

IDENTIFICACIÓN



IDEACIÓN



# CONSTRUIR PERSONAS



- ✓ Mapear objetivos y preocupaciones.
- ✓ 3 o 4 perfiles enfocados al producto
- ✓ Construir las a partir de la realidad



**LUCIA**  
Una ahorradora solidaria

**Formador**

"La gerente me dio la oportunidad de pertenecer a la red"

**PERTENECER A LA RED:**

**Motivaciones**

- 58 años, pensionada
- Importancia del ahorro para la vejez
- Aporte social / cooperar
- Mantenerse activa profesionalmente

**Frustraciones**

- Pocas y esporádicas capacitaciones
- Falta de acceso a herramientas de información de mis asociados- estado
- Promesa de un proceso digital ágil, pero es complejo, se necesita ayuda

**Oportunidades**

- Mostrar una red abierta "para todos"
- Diseñar un proceso sencillo, ágil y autogestionado
- Brindar información de trazabilidad de mis referidos



**JULIAN**  
Un emprendedor motivado

**Pionero**

"Quisiera que la Red en vez de ser un plan B sea un plan A"

37 años, independiente

- Generación de capital
- Encadenar a las personas a los beneficios

- Circulo cercano finito
- Imposibilidad de referir buenos perfiles no profesionales
- Modelo de remuneración vs alto esfuerzo de vinculación

- Establecer un plan de incentivos que se perciba más beneficioso
- Aprovechamiento de la data de la cooperativa para facilitar su labor



**SARA**  
Una vendedora persistente

**Visionario**

"No sé qué responder cuando quieren asesoría de productos de la cooperativa"

48 años, comercial MP

- Ingresos adicionales
- Proyección de crecimiento con el modelo de venta

- El modelo no es claro en la capacitación
- Toma 2 o 3 días vincular, pero luego se pierde el control de mi asociado
- Promesa de incentivos incumplida, la comisión es baja
- El proceso digital lo hace el coordinador

- Trabajar un proceso sin papeleo, más eficiente en la captura de datos
- Eliminar la presencialidad y dependencia
- Comunicación de venta precisa y clara



**Behaviors**

- Enjoys traveling and independence, which is why he has convinced his wife that they should buy a house.
- His automated savings since he got married 12 years ago, but he isn't really concerned with money.
- Uses credit cards for travel rewards.
- Uses multiple financial tools to support his lifestyle and avoid carrying cash.

**Goals**

- Work less & travel more
- Become financially independent (e.g. starting his own business)

**Barriers**

- Spitting
- Lack of planning and budgeting
- Distrust of banks

**How to engage me**

- Avoid over saving. I don't need most of the things you offer
- Provide me with tools to do things on my own, not products

When I'm not traveling, I love to read Marvel comics, watch series (GDT is our favorite), ride with my wife and dog - or going to adult metal concerts with friends. My wife and I are totally much into organic food and hate consumerism, even though we got Amazon Prime and an Eco - it's so convenient -/

I'm passionate about my job, but I'm frustrated about working long hours and the lack of planning in the agency. My dream is to start my own business and work from anywhere I want... one month in Selsey, another in Thailand, and so on.

Banks are a hassle, too much jargon and too many products I don't need. I guess I could do more than just keep my money in a bank account, but everything else seems complicated.

I have heard about services for organizing your expenses, but I don't really see the need as long as there is money in my account.



**Behaviors**

- Works crazy hours, 6 days a week to make ends meet
- Frequently and meticulously track and categorize expenses
- Seeks to maximize credit card points and rewards
- Spreads expenses out and rely on schedule-oriented bill paying
- Compromises for surprise expenses by making in-the-moment tradeoffs
- Shares tips with friends on deals and budgeting

**Goals**

- Get to the point where she can spend more time with her family
- Face choice, certainty and consistency
- Be prepared for emergencies

**Barriers**

- Not enough hours in the day for everything she needs to accomplish
- Uncertainty and unexpected expenses
- Growing family expenses can be challenging to balance

**How to engage me**

- Be inspirational—like a coach or buddy
- Show me I can reach bigger goals for my family
- Teach me financial language and strategies so I can take the next step confidently

Two years ago we took almost a week off for holidays and my son had such a great time that he always asks me when we can do it again.

I wish I could take my family to the beach for a real vacation, but I can't really stop working.

In my only free day I like to eat out with husband and my son and go to museums or the park. Even though lately I've been too tired.

We use the Mint to help budget... I feel responsible because I'm able to budget and keep track... it helps me when I get off track.

I use deal apps to save money. It may not always be a lot, but it adds up, and every penny saved makes a difference.

## EL JUBILADO



"Me entretengo con este trabajo en mi tiempo libre"

**PERFIL**

Hombr profesional jubilado de nivel socio económico medio/alto. Vive con su esposa. En la actualidad presta servicios de transporte para mantenerse activo y tener una entrada adicional. Trabaja en tiempos libres.

**DATOS**

**Edad:** 60- 70 años  
**Estado civil:** Casado  
**Ocupación:** Pensionado  
**Tiempo libre:** Deporte- tiempo familia  
**Carro:** Propio: 2016- 2019

**NECESIDADES Y MOTIVACIONES**

- Salud
- Flexibilidad Tiempo
- Familia Nietos
- Actividad física

**PUNTOS DE DOLOR O FRUSTRACIONES**

- Soledad
- Vehículo al día
- Manejo tecnología
- Seguridad Manejo efectivo

**PRODUCTOS Y ALIANZAS**

- Alianzas con establecimientos deportivos: gimnasios.
- Alianzas con entidades recreativas: escuelas de recreación, caja de compensación.
- Alianzas con agencias de viajes.
- Alianzas con comercios de paso: restaurantes, cafetería.
- Alianzas con comercios automotriz: gasolina, serviticos, talleres, clases de mantenimiento y mecánica a domicilio.
- Alianzas con grandes superficies para dtos. en mercado, vestuario, hogar, electrodomésticos.



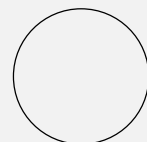
## Nombre, adjetivo



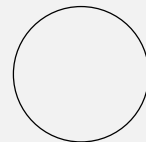
Jacinto "El Grande"  
(Empoderado)

"Echa palante  
no mires pa'  
atrás"

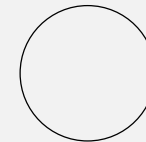
## NECESIDADES Y MOTIVACIONES



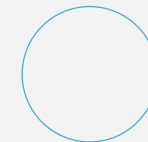
Vivienda



Vacaciones



Ahorro y  
Educación

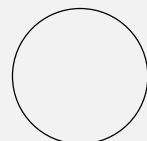


Familia

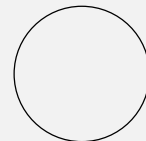


Desarrollo

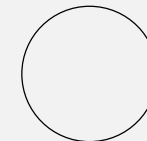
## PUNTOS DE DOLOR O FRUSTRACIONES



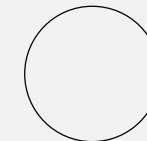
Capacidad  
de ahorro



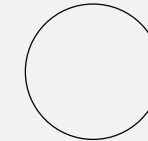
Buró de  
Crédito



Inestabilidad  
Laboral



Exposición  
al contagio



Disminución  
de Ingresos

## OPORTUNIDADES DE ATENCIÓN/OFERTA PARA EL PERFIL

- Alianza con empresa florícola para garantizar pago de crédito vía roles.
- Fortalecer la capacidad de ahorro vía Educación Financiera.
- Posibilidades de inversión.
- Crédito sobre pólizas.

## PERFIL

Perfil de la persona  
Nivel socioeconómico  
Situación actual  
Características principales  
Prioridades

## DATOS

Edad: 40 años

Estado civil: Casado

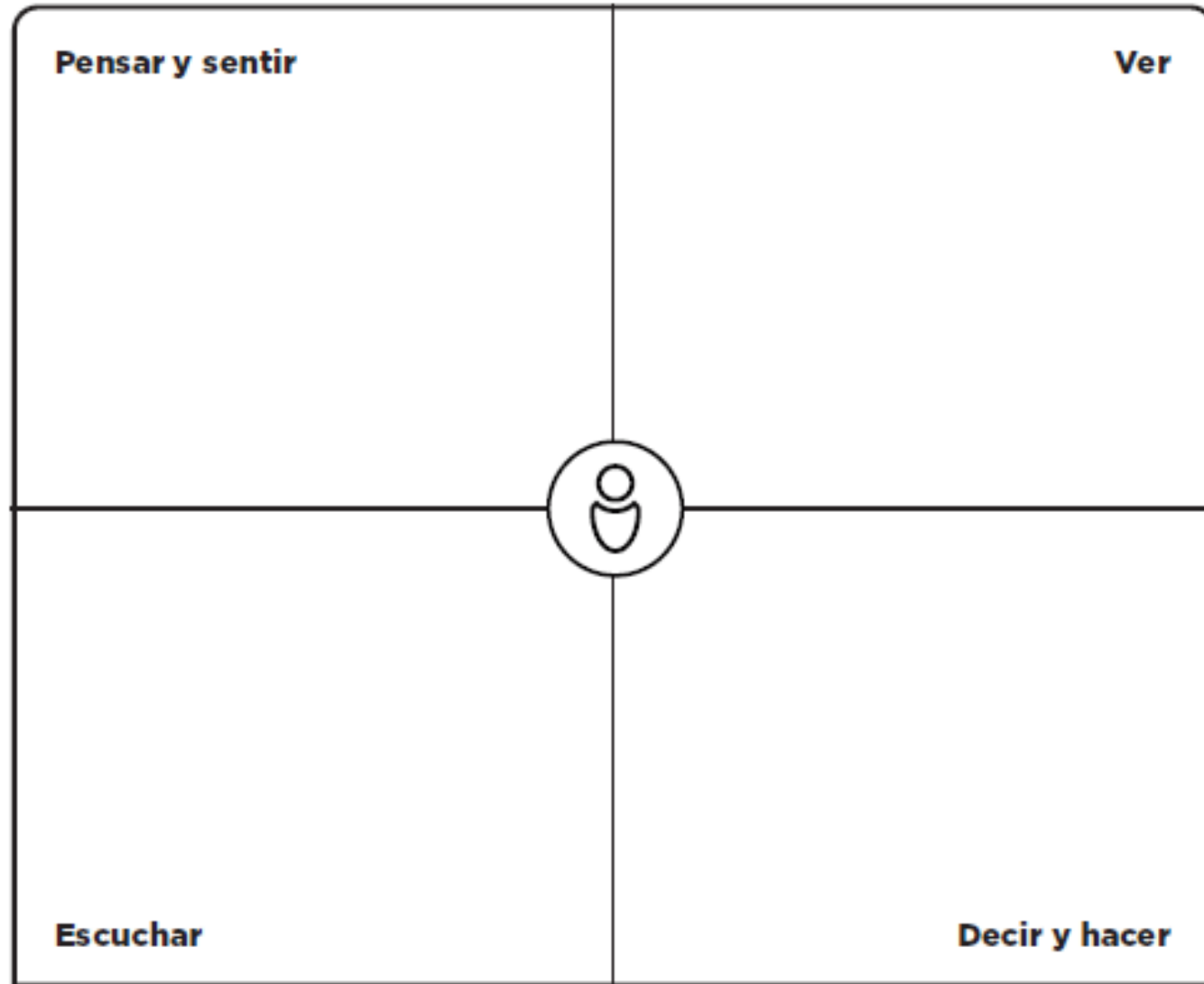
Ocupación: Empleado  
Privado Florícola Emihana

Tiempo libre: Ecuavoley

-

Característica especial:  
-Líder



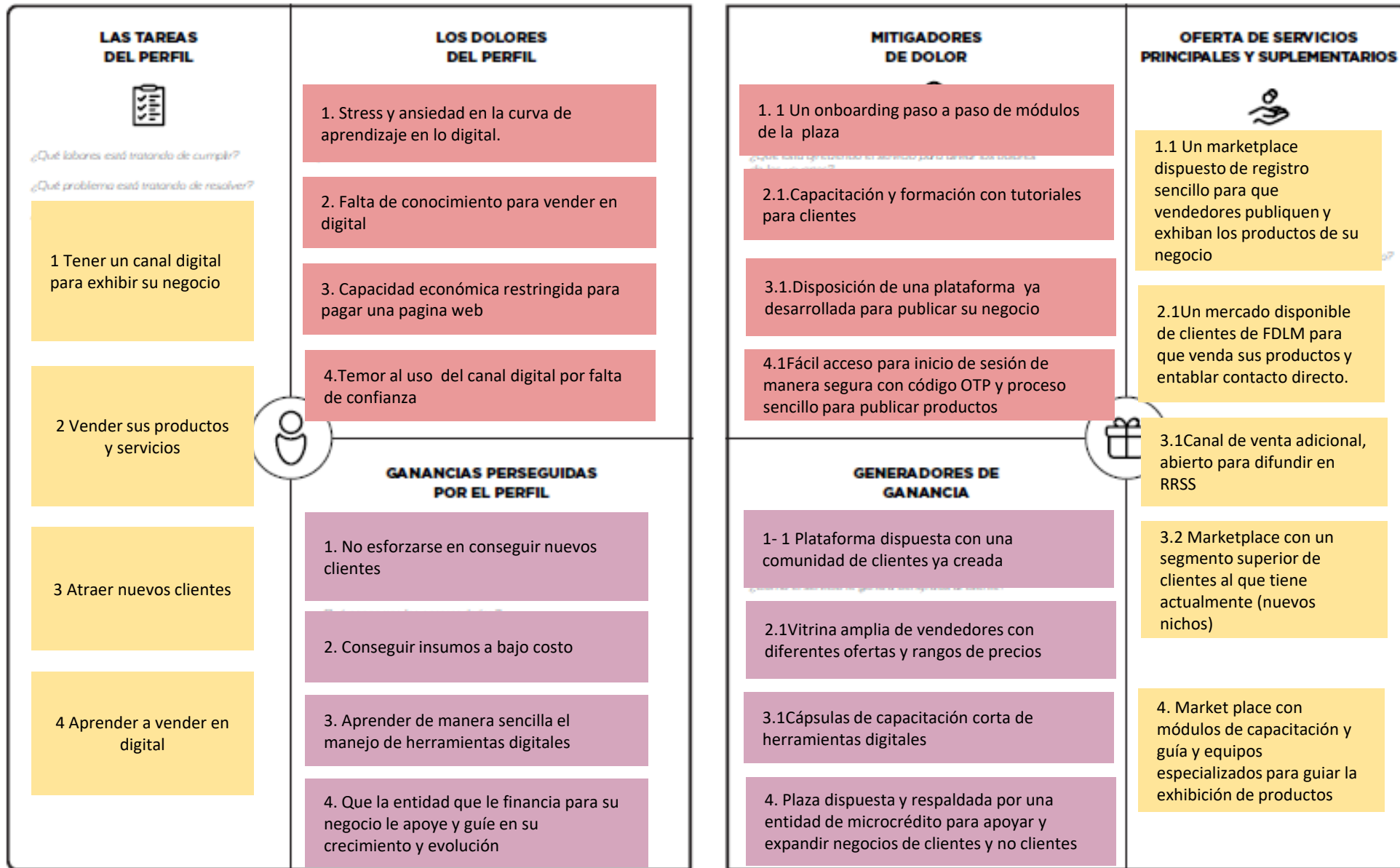


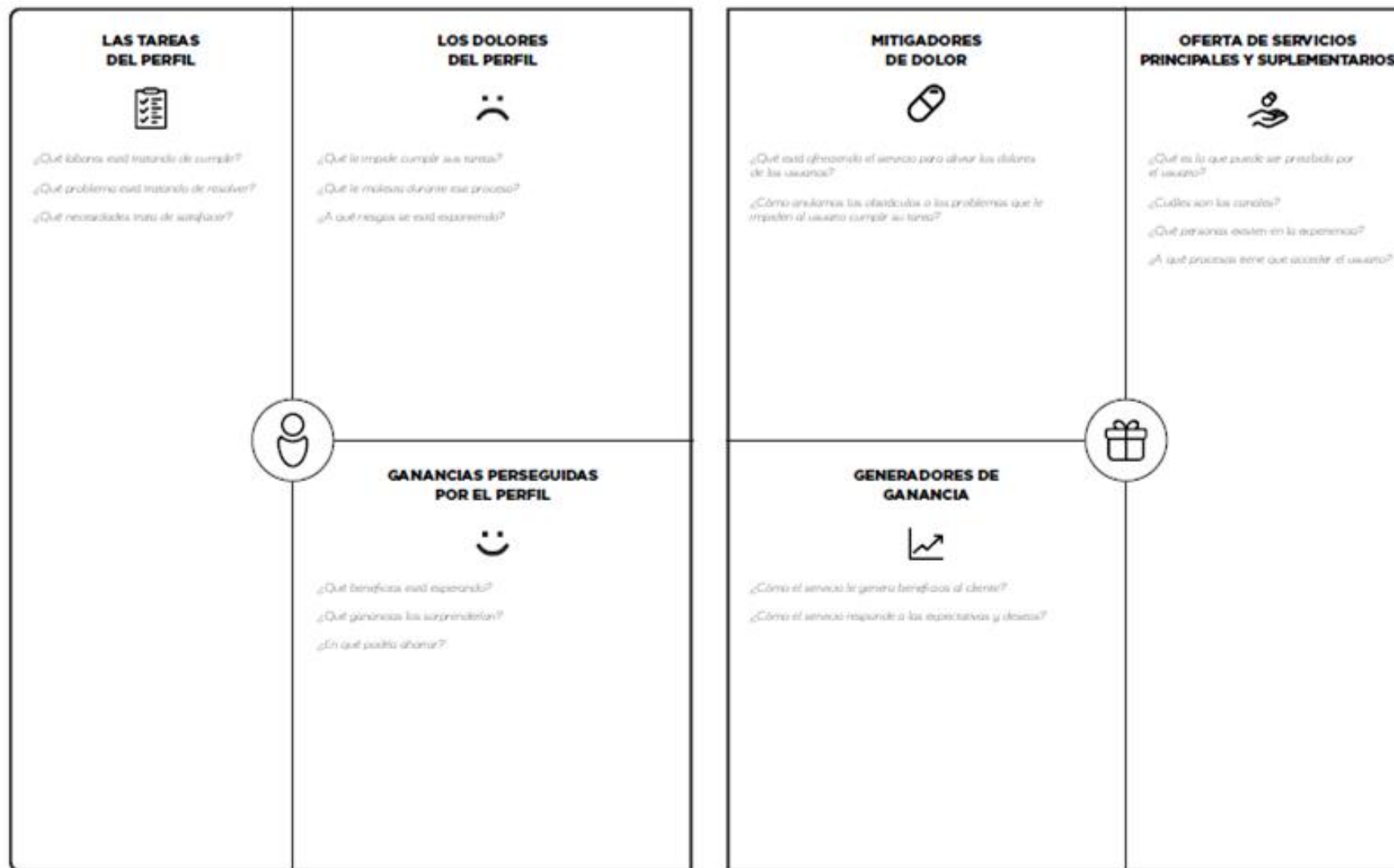
# PROPUESTA DE VALOR

## Ejemplo para Microcrédito

# VENDEDOR

## Comunidad





# ¿Cómo podemos aterrizar nuestra propuesta de valor?



*Ejemplo: “Entendemos tus sueños y necesidades, sabemos que quieres adquirir nuevos bienes para tu familia y aumentar tu bienestar, para esto necesitas un aliado cercano y confiable.*

*Brindamos una alternativa de financiación dirigida a todos los empleados, para facilitar la compra de bienes y servicios en forma rápida, fácil y baja tasa de interés”.*

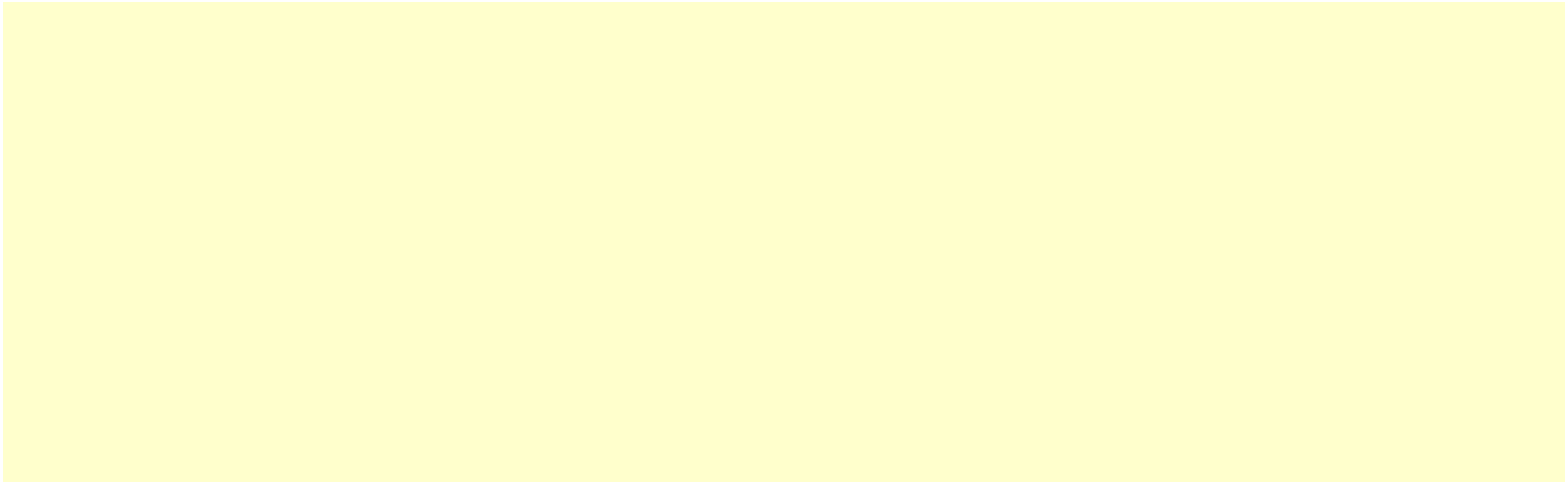
**Título:** Que describa el beneficio principal que ofrecemos a los clientes

**Complemento:** Que detalla brevemente lo que ofrecemos, a quién y por qué

**Factores fundamentales :** Separando y nombrando 3 beneficios o características de nuestro producto o servicio



# ¿Cómo podemos aterrizar nuestra propuesta de valor?





Nace una nueva comunidad, en donde apoyamos el talento local y el crecimiento de los negocios de los microempresarios colombianos. Fundación delamujer habilita para todos un nuevo canal digital y lanza:



## VENDEDOR

*¿Quiere vender?*

Es una plataforma pública y digital, lista y dispuesta para que exhiba los productos y servicios de su negocio.

Si no tiene experiencia vendiendo en digital, le enseñaremos. El equipo de Fundación delamujer lo respalda y le orienta para que muestre lo mejor de su negocio.

Comience a atraer nuevos clientes, la comunidad de FDLM hace parte de la plaza y puede ser su mercado potencial.

## COMPRADOR

*¿Quiere comprar?*

Es una plataforma pública y digital, donde podrá encontrar diversidad de productos y servicios en un mismo sitio, acceda en el dispositivo de su preferencia desde cualquier lugar.

Puede entrar, buscar y si le interesa comprar registre en la comunidad, para contactarse directamente con el vendedor de manera fácil, segura y rápida.

Encuentre, compare, y compre apoyando a los microempresarios colombianos. Si necesita proveedores o quiere vender, en la plaza lo puede hacer.

## Entidad Financiera

*¿Quiere ofrecer?*

## Cliente

*¿Quiere consumir?*

