

UNA IDEA, UNA EMPRESA

Gatrocampo, consumo sostenible y de proximidad

La startup ofrece una plataforma de compra de productos locales para un consumo transparente y de kilómetro 0



por **Judit Pellicer**

Barcelona. 21 mayo de 2020 05:25



Gastrocampo, una plataforma que elimina els intermediaris entre productor i consumidor | iStock

El ajeteo de gente, el olor de la fruta fresca, los embutidos colgando de puestos y mostradores repletos de todo tipo de quesos, dulces o conservas, todo ello acabado de llevar por sus propios productores. Estos son algunos de los recuerdos que **Sofía Furlotti** y la Léa **Blanchard** comparten, a pesar de que una es francesa y la otra italiana, el funcionamiento de los mercados locales es una tradición transversal. Tradición que en ciudades como Barcelona muchos, ellas incluidas, añoran. Para recuperar esta costumbre con las herramientas que nos ofrece la tecnología las dos emprendedoras han creado **Gastrocampo**, una plataforma web que conecta productores locales y consumidores. Desarrollan esta idea dentro del programa de incubación de **Barcelona Activa** y **Mercabarna**, empezaron su aventura empresarial este pasado mes de enero y, como todos, el coronavirus las ha cogido por sorpresa. A pesar de esto, el confinamiento los ha mostrado nuevos caminos que no esperaban.

Més info: [Cliccat.cat](https://clliccat.cat), el centro comercial 3.0 del comercio de proximidad

Tan Sofía como Léa arrastran su gusto por la alimentación desde hace muchos años, no sólo en sus vidas personales sino también en las profesionales. Las fundadoras de Gastrocampo tienen experiencia en grandes empresas de alimentación y se conocieron una incubadora donde las dos estaban trabajando en proyectos de alimentación diferentes. Las dos emprendedoras se vieron unidas por un objetivo común: "Queríamos crear una plataforma que a través de la digitalización eliminara intermediarios entre productores de alimentos y los restaurantes", recuerda Léa Blanchard.

Revirtiendo la brecha digital

La brecha digital ha sido una de las grandes protagonistas de esta pandemia. Esta desigualdad del siglo XXI ha pasado desapercibida para muchos hasta que no se ha convertido en parte de su día a día. Esto no hace que sea una desigualdad nueva ni mucho menos. En el caso que nos ocupa, las dos fundadoras de Gastrocampo detectaron que había muchos productores locales que no explotaban estos recursos digitales y quisieron ofrecer una plataforma sencilla y accesible que les permitiera entrar en contacto con nuevos clientes eliminando el intermediario. Todo ello se basa en una web donde tú puedes hacer el pedido que necesites y el mismo productor se encarga de traértela.

"Ayudamos a paliar el exceso de producción que iba destinada a los restaurantes y también ofrecemos una forma más segura de comprar, sin ir físicamente al supermercado";

Su objetivo principal era abastecer a los restaurantes, los cuales fueron de los primeros afectados con el confinamiento. Pero como las mismas fundadoras aseguran los restaurantes se pueden detener pero el campo no. Ante este nuevo escenario quisieron juntar sus ganas de ayudar y las oportunidades que podía ofrecer su plataforma. Así decidieron dirigir la venta a particulares. "Fue un reto, pero entendemos las necesidades de los consumidores particulares como las de los restaurantes así que nos tiramos", asegura Blanchard.

La respuesta de la apertura de Gastrocampo a los particulares fue muy buena e impresionó a Furlotti y Blanchard. "De este modo ayudamos a paliar el exceso de producción que iba destinada a los restaurantes y por otra ofrecemos una forma más segura de comprar, sin ir físicamente al supermercado", asegura Blanchard.

"Esta experiencia nos ha mostrado que queremos mantener la línea de consumidores particulares tanto cómo podamos"

Un futuro abierto

El futuro de un proyecto tan joven y con un nacimiento tan accidentado como Gastrocampo abre muchas incógnitas y muchos posibles caminos a seguir. Una de las futuras acciones que más se están planteando es como monetizar su plataforma. "Estamos buscando varias opciones que nos permitan seguir ayudando a los productores".

También trabajan en la puesta en marcha de una aplicación móvil de Gastrocampos. Si bien el futuro por estas dos empresarias puede ser muy variado, una cosa que saben que quieren mantener es el servicio tanto a particular como restaurantes. "Esta experiencia nos ha mostrado que queremos mantener la línea de consumidores particulares tanto cómo podamos", afirma Léa Blanchard.

El contingut de la secció *Una idea, una empresa* està elaborat amb la col·laboració de l'Ajuntament de Barcelona

Una idea, una empresa

MÉS INFORMACIÓ

HOY DESTACAMOS