



El comercio urbano del futuro mira cada vez más a la tecnología para contactar con el cliente-consumidor

Comercio A través de distintas iniciativas de innovación en el sector

El eShopping, una nueva forma de comprar asoma en Euskadi

◆ Beatriz Itza

En unos años, las compras de Navidad podrán ser una experiencia nueva para el consumidor vasco que en lugar de irse de tiendas podrá hacer eShopping por ciudades virtuales de la mano de las nuevas tecnologías. Proyectos como Hirienda 2020, impulsado por Ibermática, o el Centro de Innovación del Comercio de Bilbao, promovido por Lan Ekintza lo harán posible.

Respaldadas en un caso por el Ayuntamiento de Bilbao y en el otro por el Gobierno vasco, ambas iniciativas tienen el mismo objetivo de ayudar al comercio urbano a adaptarse al futuro, en un momento en el que el consumidor demanda menos desplazamientos, compras más rápidas, mejor atención especializada y, sobre todo, mayor oferta. Ante el cambio en la demanda, el comerciante debe hacer más productivo su negocio a través de

herramientas 2.0 y de programas específicos para el sector. Las transacciones comerciales han dejado de ser meros procesos de intercambio entre clientes y comercios. Ahora los compradores están mejor informados, exigen una atención más especializada por parte de profesionales cualificados capaces de satisfacer sus necesidades. Piden vivir auténticas 'experiencias' de consumo. Y la tecnología se ha convertido en la herramienta clave para dar respuesta a estos nuevos requerimientos.

Innovar a pie de calle

Una de las líneas de actuación más llamativas de Hirienda 2020 es la creación de una plataforma de eShopping, o lo que es lo mismo, un gran espacio comercial virtual en el que los compradores podrán 'irse de compras' por enormes ciudades paralela, mediante el alargamiento virtual de sus identidades.

Lan Ekintza-Bilbao también ha generado un espacio en el que promover la innovación comercial de la capital vizcaína y trasladarla 'a pie de calle' provocando la curiosidad y captando nuevas sugerencias del consumidor. Se trata de un Centro de Innovación del Comercio cuyo objetivo es la creación de un clima favorable a la introducción de innovaciones en los establecimientos comerciales; pionero en el ámbito del comercio, que combina información y asesoramiento con la utilización de la web 2.0 y proyectos específicos para el comercio.

Entre sus herramientas cuenta con un blog de noticias y colaboraciones sobre innovación en el comercio; una comunidad de comerciantes activos en innovación; un centro físico en el que reunirse y llevar a cabo presentaciones; y un acuerdo con Tecnalia para aplicar las investigaciones tecnológicas en los establecimientos comerciales.