

World Café



< urban commerce >





WORLD CAFÉ

URBAN COMMERCE 2018

- Dinamiza: Adela Balderas. Doctora en administración y gestión de empresas y formadora de alto rendimiento.



Dentro de la jornada Urban Commerce 2018 y en horario de 12.20 h. a 13.00 h. tuvo lugar un World Café, dinamizado por Adela Balderas, doctora en administración y gestión de empresas y formadora de alto rendimiento, en la que participaron alrededor de 200 personas.

Esta metodología consiste en permitir a un grupo de personas exponer y compartir sus opiniones en torno a una o varias preguntas en un ambiente relajado y amigable, de forma que se favorezca la generación de ideas creativas e innovadoras.

En el contexto del Urban Commerce, las personas participantes se distribuyeron en 20 mesas con 10 sillas alrededor de cada una.



En cada mesa se designó a una persona que ejercía de “anfitrión”, que era la responsable de recoger las ideas que surgieran en el grupo. Tras una pequeña presentación por parte de los participantes en cada mesa, la dinamizadora de la sesión lanzó la primera pregunta de manera simultánea para todas las mesas. Tras un breve tiempo de exposición y debate, las personas participantes se cambiaron de mesa para pasar a compartir reflexiones en torno a una segunda pregunta con un grupo de personas diferente.

Al utilizar esta metodología en una jornada con asistentes de perfiles tan distintos (personal técnico, directivos, comerciantes, estudiantes, ponentes...etc.), se pretendía generar un diálogo entre diferentes, de forma que al aplicar a un mismo tema puntos de vista diversos, se enriqueciera el resultado final.



A continuación, os presentamos una síntesis de las ideas que se recogieron en esta sesión de participación.

PREGUNTA 1: ¿CÓMO VEIS EL COMERCIO DE HOY?

Como respuesta a la primera pregunta del World Café han sido muchas las reflexiones que hacían referencia a las debilidades que actualmente afectan al comercio urbano y que reflejan un visión poco optimista del sector del comercio minorista.

Uno de los aspectos que más se repitió en la dinámica fue la escasa formación y profesionalización del pequeño comercio, que junto con la falta



de estrategia y las limitaciones tecnológicas y presupuestarias le convierten en un rival poco competitivo para las grandes operadoras de la red.

Se mencionaba además que el pequeño comercio no aprovecha su gran ventaja competitiva al no ser capaz de transmitir al cliente potencial el valor de sus conocimientos sobre el producto y los valores que representa.

También se indicaba que la resistencia al cambio y el desconocimiento del nuevo cliente hace que el pequeño comercio sea incapaz de responder a las nuevas demandas y que en ocasiones entre en una espiral de desmotivación de difícil salida.

Por último, se apuntaba que el elevado coste de los locales afecta a la viabilidad de los negocios y convierte al sector comercial en un sector con una rotación excesiva y poco atractivo para el emprendizaje.



Se recogen también numerosas reflexiones sobre los cambios de hábitos de consumo y sobre la importancia de disponer de información sobre el nuevo consumidor para adaptarse y poner al cliente en el centro de la estrategia comercial.

También se repite la idea de la necesidad de reinversión por parte de los negocios y se recogen varios comentarios que inciden en la importancia de la digitalización, para hacer frente a la brecha digital, así como la idoneidad del ecommerce como complemento para algunos negocios.

Asimismo, son recurrentes las reflexiones sobre la heterogeneidad de los negocios en varios ámbitos; entre sectores, entre centro/periferia, entre comercios consolidados con titulares cercanos a la jubilación / nuevos negocios, entre los negocios que se adaptan rápido a los cambios/negocios que se mantienen inmóviles sin variar su estrategia...etc.



PREGUNTA 2: ¿QUÉ SE PODRÍA HACER PARA MEJORARLO? ¿POR DONDE EMPEZAR?

Como respuesta a la segunda pregunta, las estrategias que más se mencionan se pueden agrupar en los siguientes ámbitos:

1.-Formación / profesionalización:

- Formación específica para las y los trabajadores de los pequeños negocios del sector comercio
- Formación específica para emprendedores
- Mejorar la formación específica sobre nuevas tecnologías
- Mejorar la profesionalización de las y los titulares de los comercios para que sean capaces de innovar e innovar



2.- Apoyo desde las instituciones:

- Trabajar con los comercios proactivos, con los que están dispuestos a cambiar y mejorar
- Ayudas económicas
- Generar sinergias con las asociaciones
- Disminuir las barreras al inicio de la actividad y trabas administrativas
- Acompañamiento en la digitalización de los negocios



3.- Adaptarse a las necesidades del mercado:

- Mejorar el conocimiento del cliente para adaptarse mejor a sus nuevas necesidades
- Mejorar y poner el valor el trato al cliente
- Aumentar la presencia en las redes sociales y en la red en general
- Ofrecer calidad y mejorar la experiencia de compra, provocando experiencias únicas
- Diferenciarse, buscar una identidad única. Especializarse y ofrecer servicios de valor adicionales a la compra
- Aprender a compatibilizar el on y el off de forma eficiente