

**BREVÍSIMO PLAN DE NEGOCIO PARA
UNA LISTA DIGITAL DE COMPRAS
EN SUPERMERCADOS**

**Curso Mitología para Emprendedores
Reto 3
Red UNX
2013**

Rohanny Vallejo Cordero.
rohanny@yahoo.com
[e-aprendizajes](#)



Cuál es el problema a resolver. (Antecedentes)

Uno llega al supermercado. Hace las compras de la semana y cuando regresa a la casa se percata de que olvidó comprar tal o cual producto: sal, atún o lo que sea.

La típica solución ha sido la de escribir listas de compras en hojas de papel. Pero ocurre que estas listas se arrugan, se pierden, se ensucian o se desactualizan con facilidad.

Solución propuesta.

Diseñar una lista digital que pueda ser consultada desde el celular o teléfono móvil. La lista es una página web especialmente diseñada para celulares. Puede tener publicidad comercial y con ello ganar dinero. La lista o página web es consultada vía wi-fi en una red interna propia de cada supermercado.

Cuando un comprador ingresa a un supermercado simplemente saca su teléfono móvil e ingresa a la red inalámbrica del supermercado que lo lleva sin necesidad de clave a una página web que le ofrece una lista de compras.

Situación donde podría funcionar este sistema o negocio.

Al menos en Costa Rica no existe, que yo sepa, nada similar a esto.

Este negocio se puede ofrecer a las cadenas de supermercados Más X Menos, Palí, Auto mercado, Price Smart y Wallmart.

A modo de ensayo o plan piloto se podría aplicar en supermercados más modestos como los que se encuentran en zonas rurales como Liberia, la Cruz, Puntarenas, San Carlos o Pérez Zeledón.

Innovaciones adicionales.

1. Cada supermercado tendrá su propia lista con los logos o identificaciones comerciales.
2. La lista digital mostrará de manera destacada las ofertas de la semana. Así, la lista no solo sirve como recordatorio personal de compras sino para informar de las ofertas de la semana o, incluso, del día.

Esto supone que en cada supermercado hay una persona encargada de enviar al gestor de las páginas la actualización de la lista.
3. En la lista se puede insinuar al usuario comprar tal o cual marca. Este es el recurso que genera las ganancias. A modo de ejemplo veamos una primera aproximación.

ASEO

- Jabón de tocador
- Pasta de dientes **COLGATE** (En oferta 2 x 1)
- Shampoo
- Hilo dental

PASTAS

- Fideos **LUCEMA**
- Canelones
- Spaguettis

GRANOS

- Arroz **TÍO PELÓN** (En oferta precio bajo)
 - Frijoles (En oferta 1200 el kilo)
 - Lentejas
-

Lo destacado en **negro** son las categorías o agrupaciones de los productos.

Lo destacado en **verde** es la lista de productos que se le ofrece al usuario. Como se ve, no todos los artículos sugieren una marca. Estos artículos esperan que un vendedor los promueva.

Lo señalado **rojo** son las marcas comerciales que se agregan a la lista. A las casas comerciales se les ofrece que su marca puede aparecer en la lista para inducir al usuario a comprar esa marca en vez de otra. Hay que pagar para que la marca se destaque.

Lo destacado en **azul** son los avisos que el supermercado coloca de las ofertas que para tal o cual fecha posee.

4. La red inalámbrica que se utiliza es abierta. No requiere de claves para ingresar.

Como un plus, el usuario puede usar esta red para navegar por internet o consultar su correo electrónico mientras visita el supermercado. Inclusive, puede consultar otras listas de la competencia a ver si hay mejores ofertas.

Fortalezas para llevar adelante la idea de negocio.

1. Conocimientos de cómo diseñar páginas web para celular.
2. No se requieren grandes inversiones de dinero.
3. No se necesitan máquinas, ni fábricas. Basta una PC y los “rooters” inalámbricos.
4. Facilidad para actualizar las listas.
5. Es publicidad directa justo a la hora de comprar.
6. Esta publicidad puede ser barata. No requiere mucho diseño para producirla. Basta una línea de texto.
7. Se pueden incluir algunos pocos logos o gif animados en la lista. Esto supone un precio más alto.
8. La idea se puede exportar al resto de Centroamérica.

Debilidades que pueden obstaculizar la idea de negocio.

1. Incomodidades a la hora de instalar la red inalámbrica en los supermercados que no la tengan.
2. Algunos supermercados son enormes. El sistema requiere buena cobertura de señal de internet inalámbrico en toda el área.
3. Por la cantidad de productos, la lista podría crecer mucho y volverse inmanejable. (Agregar un buen buscador a la página).
4. La lista no es personal. (Pensar en la posibilidad de que cada usuario arme su propia lista. Acceso a base de datos).
5. Posibles dificultades de relación entre el personal de cada supermercado y el gestor o actualizador de las páginas.

Personal necesario para implementar la idea.

1. Un informático encargado de gestionar los servidores, de instalar el CMS y de armar las redes inalámbricas en cada supermercado.
2. Un diseñador web.
3. Un vendedor encargado de negociar el sistema en los diferentes supermercados. Es venta directa. Capacidad de negociación a nivel de supermercados.
4. Un pequeño centro de llamadas o call center que recibe las llamadas o los correos con las actualizaciones de los supermercados. Estas mismas personas se ocupan de actualizar las páginas. (Considerar la posibilidad de que esto lo han directamente desde cada supermercado).

Algunos aspectos que falta por resolver

1. Precio de venta de estas listas.
2. Precios de la publicidad.
3. Calendario de implementación.
4. Porcentaje de ganancias.
5. Probar zonas de cobertura en un supermercado.

Datos personales.

Este proyecto o modelo de negocio es presentado por Rohanny Vallejo Cordero. Periodista, técnico en telecomunicaciones y especialista en entornos virtuales de aprendizaje.

Rohanny vive en Costa Rica y creó su propia empresa: [e-aprendizajes](#)

Tiene experiencia en diseño web, en la administración e instalación de plataformas de e-learning, Moodle, gestores de contenido y en producción de radio educativa.