

Diplomado en Gobernabilidad e Innovación Pública

Nombre del Proyecto: “Precios Ya”

Equipo:

- Burbano Dannys, C.I. V- 16.857.502
- Montenegro José, C.I. V- 11.561.730
- Newman Raidir, C.I. V- 19.318.972
- Rey Oriana, C.I. V- 23.499.578

Breve Descripción: ¡Precios Ya! Es un proyecto de diseño y desarrollo de una aplicación móvil que permitirá el acceso directo a los precios referenciales de los productos de la canasta básica de una forma interactiva, permitiendo a los usuarios conocer y establecer mejores decisiones antes y durante la compra, dichos precios estarán establecidos propiamente por los supermercados y mercados municipales. Del mismo modo, y de forma dinámica la app ofrece un apartado formativo y educativo denominado “¿Cómo comprar mejor?” el cual brindará herramientas para la optimización de los recursos o finanzas personales, permitiendo decidir entre calidad y precio en el marco de una política de datos abiertos. Por otro lado, se buscan mejoras en la calidad y precio de los productos de la Cesta Básica a través de una competencia sana entre comerciantes y proveedores.

Duración del proyecto: Ocho (8) meses

Presentación: El consumidor es un agente activo dentro del comportamiento de compra cuyo objetivo es la resolución de problemas, que le permita decidir que comprar; esto lo hace mediante un proceso de deliberación, informada y formada, que le puede llevar más o menos tiempo.

En este sentido, a través de una plataforma que aporte información relacionada a los precios del mercado, en el marco de una política de datos abiertos, y formaciones en temas de finanzas personales, los consumidores podrán ser capaces de comparar precios entre distintos establecimientos para desarrollar sus pautas de decisión y así lograr el acceso rápido a la información, lo que permitirá generar análisis de gastos previos y, en base al resultado de este análisis, lograr ajustarlo al presupuesto familiar, ofreciendo soluciones ágiles en la toma de decisiones financieras a la hora de hacer una compra en un momento determinado.

Acción Contra el Hambre, ONG que lucha contra las causas y los efectos del hambre, plantea que “la seguridad alimentaria existe cuando las personas tienen acceso social, físico y económico a suficientes alimentos en todo momento (...) De lo contrario, sufren de inseguridad alimentaria. Dicho de otro modo, la inseguridad alimentaria es el estado que sufren las personas que, por culpa de no tener una dieta adecuada, no pueden mantener una vida sostenible.”

Todo esto en búsqueda de aportar estrategias tecnológicas que favorezcan a las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, en su deseo de alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para el 2030, basándose en el Objetivo 2 “Hambre Cero”, principalmente en la meta 2.c que propone “adoptar medidas para asegurar el buen funcionamiento de los mercados de productos básicos alimentarios y sus derivados y facilitar el acceso oportuno a información sobre los mercados, en particular sobre las reservas de alimentos, a fin de ayudar a limitar la extrema volatilidad de los precios de los alimentos” y, a su vez, en el Objetivo 9 “Industria, Innovación e Infraestructura”, en su meta 9.b que establece “apoyar el desarrollo de tecnologías, la investigación y la innovación

nacionales en los países en desarrollo, incluso garantizando un entorno normativo propicio a la diversificación industrial y la adición de valor a los productos básicos, entre otras cosas.”

- Fundamentación:

En el presente proyecto se analizó, a través de encuestas de opinión realizadas a una muestra de 100 personas en los supermercados Plaza, Excélsior Gama, Central Madeirense y, los Mercados Municipales de Chacao y Quinta Crespo, el comportamiento del consumidor.

La implementación de una aplicación móvil orienta y hace más satisfactoria la compra y consumo de los productos. Si los productos se adaptan a sus necesidades y los precios fijados son los que está dispuesto a pagar, el consumidor se sentirá más satisfecho. Es importante destacar que, el consumidor requiere formaciones en temas de finanzas y economía personal para decidir y, con esto, promover la transparencia.

- Antecedentes:

El Banco Central de Venezuela (BCV) junto al Instituto Nacional de Estadística (INE) generó en el 2004 el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC), indicador estadístico que mide, en un período determinado, los cambios ocurridos en los precios de una canasta de bienes y servicios representativa del consumo de los hogares que habitan un área geográfica específica. En mayo del 2022 se presentó una actualización del INPC, el cual arrojó que en abril se registró “una variación intermensual de 4,4%, superior al 1,4% obtenido para del mes previo y significativamente inferior a la reportada en abril del año anterior (24,6%)” según información del BCV.

Por otro lado, el Observatorio Venezolano de Finanzas busca “contribuir a la elaboración de estadísticas económicas y sociales que apoyen al análisis de la economía venezolana y realizar estudios que aporten en el diseño de un modelo de desarrollo consensuado para Venezuela” y, dentro de sus indicadores se encuentra el índice Nacional de Precios al Consumidor, el cual señaló que “las tasas de inflación de octubre de 2022 fueron del 14,5% mensual, 142,6% acumulada y 173% anualizada. Con estos resultados Venezuela sigue reflejando una alta y persistente inflación.”

- Justificación:

En un mercado tan competitivo como en el que vivimos en la actualidad, en el que hay una infinidad de productos y servicios para todos los gustos, que procuran suplir desde la necesidad más básica hasta la más compleja; se torna mucho más común el encontrarnos con el tema “precio”. En este sentido se observa que la persona que no tenía la facilidad o la habilidad de negociación la ha desarrollado, todo con tal de cuidar el presupuesto. El precio es un elemento clave en la economía de todos porque es una referencia y un límite monetario que impacta a nuestro presupuesto. Además, es el instrumento de comunicación más tangible que tiene una empresa con sus consumidores.

En este orden de ideas, la información que aportan las empresas que ofertan sus bienes es reducido, es así como, con la implementación de este proyecto el consumidor tendrá acceso a datos de precios referenciales, que le permitirá acceder a estos bienes, encontrando los mejores precios del mercado y reduciendo el gasto de transporte que genera la búsqueda de productos al mejor precio.

Objetivo General: Contribuir a mejorar los índices de Seguridad alimentaria en la población del Distrito Capital.

Objetivo Específico:

- Fomentar el acceso libre, transparente y abierto a los datos de información de los precios de los productos de consumo masivo supermercados Plaza, Excélsior Gama, Central Madeirense, y los Mercados Municipales de Chacao y Quinta Crespo, respectivamente.
- Crear una herramienta tecnológica que promueva el aprendizaje y la formación en economía y finanzas para optimizar el dinero invertido en la Canasta Básica.
- Generar una cultura de competencia sana entre los comerciantes y/o proveedores del servicio.

Población destinataria o alcance: 3.5 millones de venezolanos residenciados en la ciudad de Caracas, distribuyéndose en 66,04% en el municipio Libertador, 20,01% en el municipio Sucre, 9,62% en el municipio Baruta, 2,26% en el municipio Chacao y 2,07% en el municipio El Hatillo.

Plan de tareas:

- Establecer alianzas con supermercados y Alcaldías para aportar información de interés para la comunidad en general
- Elaborar una base de datos con precios de los productos de consumo masivo en supermercados y mercados municipales, la cual se actualizará semanalmente
- Crear una App que contenga la información referente al precio de los productos de consumo masivo en los distintos establecimientos del Distrito Capital
- Posibilidad de planificar y presupuestar la cantidad de dinero que se utilizará para la compra de bienes
- Generar capacitaciones y formaciones referentes a finanzas personal y manejo de capital
- Promover el aprendizaje y las buenas prácticas en el manejo de los recursos económicos a través de herramientas tecnológicas
- Generar alianzas entre establecimientos comerciales
- Realizar reuniones mensuales dando a conocer el comportamiento de los usuarios según los distintos establecimientos evaluados
- Enviar estadísticas mensuales a los establecimientos sobre variación de los precios

Recursos y alianzas:

- Banco de Desarrollo de América Latina (CAF)
- Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)
- Ministerio del Poder Popular de Comercio Nacional
- Superintendencia Nacional para la Defensa para los Derechos Socioeconómicos (SUNDDE)
- Supermercados Plazas
- Supermercado Central Madeirense
- Supermercado Excélsior Gama
- Mercado Municipal de Chacao
- Mercado Municipal de Quinta Crespo
- Alcaldías
- Asociación Nacional de Supermercados y Autoservicios (ANSA)

Presupuesto:

Partida	Recursos requeridos			Analista de costos		
	Descripción específica del recurso requerido	Unidad de medida	Cant.	Costo Unitario	Costo Total	Sub total x partida
Recursos humanos	Coordinador de proyectos	USD \$	8	300	2400	20700
	Coordinador de Monitoreo	USD \$	8	300	2400	
	Relaciones Públicas	USD \$	8	300	2400	
	Administrador	USD \$	8	300	2400	
	Programador	USD \$	5	1700	8500	
	Diseñador	USD \$	5	400	2000	
	Encuestadores	USD \$	6	100	600	
Materiales y suministros	Papelería	USD \$	8	30	240	540
	Almacenamiento en Base de Datos	USD \$	1	300	300	
Otros Costos	Otros	USD \$	8	100	800	800
TOTAL DEL PROYECTO						22040

Cronograma:

No.	Actividades	Duración en meses	Meses							
			1	2	3	4	5	6	7	8
1	Sesión de trabajo con el equipo	8								
2	Definición de estrategias	3								
3	Definición de requisitos técnicos	3								
4	Mapeo de diagnóstico	3								
5	Estructura de la encuesta	2								
6	Visita a supermercados para generar alianzas	4								
7	Aplicación de encuestas	4								
8	Creación de formaciones en temas de economía y finanzas	2								

9	Diseño y creación de la APP	5								
10	Revisión de fallos visuales de la APP	2								
11	Revisión de fallos técnicos de la APP	2								
12	Revisión del contenido de la APP	2								
13	Desarrollo de la base de datos con los precios de los productos	2								
14	Accesibilidad y estándares	2								
15	Importación del contenido	2								
16	Desarrollo de funcionalidades	2								
17	Prueba de la APP	1								
18	Implementación de la APP	5								
19	Actualización semanal de los precios de los productos de la base de datos para mantener la información al día	5								
20	Actualización de las formaciones y seguimiento del proceso individual de los usuarios	5								