

Cómo adaptar mi empresa al nuevo consumidor español: digital, exigente y sostenible

Natalia Pastor

España ya es un país de compradores online. En concreto, ya hay más de 25 millones de personas de entre 16 y 70 años que compran online tal y como señala el '[Estudio E-commerce 2021' de IAB Spain](#), por encima del 72% que lo hizo en 2020. Que el confinamiento y las medidas restrictivas impuestas durante la pandemia han acelerado el fenómeno es un hecho. Por eso [Barcelona New Economy Week \(BNEW\)](#) no quiere perder la oportunidad de profundizar sobre los retos y desafíos que rodean este nuevo mercado.

El escenario será BNEW Ecommerce, la vertical temática dentro de BNEW dedicada exclusivamente a analizar los cambios que está viviendo el comercio y que tendrá lugar en el formato híbrido que distingue también la segunda edición de este evento. Organizado por el Consorci de la Zona Franca de Barcelona CZFB), este año no solo duplicará las temáticas presentes (hasta 10 áreas), sino que también lo hará con el número de ponentes: el número de speakers pasará de los 389 a los 700.

Bajo BNEW Ecommerce, expertos, profesionales y grupos de trabajo analizarán por ejemplo cómo está afectando la celeridad de la transformación digital al mundo del retail y los retos que la acompañan. ¿Será ahora más difícil trabajar por la sostenibilidad o, por el contrario, se presenta como una oportunidad para las compañías que quieren apostar por un sistema más sostenible? Para abordarlo, BNEW ha invitado a mujeres CEO de grandes marcas del retail mundial para hablar de su experiencia y su visión personal.

Otro de los debates agendados en el programa girará en torno al futuro de los datos de los clientes, cuyo consumo no ha dejado de crecer. Que las empresas hagan un uso inteligente y eficiente de los datos de los usuarios será clave para asegurar un mercado seguro y resiliente. ¿Quién es el propietario de estos datos y quién es realmente responsable de qué? Representantes globales del comercio, la banca y la Unión Europea debatirán sobre las nuevas plataformas y las regulaciones que deben acompañarlas.

La reinención a examen

El comercio online se reveló esencial, pero algunos sectores sufrieron un importante revés provocado por un confinamiento que reducía hasta en un 80% la intención de comprar ropa en tienda y hasta un 40% en online, según McKinsey. ¿Cómo se reinventaron las marcas de moda? ¿Qué tipo de mercado espera al consumidor y qué reclama desde entonces? ¿Volveremos a comprar en tienda física tanto como antes o el modelo online se impondrá definitivamente? ¿Está la *fast fashion* condenada a morir?

El papel de las redes sociales en la definición de lo que se denomina ya ‘comercio social’ ha derivado en tendencias como el *LiveStreaming* y *Shoppertainment*, fenómenos que, por otra parte, se han revelado imprescindibles para sobrevivir a una crisis en unas circunstancias excepcionales como las de la covid-19. Los expertos de BNEW Ecommerce analizarán si las marcas están preparadas para este nuevo modelo de venta y las habilidades que exige.

El confinamiento fue un revés para algunos sectores. ¿Cómo se reinventaron las marcas de moda? ¿Volveremos a comprar en tienda física tanto como antes o el modelo online se impondrá definitivamente? ¿Está la fast fashion condenada a morir?

Nuevas tendencias perpetradas por una nueva generación al frente de un nuevo mercado que da servicio a un nuevo consumidor. Para hablar sobre el cambio generacional y social que ya está viviendo el comercio electrónico y retail, la organización de BNEW contará con la visión personal jóvenes disruptores de la prestigiosa lista de Forbes Under 30, el índice de jóvenes líderes menores de 30 considerados como transformadores y que contestarán a una pregunta: ¿están las marcas preparadas para satisfacer a un consumidor más exigente, sostenible y transparente?

Formato híbrido

Como el año pasado, el evento vuelve a contar con el patrocinio de Servihabitat, partner que se ha mostrado muy sensible y comprometido con los temas programados. “En un momento en el que las tecnologías 4.0 tienen más protagonismo que nunca en la sociedad, la capilarización de la digitalización no podía faltar en nuestro sector”, ha asegurado Iheb Nafaa, CEO del servicer. “Todavía estamos a tiempo de poder seguir invirtiendo en tecnología para adaptarnos completamente al nuevo escenario digital”, añade.

Otro de los elementos a examen será el auge del pago digital, la tecnología del dinero móvil y los pagos sin efectivo así como también la consolidación -o no- definitiva de las criptomonedas. En BNEW Ecommerce también se hablará del impacto de los marketplaces en la economía digital, del comercio electrónico entre empresas (BTB) y del auge del recommerce o mercado de segunda mano electrónico como vía para un modelo de consumo circular y sostenible.

La próxima edición de BNEW duplicará las temáticas (respecto a la edición del año pasado) y tendrá 700 speakers. Esta cita pretende atraer a más de 11.000 profesionales de 111 países

Un crisol de tendencias que, bajo una visión profesional, espera atraer a más de los 11.000 profesionales registrados de 111 países de la primera edición en un formato híbrido físico y virtual que esconde muchas sorpresas. “Volveremos a situar a Barcelona en el foco de la innovación mundial, este año además con una nueva propuesta de experiencia física que nos permitirá disfrutar de la ciudad y de la recuperación de la normalidad”, avanza Blanca Sorigué, directora general del CZFB.