



NOTA DE PRENSA

El Congreso del XVII Encuentro del Comercio Vasco anima al sector a transformar los cambios en oportunidad de negocio

El Encuentro, organizado por el Gobierno Vasco y las Cámaras de Comercio Vascas- Eusko Ganberak, pretende llamar la atención del comercio vasco sobre los nuevos hábitos de consumo para ser más competitivos

Vitoria-Gasteiz, 21 de abril de 2015. Bajo el lema *Tendencias ON OFF. Nuevas Alianzas*, el Gobierno Vasco y las Cámaras Vascas-Eusko Ganberak, en colaboración de las Oficinas Técnicas de Comercio, Asociaciones de Comerciantes y Ayuntamientos del País Vasco, han celebrado hoy en el Museo Artium de Vitoria-Gasteiz el **Congreso** que abre el **XVII Encuentro del Comercio Vasco**.

El acto inaugural ha contado con la presencia de **Itziar Epalza, Viceconsejera de Comercio y Turismo del Gobierno Vasco** que ha destacado la necesidad que tiene el sector de adaptarse a las nuevas tendencias para garantizar su continuidad y ganar en competitividad.

En este sentido, el objetivo del **XVII Encuentro del Comercio Vasco** se centra en transmitir al empresariado del comercio la necesidad de estar atentos a las nuevas oportunidades que pueden surgir en un mercado cada vez más competitivo, derivadas de las tendencias que se aprecian en el consumo, y prestando especial atención a la presencia de los canales on y off line, en donde está ya el consumidor.

El evento, al que han asistido comerciantes, técnicos de del sector y asociaciones de comercio, ha contado con la presencia de expertos en nuevas tendencias y oportunidades en el sector de la distribución comercial y con empresarios del comercio que han expuesto su experiencia ante los retos actuales.

La primera ponencia ha corrido a cargo de **Agustín Rovira, director de Oficina de Comercio y Territorio del Consejo de Cámaras de la Comunidad Valenciana**. Este experto ha realizado un análisis de la situación que vive el Retail y ha puesto el foco en los retos y oportunidades a los que tiene que estar abierto este sector para ser competitivo y sobrevivir en un mercado cada vez más complejo.

A continuación y también desde el **Consejo de Cámaras de la Comunidad Valenciana, Carmen Hernández, Técnico de la Oficina de Comercio y Territorio** ha descrito las nuevas tendencias en el consumo y ha puesto sobre la mesa las oportunidades de negocio que surgen con ellas.

El Congreso ha contado además con **cuatro experiencias prácticas** que han demostrado que adaptarse a las nuevas tendencias es posible, que las nuevas formas de consumo representan una gran oportunidad de negocio y que hoy en día, hay que adaptarse a internet porque el consumidor compra on line.

1. Karacol Sport (Madrid)

Karacol Sport es una tienda especializada en deporte, especialmente, en ciclismo que nació hace 25 años en un barrio de Madrid. Comenzó con 80 m2. Hoy en día tiene 800 m2 de exposición, 14 empleados y sigue siendo una empresa familiar.

Esta tienda es un ejemplo de cómo adaptarse a los nuevos tiempos y a los cambios de hábitos de compra de los consumidores, a través de múltiples estrategias que han llevado a cabo para seguir creciendo.

Una de sus apuestas es la venta online con la que comenzaron hace tan sólo un año. A día de hoy supone el 20% de su facturación y les ha reportado un 50% más de clientes nuevos. Venden a través de su web y no están en ninguna plataforma de venta online. Por tanto, su estrategia es crecer en ventas online a través de su propia plataforma.

A nivel logístico trabajan para negociar acuerdos con empresas como Seur y reducir costes de transporte. En Madrid hacen la distribución con empresas de mensajería en bicicleta que además contribuye a mejorar su estrategia de Responsabilidad Social Empresarial.

2. Hogar y Más (Vitoria-Gasteiz)

Empresa vitoriana con varios establecimientos. Comenzó hace unos años en el sector de las reformas e instalaciones, pero ante el panorama de la crisis, optó por una estrategia de diversificación, poniendo en marcha varios negocios: una tienda física de venta de decoración en el barrio de Salburua, Aplikolor; una tienda de baños en los Herrán, Apliservicios y la venta online a través de la web, Hogar y Más.

Además comercializan a través de las plataformas de Amazon y Rakuten. El crecimiento que han experimentado en las ventas, especialmente gracias a Internet les permite negociar con proveedores y comprar más barato.

A nivel logístico trabajan con la empresa MRW, para la que es el tercer cliente más importante, lo que les ha permitido reducir los gastos de transporte.

Crean que es fundamental que el pequeño comercio esté especializado y apueste por el e-commerce.

3. Goiuri Bikini (Donostia-San Sebastián)

Es una tienda especializada en bikinis ubicada en San Sebastián. Hace 8 años implantaron su tienda online, lo que les permite salvar el handicap de las temporalidad en la venta de bikinis. Además, diseñan ellos el estampado y producción de los bikinis.

Venden con la filosofía de las marcas y tiendas australianas de “vender separado”. Es decir, vender series de bikinis intercambiables donde se pueden combinarlas piezas, tallas al gusto y necesidades de la clienta.

4. Cerrajería Wilma (Bilbao)

Es una empresa fundada en 1994 inicialmente como ferretería. Con la experiencia y conocimientos aportados por ésta en el año 2000 dieron un salto y crearon la cerrajería.

Durante 3 años compaginaron ambos negocios, hasta que finalmente apostaron únicamente por la cerrajería altamente especializada.

Los continuos avances que se producen en el sector conllevan una constante adaptación, tanto en medios técnicos como en formación, destacando por ejemplo, el copiado de llaves del automóvil con transponder y telemandos.

Asimismo, ante la peatonalización de la calles en la que se ubica el local, decidieron adaptar una furgoneta para desplazar la cerrajería hasta donde estuviera el cliente.

El presidente de la Cámara de Comercio e Industria de Álava, Gregorio Rojo ha clausurado el Congreso alentando a los empresarios del sector a *seguir apostando por estrategias de desarrollo y crecimiento porque el comercio es un referente clave en la economía vasca.*

A lo largo de los próximos días y en el marco del Encuentro de Comercio Vasco se organizarán múltiples **talleres de formación práctica** por toda la geografía vasca. Estos talleres estarán dirigidos particularmente al pequeño comercio con el objetivo de que conozca las nuevas tendencias en la actividad comercial, así como las técnicas y herramientas que puede utilizar para comunicarse con el cliente y mejorar su competitividad.

