

ClicAlimentación: nueva app del comercio local de alimentación de Madrid

Con el objetivo de aunar las nuevas tecnologías al comercio de alimentación local de Madrid y las demandas del público, La Única, Asociación Madrileña de empresarios de alimentación y distribución, con la colaboración de la Comunidad de Madrid, ha desarrollado y puesto a disposición de los usuarios la app ClicAlimentación

La aplicación, subvencionada por la Comunidad de Madrid, está disponible de forma totalmente gratuita para su descarga y utilización tanto a través de Google Play para Android, como en la App Store para iOS, contiene toda la información necesaria para la localización de más de 100 puntos de venta de alimentación local de Madrid con toda su información: geolocalización, dirección, teléfono de contacto, actividad principal y especialidades, horarios, etc.

“En la actualidad, cualquier página web ya recibe más del 50% de su tráfico a través de dispositivos móviles, teléfonos y tablets. Las nuevas generaciones son nativos digitales, y están acostumbrados a operar con estos dispositivos como su medio más natural. El comercio local lleva años intentando mantener y fidelizar, por un lado, a su clientela de barrio de toda la vida, pero también intenta captar nuevo público al que le guste disfrutar de su experiencia de compra local, cuyos valores son la cercanía, la calidad y el precio”, dice Sara Mañas, directora general de La Única.

En este contexto, muchos usuarios desplazados o de visita, incluso turistas, buscan sitios donde poder hacer su compra diaria, o los vecinos del barrio tienen la necesidad en algunas ocasiones de consultar horarios o disponibilidad de productos, e incluso hacer pedidos. La búsqueda individual de los comercios a través de Google puede ser una tarea ardua.

“La mejor manera es tenerlo todo en el dispositivo móvil: de esta manera, un usuario puede acceder a todos los puntos de venta de manera sencilla. En este directorio están participando más de 100 asociados de La Única, que han visto en esta vía una posibilidad más de promoción de su punto de venta tradicional de toda la vida”, agrega Mañas.

La aplicación ha sido desarrollada con los actuales estándares del mercado en cuanto a usabilidad y funcionalidad y es compatible tanto con dispositivos Android como iOS (Apple), funcionando correctamente tanto en móviles como en tablets.

“Hemos buscando la facilidad de uso, trasladando la experiencia de cercanía y de sencillez que nuestros establecimientos de barrio nos ofrecen. Esperamos que sea útil para la ciudadanía y que anime a más puntos de venta locales a adherirse a la iniciativa y a seguir innovando con las nuevas tecnologías que, sin duda, serán una vía para acercarse a nuevos clientes”, concluye la directora general de La Única.

El comercio local, con las nuevas tecnologías

Esta nueva aplicación supone un paso más en la dinamización del comercio de alimentación local en las nuevas tecnologías, una de las asignaturas pendientes del sector, como ya se evidenció en el estudio que La Única realizó en 2015 sobre la Penetración de las Nuevas Tecnologías en el comercio local de Alimentación y Distribución de Madrid, cuyo objetivo era conocer, a través de una encuesta a los socios de la asociación, cómo las nuevas tecnologías están influyendo en la dinamización de este tipo de negocio. El vídeo con las conclusiones incluyendo declaraciones de los participantes está disponible en el Canal oficial de YouTube de La Única.

De acuerdo a los resultados obtenidos, un 66% de los que responden a la encuesta afirma tener web corporativa de su negocio, pero solo un 9% confirma tener también tienda online. Este es el caso de negocios como Frinsa, Quesos Berzal, Bodega Vidal, Grupo El Teide, NaturaSí, Martín Martín o Ferpal Madrid. Sin embargo, la mayoría, un 58,6%, tienen planes de mejorar su presencia en la Red a corto y medio plazo, bien desarrollando una nueva web corporativa o incorporando una tienda online.

Además, más de un 45% utiliza las redes sociales para promocionar su negocio. Las plataformas preferidas son Facebook (86%), Twitter (50%), Google + (44%), e Instagram y Pinterest (12,50% y 6,25%, respectivamente).

Datos de contacto:

Ricardo Schell

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Gastronomía Madrid](#) [Emprendedores](#) [Consumo](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>