

# **EL VIII CONGRESO ANDALUZ DE COMERCIO CONGREGA A MÁS DE 500 COMERCIANTES EN ALMERÍA**

La Confederación Empresarial de Comercio de Andalucía celebró, en el Auditorio Maestro Padilla de Almería, los días 14 y 15 de mayo, el VIII Congreso Andaluz de Comercio, un importante evento que, bajo la denominación de 'Foro de Comercio Mediterráneo', atrajo hasta la capital almeriense a más de 500 comerciantes, representantes de Administraciones Públicas y organizaciones empresariales de toda España y varios puntos de Europa para reflexionar y para analizar la situación presente y futura del sector así como para buscar las herramientas necesarias para hacer frente a las exigencias actuales del mercado.

## **Acto inaugural**

El evento, que fue inaugurado por el consejero de Turismo, Comercio y Deporte, Luciano Alonso Alonso, contó además con una amplia representación institucional y empresarial, entre otros, el presidente de la Confederación Empresarial de Comercio de Andalucía, Manuel García-Izquierdo Parralo; Director General de Política Institucional del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Ángel Allúe; el alcalde de Almería, Luís Rogelio Rodríguez-Comendador Pérez; el presidente de la Confederación Española de Comercio, Pere Llorens Lorente; el vicepresidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía Y Presidente del Consejo Andaluz de Cámaras de Comercio, Antonio Ponce Fernández; los Directores Generales de Comercio de Andalucía y Murcia, M<sup>a</sup> Dolores Atienza Mantero y Julio José Lorenzo, respectivamente y, el presidente de la Federación Provincial de la Comercio de la provincia de Almería, Luis Escámez.

El consejero de Turismo, Comercio y Deporte, Luciano Alonso, anunció en su intervención la puesta en marcha de un Portal de Servicios al Comercio, que tendrá como objetivo incrementar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas del sector y que, entre otras herramientas, dispondrá de un área centralizada de compras, escaparates virtuales, espacio multitienda, sistemas de fidelización y foros de comunicación.

Alonso avanzó que esta iniciativa tiene una “naturaleza claramente innovadora” y permitirá establecer un punto de encuentro entre las pymes con sus proveedores, así como con los clientes. El proyecto, según precisó, se enmarca en los acuerdos de colaboración que mantiene la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte con CECA.

Por su parte, el presidente de la Confederación Empresarial de Comercio de Andalucía animó a los comerciantes a dirigir su esfuerzo hacia un modelo de comercio urbano próximo al ciudadano. “Los comerciantes debemos acercarnos a la sociedad”, afirmó. Igualmente, aseguró que el comercio andaluz está demostrando una importante capacidad de adaptación a los cambios que están sufriendo la sociedad y la economía no sólo andaluza sino nacional. “Con nuestras reducciones de márgenes y nuestros esfuerzos para satisfacer la demanda de nuestros clientes al menor precio estamos ofreciendo un comercio de calidad y al servicio de nuestros ciudadanos, que no es ni más ni menos que lo que nos están demandado los consumidores”.

Asimismo incidió en la necesidad de “inyectar optimismo”, tanto al sector como a los consumidores, como una de las vías para salir de la crisis. Una crisis a la que situó como “antesala de una evolución”. “Debemos ser capaces de contagiar confianza de la misma manera en que la recesión ha extendido el pesimismo”, subrayó García-Izquierdo quien aseguró, igualmente, que “nuestra labor como comerciantes es adelantarnos a este momento diferente, ser capaces de visualizar hacia dónde debemos llevar nuestros comercios. Debemos imaginarnos en el día a día cómo será el comercio en los próximos años”.

El alcalde de Almería, Luis Rogelio Rodríguez-Comendador Pérez, destacó, en su turno de palabra, la “capacidad emprendedora del comercio andaluz como revulsivo de la crisis”

En su octava edición, el Congreso Andaluz de Comercio ofreció conferencias de expertos de primer nivel y mesas redondas que abordaron temas de máxima actualidad para el sector, tales como ‘Perspectiva Económica Mundial, su influencia en el comercio; ‘La Generación de los *Nacido Digital*: ¿quiénes y cómo son?, ¿cómo será su consumo?’; ‘Nuevas generaciones ante el consumo’; ‘ El Relevo Generacional en el pequeño comercio’; ‘Comprar: una actividad o una actitud. Las palancas internas de la experiencia de compra’; ‘Obama: Cómo hacer marketing viral a bajo coste en el pequeño comercio’. Asimismo, se analizaron experiencias sobre Urbanismo Comercial y sobre revitalización de Áreas Comerciales- Urbanas.

---

### **Los nuevos hábitos de consumo y las nuevas generaciones**

Uno de los puntos de debate de este Congreso fue el de que el comercio está sufriendo una fuerte transformación generada, entre otros factores, por los cambios en los hábitos de compra de los consumidores. A juicio de los expertos, los compradores españoles buscan hoy día mejores precios, son menos fieles y están más abiertos que la media europea a hacer uso de las nuevas tecnologías para relacionarse con las tiendas.

En estos cambios, “ir de compras” es una actividad voluntaria, que cada vez más forma parte del ocio y del tiempo libre de las personas. De hecho, “ir de compras” es una de las mayores fuentes de relajación y diversión para la mayoría de ellas. Por esta razón, según manifestó el presidente de CECA en su discurso inaugural, “el comerciante debe conocer el estilo de vida y los perfiles de los consumidores para así poder dirigirnos a ellos desde sus pasiones, sus gustos y sus aficiones y, atender de esta forma sus auténticas necesidades y preferencias. En esta época de cambios, y, ante la gran cantidad de productos existentes en el mercado, los negocios deben evitar la “indiferenciación” para lograr ser más competitivos”.

Siguiendo esta línea de cambio en los hábitos de consumo, el Foro de Comercio Mediterráneo centró parte de su atención en la forma en la que compran los jóvenes y en cómo utilizar el impacto de las redes sociales e Internet en el comercio, sobre todo para acercarse a este sector de público. Asimismo, se destacó la importancia de “conocer la psicología del consumidor para mejorar el funcionamiento del pequeño comercio”.

*El contenido de las ponencias puede consultarse en*  
[www.congresoandaluzdecomercio.org/www.cecacomercio.org](http://www.congresoandaluzdecomercio.org/www.cecacomercio.org)