

Tecnología para el comercio urbano del futuro

por JAVIER G. 14. DIC. 2010 en ACTUALIDAD

Menos desplazamientos, compras más rápidas, mejor atención especializada y, sobre todo, mayor oferta. Ésta es la evolución que están emprendiendo los comercios urbanos del futuro. Gracias al proyecto de innovación comercial que está siendo desarrollado por Ibermática, en unos años las compras de navidad podrán ser una experiencia nueva para el consumidor. En vez de irse de tiendas, se irá de eShopping por ciudades virtuales.



La tecnología se ha convertido en la herramienta clave para dar respuesta a los nuevos hábitos de los consumidores. Hoy en día las transacciones comerciales han dejado de ser meros procesos de intercambio entre clientes y comercios. Ahora los compradores piden vivir auténticas "experiencias" de consumo. Cada vez están mejor informados y a la hora de acercarse a las tiendas exigen que les atiendan profesionales especializados capaces de satisfacer sus necesidades.

El modelo se complica aún más para los comercios urbanos, a los que diariamente acuden millones de clientes diferentes. Entre grandes superficies, cadenas, franquicias, pequeño comercio tradicional, mayoristas, etc., en un mismo espacio se dan cita cada día negocios distintos con actividades que nada tienen en común.

Por este motivo, las empresas TI y comercios están llegando a acuerdos para fomentar nuevos planteamientos comerciales, capaces de satisfacer los nuevos estilos de vida de los consumidores. Éste es el punto de partida del proyecto Hiridenda 2020, impulsado por Ibermática, que apuesta por la tecnología para desarrollar planes de innovación comercial para las tiendas de los cascos urbanos. El objetivo es ayudarlas a adaptar sus negocios a la nueva demanda, haciéndolas más productivas.

Comercio urbano del futuro

Los investigadores de Hiridenda 2020, que cuenta con el apoyo de Gobierno Vasco, están desarrollando productos, servicios y modelos que permitan aprovechar mejor los recursos de los comercios. De esta forma, es posible mejorar su eficiencia y transparencia en todas las fases de los procesos del negocio (arquitectura tecnológica, trazabilidad de los productos, logística de distribución, relación con los clientes y gestión del espacio de venta y marketing).

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

Además, dentro del plan de I+D+i se han abierto otras líneas de investigación que tienen la misión de eliminar todos los agentes que puedan entorpecer el desarrollo del comercio. Algunas de ellas, se han centrado en la creación de rutas dinámicas que permitan a los distribuidores de mercancías redefinir sus rutas en tiempo real a partir de las necesidades de abastecimiento de las tiendas. Otras iniciativas se dirigen a la implantación de herramientas de inteligencia artificial para mejorar el seguimiento de los productos a lo largo de la cadena y sistemas de suministros, desde su origen hasta la tienda.