las barreras. Su fortaleza es la facilidad para publicar y la gestión directa por chat.	Confianza media, se basa en la transparencia del perfil y la comunicación directa por chat, la calidad se verifica en persona.	Transacción externa, el pago se acuerda con el cliente a través de chat (efectivo o transferencia), no existe intervención de la app.
Cornershop Referencia: Cornershop by Uber. (2025). <i>Tu supermercado a domicilio.</i> https://cornershopapp.com	Externalización de la tarea manual de "ir a comprar". Ahorro de tiempo para el cliente (B2C).	Comisión a la tienda + Tarifa de servicio y envío al cliente final.	Una persona que verifica la calidad de los productos frescos por ti (elige el mejor tomate) y chatea en tiempo real para reemplazos.	Confianza alta, el shopper actúa como un filtro de calidad en nombre del cliente y chatea en tiempo real para reemplazos.	Transacción interna, el pago se procesa dentro de la app.
Airbnb Referencia: Airbnb. (2025). <i>Alojamientos, experiencias y lugares.</i> https://www.airbnb.cl	Plataforma (C2C) que permite a personas arrendar sus espacios a viajeros, ofreciendo una alternativa a los hoteles.	Comisión a ambas partes: un pequeño % al anfitrión y un % mayor al huésped.	Es su sistema de verificación de perfiles y reseñas de dos vías (el huésped califica al anfitrión y el anfitrión califica al huésped), lo que permite a completos extraños confiar entre sí para una transacción de alto valor.	Confianza alta, se basa en un sistema de reputación bidireccional y la verificación de perfiles.	Transacción interna y segura, la app cobra al huésped y retiene el pago hasta después del check-in para proteger ambas partes.

PERFIL DEL USUARIO AGRICULTOR

¿Qué PIENSA Y SIENTE nuestro cliente? ¿Cuáles son sus necesidades, preocupaciones y expectativas?

1. Necesita una plataforma que sea muy fácil de usar.
2. Quiere pagos rápidos y seguros.
3. Se preocupa por la perdida de gran porcentaje de su producción.
4. Se siente frustrado por la desconfianza; teme que los restaurantes no cumplan con los pedidos.
5. Busca confianza en el cumplimiento de los clientes.

¿Qué ESCUCHA? ¿Qué dice su entorno, amigos, colaboradores, círculo de influencia?	¿QUIÉN ES MI CLIENTE? Breve descripción del cliente potencial al cual nos dirigimos	¿Qué VE? ¿Cómo es su entorno, sus amigos? ¿Cuál es la oferta que le ofrece el mercado?
<ol style="list-style-type: none">1. Que es difícil encontrar compradores constantes y serios.2. Muchas veces, su familia, le dice que no le va a ir bien con el negocio si sigue así.3. Que los precios que pagan los intermediarios son bajos y variables.4. Que hay desconfianza general en las herramientas digitales.	Pequeños agricultores de Osorno y Río Bueno, de los cuales su principal producción son hortalizas y productos de gallinas libres.	<ol style="list-style-type: none">1. Que su venta depende de contactos informales.2. Ve que pierde parte de su cosecha (desperdicio) por no venderla a tiempo.3. Ve que la logística es ineficiente (traslado en autos propios, tiempos poco eficientes).4. Ve que los procesos actuales son manuales (solo llamadas por celular).

¿Qué DICE y HACE? ¿Cuál es su actitud y conducta?
<ol style="list-style-type: none">1. Trabaja su propia parcela.2. Vende menos del 70% de su producción.3. Usa métodos informales para encontrar compradores.4. No confía mucho en la tecnología.5. Le cuesta llevar control sobre su producción, muchas veces cosecha mas de lo que vende.6. Cita: "Si pudiera vender toda mi producción a tiempo y a buen precio, podría planificar mejor mis siembras y crecer mi negocio."

¿QUÉ LE DUELE? ¿A qué desafíos, frustraciones y obstáculos se enfrenta?	¿A QUÉ ASPIRA? ¿Cuáles son sus objetivos y cómo mide el éxito en la consecución de éstos?
<ol style="list-style-type: none">1. Desperdicio de cosecha por no vender a tiempo.2. Precios bajos y variables que afectan su rentabilidad.3. Falta de compradores constantes.4. Problemas logísticos y tiempos de entrega poco eficientes.5. Desconfianza en las plataformas (temor a incumplimiento de pedidos)	<ol style="list-style-type: none">1. Aumentar sus ingresos vendiendo más del 70% de su producción.2. Reducir pérdidas y optimizar el transporte.3. Establecer relaciones de largo plazo con clientes recurrentes.4. Profesionalizar su gestión sin perder tiempo en procesos administrativos.

PERFIL DEL USUARIO RESTAURANTES

¿Qué PIENSA Y SIENTE nuestro cliente? ¿Cuáles son sus necesidades, preocupaciones y expectativas?

1. Necesita mejores precios y productos de mayor calidad para su cocina.
2. Piensa que el conectar su negocio con agricultores de la zona es una buena idea.
3. Quiere una plataforma simple y transparente.
4. La calidad consistente y la puntualidad son puntos críticos para el.

¿Qué ESCUCHA? ¿Qué dice su entorno, amigos, colaboradores, círculo de influencia?	¿QUIÉN ES MI CLIENTE? Breve descripción del cliente potencial al cual nos dirigimos	¿Qué VE? ¿Cómo es su entorno, sus amigos? ¿Cuál es la oferta que le ofrece el mercado?
<ol style="list-style-type: none">1. Ha recibido quejas de parte de los clientes sobre la calidad de su producto.2. El encargado de ir a la frutería muchas veces le dice que la verdura estaba fea y cara.3. Ha escuchado que el consumo local y sostenible es algo que los clientes valoran.	Dueños de restaurantes en Osorno y río Bueno que se dediquen a la venta de platos preparados con productos frescos y de calidad.	<ol style="list-style-type: none">1. Ve que los precios de las fruterías suben y bajan.2. Ve que la calidad de los productos no siempre es la más óptima.3. Ve que las compras se hacen de manera improvisada cuando el stock está bajo.4. Ve que su propio personal de cocina a veces debe salir a comprar los productos.5. Ve que la oferta actual es informal y sin garantías.

¿Qué DICE y HACE? ¿Cuál es su actitud y conducta?

1. Gestiona su restaurante.
2. Actualmente su personal de trabajo compra los productos en ferias y fruterías locales.
3. Las compras se hacen a medida que el stock está bajo.
4. No hay garantía sobre la calidad del producto.

¿QUÉ LE DUELE? ¿A qué desafíos, frustraciones y obstáculos se enfrenta?	¿A QUÉ ASPIRA? ¿Cuáles son sus objetivos y cómo mide el éxito en la consecución de éstos?
<ol style="list-style-type: none">1. Precios inestables.2. Calidad inestable.3. Pierde tiempo y tiene costos adicionales comprando en ferias y buscando mejores productos en las fruterías locales.	<ol style="list-style-type: none">1. Asegurar que su restaurante cuente con productos frescos y de calidad.2. Ahorrar tiempo en la gestión de stock.3. Evitar la improvisación en el transporte.

CLASIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DE LOS USUARIOS

Insight 1:	Requerimientos: ¿Qué debemos cumplir para solucionar el insight?	Insight 5:	Requerimientos: ¿Qué debemos cumplir para solucionar el insight?
La calidad de los productos es inconsistente y genera una gran desconfianza en los restaurantes.	Sistema de verificación y calificación de productores para asegurar un estándar de calidad confiable.	La variabilidad y falta de transparencia en los precios dificulta la planificación de costos para los restaurantes.	Publicación de precios claros y transparentes en la plataforma, reduciendo la necesidad de negociaciones constantes.
Insight 2:	Requerimientos: ¿Qué debemos cumplir para solucionar el insight?	Insight 6:	Requerimientos: ¿Qué debemos cumplir para solucionar el insight?
La gestión manual de pedidos (llamadas, WhatsApp) es ineficiente, desordenada y consume tiempo valioso.	Plataforma centralizada para gestionar pedidos de forma digital (comprar, confirmar y seguir el estado en un solo lugar).	Existe una barrera tecnológica; usuarios como los agricultores necesitan herramientas extremadamente fáciles de usar.	Diseño de interfaz intuitivo y simple que requiera mínima capacitación y funcione bien en celulares.
Insight 3:	Requerimientos: ¿Qué debemos cumplir para solucionar el insight?	Insight 7:	Requerimientos: ¿Qué debemos cumplir para solucionar el insight?
Los agricultores pierden parte de sus cosechas al no tener acceso a un canal de venta estable y constante.	Conectar la oferta de agricultores locales con la demanda recurrente de los restaurantes.	Los restaurantes buscan diferenciarse con productos locales y únicos, pero les resulta difícil encontrarlos.	Función para destacar y buscar productos especiales, de temporada o de origen único dentro de la plataforma.
Insight 4:	Requerimientos: ¿Qué debemos cumplir para solucionar el insight?	Insight 8:	Requerimientos: ¿Qué debemos cumplir para solucionar el insight?
La logística de entrega es un punto crítico de fallo, con problemas de puntualidad que afectan la operación de los restaurantes.	Sistema de logística integrado con seguimiento en tiempo real para garantizar entregas fiables y puntuales.	Ambos lados temen el incumplimiento: agricultores al no pago y restaurantes a pedidos incompletos.	Sistema de pago seguro y automatizado, con políticas de compromiso y cancelación claras para generar confianza mutua.

CLASIFICACIÓN Y AGRUPACIÓN DE REQUERIMIENTOS

Categoría 1:

Confianza y Calidad



Necesidad(es)

- Crear un sello de calidad AgroLink para productores que pasen una verificación inicial.
- Implementar un sistema de calificación y reseñas de doble vía (restaurante califica al agricultor y viceversa).
- Perfiles de agricultores con videos e historias para humanizar la conexión.
- Sistema de pagos automatizados con liberación de fondos tras la confirmación de entrega.
- Política de reembolso o crédito por productos que no cumplan con el estándar prometido.

Categoría 2:

Eficiencia y Gestión



Necesidad(es)

- Ahorrar tiempo y simplificar la administración.
- Función de pedidos programados para que los restaurantes automaticen sus compras semanales.
 - Panel de control para restaurantes con analíticas de gastos por producto o proveedor
 - Plantillas de pedidos frecuentes para recomprar con un solo clic.
 - Notificaciones automáticas sobre el estado de los pedidos.
 - Un chat integrado en la app para comunicación directa y rápida.

Categoría 3:

Acceso y Oportunidad de Mercado



Necesidad(es)

- Conectar oferta y demanda de manera estable.
- Sección joyas de temporada para destacar productos únicos o de cosecha limitada.
 - Alertas de cosecha fresca para que los restaurantes sepan cuándo un producto está en su mejor momento.
 - Mapa interactivo para visualizar la ubicación de los agricultores y la procedencia de los alimentos.
 - Canastas colaborativas que agrupen productos de varios agricultores en una sola compra.
 - Programa de referidos que ofrezca descuentos a quienes traigan nuevos usuarios (restaurantes o agricultores).

Categoría 4:

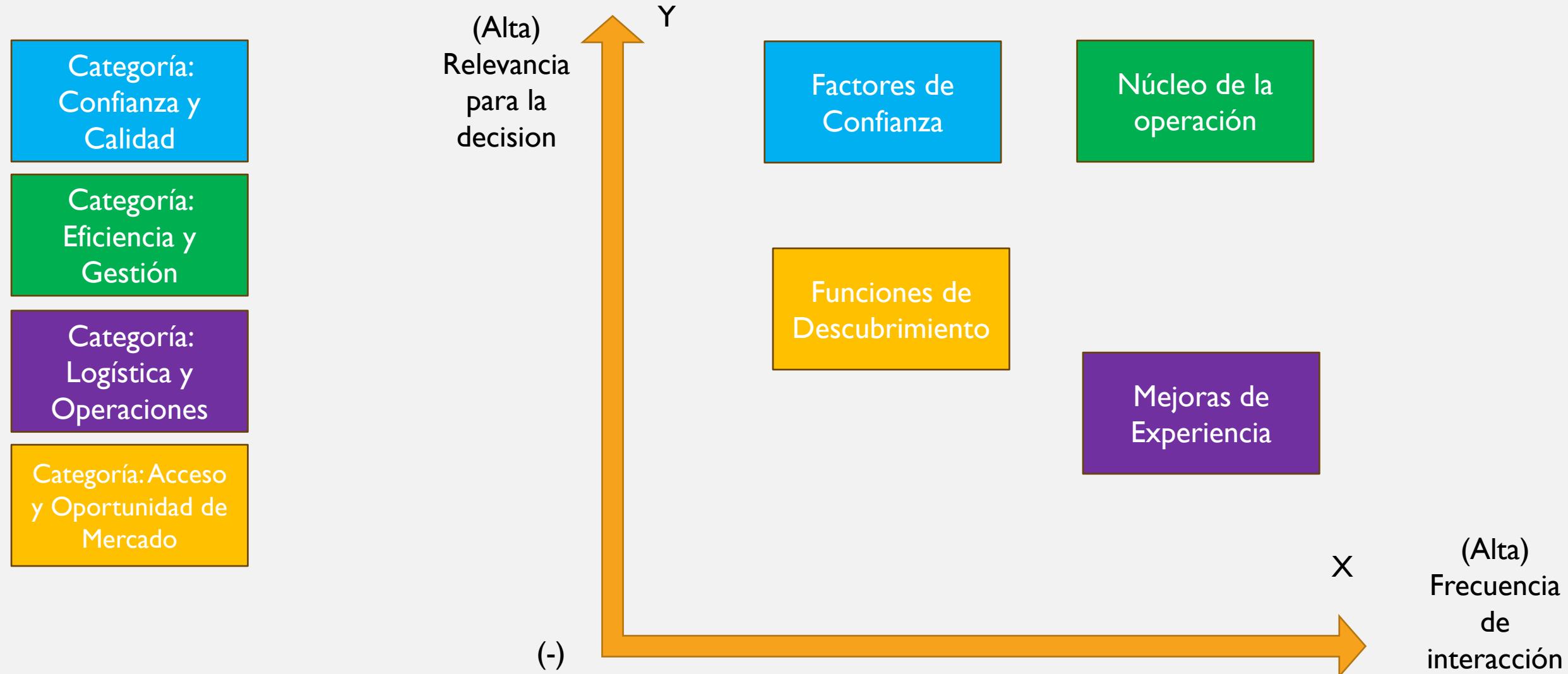
Logística y Operaciones



Necesidad(es)

- Garantizar entregas fiables y puntuales.
- Rutas de entrega optimizadas que agrupen varios pedidos por zona para reducir costos.
 - Seguimiento del repartidor en tiempo real en un mapa (estilo Uber Eats).
 - Establecer agro-puntos locales donde los agricultores puedan dejar su mercancía para la recolección centralizada.
 - Ofrecer empaquetado sostenible y retornable como un servicio adicional.

JERARQUIZACIÓN DE LAS CATEGORÍAS



BRAINSTORMING

Crear perfiles de agricultores con fotos/videos de sus parcelas.	Sistema de calificación de doble vía: el restaurante califica al agricultor y viceversa.	Un "Sello de Calidad AgroLink" para productores verificados.	Pagos seguros a través de la app que se liberan al confirmar la entrega.	Política clara de devoluciones si el producto no cumple con lo prometido.	Mostrar historias de los agricultores para humanizar la conexión.	Chat directo con el agricultor dentro de la app para resolver dudas.	Notificaciones por WhatsApp sobre el estado del pedido (confirmado, en camino, entregado).
Función de "compra rápida" para pedidos frecuentes.	Pedidos programados para automatizar las compras semanales.	Un panel simple para ver el historial de gastos por proveedor.	Catálogo de productos digital con precios transparentes.	Sección de "Ofertas del día" para productos con sobre-stock.	Alertas de "Cosecha Fresca" para notificar a restaurantes sobre productos de temporada.	Mapa interactivo para que los restaurantes vean de dónde vienen sus alimentos.	Crear "canastas colaborativas" con productos de varios agricultores.
Programa de referidos que dé descuentos por traer a otros restaurantes o agricultores.	Rutas de entrega optimizadas para agrupar pedidos por zona.	Seguimiento del repartidor en un mapa en tiempo real, tipo Uber Eats.	Establecer "Agro-Puntos" en Osorno y Río Bueno para que los agricultores dejen su mercancía y se centralice la recolección.	Ofrecer empaques retornables para ser más sostenibles.	Notificaciones automáticas sobre la hora estimada de entrega.	Integrar la plataforma con software de inventario de los restaurantes.	Usar IA para predecir la demanda de los restaurantes y sugerir siembras a los agricultores.
Crear un evento anual "AgroLink Fest" para conectar en persona a agricultores y chefs.	Un sistema de suscripción para restaurantes que asegure un precio fijo en ciertos productos.	Gamificación: que los agricultores ganen medallas por buenas calificaciones y entregas a tiempo.	DESAFÍO ¿Cómo podemos crear una plataforma digital que genere la confianza y eficiencia necesarias para que agricultores de la región vendan sus cosechas directamente a restaurantes locales, reduciendo el desperdicio y simplificando las compras?	Blog con recetas de chefs: Invitar a los chefs de los restaurantes a compartir recetas usando productos de la plataforma.	"Agricultor de la semana": Destacar en la app y redes sociales la historia de un productor local.	Alianzas con escuelas de gastronomía: Ofrecer la plataforma como proveedora oficial para sus clases.	
Foro para usuarios: Un espacio dentro de la app para que agricultores y chefs comparten consejos y tendencias.	Evento de lanzamiento local: Organizar un evento en Osorno o Río Bueno con degustaciones para dar a conocer la app.	Programa de embajadores: Chefs locales influyentes que promuevan el uso de AgroLink.	Kit de marketing para restaurantes: Ofrecer a los locales un sticker "Apoyamos al agro local" para que pongan en sus puertas.	Calculadora de impacto: Mostrar a los restaurantes cuántos "kilómetros de comida" han ahorrado al comprar local.	Filtro de productos orgánicos: Permitir buscar específicamente por agricultores con certificación orgánica o prácticas agroecológicas.	Insignias de sostenibilidad: Reconocer en el perfil a los agricultores que usan riego eficiente, compostaje, etc.	Reporte de impacto social: Envíar un resumen mensual a los restaurantes: "Este mes tu compra ayudó a X familias agricultoras".
Donación de excedentes: Facilitar la conexión con fundaciones locales para donar alimentos que no se vendieron.	Perfil hídrico: Información sobre el uso y cuidado del agua por parte del agricultor.	Suscripción Premium para restaurantes: Un pago mensual a cambio de beneficios como cero costo de envío o acceso a ofertas exclusivas.	Comisión por logística: Cobrar un pequeño porcentaje adicional si se utiliza el sistema de reparto de AgroLink.	Productos destacados: Permitir que los agricultores paguen una pequeña suma para que sus cosechas aparezcan primero.	Venta de datos anónimos: Ofrecer reportes de tendencias (ej. "la lechuga fue el producto más demandado en primavera") a entidades del agro.	Servicios de empaquetado: Vender empaques ecológicos y personalizados a los agricultores a través de la misma app.	Tarifa de servicio por transacción: Un pequeño porcentaje sobre el total de la venta, transparente para ambas partes.
Centro de ayuda con tutoriales en video.	Diseño de interfaz intuitivo y simple (UX/UI).	Notificaciones claras dentro de la app.	Un proceso de registro que se complete en menos de 10 minutos.	Integrar la plataforma con software de inventario de los restaurantes.	Usar IA para predecir la demanda.	Desarrollar una app que funcione bien en celulares con poca señal.	Asegurar que la plataforma sea escalable para agregar más ciudades en el futuro.

Para generar Confianza y Calidad

Para el Acceso y Oportunidad de Mercado (Agricultores)

Para la Eficiencia y Gestión

Para el Crecimiento y Comunidad

Para la Logística y operaciones

Ideas Adicionales

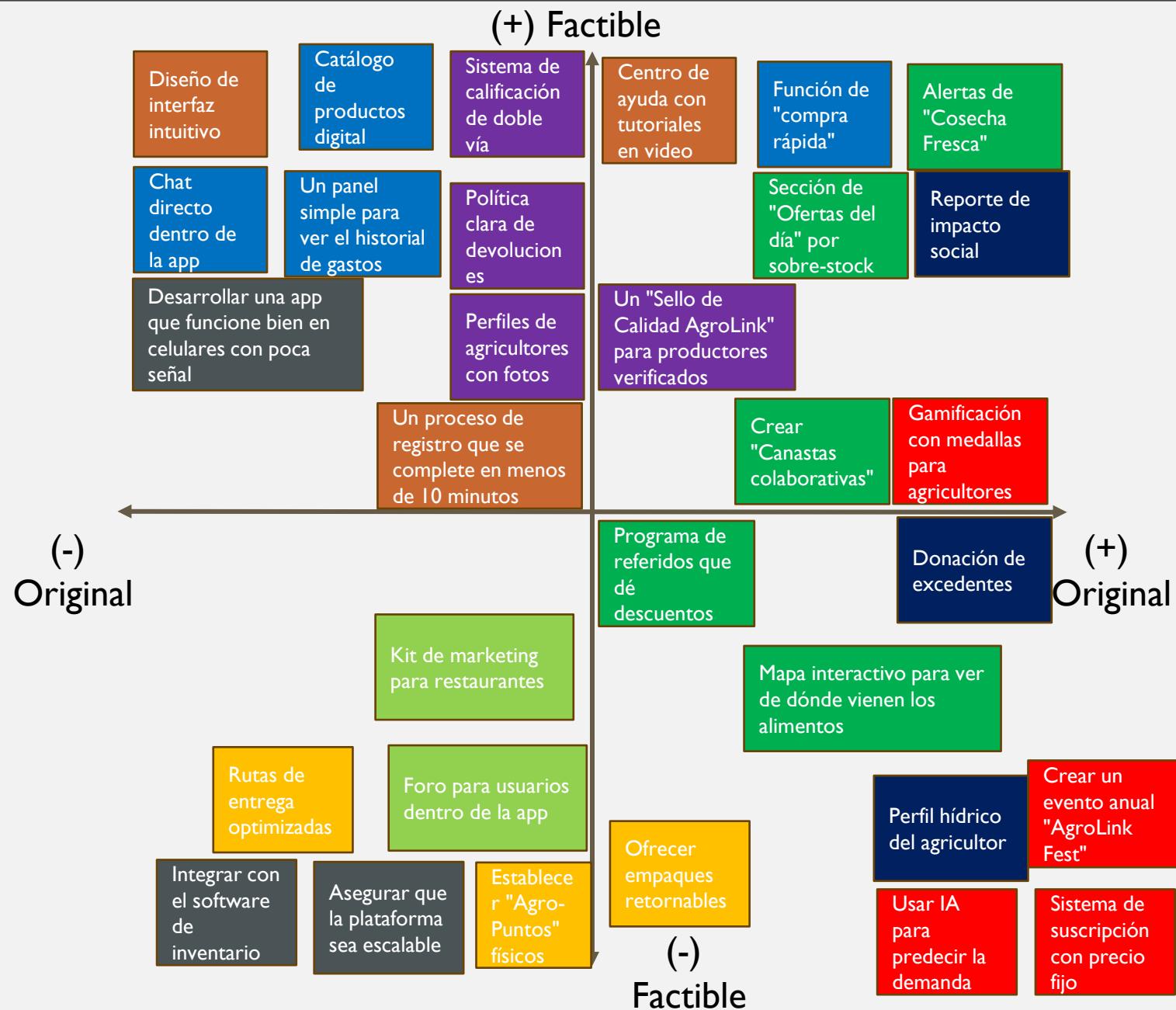
Para el Modelo de Negocio

Experiencia de Usuario y Diseño

Para la sostenibilidad e Impacto

Tecnología y Desarrollo

MAPA DE CLASIFICACIÓN DE IDEAS



PROPUESTA DE VALOR

NECESIDADES:

Para los Agricultores:

- Vender un mayor porcentaje de su producción para reducir las pérdidas (actualmente pierden entre 30% y 50%).
- Acceder a compradores constantes y serios para tener un canal de venta estable.
- Obtener precios justos y estables que mejoren su rentabilidad.
- Contar con un sistema de pagos y pedidos que sea confiable y seguro.
- Optimizar la logística de entrega para que sea más eficiente.

Para los Restaurantes:

- Asegurar un abastecimiento de productos frescos con calidad consistente y garantizada.
- Tener precios transparentes y estables para planificar mejor sus costos.
- Ahorrar tiempo y reducir costos en la gestión de compras y búsqueda de proveedores.
- Recibir los pedidos de forma puntual y fiable para no afectar la operación de la cocina.
- Encontrar productos locales y de temporada para diferenciar su oferta gastronómica.

ATRIBUTOS DEL PROYECTO

Para responder a las necesidades, AgroLink ofrece las siguientes características:

- Marketplace Digital Centralizado: Conecta directamente la oferta de múltiples agricultores con la demanda de los restaurantes.
- Sistema de Confianza y Calidad: Incluye un "Sello de calidad AgroLink" , perfiles verificados y un sistema de calificación de doble vía para generar seguridad.
- Gestión Eficiente de Pedidos: Ofrece herramientas como "Pedidos programados" y plantillas de "Pedidos frecuentes" para automatizar y agilizar las compras.
- Precios Transparentes: Muestra un catálogo digital donde los precios son claros, eliminando la necesidad de negociaciones constantes.
- Acceso a Productos Únicos: A través de secciones como "Joyas de temporada" los restaurantes pueden descubrir y comprar productos diferenciados.

PROPUESTA DE VALOR

Para agricultores locales, AgroLink es el canal de venta directo que garantiza comercio justo y reduce el desperdicio de sus cosechas. Para restaurantes, somos la plataforma que asegura un abastecimiento confiable de productos frescos de calidad, optimizando tiempo y costos.

MÉTRICAS CLAVE

Métricas de Adopción: Número de agricultores activos registrados y número de restaurantes activos registrados.

Métricas de Transacción: Cantidad de pedidos completados por semana/mes y valor total de las transacciones.

Métricas de Retención y Satisfacción: Tasa de recompra de los restaurantes (porcentaje que vuelve a comprar) y Calificación promedio de los productos y la logística.

Métricas de Impacto: Porcentaje de reducción de mermas reportado por los agricultores.

PANEL DE METÁFORAS Y ATRIBUTOS



AgroLink es el puente que une directamente el campo con la mesa, eliminando obstáculos y distancias. Es verde por lo natural, lo fresco y lo sostenible.

Confiabilidad: Garantizamos transacciones seguras, pagos puntuales para agricultores y entregas fiables con calidad verificada para restaurantes. Nuestro sello de calidad AgroLink y el sistema de calificaciones bidireccionales construyen una comunidad de confianza.

Eficiencia: Simplificamos drásticamente el proceso de compra-venta, ahorrando tiempo y reduciendo el desperdicio para ambos usuarios. La logística está optimizada para maximizar la frescura y la rapidez

Sostenibilidad local: Fortalecemos la economía regional promoviendo el consumo de productos frescos y locales, y asegurando precios justos para los pequeños agricultores. Contribuimos a reducir la huella de carbono y el desperdicio de alimentos



