

VI CONCURSO DE IDEAS TECNOLÓGICAS PARA EL COMERCIO MINORISTA (2023)

CATEGORÍA 1: Ideas orientadas a la tecnificación de los negocios comerciales con venta presencial

IDEA: Gestión de ventas mediante Eye Tracking (Idea ganadora)

PRESENTADO POR: Ayuntamiento de Cieza

RESUMEN DE LA IDEA:

Este proyecto tiene como objeto la obtención de datos relacionados con la venta de los productos que pueden comprarse en las tiendas físicas.

Mediante la implantación de cámaras de seguimiento que percibirán la posición de los ojos de los clientes, se conseguirá medir el interés y relacionarlo con las compras realizadas por estos a lo largo del tiempo.

Con el análisis y resultado de los datos obtenidos, se facilitará la toma de decisiones de los dueños de las tiendas para optimizar el acceso, la venta de sus productos y, con ello, mejorar la satisfacción de los clientes.

IDEA: FreshQueue: Tu Camino Sin Esperas en Comercios de Productos Frescos (Mención honorífica)

PRESENTADO POR: Raquel Calvo Vega

RESUMEN DE LA IDEA:

La problemática que genera la larga espera en las tiendas puede derivar en la insatisfacción de los clientes por la tardanza a la hora de efectuar las compras, la no disponibilidad de productos, etc.

Para solventar dicha situación, se pretende crear una aplicación móvil que permita la compra de los bienes en las tiendas físicas de forma personalizada, permitiendo la elección tanto del método de pago como la hora de recogida.

Esta aplicación también permitirá la recopilación de datos de los usuarios con el objetivo de averiguar sus intereses, lo que permitirá una mejor planificación de los propios negocios, lo que propiciará su situación financiera.

CATEGORÍA 2: Ideas orientadas a la tecnificación de las empresas que gestionen dos canales para comercializar sus productos: presencial y online

IDEA: COLORAI/Software de colorimetría personal (Idea ganadora)

PRESENTADO POR: Eugenio Fernández Vidal

RESUMEN DE LA IDEA:

La meta de esta actuación consiste en el desarrollo de un software con inteligencia artificial que permita identificar los colores que le favorecen a cada persona (maquillaje, ropa, gafas, tintes, etc.) teniendo en cuenta sus gustos.

Este proceso, facilitará en gran medida la búsqueda de productos de un determinado color que en un inicio son complicados de encontrar, tanto en las tiendas físicas, como en las tiendas online.

IDEA: Digitalizados y Conectados 360 (Mención honorífica)

PRESENTADO POR: Empresa Municipal Innovación y Transporte Urbano Las Rozas de Madrid, SA.

RESUMEN DE LA IDEA:

Este proyecto está integrado en un ambicioso programa denominado Sherpas Digitales, el cual del plan dentro del Plan de Acción 2021-22 de la Empresa Municipal de la Innovación y Transporte Urbano de Las Rozas de Madrid, S.A.

Para concretar, se tratará de crear la figura de los *Sherpas Digital-ES*, un consultor/agente especializado que acompañe de forma gratuita y personalizada al comercio y a los negocios locales en su transformación digital, por lo que cada comercio tendría su Sherpa.

No se trata de crear un “market place”, sino de crear una comunidad de sherpas digitales. Por lo que, se generará un punto de encuentro entre aquellos que ya han realizado el Programa para compartir dudas, experiencias y buenas prácticas.

Para ello, se desarrollará una plataforma SaaS de Sherpas Digitales donde se alojaría contenido audiovisual tanto de dudas como de ideas útiles, breves guías prácticas para poner en marcha acciones sean de marketing, gestión de clientes, etc., foro de dudas.

IDEA: NomasColas (Mención honorífica)

PRESENTADO POR: Easychatbot, SL.

RESUMEN DE LA IDEA:

La idea consiste en la implantación de Asistente virtual omnicanal, que atenderá de forma inmediata y automáticamente (24 horas/día y 7 días/semana) el teléfono, la página web y Whatsapp de los comercios para que sus clientes puedan hacer pedidos, incluso fuera de horario comercial y sin esperar colas.

Este asistente virtual llevará integrada Inteligencia Artificial para un mejor desarrollo de sus funciones a la hora de atender a los usuarios.

Gracias a esta función, cuando el cliente acuda a la tienda, el pedido estará preparado y no tendrá que esperar en la cola, mejorando, por tanto, la calidad del servicio.

Esta herramienta permitirá también gestionar el envío de pedidos a domicilio, a partir de llamadas telefónicas o haciendo uso de la web.

Además, el comerciante recibirá notificaciones a su móvil y/o ordenador, ordenando el listado de peticiones por el tiempo de recogida previsto, de forma que le permita ir preparando los pedidos por orden de prioridad.

IDEA: LA PESCADERÍA ARTESANAL (Mención honorífica)

PRESENTADO POR: FEDEPESCA

RESUMEN DE LA IDEA:

La Pescadería Artesanal es un proyecto de digitalización que abarca la totalidad del ecosistema comercial de las pescaderías tradicionales españolas.

Este proyecto da vida a un Marketplace exclusivo destinado a las pescaderías tradicionales, proporcionando una plataforma digital, donde los distintos comerciantes tienen la oportunidad de ofrecer sus productos y establecer su presencia en el mundo digital, creando así un mercado virtual exclusivo para pescaderías.

Esta plataforma permite a los consumidores acceder de manera fácil y cómoda desde sus hogares, a una amplia variedad de pescaderías, brindándoles la experiencia de compra que se asemeja a la que encontrarían en un establecimiento físico. La Pescadería Artesanal ofrece una gama completa de servicios similares a

los de una pescadería tradicional: desde la selección y preparación de productos frescos hasta una amplia variedad de especies, servicios de entrega a domicilio, atención personalizada al cliente, y la transmisión de información alimentaria esencial para los consumidores.

Este proyecto también fomenta el consumo responsable, respaldando el producto local y de cercanía.

Por lo tanto, este proyecto, representa una iniciativa integral que combina innovación tecnológica y preservación de la tradición, conectando a las pescaderías tradicionales con la modernidad, brindando al consumidor final una experiencia accesible y satisfactoria. Su estrategia de marca sólida, valores compartidos y enfoque en la sostenibilidad hacen que esta plataforma sea un hito en la transformación digital del sector.

IDEA: Cognitive Data, SL: Márketing del Futuro: Segmentación y Automatización para el Comercio Moderno (Mención honorífica)

PRESENTADO POR: Cognitive Data, SL

RESUMEN DE LA IDEA:

La idea del proyecto se centra en crear una plataforma automatizada y accesible que pueda ser utilizada por comercios minoristas.

Entre las funciones de la plataforma figurarían:

- Herramienta de Segmentación Automatizada: Desarrollo de una función dentro de la plataforma capaz de analizar perfiles de usuarios en las redes sociales con objeto de buscar un mejor enfoque para la campaña de marketing.
- Creación de Creatividades: Uso de aplicaciones para crear imágenes e infografías
- Generación de Campañas de Marketing
- Portal web para el Cliente

La meta final es ofrecer una solución integral y automatizada que permita a los comerciantes minoristas acceder a las ventajas del marketing moderno de una manera fácil y efectiva, potenciando su presencia en línea y sus ventas.

IDEA: RETAILLAB MATARÓ (Mención honorífica)

PRESENTADO POR: Ayuntamiento de Mataró

RESUMEN DE LA IDEA:

El RetailLab, es un centro de conocimiento y valorización de la tecnología aplicada al punto de venta, se conceptualiza como un espacio físico estructurado en torno a tres zonas diferenciadas:

- **Espacio de bienvenida**
- **Showroom tecnológico**
- **Espacio de conocimiento**

El RetailLab, está ubicado dentro del equipamiento Municipal “Espai Mataró Connecta”. En este espacio se ha habilitado una zona específica formada por diferentes módulos expositivos en los cuales se integran las infraestructuras tecnológicas.

Estos módulos (individuales y móviles según la dinámica expositiva) se ajustan a las

especificaciones técnicas de la tecnología incorporada y están acompañados de soportes gráficos alineados con la imagen corporativa del proyecto y del Espai Mataró Connecta.

Dichos módulos son móviles con el objetivo de puedan desplazarse cuando el espacio está activo, y unirse de forma compacta en una sola pieza cuando no se realice ninguna actividad, y así poder liberar espacio y ofrecer una imagen coherente y alienada a las características del espacio donde está ubicado.

CATEGORÍA 3: Soluciones tecnológicas para áreas comerciales urbanas, establecimientos comerciales colectivos y/o mercados de los municipios españoles

IDEA: MercaBot (MarketBot) (Idea ganadora)

PRESENTADO POR: Umibots Robotic Solutions, SL.

RESUMEN DE LA IDEA:

Se trata de la implantación de un sistema delivery con el uso de robótica autónoma y eléctrica, con capacidad de transporte configurable a los volúmenes solicitados.

El cliente puede hacer su compra y/o pedido desde una aplicación existente y éste recibirá el pedido donde quiera que se encuentre con el uso de un teléfono móvil. Los robots se desplazarán de manera autónoma, garantizando la seguridad del resto de usuarios y la calidad del servicio.

El sistema delivery, es integrable con cualquier aplicación de software ad hoc existente para la gestión de los pedidos, o con otras aplicaciones marketplaces que ya existen en el mercado.

IDEA: ComprApprop SF 2.0 (Idea con mención honorífica)

PRESENTADO POR: Ayuntamiento de Sant Feliu de Llobregat

RESUMEN DE LA IDEA:

La Rosa es un “circuito de Moneda Local” que tiene por objetivo incrementar el consumo local en la ciudad, generando circulación de dinero en el comercio de proximidad. Así mismo, fomenta la digitalización, contribuye a la sostenibilidad, la responsabilidad social y la implicación e interrelación de la ciudadanía, de la actividad económica y del tejido social.

Esta moneda digital se puso en funcionamiento el 27 de marzo de 2023, con 99 comercios participantes. Se hizo una promoción especial de lanzamiento con el objetivo de fomentar el consumo local, la responsabilidad social y las relaciones entre ciudadanía y la actividad económica del municipio.

Sant Feliu de Llobregat apostó, a través del Pacto de Ciudad, para dotar a la ciudad de una moneda local que incremente el impacto del gasto público en el comercio local como medida de reactivación económica de nuestra ciudad después de la crisis de la Covid-19.

IDEA: ACERCA SHOP/CONNECTING RETAIL (Mención honorífica)

PRESENTADO POR: Acerca soluciones tecnológicas, SL.

RESUMEN DE LA IDEA:

La aplicación Acerca-Shop se presenta como una solución innovadora que potencia la experiencia de compra de los clientes, aumenta la fidelidad a la marca y, en última instancia, impulsa las ventas para los minoristas.

Acerca-Shop combina la Realidad Aumentada y el posicionamiento por GPS, esta aplicación, ofrece a los usuarios una experiencia de compra enriquecedora y personalizada, mientras que brinda a los comerciantes la oportunidad de conectarse mejor con sus clientes y aumentar sus ventas.

La convergencia de tecnologías como ésta, promete transformar aún más la industria minorista, creando una sinergia entre el mundo físico y digital que revolucionará la forma en que compramos y vendemos productos.

IDEA: PLACENET (Mención honorífica)

PRESENTADO POR: Placenet Internet of Places, SL

RESUMEN DE LA IDEA:

Es una infraestructura digital que conecta cada espacio, delimitado por sus coordenadas geográficas, con su dimensión digital, que se ha hecho llamar Dominio Digital, de tal manera que, cada espacio puede ofrecer en su Dominio Digital los contenidos y funcionalidades contextualizadas para ese lugar y el momento en el que el usuario se encuentra en él, sin necesidad de bajarse ninguna aplicación, ni escanear un QR, ni realizar ninguna otra acción para consumir los contenidos porque los ofrece de forma directa en el momento en que detecta que estás en ese lugar.

Permite navegar de manera fluida y continua por todos los contenidos y funcionalidades digitales de todos los lugares, explorando la dimensión digital con nuestro smartphone, a modo de un sexto sentido digital. El usuario ya no tiene que buscar la app adecuada en cada momento.

Además, permite conectar con todas las personas digitales, sin necesidad de intercambiar de datos de contacto, y con todos los objetos inteligentes (IoT) que se encuentren en el lugar en el que estamos.

IDEA: Pódcast El Escaparate de AICU (Mención honorífica)

PRESENTADO POR: Lorena Monteagudo Yuste

RESUMEN DE LA IDEA:

El pódcast se inició con la idea de innovar para atraer a diferentes públicos y potenciales clientes más jóvenes, al igual que mantener la fidelidad de los clientes de las más de 110 empresas comerciales asociadas.

También tiene como objetivo generar una mayor difusión, haciendo uso de dos métodos de transmisión, la radio municipal del ayuntamiento de Utiel y las redes sociales.

El contenido de cada episodio guía con una primera reflexión (Introducción) en cada ocasión sobre un tema del comercio local y de calidad, en segundo lugar, se presenta el proyecto o empresa iniciándose así, una ruta por las calles del municipio, Utiel, hasta llegar al comercio donde se da la entrevista.

IDEA: Red ALIA: Red de fidelización municipal basada en blockchain e IA (Mención honorífica)

PRESENTADO POR: Ayuntamiento de Pilas

RESUMEN DE LA IDEA:

Se trata de un programa de fidelización basado en la tecnología blockchain y la inteligencia artificial, diseñado para fortalecer la relación entre los comercios minoristas locales y la comunidad en municipios pequeños.

Tiene como objetivo promover la lealtad de los clientes hacia los comercios locales, impulsar las compras en establecimiento del municipio y mejorar la competitividad de los negocios minoristas ante los desafíos que la economía actual les supone.

A su vez, con este programa se pretende suplir el programa de bonos al consumo local en Pilas, a través de un sistema más sostenible económicamente a largo plazo.

IDEA: Traspaso Generacional (Mención honorífica)

PRESENTADO POR: Ayuntamiento de Jaca

RESUMEN DE LA IDEA:

El proyecto se asentará en una solución tecnológica especializada en un mecanismo digital de traspaso generacional en el que el comerciante en ciernes de su jubilación y el emprendedor establecerán un primer contacto gracias a la concordancia de factores de conexión y compatibilidad analizados previamente.

Posteriormente, culminará el proceso con un traspaso efectivo del establecimiento comercial, acompañado en todo momento por parte de los anteriores propietarios y de la administración local y otros entes colaboradores.

Por su puesto, debido a que, en muchos casos, el desfase digital del empresario que se encuentra cerca de su jubilación hará necesario realizar un esfuerzo extra offline.

Este proyecto va más allá de la "solución tecnológica", ya que se ha diseñado una metodología, mediante la cual, aprovechando los recursos ya existentes como los servicios de consultoría ofrecidos por entes como, la Cámara de Comercio o el Instituto Aragonés de Fomento, se alinean y coordinan desde la administración local para alcanzar traspasos generacionales exitosos.

CATEGORÍA 4: Ideas orientadas a dotar de soluciones tecnológicas para la transformación digital del comercio en áreas comerciales rurales

IDEA: IA – Tur Pueblo Vivo (Idea ganadora)

PRESENTADO POR: Desarrollos Inteligentes Aplicados, SLU

RESUMEN DE LA IDEA:

Este proyecto, centrado en los municipios de menos de 5.000 habitantes de la provincia de Castellón tiene las siguientes finalidades:

- El desarrollo de contenidos audiovisuales, vídeos y fotografías en 360º y con dron, así como tours virtuales de diferentes la provincia de Castellón.
- El desarrollo y entrenamiento de un avatar 3D con el que los usuarios (turistas y residentes) podrán interactuar.
- La integración e implementación del avatar 3D y los audiovisuales en un tótem interactivo que se instalará en la provincia de Castellón y que geoposicionará a los usuarios a través de un mapa interactivo, donde verán los municipios incluidos y sus puntos de interés.
- La posibilidad de que los usuarios puedan ponerse en contacto con los pequeños comercios para la compra de productos de los diferentes municipios desfavorecidos directamente con la ayuda de un código QR que facilitará los datos de contacto del comerciante.

De esta manera, los residentes de la provincia de Castellón, así como los turistas, podrán conocer más sobre los municipios. El tótem servirá como escaparate de diferentes productos propios de los comercios minoristas de cada pueblo, el avatar 3D comentará sus descripciones y contestará a las preguntas que tuvieran los usuarios, y estos también podrán visualizar material audiovisual.

IDEA: Biofood Network: La Red que hace el Bio Accesible y Sostenible en cualquier rincón rural mediante la digitalización (Idea ganadora)

PRESENTADO POR: María Dulcinea Ortiz Merir

RESUMEN DE LA IDEA:

Biofood, Naturalmente es el primer ecommerce bio “real” en La Mancha, desde 2018.

El principal objetivo es hacer el *Bio* Accesible y Sostenible en cualquier rincón rural mediante la digitalización del pequeño productor, minorista bio y emprendedores ecológicos rurales.

Para el desarrollo de la actividad se comparte una herramienta tecnológica con funcionalidades premium, pero bajo coste de implantación. Además, se cobija bajo una estructura paraguas que da fuerza, visibilidad, y con la que hay mayor impacto social en cada zona rural.

IDEA: Hortifruit, red Social y mercado digital de productos ecológicos y de proximidad (Mención Honorífica)

PRESENTADO POR: Joan Lloret Company

RESUMEN DE LA IDEA:

Hortifruit, red Social y mercado digital de productos ecológicos y de proximidad, pretende ser una plataforma digital de interacción social en el ámbito del mercado de consumo de productos agrícolas.

Entre sus contenidos figuran:

- Perfiles de usuarios
- Reseñas sobre los productos
- Publicaciones realizadas por las personas usuarias
- Gestión de productos, pedidos y de reserva de productos
- Catálogo de productos separado por zonas para fomentar la proximidad
- Blog de información de interés
- Espacio para peticiones de productos
- Sistema de puntuación
- Seguimiento de cosechas

IDEA: EXPERIENCIA COMERCIO RURAL 360° (Mención Honorífica)

PRESENTADO POR: Diego García López

RESUMEN DE LA IDEA:

Mediante el empleo de realidad virtual 360º, se dotarán a los comercios de una herramienta que les permita implementar el marketing experiencial en sus negocios con el fin de poner en contacto a estos con sus potenciales clientes, ofreciéndoles una experiencia de compra virtual, un punto intermedio entre la compra física de toda la vida y la compra online actual.

Esta herramienta se enfoca en poner en el centro la experiencia del cliente como punto de partida para mejorar la visibilidad, confianza y reputación online del comercio.

Conectar personas y que el potencial cliente conozca de primera a quien le está comprando ese producto o visualizar como es el proceso de obtención del mismo, es esencial en zonas rurales donde priman la calidad, la economía circular o la responsabilidad de no generar un impacto negativo en el medio ambiente.