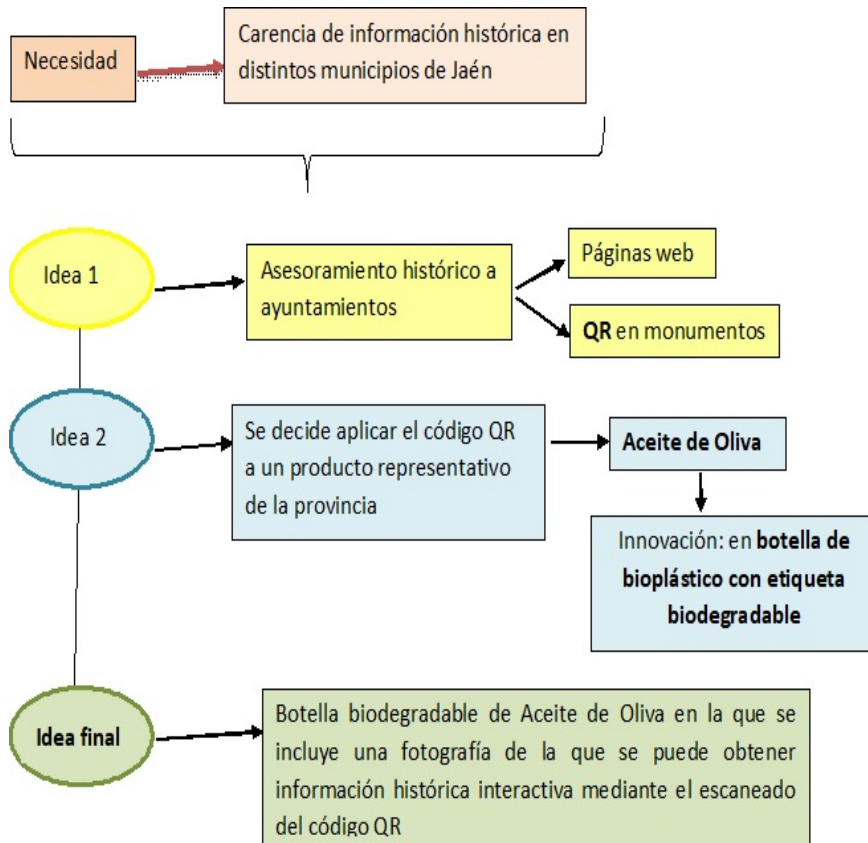


# HISTORIA EN PEQUEÑAS DOSIS<sup>1</sup>

## PARTE I: Identificando necesidades.



### 1. Descripción de la necesidad detectada.

La orientación de la política de la UE y en particular de la agrícola, va encaminada hacia la multifuncionalidad y la protección del medio ambiente. La PAC se renovará en breve con orientación ecológica. Por lo tanto, las necesidades del sector agroindustrial se verán afectadas. Es aquí donde entra nuestro producto: un envase para líquidos alimenticios, ya sea aceite de oliva, vino, zumo... Se trata de una botella biodegradable fabricada a partir del orujo, residuo procedente de las almazaras.

---

<sup>1</sup> Resultado del Proyecto "Las Humanidades en clave de Emprendimiento" de la VIII Edición de Proyectos de Fomento de la Cultura Emprendedora del Vicerrectorado de Transferencia del Conocimiento, Empleabilidad y Emprendimiento de la Universidad de Jaén, con la tutorización del Profesor José Miguel Delgado Barrado del Departamento de Antropología, Geografía e Historia, en la asignatura de Historia Moderna Universal II durante el curso académico 2020/2021.

## 2. Resultados de la búsqueda de productos/servicios similares ya existentes en el sector.

A pesar de que todos los elementos que componen el producto final ya existen (botella biodegradable, generalmente con contenido de agua; aceite de oliva; QR con información histórica) no hay un producto idéntico que reúna todos estos elementos en uno, es decir, una botella biodegradable a base de polímeros de orujo con información histórica en 3D mediante código QR.

## 3. Resultados de la evaluación de la idea

Realizar el siguiente test online, e incluir sus resultados:

<https://www.ildefe.es/test/test-de-evaluacion-de-ideas/>



Al realizar la encuesta propuesta, no creemos que muestre realmente el interés del proyecto, así pues, realizamos una propia. Los resultados se encuentran en el documento anexo\*.

## PARTE II. Solución ideal.

### 1. Resumen de la Solución.

La finalidad de nuestro envase biodegradable, además del acercamiento de un producto tan demandado como es el aceite de oliva, es adaptarnos a las necesidades actuales, como es la sustitución del plástico.

Por otro lado, queremos mostrar nuestra historia local, que para la gente de Jaén es habitualmente desconocida, que estará ligada al producto de forma visual, tanto en el producto como en su envase. Es aquí donde nos centraremos y hará que nuestra botella de aceite sea un producto único y exclusivo. Un toque coetáneo de nuestra época a un

producto milenario y de calidad incuestionable, con una vista al pasado de nuestra tierra y proponer al cliente un viaje en el tiempo.

## 2. Descripción del producto/servicio

En la botella encontramos 3 vertientes para describir nuestro producto. Primero nuestras raíces. Gracias a algo tan práctico como el código QR, que mediante su escaneado el cliente sea redireccionado en su teléfono móvil a una página informativa de la historia, adaptada a cada imagen, ya que en la etiqueta contará con una foto a modo informativo de lo que el código QR le deparará. La segunda vertiente es su envase biodegradable, una novedosa forma de luchar contra la contaminación. Y por último, potenciar el comercio del aceite adaptándolo a los nuevos tiempos con nuestro toque histórico-cultural.

## 3. Actividades y productos/servicios prestados

En nuestras botellas, además de ofrecer un producto respetuoso con el medio ambiente, te damos la oportunidad de mostrar una pequeña porción de historia personalizada a cada lugar. Para ello nuestras botellas cuentan con una imagen de un yacimiento o una imagen histórica del lugar donde es comercializada la botella. Podrás saber más gracias al código QR, que te llevará mediante un recorrido 3D, videos, imágenes etc. de cómo sería la imagen en el pasado y una breve explicación. Todo ello es personalizado, para cada ocasión y a gusto del consumidor.

## 4. Mercado: clientes y competencia

Nuestro mercado se basa en un amplio rango de edades, desde los más jóvenes muy concienciados con el cuidado del medio, hasta adultos que desean recordar cómo era su ciudad en la juventud.

Frente al resto de comerciantes, nosotros vamos más allá de una simple botella bonita, ofrecemos historia a pie de cualquier consumidor, ya que a día de hoy todos contamos con un móvil. Somos seres curiosos, ¿Quién no se para a leer la frase del azucarillo en la cafetería? ¡Te ayudamos a tener un ratito aprendiendo de forma rápida y didáctica! ¿Qué otras botellas te ofrecen eso?

## 5. Innovación/Valor añadido diferencial frente a competidores

Aunque ya existen envases biodegradables, el nuestro innova en los productos a los que va destinados: líquidos. Innova también en la utilización de la historia como atractivo publicitario.

Actualmente es poco habitual, por no decir nada, el uso de este tipo de envase en el sector del aceite de oliva o el vino, por ejemplo. Este envase es nuestra gran ventaja frente a nuestros competidores. La conservación del medio ambiente es una de las principales políticas diferenciadoras de la UE y por ahí debemos caminar.