

COMERCIO DE PROXIMIDAD, ¿PASADO O FUTURO?

Posted on 06/05/2019 by Naider



COMERCIO DE PROXIMIDAD, ¿PASADO O FUTURO?

¿Cómo afectarán los nuevos patrones de consumo al comercio minorista en nuestras ciudades?

naider

actual de las ciudades europeas está estrechamente relacionado con los cambios que el comercio de proximidad está experimentando. El comercio minorista supone un eslabón clave en el desarrollo económico y social de una ciudad y es el sector más cercano a los ciudadanos y consumidores en la cadena de valor. Es decir, aquellas ciudades que combinen un tejido comercial minorista diversificado con el bienestar de sus residentes pueden evitar que su población se vaya a ciudades más grandes.

El comercio local es un pilar fundamental en la construcción de ciudades complejas, seguras y vibrantes. Si bien es difícil calcular con exactitud el efecto multiplicador del pequeño comercio en una ciudad, se estima que uno de cada cuatro empleos depende de este sector. En este sentido, la actividad comercial representa un pilar fundamental para las economías locales. Sin embargo, los nuevos patrones de consumo suponen un gran desafío para el tejido comercial de muchas ciudades. Este fenómeno, que es global, afecta directamente a la diversidad y complejidad inherente que albergan los centros urbanos. La emergencia del comercio online anticipa un cambio profundo en las dinámicas comerciales locales.

Al estar altamente internacionalizado, el sector minorista está sujeto a los mismos tipos de cambios y tendencias globales importantes que afectan a las ciudades en general. En tiempos de recesión económica, la mayoría de las ciudades europeas han experimentado un fuerte declive en el sector minorista, lo que se traduce en edificios vacíos, pérdida de actividad económica y menos oportunidades de empleo.

¿Cómo afectarán los nuevos patrones de consumo a las ciudades? No existe una única respuesta a los desafíos que plantean estas nuevas pautas de compra. En muchos casos, las medidas a tomar dependerán del contexto y de la magnitud del desafío. Asimismo, la respuesta será diferente si se

E
l
d
e
s
a
r
r
o
l
l
o
e
c
o
n
ó
m
i
c
o
y
s
o
c
i
a
l

tratan de pequeñas o medianas ciudades o grandes centros urbanos. La despoblación de pequeñas y medianas ciudades en favor de ciudades más grandes con un tejido comercial más diversificado está provocando importantes desequilibrios territoriales que, a su vez, generan externalidades medioambientales negativas en los grandes centros urbanos.

La mayoría de los casos que ejemplifican el éxito en las políticas de revitalización comercial de determinados centros urbanos presentan una constante. La estrecha colaboración entre los agentes públicos y el sector privado en la mejora de las condiciones para el comercio local, repercute en estrategias comerciales exitosas. Además, las soluciones se toman siempre analizando la experiencia del consumidor como base para la adopción de cualquier medida o iniciativa encaminada a fortalecer el tejido comercial. Son cada vez más los proyectos innovadores que, basándose en la creatividad, estimulan distritos comerciales en declive. Desde atractivas ofertas culturales centradas en el sector minorista, coordinando actividades callejeras, carreras, competiciones deportivas coincidentes con los horarios de apertura del comercio local; así como servicios de digitalización del distrito comercial que ofrecen información y visitas guiadas virtualmente a través de la oferta del distrito; atracciones y eventos públicos que involucran a las comunidades locales, arte, conciertos y actividades culturales. Otras soluciones específicas para el comercio minorista, como WiFi abierto y geolocalización, pueden habilitarse y las posibilidades de innovación en este sentido son muy altas.

There are no comments yet.