



DESCRIPCIÓN DEL RETO

El reto que planteamos desde EROSKI lleva por título: ***¿Cómo obtener soluciones digitales que faciliten hábitos de vida saludables y sostenibles de forma personalizada?***

Este reto responde a las necesidades que se describen a continuación:

- ¿Cómo podemos, desde nuestro ámbito de la alimentación, desarrollar, integrar y complementar soluciones que procuran dar respuesta a este reto?
- ¿Cómo podemos ofrecer al usuario una experiencia personalizada acorde a sus gustos, preferencias o necesidades?
- ¿Cómo podemos contribuir al bienestar de los usuarios de la herramienta?

CONTEXTO

EROSKI cuenta con más de 50 años de historia, tras la unión de siete pequeñas cooperativas de consumo con un objetivo común: disponer de productos de calidad a buen precio y defender los derechos de las personas consumidoras. Hemos crecido firmes en ese propósito hasta convertirnos en el primer grupo de distribución minorista de bienes y servicios de gran consumo de carácter cooperativo en España. Somos un operador de referencia en Galicia, País Vasco, Navarra, Cataluña y Baleares. Actualmente contamos con una red comercial de más de 1.600 establecimientos, más de 6 millones de Socios Clientes y más de 28.000 trabajadores. Nuestro objetivo social y nuestras características de negocio hacen que primemos la calidad y el mejor servicio a nuestros clientes en nuestro modelo de empresa. Trabajamos en la potenciación del producto local, la promoción de la alimentación saludable a buen precio y en nuestro compromiso con la responsabilidad social y el desarrollo sostenible de las comunidades donde estamos presentes.

Somos un grupo de distribución de productos y servicios de gran consumo, configurado en régimen cooperativo, y queremos ser distinguidos por: el elevado compromiso e implicación de las personas que la componen, presentar unas tiendas acogedoras, saludables y en permanente innovación, obtener los beneficios que nos permitan generar más riqueza y realizar una distribución de ella en régimen de solidaridad, integrar en la estrategia un firme compromiso con la salud y el bienestar de las personas consumidoras y con el desarrollo sostenible de la sociedad.

Apuesta de EROSKI por la alimentación saludable y responsable

Desde EROSKI, creemos que la educación es una herramienta clave para promover el cambio hacia una alimentación más saludable y responsable. Por ello, impulsamos los Programas Educativos en Alimentación y Hábitos de Vida Saludables (PEAHS) que ofrecen herramientas formativas a niños y niñas sobre estos temas de una manera didáctica y lúdica. Son ejemplo de



ello los casi 160 000 estudiantes de 1 853 colegios de todo el estado que durante el curso 2021/2022 han participado en PEAHS.

Además de llevar a cabo diferentes iniciativas para fomentar una alimentación equilibrada y saludable, en EROSKI estamos comprometidos con la seguridad alimentaria, cimiento ineludible para construir una estrategia orientada a facilitar una alimentación saludable para las personas. Nuestro Modelo de Gestión de Calidad garantiza que el producto final que llega a las personas consumidoras ha pasado todos los controles de seguridad. En este modelo confluyen normas, procesos, procedimientos, herramientas y definiciones que garantizan la seguridad en toda la cadena de valor. Ha sido este un pilar diferencial a lo largo de nuestra historia por la intensidad y el máximo compromiso con la cual venimos realizando esta labor.

Por otro lado, EROSKI se ha convertido también en la primera empresa de distribución en España en implantar un nuevo etiquetado ambiental en una docena de productos de marca propia. Se trata de Planet-Score, una etiqueta que comunica, en una escala de letras y colores, el impacto ambiental del producto.

Información sobre el contenido y equilibrio nutricional de los productos

En EROSKI somos conscientes del valor de la información ofrecida a las personas consumidoras como un elemento esencial para la defensa y protección de sus intereses, ya que sólo así pueden tomar decisiones informadas y acordes a sus necesidades. Por esta razón, ofrecemos una información amplia, completa y veraz sobre su contenido y sobre la importancia de mantener una alimentación saludable.

En el marco del objetivo planteado, EROSKI ha implementado dos iniciativas diferentes:

- El Semáforo Nutricional: un sistema que nos permite conocer de una manera clara, sencilla y en un simple vistazo la cantidad de calorías, azúcares, grasa, grasa saturada y sal que la ración de consumo de un producto nos aporta.
- Nutri-Score: un sistema de etiquetado que clasifica el alimento según su calidad nutricional y sirve para comparar qué producto del mismo tipo es mejor desde ese punto de vista.

Nuestro compromiso va más allá de ofrecer a los clientes información para llevar una alimentación más saludable. También seguimos mejorando nuestros productos con la reducción de grasa saturada, sal y azúcar, reformulando las recetas para lograr un mejor perfil nutricional.

Informe nutricional basado en las compras

Para lograr nuestro objetivo de contribuir a la salud y bienestar de las personas consumidoras, tenemos un programa pionero de salud, EROSKI Club, que ofrece de forma gratuita información



personalizada e incentivos para una alimentación y una compra más saludable y equilibrada a todos nuestros Socios y Socias Cliente. En 2022, 32.734 personas han utilizado este servicio de información nutricional basado en sus compras registradas en la tarjeta EROSKI Club.

Ese informe ofrece un análisis detallado y personalizado de cómo se ajustan las compras del hogar a las recomendaciones de la dieta mediterránea. Su finalidad es orientar al cliente sobre los alimentos, cantidades y frecuencia de consumo que se necesitan para mantener una alimentación equilibrada.

Además, a lo largo de 2022 se ha enviado desde EROSKI Club de manera periódica información y actividades relacionadas con la salud a 643.391 Socios y 65.348 han participado activamente en retos relacionados con una alimentación saludable. Una de las iniciativas puestas en marcha es #AlimentaLoQuePiensas, un amplio proyecto de contenidos para ayudar y guiar a las familias hacia una alimentación más saludable.

AGENTES INVOLUCRADOS

El reto planteado, generar nuevas soluciones digitales que permitan a los consumidores tener acceso a opciones de alimentación saludable y sostenible, además de poder recibir una atención personalizada donde los usuarios podrán obtener alternativas orientadas a sus necesidades y ajustadas a su perfil nutricional, implica a diversos actores tanto directa como indirectamente:

- En primer lugar, a nivel interno, EROSKI cuenta con diferentes departamentos y áreas implicados en el proyecto. El Departamento de Salud y Sostenibilidad establece la estrategia de las acciones que desplegamos. Innovación y Desarrollo Digital, junto con Marketing, puede habilitar la información necesaria para la construcción de la solución.
- El reto también impacta en los consumidores y usuarios de las startups candidatas, quienes podrán ser los destinatarios finales de las soluciones digitales que se desarrollen a partir del reto y podrían integrar la herramienta desarrollada en sus propuestas de valor.
- Es relevante destacar la oportunidad de impactar en otros agentes externos tales como los dedicados a la salud digital, cuidados médicos a través de la nutrición, etc. Con el fin de ofrecer un servicio personalizado al cliente basado en sus necesidades.
- Finalmente, el reto podrá generar un impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente al fomentar la producción y consumo de alimentos sostenibles y reducir la huella de carbono en el sector alimentario, además de ofrecer a los usuarios facilidades en adoptar hábitos de vida saludables.



NECESIDADES

Desde EROSKI, buscamos soluciones que nos permitan seguir ahondando en un posicionamiento claro en salud y sostenibilidad para trasladar una propuesta de valor más completa desde la alimentación sana y equilibrada y teniendo en cuenta los gustos, preferencias y necesidades nutricionales de los usuarios.

El reto parte desde un nivel de conocimiento específico en lo relativo a aspectos como la información de los productos (Nutri-Score, Data Nutricional, etc.) y hábitos de consumo de los usuarios (EROSKI Club). Para dar respuesta a la ambición del reto, pueden requerirse soluciones que sean capaces de permitir conocer más a los usuarios, desde la microbiota o la genómica hasta poder ser capaces de incluir variables como la actividad física, hábitos de sueño, salud menstrual, alergias, intolerancias o estilos de vida, entre otros. Todo con vistas a ofrecer una propuesta holística y unos contenidos, recomendaciones, experiencias gamificadas y prescripciones de valor.

Es por ello por lo que las soluciones propuestas deberían de ser capaces de aunar información de diferentes fuentes y construir sobre ella un servicio escalable, amigable y de valor para los usuarios de la herramienta, así como para el resto de las partes interesadas.

OBJETIVOS

El objetivo último para EROSKI es encontrar una solución que permita **facilitar los hábitos de vida saludables y sostenibles de forma personalizada.**

Las necesidades funcionales que se pretenden abordar con el reto se estructuran en la siguiente tabla, calificadas como requisito o ponderadas según su nivel de importancia siendo 3 el nivel más bajo y 9 el más alto:

<i>Variable</i>	<i>Necesidad funcional</i>	<i>Ponderación</i>
1. La solución es integrable en diferentes plataformas	1.1. La solución permite la interoperabilidad con otras app, tanto internas (EROSKI) como externas (propias de la startup u otras)	Requisito
	1.2. La solución debe ajustarse a la normativa relativa a la protección de datos y a la normativa en materia de confidencialidad	Requisito

2. La solución permite una usabilidad atractiva e intuitiva	2.1. La solución ofrece una fácil usabilidad a diferentes perfiles	Requisito
	2.2. La solución ofrece una UX que asegura la experiencia del usuario	Requisito
	2.3. La solución permite generar comunidad	8
	2.4. La solución permite al usuario interactuar	7
	2.5. La solución fomenta hábitos de vida saludables mediante la gamificación	Requisito
3. La solución permite generar una segmentación de usuario	3.1. La solución permite generar un registro individual por usuario	Requisito
	3.2. La solución permite una clasificación por tipología de usuario (edad, restricciones alimentarias, hábitos de salud, deporte, etc.)	Requisito
	3.3. La solución permite generar datos del usuario mediante diferentes fuentes	Requisito
	3.4. La solución permite que la generación de datos sea recurrente mediante la gamificación	8
4. La solución plantea un modelo de negocio sostenible y escalable	4.1. La solución permite diferentes formas de generar ingresos	Requisito
	4.2. La solución facilita el control de las audiencias	6

ALCANCE DEL PILOTO – ESCALABILIDAD EN LA IMPLEMENTACIÓN

A lo largo del desarrollo del reto, la solución propuesta por la startup se enfocará en definir el área a desarrollar, establecer el segmento al que se enfocará, detallar el concepto a desarrollar y el *journey* de cliente; así como evaluar qué fuentes de datos serán necesarias para desarrollar la propuesta de valor.

También será necesario asociar la solución a la existencia de un mercado relevante de usuarios dispuestos a hacer uso y pagar por el servicio, así como generar una diferenciación en el entorno competitivo que nos vayamos a mover y evaluar los riesgos, oportunidades, debilidades y fortalezas de la nueva solución.

Una vez definida la propuesta de valor se identificarán los *partners* adicionales y fuentes de información necesarias para llevarla a cabo, así como los recursos necesarios para ello, identificando la estructura de costes e ingresos del nuevo servicio a ofrecer.



La ambición del reto debiera de finalizar con un producto mínimo viable que pueda ser validado con una muestra de potenciales clientes sobre los aspectos especificados en las necesidades funcionales requeridas en la solución.

Una vez finalizado el piloto, se estudiará de qué forma poder escalar la solución desarrollada a través de diferentes fórmulas, desde la búsqueda de su complementariedad con los canales de relación digital de EROSKI hasta la explotación por parte de otros actores de la cadena de valor a través de un modelo de negocio independiente.

CONTEXTO DE USO - EJEMPLO

En el contexto de uso de un servicio como el que ambicionamos el usuario podría experimentar lo siguiente:

- El usuario ha estado usando la aplicación de hábitos de vida saludables y sostenibles durante un par de semanas, y ya ha notado una gran diferencia en cómo se siente. Ha estado siguiendo las recomendaciones de alimentación personalizadas de la aplicación, lo que le ha permitido descubrir nuevos alimentos y platos saludables que anteriormente nunca había probado y ha aprendido a cocinar de manera más saludable y a preparar comidas deliciosas y nutritivas.
- Además, la aplicación ha proporcionado al usuario consejos de entrenamiento personalizados, basados en su nivel actual de actividad física y sus objetivos de salud y bienestar. Ha estado siguiendo un plan de entrenamiento regular, y ha notado que tiene más energía y se siente menos cansado durante el día.
- La solución digital también ha ayudado al usuario a manejar su estrés y mejorar su estado emocional. Ha estado practicando ejercicios de relajación y meditación, lo que le ha permitido reducir el estrés y mejorar su capacidad para manejar situaciones difíciles.
- La aplicación le ha ayudado a monitorizar su progreso y hacer ajustes en su plan de hábitos de vida saludables y sostenibles. Ha estado registrando sus comidas y su actividad física en la aplicación, lo que le ha permitido ver cómo está progresando hacia sus objetivos de salud y bienestar. La aplicación le ofrece recomendaciones de ajustes en su plan si es necesario, lo que le ayuda a mantenerse motivado y enfocado en sus objetivos.
- La solución digital de hábitos de vida saludables y sostenibles está siendo una herramienta muy útil para el usuario en su viaje hacia una vida más saludable y sostenible. La aplicación y los otros entornos digitales en donde se ha desarrollado la solución ha proporcionado al usuario una guía personalizada basada en datos de diferentes fuentes, lo que le ha permitido hacer cambios significativos en su dieta, actividad física y estado emocional. Se siente más saludable, con más energía y más feliz gracias a la aplicación, y quiere continuar en su viaje hacia una vida más saludable y sostenible.



REFERENCIAS

Este conjunto de referencias pretende ayudar a las startups participantes a tener una visión más amplia del estado del arte en cuanto a nutrición, sostenibilidad, tendencias en el sector de la alimentación y la salud y tecnologías emergentes aplicables a esta área:

Referencias científicas:

- "Nutrition and health" de Walter Willett, Meir Stampfer y Frank Hu (Harvard School of Public Health)
- "Sustainability and Nutrition" de David Tilman, Michael Clark, et al. (University of Minnesota)
- "The Role of Retail in Improving Diets" de Sharon D. Kirkpatrick, Charlene Elliott, et al. (University of Waterloo)

Referencias de tendencias:

- "Plant-based diets" como tendencia en el sector de la alimentación
- "Direct-to-consumer healthcare" como modelo de negocio emergente en el sector de la salud
- "Foodtech" como área de innovación tecnológica en la industria alimentaria
- "Internet of Things" (IoT) como tecnología emergente aplicable al sector de la alimentación y la salud

Referencias en EROSKI:

- Compromiso con la Salud (Memoria Anual 2022)
https://corporativo.eroski.es/wp-content/uploads/einf/einf-2022-cap-4_cast.pdf
- Compromiso con la Sostenibilidad Ambiental (Memoria Anual 2022)
https://corporativo.eroski.es/wp-content/uploads/einf/einf-2022-cap-5_cast.pdf
- Programa EKILIBRIA EROSKI
www.eroski.es/ekilibria-club-salud