

Comercios urbanos inteligentes

Plataforma que da soporte a los comercios urbanos del futuro con objeto de crear nuevos conocimientos que posibiliten la generación de nuevos productos y servicios y así dar una respuesta, en un mercado cada vez más competitivo, a las cada vez mayores exigencias de los clientes en el mercado retail o minorista.

El sector comercial

El sector comercial ha experimentado en las últimas décadas un proceso muy importante de transformación en el que el propio consumidor ha actuado de motor de cambio, con sus demandas, sus nuevas exigencias y sus necesidades.

Por otro lado no podemos soslayar el hecho de que la actividad comercial y el entorno urbano son dos realidades estrechamente relacionadas. El comercio es fuente de vitalidad, dinamismo y rentabilidad para la ciudad y viceversa, el atractivo de una ciudad incide directamente sobre su comercio.



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.

Escenarios

Para ello se han desarrollado cuatro escenarios donde se describen futuras formas de interacción en el comercio:



El escenario de **Logística de Distribución** contempla, por una parte, cómo la planificación de rutas desde los almacenes a los puntos de venta permite optimizar las rutas de reparto y maximizar la ocupación de los vehículos utilizados (reduciendo el impacto negativo en la movilidad), y, por otra parte, promueve una gestión avanzada de stock en los puntos de venta con el fin de tener un conocimiento exacto del stock disponible y así optimizar el reaprovisionamiento.



El escenario de **Trazabilidad Avanzada**, se centra en la trazabilidad de productos para los comercios urbanos del futuro, poniendo de relieve el potencial de estas herramientas que permitirán optimizar costes, mejorar la percepción del producto por parte de los consumidores y aumentar la seguridad detectando no solamente alertas previsibles, sino situaciones anómalas no previstas.

Beneficios / Objetivos

- **Mejorar la eficiencia de los procesos del comercio (logísticos, en almacén, con el cliente, de recogida de residuos, distribución, etc.).**
- **Ayudar a la concepción de nuevos productos y servicios.**
- **Impulsar la generación nuevos conceptos / productos / servicios y modelos de negocio comerciales.**
- **Ofertar productos seguros a los consumidores.**
- **Mejorar el seguimiento y la transparencia de los movimientos de las mercancías hasta el punto final de venta.**
- **Disminuir los desplazamientos, realizar compras más rápidas y mejorar atención especializada.**

El escenario de **Gestión de los Espacios de Venta** considera la necesidad de potenciar y promover los espacios de venta virtuales. La utilización de estas soluciones de e-commerce mejoran la satisfacción del cliente redundando en una mayor competitividad y profesionalidad de los pequeños y medianos comercios.



Por último, el escenario de **Marketing y Relación con los Clientes**, muestra cómo aprovechar la potencia de Internet y las redes sociales para facilitar la interacción de los comercios con sus clientes y entre ellos a través de una plataforma de servicios.

