

# Impulsando un retail consciente junto a Algramo

Innovación, tecnología y creatividad orientadas a crear cadenas de suministros circulares





# Un nuevo paradigma en los mercados

Como ya sabemos, y sin importar la naturaleza del mercado, los consumidores se encuentran en constante cambio, y cada vez más, vemos cómo las nuevas generaciones se vuelven más exigentes con las marcas y los productos.

Ya no solo demandan y analizan costos y calidad, sino que también valoran aspectos relacionados a la ética, la sustentabilidad y la ayuda comunitaria, logrando así revolucionar los criterios de compra, y en consecuencia, fortalecer un consumo colectivo más responsable.

En los últimos años, esta creciente tendencia traspasó la línea del consumidor, llegando a revolucionar a todo el sector retail y la manera de enfrentar y adecuarse a los continuos desafíos del mercado. Desde las grandes empresas a las startups emergentes, vemos cómo los modelos comerciales están adoptando una nueva ética, logrando que los aspectos económicos no sean lo único importante a la hora de hacer negocios:

**las marcas se están volviendo más críticas con ellas mismas, por lo que trabajan para lograr una actividad más sustentable, consciente y responsable con el medio ambiente y la sociedad.**







## Algramo: Revolucionando el consumo inteligente

Bajo este panorama, nos encontramos con la compañía [Algramo](#), que desde el 2013 viene trabajando de manera constante con el fin de implementar un nuevo modelo de negocio capaz de impulsar la sustentabilidad y la ayuda social por igual; logrando al mismo tiempo una interfaz de consumo cómoda, innovadora y circular.

Desde sus inicios, Algramo se propuso ejecutar un cambio radical en la manera en que las personas acceden a los productos. Su fundador, [José Manuel Moller](#), identificó cómo los sectores de consumidores más vulnerables estaban atados a gastar más dinero solo por el hecho de no poder acceder a productos “al por mayor”. Este fenómeno lo llamó “impuesto a la pobreza” y se comprometió en llegar a un sistema de compra/venta capaz de llevar mejores costos a los sectores más necesitados.

Al principio, el sistema se basó en la creación de productos de marca propia utilizando una modalidad de envases retornables.

Esta iniciativa logró no solo una mejora en los gastos finales de los consumidores, sino además una gran recirculación de envases retornables. Paralelamente a este inicio, la compañía también diseñó un prototipo de dispensador que ofrecía alimentos como arroz, lentejas y porotos en las cantidades justas que el cliente requería de acuerdo a lo que pagaba; eliminando de esta manera los gastos innecesarios en economías vulnerables.

Si bien en esta primera etapa, los resultados arrojaron un 80% de reutilización por parte de los consumidores, la compañía intensificó sus esfuerzos con el fin de impulsar un cambio que vaya más allá de la red de comercios y tiendas pequeñas ya establecida.

**El interés era el de llevar este primer éxito a nivel masivo, logrando así un impacto más profundo en los consumidores, los mercados y en el mundo.**

# Avery Dennison y Algramo 2.0

Una vez logrado el punto de equilibrio, en donde la operación se volvió autosustentable y el reconocimiento ya estaba establecido, el equipo de Algramo empezó a trabajar en la necesidad de expandir su red de comercialización en pos de aumentar su impacto a través de distintos canales de venta.

La idea fue la de evolucionar el funcionamiento del sistema, hasta ahora orgánico, utilizando nuevas tecnologías capaces de masificar la implementación. Para ello, la compañía trabajó en conjunto a [Avery Dennison](#) con el interés de poner en marcha una interfaz capaz de llevar este concepto comercial a un nivel superior.

En este sentido, y profundizando en conceptos relacionados a la economía circular, se rediseñó completamente la modalidad de distribución y adquisición de productos, implementando tecnología RFID de última generación y soluciones móviles que habilitaron una nueva interacción consumidor/producto.

## **Este nuevo modelo se basó en 3 pilares principales:**

- El primero es un envase inteligente reutilizable que cuenta con un [chip RFID de Avery Dennison](#).
- El segundo es una App de Algramo en donde los consumidores pueden solicitar la compra de productos y gestionar sus recargas, administrar su billetera virtual y ser consciente del impacto ambiental asociado a su consumo.
- El tercero, una nueva estructura de distribución “puerta a puerta” formada por vehículos eléctricos dotados de bombas de suministro y un sistema de lector RFID/NFC el cual, junto al envase, cierra el círculo de consumo propuesto por la compañía.

*“Algramo tiene la ambición de escalar su tecnología a nivel mundial para que podamos catalizar los envases reutilizables a una escala globalmente significativa. Al hacer esto, podemos ayudar a nuestros socios de productos de consumo masivo a mantener sus envases dentro de la economía y fuera del medio ambiente. Para ello, se requiere un socio tecnológico, como Avery Dennison, quien comparte nuestra pasión por utilizar la innovación para convertir cadenas de suministro lineales en cadenas de suministro circulares inteligentes y eficientes en recursos.”*

**Brian Bauer, Head of Circular Economy & Alliances de Algramo**

Los beneficios de este panorama comercial son varios e impactan por igual a la marca, al usuario, el punto de venta y partes interesadas.

La marca obtiene trazabilidad de su producto y un contacto directo con el cliente; el usuario tiene la seguridad de estar almacenando el dinero en una billetera de cuentas controladas y la transparencia de conocer el impacto medioambiental de su operación; y el minorista se beneficia de una solución de autoservicio, “cashless y touchless” en la que el consumidor pone su envase inteligente en el dispensador, este lo “lee”, identifica al usuario y le envía una notificación al celular para que pueda iniciar la operación.

**En pocas palabras: un sistema rápido, confiable, innovador y con un gran valor ecológico/social.**





## Vinculando al consumidor con el envase

Uno de los protagonistas principales de este sistema de compra/venta es la tecnología RFID de Avery Dennison adherida al envase. Su objetivo es vincular el packaging con el perfil del consumidor en la aplicación móvil de Algramo.

Al vincular el envase con el usuario, a través de la App, el consumidor puede programar una entrega y especificar la cantidad de producto que desea comprar. Todo esto al mismo tiempo que impulsa una concientización sobre sustentabilidad.

Las etiquetas RFID empleadas por Algramo cuentan con tecnología de punta diseñada específicamente para cumplir con la aplicación y utilización final. Estas están desarrolladas con materiales que aportan gran durabilidad y garantizan una buena función final.

Estas ventajas garantizan un chip RFID más robusto y un ciclo de vida más largo del envase, lo que se traduce en una circularidad fluida y un impacto positivo para el medio ambiente.

En Avery Dennison contamos con el portafolio de productos de etiquetas inteligentes más grande de la región.

Además contamos con equipos de expertos, quienes están capacitados para entender en profundidad [los desafíos que representa la implementación](#) de estas tecnologías. Es por ello que nuestras soluciones impulsan la cadena de valor desde el primer eslabón hacia el futuro, contemplando cada detalle a lo largo del camino.



# Una idea en constante expansión

Si bien Algramo ya tiene un relato de marca consolidado y cuenta con importantes aliados como Nestlé, Colpal (Colgate-Palmolive) y Unilever, la compañía apunta a abrir las fronteras y llevar esta idea a otras regiones del mundo.

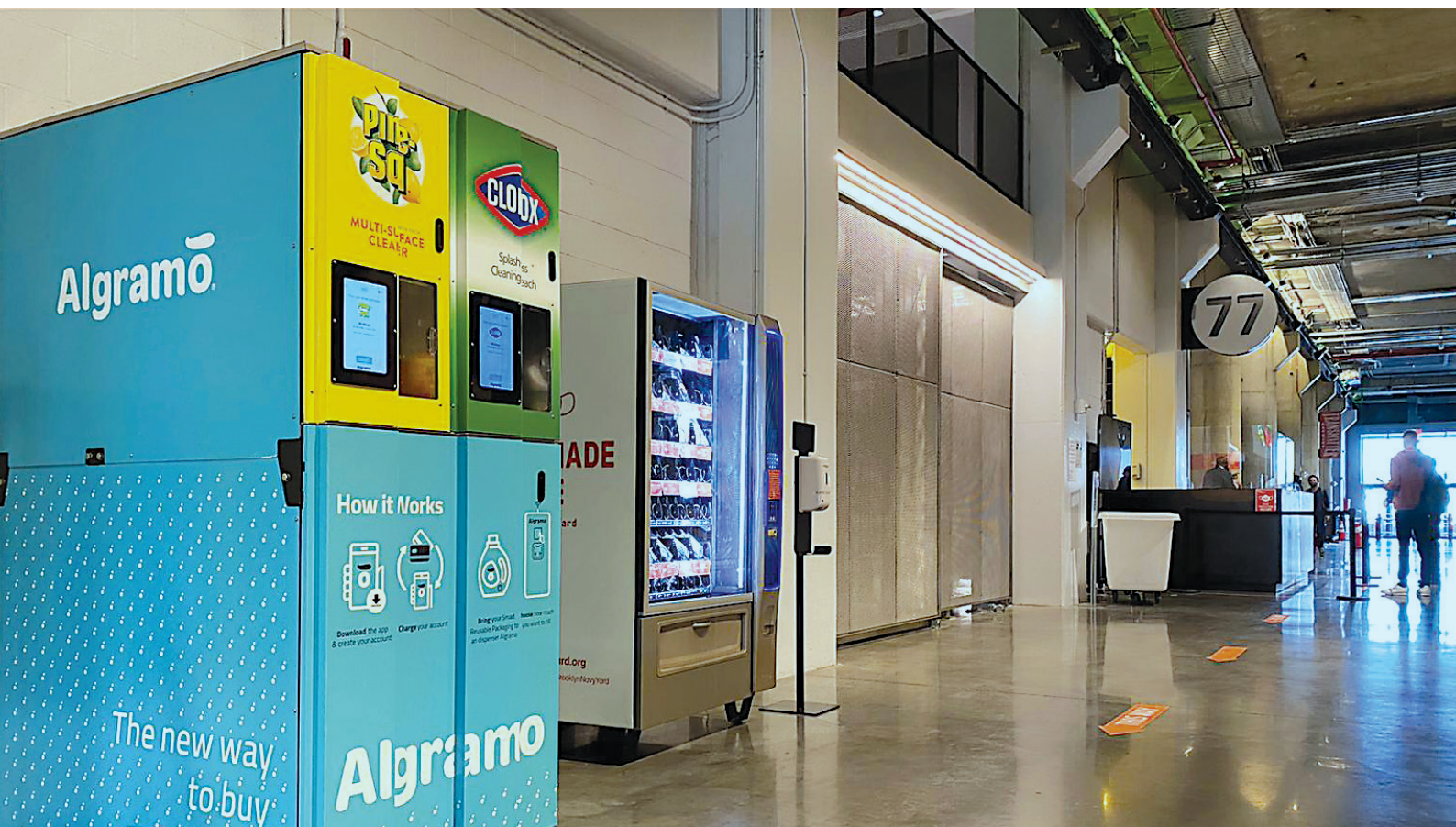
Bajo este panorama, Algramo ya cuenta con un programa piloto en Nueva York, el cual ofrece dispensadores fijos en diferentes puntos de venta de Brooklyn y Manhattan, en donde los usuarios pueden adquirir productos de reconocidas marcas como Pine-Sol y Clorox.

Además, están empezando a posicionar la iniciativa en la ciudad de Yakarta en Indonesia, en donde se ofrecerán productos de limpieza en lugares de alto tráfico humano, y el segundo semestre del 2021 comenzarán las pruebas piloto en Europa y otros países de Latinoamérica.

Este plan de expansión, les permitirá estar posicionados “en el escenario mundial de la economía circular”, lo cual representa una ventana ideal para demostrar cómo la creatividad, impulsada por la tecnología, puede generar un cambio sustancial en el mundo.

*“Encontramos en el material de Avery la confiabilidad que necesitamos para implementar nuestros sistemas con los mejores estándares del mercado, no solo a nivel local, sino también internacional. Además, más allá de los productos, hemos construido una relación con Avery, que nos permite ir enfrentando los desafíos de forma colaborativa, replicando procesos de forma ágil para nuestros distintos proyectos.”*

Magdalena Garibaldi, Technical Project Manager de Algramo







## La tecnología, un aliado estratégico

La digitalización de las empresas es ya una realidad. Gracias a la tecnología las empresas pueden ser más sustentables en su día a día y, al mismo tiempo, pueden tener una relación más estrecha con el cliente y ofrecerles una atención más exclusiva y personalizada.

Este tipo de implementaciones y la tecnología involucrada en estos procesos, demuestran cómo la innovación juega un rol clave en la mejora de la experiencia del usuario, al proveer un servicio mucho más personalizado, una experiencia de compra inigualable e incrementando el valor final del producto.

Avery Dennison ofrece etiquetas inteligentes para una gran variedad de aplicaciones finales, como aplicaciones sobre metal, resistentes a líquidos, químicos, funcionales para estar en contacto con alimentos y bebidas y capaces de resistir emisiones de microondas.

Todas estas soluciones son capaces de ofrecer diferentes niveles de beneficios, los cuales incluyen gran visibilidad del inventario en toda la cadena de suministro, reducción en los costos laborales de hasta un 50% para retailers, trazabilidad de productos y experiencias sin contacto (touchless), algo que los consumidores comienzan a exigir cada vez más, especialmente debido a la situación de COVID-19.





La tecnología RFID de Avery Dennison ofrece soluciones para una variedad de necesidades, desde la venta minorista de ropa y alimentos hasta la salud y la aviación. El uso y aplicación de esta tecnología sirve para aumentar la precisión del inventario, mejorar la agilidad de la cadena de suministro y aumentar la visibilidad en todos los canales

### ¿Quiere saber más?

Lo invitamos a ponerse en contacto con su asesor de ventas para conocer mejor de qué manera podemos ayudarlo a alcanzar estas ventajas. Si tiene alguna duda, o necesita más información sobre la tecnología RFID y los diferenciales que esta tiene para usted, escríbanos!, estaremos gustosos de poder asesorarlo a lograr los mismos resultados.

[label.averydennison.com](http://label.averydennison.com)

Facebook | Instagram: [averydennisonlatinoamerica](https://www.instagram.com/averydennisonlatinoamerica)



**Términos y condiciones** - Todas las declaraciones de Avery Dennison, La información técnica y las recomendaciones se basan en pruebas que se consideran confiables, pero no constituyen una garantía. Todos los productos de Avery Dennison se venden con el entendimiento de que el comprador ha determinado independientemente la idoneidad de dichos productos para sus fines. Todos los productos de Avery Dennison se venden sujetos a los términos y condiciones generales de venta de Avery Dennison. © 2020 Avery Dennison Corporation. Todos los derechos reservados. Avery Dennison® es un marca registrada de Avery Dennison Corporation. Las marcas, nombres de productos, diseños de antenas y códigos o programas de servicio de Avery Dennison son marcas comerciales de Avery Dennison Corporation.