

ENVIROFOOD

SECTOR AGROALIMENTARIO

Proximidad y comercio local

1-INTRODUCCIÓN

La idea de esta APP, surge de los alumnos del Colegio Mercedarias de la Caridad de Vitoria-Gasteiz, concretamente del aula 3º B.

El cambio climático es una realidad y el sector agroalimentario va a tener que adaptarse a este cambio por varias razones: cambio de temperatura y condiciones para la producción de cultivos, aumento de población mundial y la necesidad de alimentos, consumos de alimentos más sostenibles...etc.

Nosotros y nosotras nos hemos decantado por una aplicación para fomentar un **consumo de alimentos locales de proximidad**. Además, hemos considerado indispensable que el consumidor esté **informado de la sostenibilidad real de su compra**. Estamos seguros de que un consumo local y de proximidad es la clave para adaptarnos al futuro, debido a que va a suscitar una **economía circular en el entorno el cual va a beneficiar a los habitantes tanto económicamente como en la salud**.

Hemos investigado mucho respecto a la evolución del sector agroalimentario y la alimentación del futuro y sabemos que en breve va salir al mercado una "escala medioambiental" desde España y se va abrir a todo Europa: el ENVIRO-SCORE o ECO-SCORE. La verdad es que cuando lo descubrimos, sentimos un gran alivio puesto que se observa un gran vacío en el consumo. Es decir, cada vez más gente quiere consumir de una manera responsable y sostenible con el medio- ambiente pero realmente no dispone de toda la información necesita: huella de carbono, consumo hídrico en la producción, embalajes...etc. En consecuencia, se decidió que nuestra aplicación tenía que hacer eco de esta escala. Por ello, incluimos un escaneo del ENVIRO-SCORE para que el consumidor además de consumir de forma local, realizara un consumo sostenible y responsable con el medioambiente.

La apertura de grandes centros comerciales, así como el envejecimiento de la población lleva a que las denominadas “tiendas de barrio” tengan que cerrar sus puertas y con ello se degrade el entorno económico-social. Esta problemática no solo afecta a los barrios, sino que también se nota en el centro de la ciudad. También queremos promover el consumo alimentario sostenible y que la gente a la hora de comprar pueda conversar con el dueño o dueña del local manteniendo un contacto estrecho y creando así un modo de poder preguntar todas las dudas y dando consejos tanto del dueño o dueña hacia el comprador o compradora y viceversa. Con esta propuesta queremos dar una oportunidad para que las tiendas de productos alimentarios más pequeñas sean visibles a través de las nuevas tecnologías, y con ello que las personas más jóvenes, conozcan las tiendas de su barrio y vean lo importante que supone una alimentación y consumo sostenible. Al consumir productos locales, los productos no tendrán huella ecológica, tampoco llevarán muchos conservantes ya que no tendrán que transportar los alimentos de un sitio a otro; de esa manera tampoco contaminaremos tanto a la hora de transportar el producto ya que se intentará que sea de kilómetro cero. Al consumir productos de Km0, no habrá intermediarios y con ello el beneficio de ese producto se lo llevará el productor de los locales cercanos a nuestro entorno.

2.OBJETIVOS DE LA EMPRESA

El principal objetivo de esta empresa es desarrollar una APP para dar visibilidad al pequeño comercio alimentario de cada barrio y que al ser de forma sostenible, ya que son productos ecológicos. Los grandes supermercados invierten cada año mucho dinero en las campañas publicitarias, para promocionar sus productos tanto a nivel más cercano, es decir con el buzoneo de folletos informativos, como en prensa, radio, televisión e Internet. El pequeño comercio no puede competir con este gran despliegue de publicidad y en el mejor de los casos su promoción se limita a exhibir las ofertas o productos destacados en el escaparate de la tienda y confíen en que funcione el boca a boca. Hoy en día, el ritmo de vida puede llevar a que no seamos conocedores de la variedad, precio y calidad de los productos que tenemos al lado de casa. En cambio, gracias a la publicidad y el saber cómo llegar de una manera más eficiente y segura a los establecimientos. Sabemos lo que cuesta un producto en un gran centro comercial, para el cual hay que desplazarse en algún medio de transporte, principalmente coche, con lo que conlleva a aumentar el nivel de

contaminación, tiempo, y por eso hemos creado una aplicación que contenga un mapa acerca de las tiendas, para poder llegar a ellas.

Nuestra idea es crear una APP que sea accesible a los usuarios de cualquier dispositivo móvil y con un solo vistazo puedas ver cuales son las tiendas más cercanas a tu ubicación, así como los precios de los productos que la tienda considere más importantes, las promociones y sobre todo los vídeos y publicaciones de los mismos productores. Además, se ofrece el acceso a la dirección, teléfono, horario, página web y/o redes sociales si la tienda los tuviera.

3.DESARROLLO DE LA IDEA

La oferta y demanda de productos en la sociedad actual es un flujo constante de actividad comercial que cada día se centra más en grandes supermercados, centros comerciales y multinacionales. Todo esto asociado al ritmo de vida, la crisis económica y en los dos últimos años, la crisis provocada por la pandemia, ha llevado a que el pequeño comercio vaya desapareciendo de nuestras calles, provocando que la actividad de muchos barrios de nuestra ciudad, e incluso el centro se quede reducida a escasos negocios principalmente relacionados con el ocio. A parte vemos un problema en consumir productos de una manera poco sostenible. Queremos fomentar el uso de productos vendidos en comercios locales, llegar de una manera sostenible a ellos y consumirlos de una manera responsable.

Nuestra idea comienza con el desarrollo de una APP, en principio nos queremos centrar en el sector alimentario, por lo tanto incluirá carnicerías/charcuterías, pescaderías, fruterías, y panaderías/pastelerías así como un apartado para “otros” donde se pueden englobar distintas tiendas de productos dedicados a la alimentación (licorerías, delicatessen, productos en conserva...etc. Esta APP tendrá distintos apartados como el anterior mencionado. Lo primero es un apartado usando el tipo de geolocalización para saber los modos de llegar más fácilmente. Otro apartado será dedicado a un escáner con el que podrás tener información sobre la escala EVIRO-SCORE con el que podrás saber con cuanta cantidad de agua ha sido cultivado o criado el alimento. Además el consumidor podrá comunicarse con los dueños o dueñas de los establecimientos, así como con otros consumidores. También cada semana la aplicación recomendará una dieta especial, saludable y equilibrada.

La APP se centra a nivel Europeo, en cada ciudad de cualquier parte de Europa. También adaptándose al idioma de ese país, sus ciudades y sus necesidades. En la pantalla de inicio se pueden ver los distintos barrios de los diferentes países, según el elegido, con esta separación en la primera pantalla queremos conseguir que de manera rápida el usuario pueda seleccionar el barrio que le interesa. Una vez seleccionado el barrio, la aplicación le llevará a los comercios separados por las cinco categorías expuestas anteriormente del barrio elegido, en esta pantalla el usuario puede elegir la clase de producto que necesita (por ejemplo, pescaderías) y una vez seleccionado, la App le llevará a las pescaderías del barrio elegido. Cuando aparece el listado de comercios de la categoría elegida, en el barrio que interesa, pinchando sobre él, aparecerán el listado de productos de esa tienda, con un apartado donde se puedan destacar las ofertas o promociones, así como la dirección de la misma, el teléfono, página web y redes sociales si tienen.

De la misma manera, el usuario puede retroceder en la aplicación para ver otra tienda del mismo sector en el mismo barrio, de otro sector, o volver a la pantalla inicial para seleccionar otro barrio de la ciudad, según el país y ciudad que se elija, le saldrá una información u otra. A la hora de buscar el comercio, le aparecerá un mapa con las mejores rutas para llegar a pie, en bicicleta o en coche. En el menú, te aparecerá un apartado que si clicas te llevará al escáner mencionado en otros puntos. Esta aplicación te permitirá dialogar con los dueños o dueñas de su respectivo local para resolver las dudas o inquietudes del consumidor. Así se fomentaría la comunicación entre vendedor o vendedora y consumidor o consumidora.

Mediante esta app, no sólo puedes comunicarte con los vendedores y vendedoras, sino también comunicarte con los usuarios de la app para pedir ideas y consejos.

4.INNOVACIÓN

El proyecto que presentamos en este informe quiere hacer hincapié en el desarrollo del comercio local de alimentación el cual está pasando por grandes dificultades debido a la gran competencia que supone los grandes supermercados, la comunicación entre el productor y el cliente y también quiere fomentar la compra de productos más saludables y beneficiosos para el

medio ambiente. En Europa existen algunas asociaciones de comerciantes que se dedican a promover el comercio de cercanía, estas asociaciones tienen un papel muy importante en la defensa de los pequeños comercios, por ejemplo realizan campañas de promoción y visualización, así como se encargan de organizar diferentes mercados a lo largo del año.

Nuestra idea surge porque no existe una forma de que los comercios de barrios más pequeños puedan ser conocidos. Además consideramos indispensable que la gente sea consciente de lo que va a consumir, y saber las alternativas para poder consumir de una manera más sostenible. Creemos que la innovación de la APP que hemos diseñado consiste en que los productos ofertados en cualquier pequeña tienda de barrio puedan ser conocidos por cualquier usuario ya sea porque tenga un buen precio, haya una oferta importante, u otra especialidad, otra innovación de nuestra APP es que tengas la capacidad de comunicarse con el vendedor y con otros usuarios de la APP mediante mensajes, fotos y videos de los productos que ofrece la tienda en la cual estás interesada.

También otra de las innovaciones es que puedas escanear el código de barras y el Enviro- Score de los productos para saber cuánto contamina y poder saber otras alternativas para poder consumir un producto que contamine menos. Tener un mapa que según tus intereses te muestre tiendas locales, te muestre diferentes alternativas para ir a la tienda, centro comercial, que elijas a raíz del producto que quieras consumir. A través del comercio que elijas, te mostrará mediante un escáner, los productos de esa tienda. Esto ayuda a que te pueda informar de la sostenibilidad del producto, ya que es importante saber de donde proviene y como está mantenido.

En un primer momento estaría dirigido a que los usuarios conozcan la oferta que existe en su entorno más cercano, pero también que la tienda sea conocida en ámbitos más alejados de su entorno y pueda mostrar sus peculiaridades a un rango más amplio de consumidores.

Por otra parte, nos consideramos innovadores debido a que hemos añadido un apartado el cual todavía no se ha salido a la luz, es la escala de Enviro- Score o Eco- score.

5. ANÁLISIS DE MERCADO

La campaña de los ayuntamientos de algunos países a nivel Europeo para concienciar a las personas de lo que consumen, fue el primer paso que nos llevó a pensar en la posibilidad de crear algo que pudiera realmente acercar el comercio local a los ciudadanos. En la actualidad, un porcentaje muy elevado de la población se considera usuario de internet, de las redes sociales y existen infinidad de APPs para cualquier cosa. Otro de los problemas que vimos fue la poca o escasa publicitaria que las tiendas de barrio tienen, por lo que en la mayoría de los casos solo es conocida por el entorno más cercano, que no es ni tan siquiera el barrio sino la zona (calle y adyacentes) donde está situada. Desde el punto de vista del usuario nuestro proyecto intenta integrar también a personas que por características personales (por ejemplo celíacos, intolerancia a la lactosa) o por características culturales que tengan otro tipo de alimentación más específico y diferente al nuestro, dando la oportunidad a las tiendas de promocionar estos productos orientados a estas personas.

En el estudio de mercado que hemos realizado, en primer lugar hemos intentado hacer un análisis con la técnica DAFO, para ver cuales son nuestros puntos débiles y cuales los fuertes. El primer punto estudiado sería las “debilidades” que podemos ver en este proyecto, una de las más importantes es que el trato con el cliente tiene que ser muy cercano y presencial. Muchas de las tiendas son comercios familiares donde las personas que lo regentan tienen una cierta edad y es difícil ver la oportunidad que sería para su negocio que pudiera ser visto a través de “pulsar” un botón en el móvil.

En este punto habría que hacer un trabajo muy unido a las características propias del negocio. Por el contrario, el punto donde vemos más “fortaleza” sería en la oportunidad de cada negocio de publicitarse en su medida. Es decir, algunos de ellos bastaría con un listado de precios, unas ofertas, o promociones. Pero también se daría la oportunidad de que un cliente (tienda o negocio) incluyera fotos para publicitar un producto, y a través del mapa de la aplicación, dirigir al cliente a los tipos de comercios que tiene alrededor. De esta forma, los pequeños comercios, incrementarán sus locales y aparte el consumidor podrá ver videos y fotos de la producción de ese producto para que sepa de dónde viene, por ejemplo cuando vayamos a comprar huevos, que el consumidor pueda ver cómo crían a las gallinas, su alimentación y cómo viven en la granja.

Como esta idea de APP, actualmente existen pocas “amenazas” en el sector alimentario a nivel de Europeo. A pesar, como se ha explicado anteriormente, existen algunas asociaciones de pequeño comercio en nuestra ciudad, no hay nada exclusivo del sector alimentario y tampoco ninguna manera de conocer “rápidamente” tanto las pequeñas tiendas de alimentación que existen en los diferentes barrios y sobre todo los productos que las pueden hacer más especiales. Hemos investigado un poco en Internet y lo más parecido que hemos encontrado es una APP en Galicia dedicada al comercio local de Morrazo, pero la diferencia es que no incluye el sector que nosotros estamos trabajando (alimentario), la APP se llama Comércio do Morrazo.

Con todo lo expuesto anteriormente, pensamos que nuestra idea tiene viabilidad en el mercado actual, sería algo innovador en nuestro sector de aplicación que por el momento no tiene competencia a nivel de Europeo y además nos da la sensación de que el sector agroalimentario no está especialmente representado en las asociaciones que existen en nuestro continente, centrándose más en otro tipo de comercio, así como en el sector de ocio y hostelería. El principal punto fuerte es la facilidad con la cual el usuario pueda conocer el producto básico del día a día, más cercano a su barrio, o a la zona que le pueda interesar (por ejemplo poder hacer la compra en el barrio donde se encuentra su lugar de trabajo cuando acaba la jornada laboral).

6.VIABILIDAD

Para comenzar la inversión para crear esta empresa sería mínima, hace falta un ordenador con conexión a internet y el diseño de la APP, tal como la hemos propuesto. Nuestros potenciales clientes son todas las tiendas de productos alimentarios, es un trabajo difícil contactar con cada una de ellas para que se unan al programa, cuantas más mejor. Aunque está destinado a pequeñas tiendas que sean desconocidas, que se encuentren en cualquier barrio y queremos que esta aplicación sea un escaparate para aumentar su visibilidad, también nuestra idea está abierta a negocios que por su situación (por ejemplo los que se encuentran en las zonas más céntricas) sean más conocidos por el público en general.

La principal fuente de financiación, aparte de un pequeño aporte de capital inicial, sería la adhesión de los comercios, se establecerán distintas tarifas,

que pueden ser anuales o mensuales, dependiendo de las características publicitarias que quiera el cliente. Puede ser una tarifa básica para promocionar su producto, una tarifa media en la cual se insertarán fotos del producto que se quiera destacar en cada momento, y para terminar una tarifa un poco mayor para que el cliente mediante una contraseña pueda acceder a su pantalla y modificarla según sus gustos o lo que le interese destacar en un momento dado. Por último, en un nivel más elevado el cliente puede insertar publicidad en la APP para promocionar su negocio.

Los distintos niveles que hemos propuesto cuando diseñamos esta aplicación, creemos que son necesarios para dar una mayor viabilidad a nuestro proyecto, cada negocio tiene un nivel de ventas y le interesa un nivel de promoción distinto, una pequeña tienda en un barrio le interesa que sus productos sean conocidos o destacar algo especial que los caracterice, mientras que una tienda de alimentación en el centro le puede interesar más publicitarse como tienda especializada en algún tipo de alimentación (ejemplo, tienda de productos veganos, ecológicos, etc).

7.CONCLUSIONES

Cuando empezamos a pensar en este proyecto, queríamos contribuir a mejorar, en la medida de lo posible, el comercio de cada barrio. Creemos que ayudar a las personas a que conozcan el comercio de su barrio puede contribuir a que la vida de ese barrio mejore y promueva una economía circular porque tiene una serie de ventajas. Una de ellas es la proximidad, el producto lo puedes conseguir sin tener que desplazarte y sin esperas. Esto también implica una reducción de la huella de carbono porque los desplazamientos se pueden hacer de forma rápida, sin tener que utilizar el vehículo particular. Otra de ellas es la comunicación entre vendedor y cliente. Al ser comercios locales hay más cercanía con la gente y los clientes saben lo que están comprando en todo momento. Pensamos que comprar en el comercio local contribuye a un reparto más justo de la riqueza, que se queda en la zona, en vez de ir a grandes multinacionales, también es lógico que si se impulsa el comercio de cada barrio, esto ayuda a crear más comercio y dará vida a la zona.

Una de las problemáticas que pudimos detectar es que muchas tiendas de barrio no son conocidas, es decir, tienen productos exclusivos o con ciertas

características y los compradores no lo saben, por lo que creemos que esta APP puede ayudar a que haya más interconexión entre el usuario y el comercio, principalmente enfocada en las personas que hemos hecho de internet una herramienta imprescindible en nuestra vida.

Otra de las problemáticas que pudimos detectar es que mucha gente no sabe lo que consume y otro de los objetivos de nuestra APP es informar a la gente de lo que va a consumir mediante un escáner de código de barras.

8.APLICACIÓN







