

# Anàlisi de Projecte

---

## 1. Introducció al problema.

La globalització ens aproxima i facilita la obtenció de bens que en altres temps eren inabastables, o difícilment aconseguibles. Comprar una bufanda del Liverpool, avui en dia, està a l'abast d'un clic o en una passejada per Les Rambles. Però fa 20 o 30 anys, qui sortia al carrer amb aquesta mateixa bufanda, era símbol que, o havia viatjat a la ciutat dels Beatles, o algun colega anglès li havia portat directament d'Anglaterra.

El gran supermercat universal en el que s'ha convertit Internet, on els gegants del comerç electrònic ens aporten tot el que necessitem, aconseguix que les petites empreses locals o de barri perdin volum de vendes, dia a dia, de forma exponencial.

El comprador sensible es troba amb la dualitat de prendre part pel consum responsable de productes locals i sortir al carrer a buscar el be que necessita, en una acció que requereix de important inversió de temps i gast de energia, o be obrir el navegador, passejar per Google o Amazon, trobar i comparar una serie de articles, opinions, valoracions, etc. i comprar el producte adequat en no més de 10 minuts.

El comprador sensible és, ademes, una especie en extinció. Un esser educat en el antic mercat de proximitat, concientiat que els nous temps aporten grans avantatges, però greus i irreparables conseqüències per les botigues petites.

Les noves generacions de compradors, que no s'han educat en el costum de la compra a la botiga del voltant, no es plantejaràn aquesta disquisició. Tiraran pel dret amb la compra online al "gran (i únic) mercat" i acabarà lligat a un monopoli comercial i econòmic.

El missatge és clar. Hem de recuperar el consum de proximitat, beneficiar el comerç local, millorar la economia interior, i concientiar les noves generacions en els hàbits de compra.

---

## 2. Explicació del Servei.

Tenim la tendència a pensar que el mercat global està destruint la economia local, quan poder és al revés, el propi mercat local, amb por a les cames, no fa el pas per actualitzar-se i combatre amb les seves armes la economia global.

És el moment de adoptar les fantàstiques idees que les ments visionàries de internet ens han mostrat. Ells ens han marcat el camí per a una nova economia de consum local pròspera.

El projecte es basaria en confeccionar una macro botiga a Internet de productes i comerços de barri. El nostre micro-mercat de proximitat es basaria en una plataforma on el botiguer pujaria una serie de productes que ofereix al seu comerç. El empresari podria donar de baixa i d'alta qualsevol producte, assignar preus, stock, generar ofertes, determinar preu de enviaments, definir recollides a botiga, etc.

El client, durant la seva busqueda de proximitat a internet, dintre de la nostra plataforma, podria trobar botigues, productes, comparar preus, qualitats, veure disponibilitats, decidir dia o definir ruta de recollida. Podria plantejar el bescanvi d'un producte, posar una reclamació pública o privada, valorar botigues, productes i assistència.

En realitat, aquesta macro botiga tindria moltes similituts amb els poderosos de internet com Amazon, AliExpress, etc. A la nostra app de compres de proximitat, podriem buscar i trobar els productes de cada un dels comerços més propers en un radi, regió, comarca o barri seleccionable per l'usuari. Així doncs, des de aquí podriem comprar tot tipus de productes, per diferents que fossin, i fer la comanda i compra.

Un cop hem fet tota la compra online, la pròpia aplicació ens permetria seguir el itinerari més directe per arribar a recollir cada un dels nostres productes fins a completar la comanda. La facilitat de haver pagat abans la comanda ens permetria arribar i recollir, estalviant temps de espera a caixa.

Per exemple, el client de botigues de roba, calçat i moda en general, un sector on emprovar-se el producte es clau per obtindre la millor satisfacció de compra, podria fer la adquisició del producte, reservar cita, arribar a la botiga pertinent, emprovar producte i, si queda tan be com tenia en ment, marxar amb la compra desitjada. Tot i que pot semblar una mica fantasiós, en realitat apliquem el mateix sistema que emprem quan adquirim roba a Internet. La diferència radica en que aquí podem emprovar-nos les peces per decidir si ens agrada o no. Tots hem tingut la experiència de compra online en que físicament el producte no és lo que semblava, i la gestió del bescanvi acaba convertint-se en una pesadilla. De fet, la idea és acabar amb frustracions, trobant al barri aquella roba que m'agrada, i sabent exactament a quina botiga la puc trovar. Les devolucions i el servei d'atenció al client es converteix en un acte més directe, humà i personalitzat. Tal i com sempre ens havien acostumat.

---

### 3. Extra

Com ja he comentat, un dels m'axims exponents en aquests tipus de micro-mercat online és Amazon. És el referent. I tot i que pot semblar una bogeria fer-li la batalla, no crec que si li pugui qualificar de competència, degut a la desproporció del volum del mercat. El nostre client

objectiu se centra en el veí. No busquem vendre fruita a un ciutadà xinès perquè, entre d'altres coses, no som competents en la logística de enviaments.

El nostre micro-mercat representa més una nova alternativa de consum que intenta aportar ordre a la actual manera de comprar. Ens ensenya els tipus de botigues que tenim pel voltant i el tipus de producte, que segurament arribem a desconèixer. Ens aporta confiança. Ens mostra que si comprem un dispositiu electrònic a prop de casa, sempre tindrem la possibilitat que ens assessorin de viva veu, i el reclam, si fos el cas, resultaria més àgil i satisfactori. Ens aproxima la múltiple oferta existent a Internet, dintre de la nostra comunitat.

Amb el nostre micro-mercat de proximitat, reforçem la confiança de les botigues cap els clients, donem un Servei directe i personalitzat. Busquem la visita, el cara a cara, el somriure i el consell del comerciant vs el distanciament i la fredor en el tracte. El consum de productes locals i el benefici en la economia interna envers el consum de bens externs. El creixement tecnològic i sostenible de la nostra societat més propera.

En el cas que la plataforma prosperés, es podria generar una distribuïdora de productes que dongués servei de entrega a domicili, recollint els productes de cada botiga per a cada client.

La plataforma destacaria també en el respecte a la privadesa del comerciant i el usuari. Garantint l'ús responsable de les dades dels participants i sense fer rastrejaments no desitjats.