



PROPUESTA DE VALOR

Potenciar el comercio minorista local y reducir el impacto ambiental de la publicidad en papel, a través de una *aplicación en la que se detallan las ofertas del comercio de la zona* y se pone en conocimiento del usuario a través de un anuncio en su portal. Para facilitar la entrada a la web se proporciona un acceso a través de un código QR.

Principales características :

- Evitar las molestias del buzoneo: publicidad no deseado, papel acumulado en los portales, ocupación de un buzón que idealmente debería utilizarse para correspondencia dirigida.
- Reducir el consumo de papel, porque se utiliza un soporte digital para las comunicaciones con el cliente.
- Reducir el consumo de combustible al evitar realizar las compras en grandes superficies.
- Ayudar al comercio local
- Dignificar la profesión de buzoneador

En la Sociedad actual, la mayoría de los ciudadanos usan la tecnología en su quehacer diario. En estos últimos años han hablado de la muerte de los código QR pero, al parecer, es todo lo contrario, los QR están para quedarse.

Por ejemplo, en 2011, la gente que usaba los QR era muy poca. En términos porcentuales, tan sólo un 8% hacía uso de los mismos. A partir del año 2012 podemos apreciar claramente una tendencia alcista, experimentando una evolución hasta cifras que rondan el 47% de usabilidad. Los usuarios de código QR se centran en rangos de edad comprendidos entre los 25 y 54 años.

Con nuestra propuesta, pretendemos dar una solución fácil y sencilla a todas estas cuestiones que preocupan tanto al pequeño comerciante como a la sociedad en general debido a la pérdida de puestos de trabajo en los barrios en favor de las grandes superficies.

En el mercado actualmente se usa el papel como medio de publicidad. El código QR en el teléfono móvil pretende favorecer las ventas del pequeño comerciante en cada barrio sin necesidad de utilizar transporte. Posteriormente el comerciante podrá facilitar sus ofertas directamente a cada usuario de la aplicación.

Nuestro producto, además de eliminar la publicidad en los portales, facilita el conocimiento de las tiendas en su entorno más cercano. Lo que consideramos muy importante para la supervivencia del pequeño comercio.

En términos de marketing, la plataforma trabaja con un público bien segmentado, tanto a nivel geográfico, como de acceso a las nuevas tecnologías e intereses.

Las ventajas para el cliente, el comerciante, serían:

- Mejor control sobre la inversión en publicidad: la aplicación permite controlar cuánto tiempo está visible una oferta y hasta retirarla en caso de alcanzar los objetivos propuestos.
- Darse a conocer en la zona
- Eficiencia en la información sobre diferentes aspectos de los productos
- Rapidez y comodidad de uso

Ventajas para el usuario, el residente en la zona:

- Conocer la oferta local más próxima a su domicilio, sin coste y sin las molestias del buzoneo.
- Evitar desplazamientos innecesarios y urgentes al centro comercial habitual, así como la inversión en tiempo necesaria y la comodidad e inmediatez que aporta la cercanía.
- Ver toda la mejor oferta de la zona sin necesidad de acceder a un comercio específico.