



SuperLab: el supermercado del futuro

¿Qué es SuperLab?

Elaborado por **EVVO RETAIL**, empresa de innovación en el punto de venta especializada en supermercados, recoge las nuevas tendencias de lo que será el supermercado del futuro. Así, SuperLab es el resultado de un análisis de 3 años sobre la crisis del propio sistema de compra. Propone un proceso de compra personalizada que haga vivir una nueva experiencia al usuario basándose en la tecnología. De este modo, el proyecto avanza las tendencias futuras uniendo los conceptos de la tienda física y on-line y propone una experiencia interactiva, emocionante y fácil.

El proyecto SuperLab nace a partir de detectar dos realidades:

- Ir al supermercado no es una actividad agradable. Actualmente, existe una crisis de la dinámica de la compra, así como los diferentes pasos que se llevan a cabo durante dicho proceso.
- El sector necesita actualizarse en la aplicación de las nuevas tecnologías para ofrecer una experiencia de compra interactiva satisfactoria.

En este sentido, SuperLab propone un nuevo modelo, en un nuevo escenario. Su objetivo final es conseguir un vínculo más intenso con el usuario, creando una experiencia de compra agradable y personalizada, con un importante compromiso ético/ecológico y con todas las innovaciones tecnológicas a su alcance.

Cuestionando el modelo actual

Tras tres años de investigación y análisis, este proyecto plantea una nueva manera de comprar. El proyecto arrancó en 2015 teniendo en cuenta la crisis del propio sistema de compra en las tiendas. A partir de la pregunta: ¿Por qué compramos en los supermercados de la manera que lo hacemos? surgieron otras como, por ejemplo:

- ¿Por qué cogemos un carro y lo arrastramos por pasillos llenos de productos?
- ¿Por qué los ponemos en el carro, los transportamos por la tienda para, al llegar a caja, una persona los valide y los deposite en el otro lado dónde los volvemos a poner en el carro o en bolsas para poder llevárnoslos?
- ¿Por qué en "mi" supermercado encuentro productos que nunca compraré?

Las respuestas a estas y otras preguntas llevan a proponer soluciones que hacen compatibles los dos sistemas de compra: el espacio físico y la compra virtual:

- La evolución del modelo actual de autoservicio hacia un modelo enfocado a la venta asistida.
- Sumar el factor humano al incremento de tecnología.
- Ayudar al usuario a definir su perfil como persona única y determinar sus necesidades, aportando soluciones que hagan más lúdica su compra diaria.
- La incorporación de valores éticos que proponen puntos de vista radicales en relación a la producción sostenible de los alimentos y la preservación del medio ambiente.
- La transformación de la presencia de los diferentes productos en el punto de venta teniendo en cuenta la generación de residuos sólidos y su posterior reciclaje.
- La construcción del espacio de venta con materiales ecológicos, reciclables y reutilizables, y el uso de energías sostenibles, así como otros materiales técnicos que faciliten una compra más sana y saludable, como propone el Grupo Porcelanosa, colaborador en este apartado del proyecto.

Tres conceptos para un nuevo modelo

1. ATENCIÓN PERSONALIZADA VS AUTOSERVICIO

Ante el autoservicio que se ofrece actualmente en los supermercados, SuperLab plantea la atención personalizada a través de la tecnología, de manera que se identifica el usuario y se le facilita y anticipa la compra. Así, después de varios pedidos, SuperLab ayudará a cada usuario a escoger los productos habituales de la compra, su periodicidad y la cantidad necesaria. De este modo, el sistema de información pueda sugerir el qué, cómo y cuándo se activa el pedido.

Igualmente, para llevar a cabo una compra más ágil y cómoda, el usuario no verá un almacén virtual con todo el stock del supermercado, sino que en primer lugar le aparecerán aquellos productos habituales en su pedido en primer lugar.

2. TECNOLOGÍA TRANSVERSAL

La atención personalizada se basa en la utilización de la tecnología de manera transversal usándose también para gestionar el stock del usuario en su casa mediante el histórico de compras. SuperLab podrá conocer cuando le hará falta un producto y ofrecerle la posibilidad que lo incorpore a la lista de la compra, de manera inmediata, a través de una aplicación móvil diseñada especialmente.

3. COMPRA ÉTICA

SuperLab se anticipa a las tendencias que serán comunes los próximos años incluyendo proponiendo un supermercado donde se pueda llevar a cabo una compra ética. Por un lado, ofrecerá un compromiso con la sostenibilidad de los alimentos y, al mismo tiempo, un ahorro en los embalajes (en el ahorro de las cajas y bolsas de los productos). SuperLab acumulará el mínimo stock posible porque eliminará los grandes estantes convencionales de exposición, hecho que evitará el derroche de alimentos.

SuperLab apostará por alimentos que respeten su ciclo de vida natural, sin utilizar sustancias químicas, ni recursos naturales de manera innecesaria.

La sostenibilidad también estará presente en la edificación, para la cual se han previsto materiales ecológicos que permitan un fácil reciclaje en posteriores reformas del modelo. En este sentido, se ha tenido en cuenta la utilización de materiales técnicos, como K-Life así como otros productos del Grupo Porcelanosa, que cumplen estos requisitos de sostenibilidad.

Asimismo, todas las energías y suministros serán de producción ecológica y renovable.

Un paseo por el supermercado del futuro

SuperLab se divide en cuatro zonas, en un espacio diáfano rompiendo la rigidez de los supermercados actuales y creando espacios orgánicos, con luz indirecta y formas acogedoras.

1. Cuando el usuario entre en SuperLab encontrará la recepción y el punto de información. Aquí se identificará en uno de los tótems interactivos que habrá instalados. De este modo, el supermercado sabrá que se encuentra en la tienda física y podrá darle todas las facilidades. En ese momento, escogerá si quiere ser asesorado por un asistente o bien si prefiere hacer la compra por su cuenta.

Junto con la recepción y el punto de información, se han previsto 4 puntos de atención personalizada donde un asesor/a ayudará al usuario a hacer su compra a medida: hábitos de alimentación, asesoramiento dietético y nutricional, elaboración de menús semanales, lista de la compra, entregas... En este espacio habrá una zona de descanso para realizar la compra on-line y esperar su pedido para llevárselo. En esta zona también habrá un espacio de formación para conferencias, cursos y talleres relacionados con el mundo de la alimentación y otros temas de interés. En la zona de bar se podrán consumir productos adquiridos en el supermercado.

2. Si el cliente prefiere hacer la compra de manera física, podrá acceder a la zona de exposición del producto. La fruta y la verdura tendrán un tratamiento especial, puesto que parte del producto expuesto habrá sido cultivado en el huerto o en el invernadero, que se podrá ver desde el interior del supermercado a través de una cristalería. Este factor transmitirá una relación de proximidad y transparencia total con el usuario.

3. Se procurará el mínimo uso de estanterías para los productos secos. En una gran pantalla táctil se podrá ver todo el stock del supermercado. El cliente podrá acceder a una gran cantidad de productos a través de la pantalla y seleccionar los que desee. Otras pantallas servirán para anunciar ofertas y promociones. A pesar de ello, SuperLab tendrá estanterías con la exposición de ciertos productos como bio, los ecológicos, los de proximidad o los gourmet. Unas pequeñas pantallas ubicadas en los estantes darán la información sobre estos otros alimentos. En el espacio de exposición también habrá los "kits", una selección de productos preparados para poder cocinar recetas propias de una dieta equilibrada y saludable.

4. Una vez el usuario haya hecho una compra física, podrá dejar el carro en una cinta transportadora y se le preparará para que pueda llevársela o le sea entregada en su casa. Con este nuevo concepto, se evita que el usuario tenga que hacer cola para pagar el producto eliminando esta parte mecánica de cualquier compra. Asimismo, cuando el cliente haya hecho la compra on-line, con la aplicación para teléfonos móviles o a través de las pantallas ubicadas en el supermercado, también la podrá recoger o pedir que se le entregue en el domicilio u otro lugar de su conveniencia.

Un supermercado para todos los públicos

SuperLab no es una respuesta universal, ni una solución única y definitiva. Se trata de una propuesta que plantea nuevas alternativas que deben poder adaptarse a las diferentes enseñanzas, según su posicionamiento y su propia personalidad y sobre todo, la personalidad de sus usuarios.

En este sentido, SuperLab se dirige todos los públicos y a un consumidor inquieto e inconformista que es evolutivo y que ya incorpora la tecnología en su cotidianidad. Con esta tecnología se pretende que cada usuario se sienta único, adaptándose totalmente a sus necesidades. De este modo, el objetivo final es conseguir un vínculo más intenso con el usuario, creando una experiencia de compra agradable y personalizada, con un importante compromiso ético/ecológico y con todas las innovaciones tecnológicas a su alcance en un espacio cómodo.

Compañías líderes en innovación

EVVO RETAIL, es una empresa de innovación en retail, especializada en el mundo de los supermercados. Cuenta con un laboratorio de investigación para la exploración de nuevos formatos comerciales en el futuro, como servicio a sus clientes. Con sede en Igualada, Barcelona, tiene sus orígenes a principios de los años 90 y es a partir del año 2000 que inicia su especialización en el mundo del retail. EVVO opera en el ámbito nacional, Portugal y Emiratos Árabes y ha trabajado para empresas como Plusfresc, Spar, E. Leclerc, LULU Hypermarkets, Valentine o Petrocat. Su metodología de trabajo se basa en la investigación constante de toda información relacionada con el sector de la distribución de alimentación, ya sea en ámbitos de diseño e innovación tecnológica, en el comportamiento y hábitos de compra del usuario, así como las tendencias presentes y su proyección. Analizan esta información y extraen conclusiones de síntesis que los permiten definir hipótesis de futuro, que validan y confirman en el tiempo. Entienden que, con su trabajo, pueden mejorar la vida de las personas a través de la compra diaria y han incorporado este concepto como base de su compañía.

Equipo Evvo Retail



Pep Valls
Conceptualización / coordinación



Ester Riba
Coordinación de espacios



Anna Costa
Desarrollo gráfico



Enric Badia
Desarrollo tecnológico



Carlos Mascó
Coordinación gestión



Joan Torrents
Coordinación logística

Otros colaboradores/as del proyecto:

Daniel López	Roser Bagó
Maria Armengol	Mireia Sala
Ramon Enrich	Nil Castellort
Isma Miñano	Albert Mateu

Grupo PORCELANOSA es hoy una compañía de referencia en el mercado nacional e internacional, asentada sobre valores como la innovación, la calidad y la confianza depositada en su equipo humano, formado por casi 5.000 personas, además de la atención a su entorno social. Con más de cuarenta y cinco años de experiencia, está presente en cerca de 150 países alrededor del mundo. Entre sus productos más innovadores cabe destacar las superficies tecnológicas K-Life, que aporta una pieza antibacteriana, resistente a las manchas y que mejora activamente la calidad del aire. Partiendo del compacto mineral Krion® Solid Surface, K-Life supone un salto tecnológico que permite tanto los elementos de los proyectos, los acabados o los utensilios del día a día contribuyen activamente a la limpieza y calidad ambiental mejorando la vida de sus usuarios.

SuperLab

by Evvo

superlabproject.com

evvoretail.com

porcelanosa.com

evvo 

PORCELANOSA Grupo