

Hermeneus, un nuevo canal de comercialización



LORRA está colaborando, de forma altruista, con el lanzamiento de Hermeneus (www.hermeneus.es) que se pondrá en marcha el próximo 1 de septiembre. Se trata de una comunidad *on line* que ofrece a los profesionales herramientas de bajo coste para facilitar la comercialización, comunicación y gestión de sus procesos en el sector alimentario y logístico. Para ello, combina elementos del comercio electrónico y las redes sociales, dando el protagonismo a los profesionales y eliminando al máximo la intermediación. El proyecto promulga el consumo responsable y sigue el lema "Aquí para aquí". Álvaro Barrios y Eduardo Elorriaga, fundadores del proyecto, nos hablan sobre esta innovadora iniciativa.

¿Por qué el sector de la alimentación y de la logística para lanzar vuestro proyecto?

Álvaro: La esencia de Hermeneus radica en digitalizar sectores donde la generación de riqueza no está adecuadamente compensada con el valor añadido que genera cada profesional que interviene en un proceso, con el fin de que se produzca una lógica reducción del volumen de intermediación. La alimentación y la logística son un claro ejemplo de dicha falta de equilibrio.

Parece que todo el mundo busca acortar el canal de comercialización...

A: Efectivamente, pero hasta ahora no aportan soluciones eficientes que reemplacen el servicio del antiguo intermediario por otro más óptimo. En nuestra opinión, no se trata de eliminar el número de intermediarios sino de reducir

el volumen de intermediación mediante la optimización de los procesos.

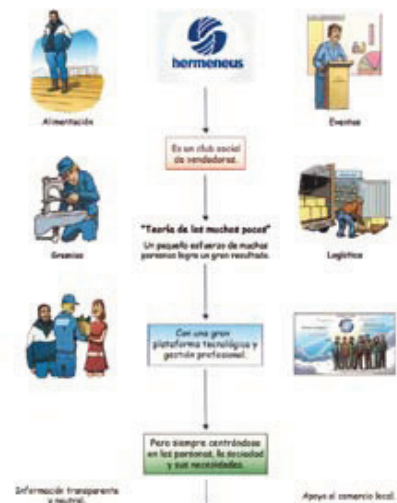
¿Hablamos de otra empresa que ofrece, por ejemplo, naranjas por Internet?

A: En absoluto. Hermeneus no es un directorio de productos sino de profesionales a quienes se les ofrece herramientas de comunicación para que optimicen sus procesos comerciales. No es una simple página web, no vende alimentos ni transporte; ofrece servicios de comunicación entre sus socios siendo ellos los responsables de configurar la oferta que mejor satisfaga las necesidades de sus clientes. Hemos realizado una gran inversión en construir un mercado virtual, lleno de vendedores, cada uno de ellos con sus ofertas y productos. Y a él vendrán a comprar directamente consumidores de todo tipo.

¿Y cuáles son esos profesionales y esos compradores?

Eduardo: Inicialmente hemos abierto las puertas a productores (producción propia con identificación de tarjeta verde de explotación requerida), cooperativas del sector (de cualquier tipo) y tiendas (vendedores de alimentos que no estén recogidos en los apartados anteriores, tanto físicos como virtuales). En cuanto al sector logístico, podrán acceder en esta etapa inicial transportistas y repartidores (incluidos profesionales de mudanza, autobuses, motoristas...), puntos intermedios (almacenes de cualquier tipo) y logistas (especialmente enfocado para grandes operaciones).

En cuanto a los compradores, hablamos de familias, colegios, restaurantes, hoteles, tiendas de alimentación... El sector de la alimentación no se mide por cestas de productos, sino por miles de toneladas, y el perfil del consumidor es tan diverso como la oferta de productos. En Hermeneus se puede producir desde la compra anual de verduras y hortalizas de una familia, hasta el suministro constante y permanente de un restaurante o colegio, hecho por él mismo o a través de un logista que garantice las calidades, plazos de entrega y suministro permanente. Exactamente igual que en el modelo tradicional pero optimizado gracias a Internet.



Servicios

El coste por acceder es de 25 €/mes para los profesionales y gratuito para los compradores. Los servicios ofertados son:

- 1) **Promoción:** principal partida de gasto, para atraer compradores de todas partes.
- 2) **Posicionamiento en Internet:** todos los miembros del club tienen su propia microsite (página web informativa reducida) donde pueden explicar quiénes son, qué productos o servicios ofertan, poner fotos o videos de sus productos, noticias, etc...
- 3) **Publicación de ofertas y proyectos:** posibilidad de ofrecer productos (descripción de las unidades de venta, precio, características concretas de cada producto...) y operaciones de venta a gran escala, llamados "si-salen".
- 4) **Herramientas de comunicación,** gratuitas a través de Internet (videoconferencia, chat, mail, alertas, newsletter, etc...).
- 5) **Servicios de hosting y mantenimiento gratuito:** para que no tengan que preocuparse de aspectos técnicos.
- 6) **Geolocalización:** todos los miembros del club estarán localizados en un mapa, informando a los compradores de dónde están los productores más cercanos.

¿Qué sucede si un productor no quiere o no puede gestionar su perfil en Internet?

E: Puede contratar a alguien que lo haga. Nosotros ofrecemos un servicio de acompañamiento voluntario que facilita que cualquier profesional pueda acceder a Hermeneus sin la más mínima complejidad, asignándole a un responsable de dinamizar su perfil en el club y de comunicarse con él cuando llegue un pedido. El precio de esto asciende a 100 euros al mes.

Si no intermediáis, ¿cuál es vuestro modelo de negocio?

E: Nosotros no vendemos productos alimentarios ni servicios de logística, por lo que, siendo coherentes con nuestra propia filosofía, no podemos vincular nuestros ingresos a dichas variables, sino a servicios de comunicación, con independencia del uso que se hagan de ellos. Por dicho motivo, nuestro modelo de negocio es el de un club de profesionales.

¿Y quién informa sobre la calidad de los productores?

A: La propia red social mediante un sistema de valoración de procesos que premia a aquellos que ofrecen una buena relación calidad-precio y perjudica a aquellos que no satisfacen las expectativas de sus clientes.

¿Sin oscurantismos ni manipulaciones del sector?

E: Una regla de oro en Hermeneus es que la información fluye de forma perfecta. A menudo hemos observado que en este sector persiste la falta de transparencia de información, lo que dificulta enormemente que se produzca una óptima distribución de la riqueza en función del valor añadido que genera cada agente que interviene en dicho proceso. Al ofrecer una absoluta transparencia de información, aquellos intermediarios que no generan valor añadido se verán obligados a abandonar el sector o a modificar la propuesta de valor añadido para permanecer en él.

¿Qué valores que aportáis a la sociedad?

A: Queremos que Hermeneus sea concebido como lo que es: un proyecto



“No vendemos productos alimentarios ni servicios de logística, sino servicios de comunicación”

social que busca apoyar al comercio local, minimizar las emisiones de CO₂, mejorar hábitos y costumbres alimentarias, favorecer el acceso a nuevas tecnologías a sectores con una gran brecha digital y potenciar el desarrollo rural.

¿Qué impresión sacáis de las reuniones que ya habéis mantenido con cooperativas y con otros agentes clave del sector? ¿Cómo tenéis pensado continuar?

E: Nos hemos reunidos con multitud de productores, cooperativas, entidades y organismos públicos, organizado jornadas informativas y recabado información para ofrecerles un servicio que realmente satisfaga sus necesidades. En todos los casos hemos obtenido un gran apoyo

hasta el punto de convertirse en nuestros mayores prescriptores. Las reuniones, pues, han superado nuestras mejores expectativas y los profesionales han mostrado una admirable predisposición e implicación. Esto nos llena de ilusión y motivación para seguir trabajando.

De cara al futuro, continuaremos manteniendo reuniones formativas y de trabajo con los profesionales, con el objetivo de presentar y debatir abiertamente sobre el proyecto con el mayor número de profesionales posibles, y solventar de este modo todas las dudas que pueda haber. Y estamos abiertos a organizar estas reuniones con quien lo requiera, sin importar lo grande o pequeño que sea el negocio del profesional, de modo que nadie pueda quedar excluido. Estas reuniones son muy ilustrativas y satisfactorias para todos.

No será fácil dar a conocer un proyecto tan innovador como éste en un sector que presenta una gran brecha digital...

A: La mayoría de los profesionales con los que hemos contactado son conscientes de que llega una nueva generación con poder adquisitivo acostumbrada a comprar a través de Internet y quieren estar preparados para este cambio. Apoyos como los de LORRA nos permiten dar a conocer iniciativas que están al alcance de cualquier profesional sin necesidad de realizar ninguna inversión, ni complicar su negocio. Estamos seguros de que el mensaje, a pesar de su componente innovador, ha llegado al sector. Ahora toca la proactividad de sus representantes para organizar reuniones y tratar, cara a cara, todas las dudas y necesidades que surjan.

¿Por qué Hermeneus?

E: Porque es el futuro del comercio electrónico, una plataforma donde se eliminan las barreras y donde el mercado se aplanan para que todos seamos protagonistas. Un mercado donde la colaboración marca la diferencia frente a los intereses personales y donde todo el que participa sabe que saldrá muy beneficiado al poder acceder de forma cómoda y sencilla a los productos que más le interesan.



hermeneus

una nueva red social, una nueva forma de mercado

Más información:

Teléfono: 610 502 157

www.hermeneus.es

e-mail: info@hermeneus.es

ERROR: undefined
OFFENDING COMMAND:

STACK: