

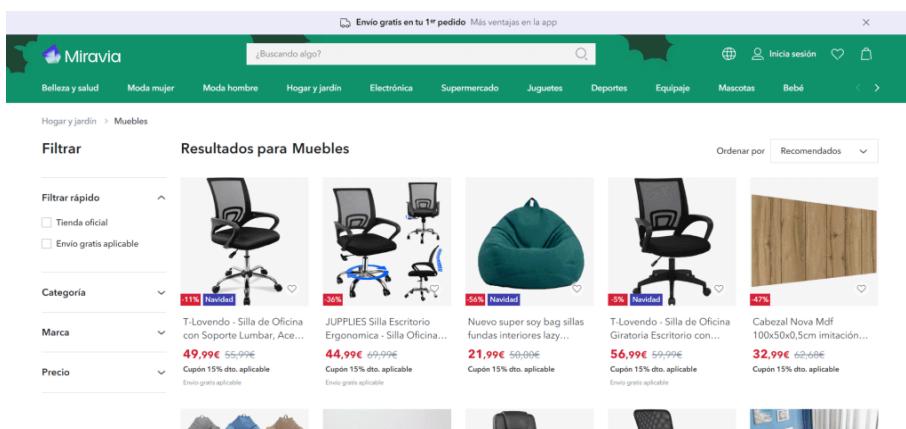
1. PROPUESTA DE VALOR

A. Problemática a resolver:

En el entorno de los comercios locales se ha detectado una importante sensación de invisibilidad de los pequeños negocios relacionada con la evolución del entorno digital. Los consumidores cada vez buscan con más inmediatez la compra de los productos que buscan, usando internet para pedirlos y que lleguen a su casa de un día para otro. Eso constituye un gran problema para los negocios locales de ciudades como Vitoria-Gasteiz, donde se cierra todos los días una tienda local.

Esta es la principal problemática a la que responde la idea. Consiste en un *Marketplace*, que se define como un modelo de negocio que conecta vendedores y compradores dentro de un mismo entorno, en donde la gestión de pagos, la seguridad y, en muchos casos, incluso la logística. De esta forma, muchas empresas pueden vender sus productos en un mismo lugar. Para ejemplificar la idea, se podría tomar como referencia el sitio web de *Miravia* (a), una app y plataforma online de compraventa de artículos varios.

(a). Sitio web de Miravia



B. Carácter novedoso:

La finalidad de este Marketplace será contrarrestar el efecto negativo de la evolución de internet en los negocios locales, para que no desaparezcan durante la digitalización. Dentro de este Marketplace, estarán presentes los negocios locales de Vitoria-Gasteiz, pudiendo de esta forma, los clientes de Vitoria elegir entre los productos que estos ofertan y fomentar la sostenibilidad. Además, pueden pasarse por la tienda física en caso de que estén más interesados en ello, incentivando así el descubrimiento de negocios a los usuarios del sitio web..

Como grupo, se espera que esta propuesta presentada no solo sea útil sino que necesaria. Ahí es donde entra GoSho, una plataforma que juntará tiendas locales del sector textil de Vitoria; no como una solución más, sino como una solución que faltaba. El proyecto que como grupo se propone no es simplemente una plataforma digital de Marketplace, esta es una solución estratégica, humana e integral que ayuda a fortalecer y transformar lo que es el comercio local. Esta idea tiene tres dimensiones de carácter novedoso que al juntarlos crea un impacto social, ambiental y económico de un gran alcance.

Al facilitar que los clientes puedan realizar sus compras desde casa y optar por la recogida en tienda, se reduce significativamente el uso de vehículos privados para desplazamientos innecesarios.

- ### - Búsqueda específica

GoSho funcionará como un centro comercial digital, el “Boulevard virtual de Vitoria-Gasteiz”. Donde cada negocio tendrá su espacio, su identidad y su catálogo. Pero, no será un escaparate genérico: será una plataforma inteligente, con filtros avanzados que permitirán al usuario encontrar

exactamente lo que busca, de forma rápida, clara y eficiente. Es una forma de conectar oferta y demanda de manera directa, sin confusiones, siendo los intermediarios.

- Transformación a lo digital de los negocios locales (adaptación):

Esta dimensión es la que marca la diferencia, ya que no se pretende que los negocios se arreglen solos, entregándose únicamente una plataforma a la deriva. *GoSho* asume el compromiso de acompañar a cada comercio en su digitalización. Esto incluye:

- La creación de su perfil digital dentro del marketplace.
- La gestión de inventario y productos.
- La atención al cliente online.
- La formación básica en herramientas digitales.
- El asesoramiento continuo para mejorar su presencia y rendimiento.

C. Factores destacables:

El objetivo del sitio web no es convertir los negocios en algo que no son; sino que sean lo que siempre han sido, pero con más alcance, más herramientas y más oportunidades.

- Precio:

El servicio de *GOSHO* no busca ser el más económico, sino ofrecer una tarifa que refleje seguridad y el alto valor del acompañamiento personalizado en la inversión. El precio se basa en la reducción de riesgos y la garantía del éxito que proporciona la supervisión por personas reales.

- Cercanía y seguridad:

Dentro del ámbito digital, es común que los servicios sean totalmente autodidactas, dando solo los recursos a los clientes para que ejecuten

acciones que no siempre son capaces de realizar con seguridad ó éxito. El servicio que GOSHO brinda, además de facilitar herramientas digitales, es un seguimiento personal cara a cara, en el que el cliente tendrá la seguridad de que personas reales están tras cada movimiento de su empresa digital.

- Disponibilidad:

No solo asegura seguimiento de proyectos y herramientas digitales, sino también accesibilidad a soporte en todo momento. El servicio que proporciona GOSHO brinda seguridad a sus consumidores de estar 24/7 a disponibilidad de cualquier inconveniente que se genere.

A continuación, se presenta un modelo DAFO del proyecto, en donde se detalla cada apartado de este modelo, sugiriendo además una propuesta de solución y/o aprovechamiento.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de reconocimiento inicial de marca - Limitaciones tecnológicas y de mantenimiento - Dificultad para captar tiendas al inicio - Gestión logística no centralizada - Rentabilidad a medio plazo 	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia fuerte de grandes plataformas - Resistencia al cambio por parte de los comercios - Cambio de hábitos de consumo - Saturación de marketplaces genéricos - Riesgos económicos o comisiones bancarias
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Propósito social y emocional potente - Modelo de negocio accesible y sostenible - Geolocalización y personalización del catálogo - Fácil integración para pequeños comercios - Ecosistema cooperativo y solidario 	<ul style="list-style-type: none"> - Tendencia general hacia el consumo local y sostenible - Planes gubernamentales de digitalización del comercio - Espacio para la diferenciación frente a los gigantes del e-commerce - Integración con nuevos canales y tecnologías - Colaboraciones con asociaciones locales y cámaras de comercio

Debilidades

1. Falta de reconocimiento inicial de marca: Competir con Amazon o Glovo requiere tiempo y confianza. Se propone: Lanzar campañas piloto con embajadores locales en barrios concretos.
2. Limitaciones tecnológicas y de mantenimiento: Requiere inversión continua en desarrollo y soporte técnico. Se propone: Empezar con una versión mínima viable enfocada en funcionalidades básicas.
3. Dificultad para captar tiendas al inicio: Muchos comercios son reacios a la digitalización. Se propone: Ofrecer 3 meses gratuitos y formaciones prácticas sobre venta online.
4. Gestión logística no centralizada: Cada tienda puede tener su propio sistema de envío o recogida. Se propone: Integrar una red de mensajería local o puntos de recogida comunes.
5. Rentabilidad a medio plazo: Los ingresos iniciales pueden ser bajos hasta lograr masa crítica. Se propone: Buscar financiación pública (ayudas al comercio local o digitalización) o alianzas con ayuntamientos.

Amenazas

1. Competencia fuerte de grandes plataformas: Amazon Local, Glovo o Google Shopping pueden replicar el concepto. Se propone: Proteger la marca, consolidar comunidad y ofrecer valor humano imposible de copiar.

2. Resistencia al cambio por parte de comercios: Miedo a la tecnología o desconfianza en los canales digitales. Se propone: Formación presencial y soporte continuo de acompañamiento humano.
3. Cambio de hábitos de consumo: Los usuarios priorizan rapidez y conveniencia sobre cercanía. Se propone: Incentivar recogidas en tienda en menos de 2h y descuentos por compras locales.
4. Saturación de Marketplaces genéricos: Puede dificultar la captación de usuarios nuevos. Se propone: Posicionamiento claro: El lugar donde comprar es ayudar a tu ciudad.
5. Riesgos económicos y regulatorios: Cambios en impuestos digitales o comisiones bancarias. Se propone: Mantener asesoramiento legal y financiero constante y diversificar fuentes de ingreso (publicidad local/ servicios premium).

Fortalezas

1. Propósito social y emocional potente: Defensa del comercio local frente a las grandes plataformas. Esto genera una conexión emocional con los clientes y con las propias tiendas. Se propone: Usar storytelling y campañas de marketing emocional: compra con el corazón; compra local.
2. Modelo de negocio accesible y sostenible: Cuota baja y beneficios compartidos con tiendas. Se propone: Crear planes flexibles (básico/ premium) según volumen o facturación del comercio.

3. Geolocalización y personalización del catálogo: El cliente ve tiendas y productos de su propia ciudad, aumentando la relevancia y conversión. Se propone: Integrar filtros por distancia, tipo de producto y disponibilidad inmediata.
4. Fácil integración para pequeños negocios: Simplifica la entrada digital de comercios con poca experiencia tecnológica. Se propone: Ofrecer asistencia gratuita de onboarding y un panel de control sencillo.
5. Ecosistema cooperativo y solidario: No es solo un marketplace: es una comunidad de negocios que colaboran. Se propone: Organizar promociones conjuntas, como semanas de comercio local Vitoria.

Oportunidades

1. Tendencia creciente hacia el consumo local y sostenible: La sociedad valora cada vez más el impacto social y ambiental de sus compras. Se propone: Comunicar métricas de impacto ("Cada compra apoya un comercio local").
2. Planes gubernamentales de digitalización del comercio: La existencia de subvenciones para proyectos como este. Se propone: Solicitar ayudas del Kit Digital, fondos europeos Next Generation o apoyo municipal.
3. Espacio para la diferenciación frente a los gigantes del e-commerce: Competir por proximidad y autenticidad, no por precio. Se propone: Destacar historias humanas detrás de cada tienda y producto.
4. Integración con nuevos canales y tecnologías: Posibilidad de implementar realidad aumentada, IA de recomendación o chatbots

locales. Se propone: Desarrollar en fases: primero marketplace funcional, luego innovación tecnológica.

5. Colaboraciones con asociaciones locales y cámaras de comercio: Entidades con interés directo en revitalizar el comercio urbano. Se propone: Firmar acuerdos de visibilidad cruzada y participación de ferias y eventos.