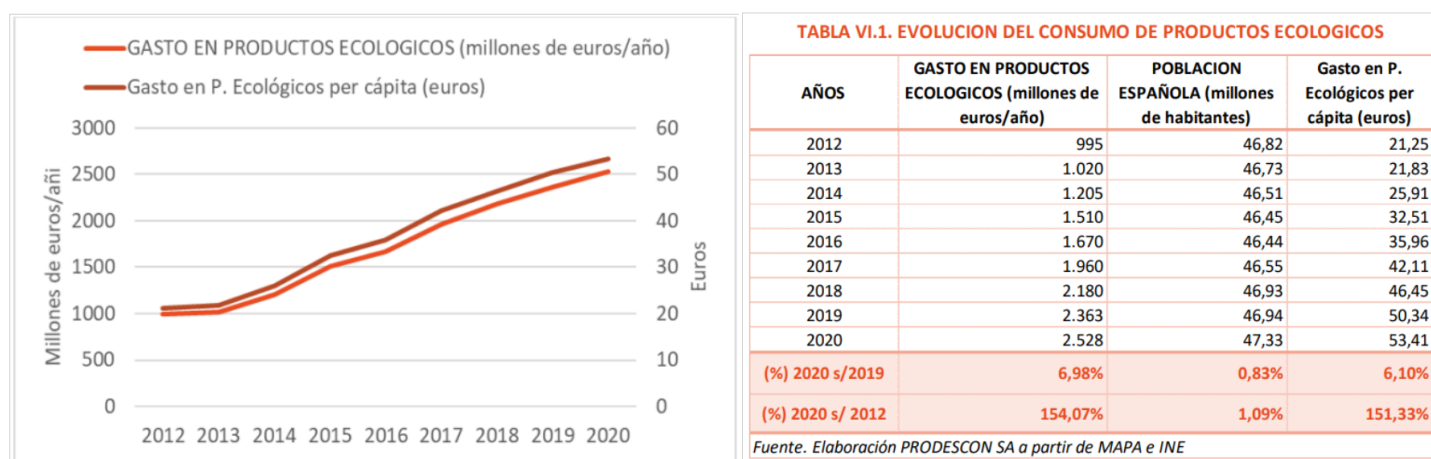


Proposición de valor

El mercado de los productos ecológicos es cada vez rentable, de manera lenta pero continuada los consumidores se preocupan por su huella de carbono y la intentan reducir de muchas formas, también modificando sus hábitos de consumo, preocupándose más por la procedencia de los productos que compran.



Este gráfico del 2020 muestra cómo incluso en años económicamente difíciles para muchos consumidores el consumo dentro del mercado ecológico ha seguido aumentando pese a competir con productos no ecológicos con un precio menor.

Con estos datos en cuenta, el equipo de ecobuy pretende formar parte de una revolución económica y social dentro de este sector de mercado, centrándose en dar solución a los dos grandes inconvenientes de este tipo de productos.

Las dos grandes desventajas que sufren los productos del mercado ecológico son su precio, mayor en comparación con los productos comunes y la dificultad de encontrar determinados productos, incluso en las grandes ciudades mucha gente desconoce dónde encontrar este tipo de productos pero este problema se agrava en núcleos urbanos no tan grandes.

Como solución a estos problemas se crea ecobuy, una aplicación móvil donde los usuarios tienen a su disposición una amplia lista de productos ecológicos así como de establecimientos dedicados a la venta de estos productos.

La reducción de precio se realizaría mediante un sistema de recompensa por fidelización similar al de muchos supermercados, que proporcione descuentos o cupones para productos ecológicos con la previa compra de productos de este tipo, de esta manera el consumo estimula al consumo. Para los productos agrícolas y ganaderos ecobuy pretende trabajar directamente con los productores o con

pequeños distribuidores ya que los grandes distribuidores inflan mucho el precio de estos productos.

Además, la app contaría con un mapa y un apartado que proporcione información sobre dónde encontrar determinados productos y la ubicación de establecimientos ecológicos con información sobre los productos que ofrecen. De esta manera se mitiga el problema de la falta de disponibilidad de estos productos además de estimular el consumo a través de la creación de una narrativa propia para muchos de los productos aportando información de la procedencia de estos, por ejemplo, mostrando en que huerta se han cultivado unas naranjas y cómo han sido transportadas, añadiendo un plus de transparencia muy positivo para la aplicación.

Ecobuy proporciona valor vía precio, facilitación del trabajo e imagen de marca;

- Precio: Ofreciendo cupones o reducción de precios con la compra de productos locales, con una baja huella de carbono y sostenibles con el medio ambiente.
- Facilitación del trabajo: poniendo a disposición de los usuarios información sobre la procedencia de aquello que compran así como dónde pueden conseguir los productos que buscan.
- Imagen de marca: situándonos como una marca de emprendimiento social concienciada con el medio ambiente, con el objetivo de atraer la atención de todo el público que comparta los valores de la empresa.