

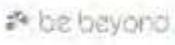
Edición Especial

II Encuentro Andaluz de la Distribución de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar

21 de febrero de 2019

Promueve:  Financia: 

Colaboran:      





Integrada en:



Editorial

6

Inauguración del evento

10

El futuro del Sector Electro: Estrategias,
retos y oportunidades

14

Mesa 1: Procesos de Digitalización en el
Sector Electro

18

Mesa 2: Estrategias de Diferenciación en
los Nuevos Modelos de Tiendas

20

Mesa 3: Implicaciones Normativas para
el Sector

24

Networking

26

Impresiones destacadas

30

C
O
N
T
E
N
I
D
O

Hacia la transformación digital, la omnicanalidad y una mejor integración/concentración

El sector de la distribución de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar en Andalucía, tiene un papel clave como locomotora del comercio y del desarrollo local sostenible de nuestras ciudades. Aportando una facturación anual de más de 1.000 millones de euros y proporcionando empleo a más de 10.000 trabajadores.

Es por esto que desde FAEL volcamos nuestro esfuerzo en iniciativas como el II Encuentro Andaluz de la Distribución de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar, enfocadas en proteger, modernizar y hacer más competitivo este sector. Este encuentro, que se enmarca en el Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad, sirvió como foro de debate e intercambio de experiencias con los distintos agentes implicados, comerciantes, grupos de distribución y Administración.

En la actualidad, el sector de los electrodomésticos viene experimentando un contexto muy particular caracterizado por ciertos factores socioeconómicos, medioambientales, políticos, normativos y tecnológicos que condicionan el entorno empresarial. Estos han

propiciado que los consumidores se retengan en sus compras. Además de temas como la competencia desleal (bien en materia fiscal, medioambiental...) que dificultan la rentabilidad competitiva de la pequeña empresa.

Sin embargo, quizás la mayor conclusión extraída del evento sea la potencialidad del sector Electro para sortear todas estas circunstancias. El comercio tradicional se viene adaptando a nuevas dinámicas a un ritmo muy rápido, como evidencian las tendencias hacia la concentración de empresas, los efectos de internet y las implantaciones de nuevos formatos más grandes y especializados. Por ejemplo, dentro de estos grupos de concentración, que aglutinan prácticamente al 50% de los puntos de venta adheridos a FAEL, se tiende a la "verticalización". Es decir, a la concesión de servicios cada vez más amplios y completos que cubran todos los requerimientos específicos para la demanda del sector. De manera que, a través de esta, se aporte un valor diferencial considerable.

Por otra parte, existe casi otro 50% restante de tiendas presentadas como independientes. En este caso, resulta imprescindible delinear el concepto de tienda del futuro. Las tiendas del futuro tenderán a tener menor espacio de

Durante el encuentro se analizó el futuro del sector Electro, sus retos y oportunidades con un centenar de invitados

exposición y oscilarán en torno a las nuevas tecnologías, permitiendo que los compradores interactúen mediante *tablets* u otras pantallas.

De cualquier modo, formen parte de cadenas o no, estos comercios cuentan con una ventaja competitiva considerable: su ubicación urbana. En defensa de esta particularidad, desde FAEL se demanda a las administraciones la construcción de un correcto y adecuado planeamiento urbanístico, que evite las distorsiones y favorezca la libre competencia.

Otro de los temas claves del II Encuentro de la Distribución fue la digitalización, pues la transformación digital es una exigencia fundamental para la supervivencia en el mundo *online* que se está construyendo. No obstante, esta debe ir acompañada de un cambio cultural y conceptual que garantice el uso adecuado de los medios con los que ya se cuentan. También para esto, FAEL pide a las administraciones una ayuda en la integración *online*, sobre todo en aquellas pymes con mayores dificultades.

En lo referente a las estrategias de diferenciación, lo ideal sería enfocar la transición hacia la omnicanalidad. En otras palabras, conseguir adaptarse para hacer que la relación con el cliente discorra por todos los canales posibles, a la vez que se busca su durabilidad y una experiencia de compra lo más satisfactoria posible. Para este fin, se recomienda a las cadenas aplicar herramientas

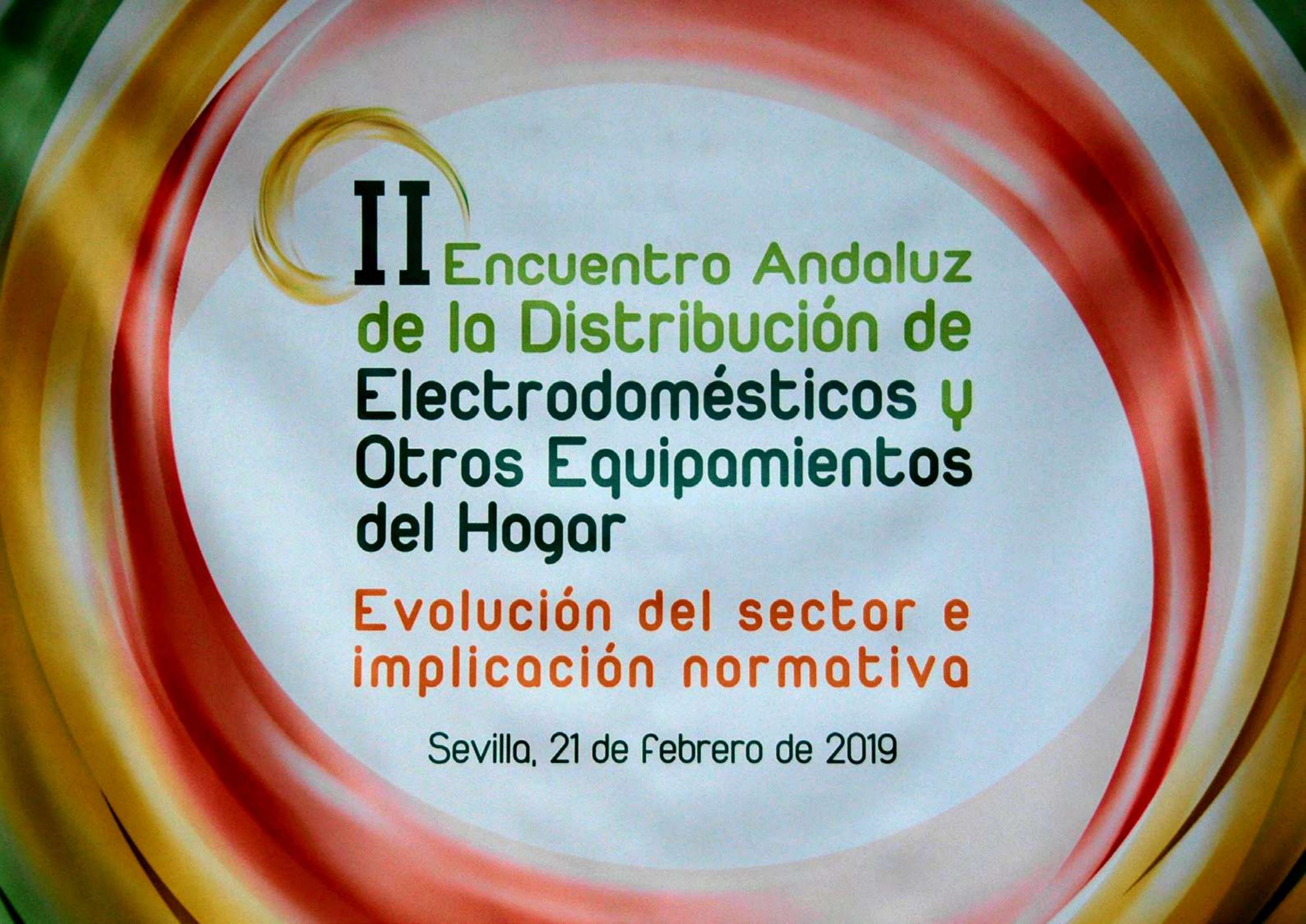
como la Norma UNE 175001, una palanca para la transformación del punto de venta.

También se comentó la problemática derivada del relevo generacional. Y es que, según datos del secretario general de FAEL, Carlos J. Bejarano, "solo el 1% de las empresas de electrodomésticos incorpora en sus plantillas alumnos y alumnas para que compaginen la formación en el centro docente y en la empresa". De forma que, el relevo generacional y la formación dual pueden estar fuertemente relacionados en la medida en que estos alumnos podrían ser futuros trabajadores de la empresa.

Finalmente, el sector de la distribución de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar pudiera ser considerado uno de los subsectores del comercio que más carga administrativa suporta. Carga que, además, viene intensificándose en los últimos años. No solo viéndose afectado por la normativa comercial o fiscal, sino también por temas ambientales, de protección de datos o el canon digital.

Si bien, en la resolución efectiva de todos estos cambios para fortalecer, modernizar y potenciar la digitalización del sector, los comercios no están solos. En palabras de la secretaria general de la FAMP, Teresa Muela, en el II Encuentro de la Distribución tocó "encontrarnos para identificar realmente las potencialidades de lo local y, sobre todo, reflexionar sobre cómo trabajar".





II Encuentro Andaluz de la Distribución de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar

**Evolución del sector e
implicación normativa**

Sevilla, 21 de Febrero de 2019

Casi un centenar de personas asistieron al II Encuentro de la Distribución Electro



Alrededor de un centenar de personas ya ocupaban sus asientos cuando el presidente de FAEL, Manuel Bejarano se colocó frente al atril para inaugurar el II Encuentro Andaluz de la Distribución de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar. Bejarano fue el encargado de subrayar el apoyo institucional al encuentro, agradecer a FAEL la organización de esta iniciativa y apuntar su labor en materia de potenciación del desarrollo local sostenible. Así, señalaba: "me complace contar con vuestra presencia en el II Encuentro Andaluz

El pasado día 21 de febrero tuvo lugar en el hotel Eurostars Torre Sevilla una jornada que reunió a los distintos agentes implicados en el sector de los Electrodomésticos y otros Equipamientos del Hogar, comerciantes, grupos de distribución y Administración. El objetivo de este evento fue compartir impresiones sobre el futuro del sector y debatir acerca del camino más adecuado para hacerlo más competitivo, fuerte y moderno, en un mundo online que también viene extendiéndose al ám-

bito de la distribución de electrodomésticos.



de la Distribución de Electrodomésticos y Otros Equipamientos el Hogar, evento que no sería posible sin el apoyo de la Dirección General de Comercio, dependiente de la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad".

A continuación, José Prat, secretario general de FECE, continuó con la inauguración. Entre otras cuestiones, Prat aprovechó para resaltar "el trabajo, la dedicación y la acertada estrategia de FAEL en la búsqueda de potenciales beneficios para todos los asociados. Representando, además, un impulso a nuestra junta directiva". También señaló que para hacer los comercios más competitivos y adaptarlos a las exigencias de los consumidores deben "experimentar con las mejores herramientas". Herramientas que se analizarían durante esta jornada.



Siguiendo con las presencias institucionales, otra de las entidades más recurrentes en las sinergias de FAEL es la FAMP. Su secretaria general, Teresa Muela, tomó el turno de palabra en tercer lugar y añadió el marco y las líneas temáticas generales que se tratarían. "Esta jornada que ustedes plantean dentro del Plan Integral de Fomento del Comercio Interior, [...] les va a servir para identificar las

nuevas tendencias, los procesos de concentración y las novedades sobre la digitalización". En este sentido, también incidió en la labor ecológica y de reciclaje de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos de FAEL y en la importancia de la innovación como "un elemento clave para apostar por la Economía Circular".

Finalizó la ronda de ponencias inaugurales el secretario general de FAEL, Carlos J. Bejarano con unas breves líneas. "Hoy es un día importante para el sector del Electrodoméstico y Otros Equipamientos del Hogar en Andalucía. Una vez más nos reunimos para ver el estado en el que se encuentra el sector y valorar su futuro". "Desde FAEL, con nuestra mejor intención, organizamos este evento, esperando que sea de utilidad para todos los asistentes".



#ECOgesti3nRAEE

Concienciando sobre la correcta gesti3n de los RAEE

INSTALADORES



www.Fael.es



#ECOgesti3nRAEE

Concienciando sobre la correcta gesti3n de los RAEE

MUEBLISTAS DE COCINA



www.Fael.es



FAEL inicia una campa1a de #ECOgesti3n de RAEE dirigida a instaladores y mueblistas de cocinas

La Federaci3n Andaluza de Electrodom3sticos y Otros Equipamientos del Hogar, FAEL, pone en marcha una campa1a destinada a reforzar la concienciaci3n y sensibilizaci3n en materia de correcta gesti3n de los residuos de aparatos el3ctricos y electr3nicos (RAEE), entre los instaladores y las tiendas mueblistas de cocinas.

A trav3s de esta campa1a, se pretende dar a conocer cu1les son las principales obligaciones que tienen en materia de RAEE, los requisitos que debe cumplir la recogida de estos RAEE, as3 como las soluciones ofrecidas desde FAEL para la correcta gesti3n de los mismos.

CONGA

EL ROBOT QUE FRIEGA

LLEGA LA NUEVA ERA TECNOL3GICA



SERIE 3090
CON NAVEGACI3N L1SER 360°

cecotec

NUNCA HAB3A SIDO TAN SENCILLO TENER UN PRODUCTO TOP EN TU LINEAL.
Contacta con el departamento comercial escribiendo a comercial@cecotec.es o llamando al 96 320 19 17 Ext. 306.



Estrategias de fortalecimiento del sector Electro de la mano de Javier Panzano

Tras las intervenciones inaugurales del acto, comenzó la ponencia principal del II Encuentro Andaluz de la Distribución de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar, ofrecida por Javier Panzano, CEO de Tactic. Tactic es una compañía enfocada en la consultoría, comunicación y formación, lo que definen como tres pilares funda-

mentales para el éxito de cualquier negocio.

“El futuro no lo conozco. No sé lo que va a pasar”, reconocía. “Simplemente voy a compartir cosas del presente, cosas del pasado y vamos a ver si entre todos somos capaces de adivinar qué ocurrirá en el futuro más inmediato”. Así, comenzaba su

charla, con una manifiesta declaración de intenciones.

Panzano obsequió a los asistentes con una intervención magistral sobre el futuro del sector Electro y las posibles estrategias, retos y oportunidades que se avecinan para este. “El sector se muere por seguridad”, incidió al inicio de su turno, y es que “al



Reciclec, reciclaje de aparatos eléctricos y electrónicos

RECICLEC
RECICLADO DE COMPONENTES ELECTRÓNICOS, S.A.

Los aparatos electrónicos contienen **COMPONENTES PELIGROSOS**

Si no se descontaminan, tienen **IMPACTO SOBRE EL MEDIO AMBIENTE:**
calentamiento global, efecto invernadero, contaminación de suelos y acuíferos

Más del 80% de los materiales contenidos en los aparatos electrónicos son **RECICLABLES**

RECILEC, S.A. GESTOR AUTORIZADO DE APARATOS ELECTRÓNICOS
www.recilec.com - info@recilec.com - tfno.: 954 136 008

final el que tiene un negocio seguro no invierte y no lo mejora”.

Con esto, pretendía insistir en la importancia de la continua reinvencción para sobrevivir en un mercado incesantemente cambiante.

En este contexto, la competencia, como aliciente de cambios, mejoras

y de la búsqueda de valores diferenciales que propicien la rentabilidad de un comercio frente a otros, resulta fundamental. “La competencia ayuda a ponernos las pilas”.

En esta línea, marcaba la trayectoria que debía seguir la transformación del sector para ser más competitivo. Este camino pasa, indudablemente,

por la digitalización. “Si nos quedamos en los modelos de negocios de toda la vida, sinceramente, estáis muertos. El mundo valora la tecnología”.

Durante aproximadamente una hora, el público asistió a un viaje desde el pasado hasta el futuro del sector. Pasando por las exigencias de

las tiendas del futuro, que deben ser, según el experto, digitales (pantallas interactivas), sostenibles, automatizadas y predictivas (a través del *big data*), además de hiperconectadas, y aperturistas en torno a la apuesta por los elementos audiovisuales.

Ayudado continuamente por ejemplos y anécdotas, destacó también

que “no es necesario que el comercio cuente de manera física en su establecimiento con el 100% de su surtido de productos”, ya que una parte puede, incluso, debería ser virtual. Todo a fin de propiciar una mejor y más satisfactoria experiencia de compra, no solo para el cliente tradicional sino también para los nuevos compradores. Lo que supone, en conclusión, la

mejor estrategia, en la medida en que garantiza las ventas.

Tras el final de esta intervención, se había programado una pausa para el café. Si bien, la temática había sido de tanto interés que casi se podría decir que parte del *networking* se adelantó a este momento.



"O montáis a caballo o el caballo os monta". La transformación digital

Ala vuelta del café, comenzó la primera mesa del II Encuentro Andaluz de la Distribución de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar, moderada por el consultor estratégico Alain Uceda, y en la que participaba Daniel Juliá, *key account manager* de Be Beyond; Jesús Camacho, director ejecutivo corporativo de Box Digital; y José María Zambrano, jefe de estrategia de 3CS Economistas.

En esta tertulia, con ritmo y discurso muy ameno y participativo, se debatió sobre los procesos de digitalización del sector. El moderador iba planteando cuestiones que conducían al diálogo sobre las diferentes casuísticas de la transformación digital, tanto en tiendas como en grupos de distribución. También se comentó la implicación de estas últimas en la implantación de las *smartcities*.

"O montáis a caballo o el caballo os monta. La digitalización no es algo

que vaya a ocurrir sino algo que ha ocurrido ya", Alain Uceda ya señalaba cual sería la nota común de la mesa. Para introducirla, incidía en la relación histórica entre avance tecnológico y sector de los electrodomésticos. "Existen muy pocos avances en el siglo XX que no estén sujetos a la adquisición de tiempo libre. Y en eso el sector de los electrodomésticos ha sido la máquina del tiempo. Así que hablar de este sector como un sector de futuro no es solamente una palabra vacía, sino que es reivindicar cual es la esencia del mismo". "Este sector da tiempo, piensa en el tiempo y gestiona el tiempo de millones de personas".

Llegado el momento Zambrano consiguió describir a la perfección la disyuntiva que hay que afrontar a la hora de transformar un negocio para adaptarlo al mundo digital. "El primer paso es pensar exactamente con quién compites y cómo puedo ser mejor". "Siempre hay algo en lo

que yo puedo ser mejor y en eso es en lo que tengo que intentar que mi



negocio o mi institución brille. Como mínimo para enseñarlo, para que lo reconozca mi cliente". "Por lo tanto, segundo punto, ¿para el cliente que sería lo más importante que yo le puedo ofrecer?".

Por otra parte, Juliá habló de la digitalización y comunicación en materia de *big data*, y la utilidad que esta puede tener para el sector Elec-

tro. "Los datos llegan a todos los sitios hoy en día. Yo puedo tener una red interconectada de siete tiendas en siete pueblos y acceder a una base de datos que está en la nube". "Es decir, que las comunicaciones existir, existen, a fecha de hoy".

En este mismo sentido, Camacho, apuntó: ¿quién iba a decir hace un par de años que ibas a poder estar

presente en Japón, EEUU., o en cualquier ciudad del mundo? Ahora, con pocos recursos, tu marca puede estar presente en cualquier parte. Puedes comunicarte con gente de todos los países y de todas las edades, lo cual puede ayudar a conseguir nuevas oportunidades para el negocio". Si bien, incidió en la necesidad de compatibilizar esta transformación con el concepto de tienda física.



Diferenciación, competitividad. Saca partido a las fortalezas de tu negocio

En el meridiano del II Encuentro Andaluz de la Distribución de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar, comenzó la segunda mesa. Esta, se organizó en formato de ponencias y trató sobre las estrategias de diferenciación en los nuevos modelos de tiendas, concretando la evolución y la adaptación de estos tanto en los grupos de distri-

bución como en las tiendas del sector Electro.

Esta parte del evento estuvo moderada por Antonio Navarro, catedrático de Marketing de la Universidad de Sevilla. En ella participaron, el director general de Fersay, José Carrasco; el director en el Instituto Andaluz de Formación y Mercado (IAFM), José

Ángel Hoyos; y el socio director de la consultoría AUREN, Juan Antonio López.

Antes de pasar el turno de palabra a sus compañeros Antonio Navarro, como experto en marketing, planteó la introducción a la mesa en términos de ventajas competitivas, de las que partir hacia la diferenciación de los comercios. “Para mí es muy importante el servicio, y tenéis un servicio de valor añadido. A la hora de comprar buscaré precio, pero también es muy importante el servicio que el cliente recibe”. “Cuando compramos electrodomésticos hacemos una compra reflexiva e invertimos cierto tiempo en la búsqueda. Aquí tenéis una fortaleza”.

José Carrasco fue el primero en tomar la palabra, y durante su turno, habló de las tendencias del mercado “retail”, o de comercio minorista, en el mundo digital. Explicó las potencialidades del sector Electro,



FerSay

EL ALIADO DEL PUNTO
DE VENTA QUE MÁS
TRÁFICO DE PÚBLICO TE DA

**EN FERSAY TE DAMOS
MÁS MOTIVOS
PARA AUMENTAR EL TRÁFICO
EN TU TIENDA**

Entrega en 24 horas
39 años de Experiencia
Productos de Calidad
Más de 155.000 artículos disponibles en Stock
I+D

FerSay

Accesorios, consumibles y repuestos
para electrónica y electrodomésticos
de todas las marcas.
Pequeño electrodoméstico.

Tel: 91 879 25 45 info@fersay.com

fersay.com

enfocándolas, sobre todo, en torno al punto de venta y los beneficios que puede traer en el futuro. “Los expertos nos hablan de 7 claves para incrementar la competitividad en el sector del comercio”. Carrasco, profundizó sobre estos, explicando que aparecen la omnicanalidad; la entrega rápida a domicilio; el precio, al que se le está dando un protagonismo excesivo; la innovación, con un impacto realmente importante; cuáles son las fortalezas; cuáles son mis frenos, cuáles son mis desconocidos clientes...

Le siguió en el orden de intervenciones José Ángel Hoyos, quien profundizó en las estrategias de di-

ferenciación en los nuevos modelos de tiendas, apuntando que la mejor estrategia para diferenciarse es el capital humano. “Yo creo que las máquinas todavía no han llegado a improvisar. No han llegado realmente a leer la tara de una persona, lo que hay detrás, a saber reaccionar e inventar”.

En esta misma línea terminó Juan Antonio López, que expuso la necesidad de normalizar el formato comercial para “cooperar”, es decir, cooperar para competir. En otras palabras, “actores de un mismo mercado, competidores directos o no, que se alían total o parcialmente para ganar presencia o consolidarse en sus

mercados”. “Siempre se ha cooperado para competir, unas veces incorporándose más empresas, haciendo diferentes uniones, intersectoriales, a nivel espacial y demás. Lo que pasa es que ahora ha cambiado un elemento fundamental [...] y es la inmediatez con la cual hay que ir desarrollando la evolución”.

En este punto, el encuentro ya iba terminando, aunque aún quedaría hablar sobre la implicación normativa. De nuevo, el público cerró la mesa con un fuerte aplauso y esperó impaciente a que los nuevos ponentes ocuparan sus puestos.



Nuevas implicaciones normativas para el sector del electrodoméstico



chas de las cosas que se están comentando para obtener mayor cuota de mercado que en otros países que nos rodean, donde la distribución horizontal, aunque hay sufrido procesos de verticalización, cuenta con varios puntos menos”. De esta forma abordaba Bejarano la presentación de la última mesa del II Encuentro Andaluz de la Distribución Electro.

Se acercaba la hora de comer cuando empezó la tercera mesa de la jornada. Esta estuvo moderada por el secretario general de FAEL, Carlos Bejarano, y en ella se explicaron los temas referentes a las implicaciones normativas para el sector. Para apuntar las cuestiones referentes a este tema, se contó con la participación de la directora general de la Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos (FECE), Marta Pérez; el gerente de Recilec, Leonardo Díaz; y la directora general de European Recycling Platform (ERP) en España, Laura Alonso.



“Todavía en muchos pueblos hay tiendas tradicionales a las que, aparentemente, les va bien, pero hay que anticiparse antes de que venga el cambio. Podemos aprovechar mu-

Marta Pérez fue la primera en exponer su experiencia sobre el tema. Pérez hizo un repaso por los temas normativos más controvertidos del momento. Empezó por el canon di-



van a vender una televisión tienen la obligación de recepcionar en sus instalaciones una televisión”.

Cerró las ponencias, Laura Alonso, quien enfocó su presentación en relación a una nueva Orden Ministerial, cuya publicación se espera para este año. “Hay requisitos que estamos intentando que se cambien”. Por ejemplo, “algunos implican darse de alta como productor de RAEE. Aunque una tienda no lo es, simplemente es un depositario puntual de los residuos. Por lo tanto, no debería tener este tipo de obligaciones”.

gital, pasó por la protección de datos personales y la gestión de gases fluorados de los aires acondicionados, y terminó con las bolsas de plástico. Respecto del canon digital, a falta de una regulación normativa desarrollada, quiso apuntar las principales obligaciones o, más bien, consejos para aproximarse a él. “Primero, no comprar artículos que no lo traigan desglosado en factura”, después, ex-

plicaba, cobrar a todo el que no traiga el certificado.

Seguidamente, Leonardo Díaz, como gerente de la planta de gestión de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos, Recilec, se centró en las obligaciones normativas de la recogida de estos residuos para los comercios y tiendas. Para este fin se sirvió de una sencilla analogía: “si

Tras esto se dio paso a un *networking*, acompañado de un estupendo aperitivo y, por supuesto, de las increíbles vistas de la Torre Sevilla que venían agregándose a la jornada desde primera hora de la mañana.



El mejor espacio para compartir y conocer experiencias de éxito

La última parte del II Encuentro Andaluz de la Distribución de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar fue un *networking*, al que asistieron como proveedores Box Digital, Be beyond, Catalana Occidente, Garantía 3, New Pool y OCA Global. Con esta actividad, se construyó un foro de debate y de intercambio de experiencias de éxito entre los diferentes agentes. Procurando, además, formar relaciones empresariales y desarrollar oportunidades de negocio.





RECICLADO DE COMPONENTES ELECTRÓNICOS, S.A.

cecotec



BOX [DIGITAL]
group



Garantía3



Catalana
Occidente
Seguros



"FAEL representa los intereses del sector Electro en Andalucía, lo que supone más de 1.000 millones de facturación y 10.000 empleos que son muy importantes en las economías locales. Por ello, la reactivación de los Planes Renove de Electrodomésticos supondría un importante apoyo para las familias, además de un impulso para el sector que ayudaría a incrementar el consumo"

Manuel Bejarano, presidente de FAEL



"Desde la Secretaría General de FECE, contemplamos este II Encuentro, como estratégico para nuestro canal de distribución, dado que es el único que se celebra en España, y además por los temas que se abordaron y la categoría profesional de los intervinientes, trasciende los límites de la propia Comunidad Andaluza. Nuestra Felicitación al Comité Directivo de AAEL/FAEL y a su equipo humano."

José Prat, secretario general FECE



"Desde la FAMP, aglutinadora del municipalismo andaluz, se viene apostando por el nuevo modelo de economía circular [...]. En este sentido trabaja la Federación, y así tuve ocasión de expresarlo en el II Encuentro Andaluz de la Distribución de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar [...], destacando el trabajo conjunto desarrollado desde los Gobiernos Locales con otras Entidades, Instituciones y Administraciones, para ir hacia un nuevo modelo de Desarrollo Sostenible de Andalucía. En concreto, y desde abril de 2016, se cuenta con la Red Andaluza de Compra Pública Sostenible (RACPS) [...]."

Teresa Muela, secretaria general FAMP

"Las pymes del sector Electro, en un alto porcentaje son locomotoras del comercio local en más de 500 municipios andaluces. En este sentido, un planeamiento territorial equilibrado, la eliminación de "dumpings" de competidores desleales y su mejora competitiva y digitalización, serán claves para el futuro del sector. Muchos de estos aspectos se ponen de manifiesto en el "Libro Blanco Europeo para la Revitalización del Centro-Ciudad", donde se muestra, además, el papel clave del comercio en el desarrollo local sostenible. Respecto a los grupos de compras, estos vienen experimentando importantes procesos de concentración. En este aspecto, FAEL trata de apoyar a los grupos existentes en Andalucía para lograr un mayor fortalecimiento, al objeto de que su influencia mayor."

Carlos J. Bejarano, secretario general FAEL





"El sector del electrodoméstico está evolucionando a gran velocidad. El deterioro permanente de márgenes, la incorporación de un nuevo consumidor con hábitos de compra diferentes, unido a la disrupción tecnológica y digital, han propiciado que los principales operadores sectoriales hayan avanzado en procesos de concentración, digitalización y fidelización del cliente. En los últimos años se ha configurado un nuevo panorama sectorial. En este nuevo entorno, fabricantes y distribuidores tienen ante sí el reto de ser cada vez más competitivos para ser elegidos por un consumidor que, además de no distinguir entre el mundo físico y el digital, quiere vivir experiencias positivas y memorables cuando entra en contacto con las marcas. Es momento de renovarse o desaparecer."

Javier Panzano, CEO en Taktic

"La transformación digital es un proceso que no siendo necesariamente costoso (por ejemplo la implantación de un CRM), supone la diferencia entre tener éxito, sobrevivir o, incluso, desaparecer. Estos cambios también permiten generar una mejor experiencia de compra, lo que supone una de las principales exigencias de los nuevos clientes. Asesorar y analizar las características particulares de cada empresa es fundamental para que su inmersión en el mundo digital sea lo más fructífera posible. Pero, además, poder contar con jornadas formativas y de intercambio de experiencias como el II Encuentro Andaluz de la Distribución de Electrodomésticos, no hace más que mejorar el camino hacia la digitalización."

Daniel Juliá, key account manager de Be beyond



"Como moderador, creo que los integrantes de la mesa sobre digitalización aportaron algunas conclusiones valiosas para los asistentes, y además de una manera cercana y muy centrada en aspectos útiles para aplicar en el día a día de los asociados de FAEL, en cualquiera de sus dimensiones. Avanzar el tiempo gracias a la tecnología siempre ha sido una cualidad representativa de vuestro sector."

Alain Uceda, consultor estratégico de Comunicación



"Sin duda la transformación digital se ha convertido en la protagonista en los planes estratégicos de las compañías, ya que deben afrontarlas para poder sobrevivir. Sean del sector que sean. Lo que hace unos años parecía un lujo de las grandes empresas, hoy se ha posicionado como una necesidad. La presencia digital es esencial comenzando desde poseer una buena imagen de marca. Los clientes quieren conocerte, saber cómo trabajas y en qué has trabajado. Por ello el tener un buen sitio web y los perfiles actualizados te podrá ayudar a ser recordado por el cliente como tú quieres serlo."

Jesús Camacho, director ejecutivo corporativo de Box Digital



"[...] El comercio sabe hacerlo, el nuevo reto de la conexión digital con el público puede alcanzarse con éxito cooperando entre las grades enseñas del sector, los puntos de venta y los fabricantes. Las nuevas fórmulas de comercialización digital, adaptadas al sector de la venta minorista de electrodomésticos, son una de las principales fórmulas para mantener la conexión con un publico que ya ha cambiado su relación social y económica con la marcas y distribuidores: búsqueda de productos, acceso a compra, financiación y recogida. La evolución de los miles de puntos de venta es el mejor activo que tiene el sector del comercio minorista de venta de electrodomésticos para competir en este nuevo mercado digitalizado."

José María Zambrano, jefe de Estrategia en 3CS
Economistas



"El evento fue importante y tuvo una estructura muy bien organizada, ya que la primera ponencia de Javier Panzano nos situó a todos en el fondo del asunto que es tratar de ser lo más omnicanales posibles y los ponentes éramos lo suficientemente variados como para enriquecer el enfoque para el futuro de las tiendas en el sector electrodoméstico. Creo que aquellos que no van a estos eventos van perdiendo posibilidades y se van quedando atrás, por lo tanto asistir es muy necesario y sobre todo el poder intercambiar opiniones entre todos (networking) es vital para no quedarse atrás."

José Carrasco, director general en Fersay



"[...] Ha sido muy gratificante, pues he podido observar la gran preocupación de FAEL por la mejora del nivel de asociacionismo y competitividad de sus asociados [...]. La mejora y extensión de los servicios, el asesoramiento personalizado, el atractivo de la disposición del punto de venta y el aseguramiento de una economía circular a través de una logística invertida, son aspectos en los que las PYMES del sector electrodoméstico pueden encontrar importantes ventajas competitivas frente a las grandes cadenas. El desarrollo de jornadas como el II Encuentro Andaluz de la Distribución de Electrodomésticos me parecen muy oportunas para concienciar en esta línea a las PYMES del sector."

Antonio Navarro, catedrático de Marketing US

"La jornada a mi parecer fue muy interesante. Los temas tratados son de una gran actualidad e importancia para el sector, yo diría que "vitales" para la adaptación, permanencia y desarrollo de las empresas participantes. En el caso de mi ponencia, en la que señalaba el factor humano en la empresa como la principal ventaja competitiva y valor diferencial de las empresas del sector, hice hincapié en la necesidad de una cualificación y adaptación continua al cambio a través de la formación; notando un amplio interés y convencimiento por parte de las personas asistentes. Mi impresión es que existe una preocupación y concienciación importantes, por adaptar las empresas y comercios del sector [...] pero que aún no tienen del todo claro hasta dónde hay que llegar, ni cómo hacerlo [...]."

José Ángel Hoyos, director en IAFM



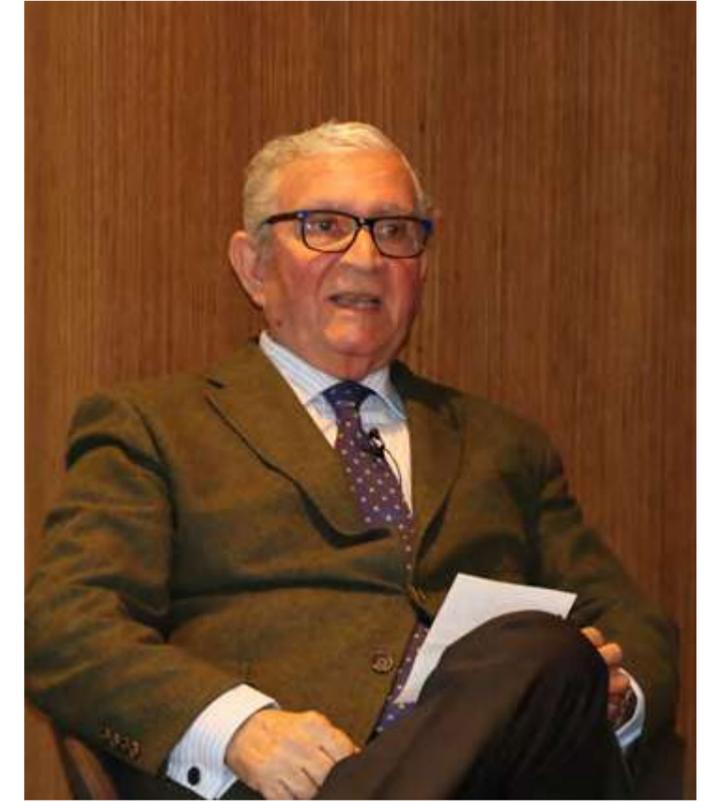


"Una vez más, un encuentro muy necesario para fortalecerse y reivindicarse como un formato comercial indispensable, que por proximidad y trato cercano vertebra la distribución de electrodoméstico en todo el territorio, y a todo tipo de hogares. Que sin perder su esencia como tiendas, seguirán siendo competitivos gracias a su gran capacidad de adaptación y flexibilidad a los cambios."

José Antonio López, socio director de la Consultoría AUREN

"Muy interesante el II Encuentro Andaluz de la Distribución de Electrodomésticos que contó con un amplio número de asistentes que dejaron bastante claro el interés del comercio de proximidad por todos los aspectos relacionados con la gestión de RAEE y su implicación con la Economía Circular. Cabe destacar el interés que despertó los datos que se aportaron sobre el incremento de las ventas de Aparatos Electrónicos online y la falta de cumplimiento de la legislación vigente por parte de determinados comercios y transportistas, esperemos que las administraciones implicadas tomen cartas en el asunto."

Leonardo Díaz, gerente de Recilec



"Todas las intervenciones fueron oportunas e ilustrativas. En nuestro caso, nos focalizamos, como nos habían solicitado desde la organización, en exponer las novedades legislativas en torno a cuatro temas: canon digital, protección de datos (donde aportamos además el acuerdo con Lant Abogados para solucionar este tema a las tiendas), bolsas de plástico y gases fluorados. Sobre todos ellos seguimos luchando desde FECE para suprimir o disminuir las cargas administrativas que afectan a las tiendas [...] Muy interesante la ponencia de Javier Panzano, y especialmente adecuada la mesa sobre la digitalización y como ésta debe afectar a las tiendas."

Marta Pérez, directora general de FECE



"La distribución juega un papel fundamental en el reciclado de equipos eléctricos y electrónicos por su cercanía con el cliente y su especialización. Este encuentro andaluz ha mostrado una vez más el interés y el compromiso de la distribución con el medioambiente. El sector también debe afrontar los retos que las nuevas herramientas y requisitos van a conllevar [...], la Plataforma Electrónica y los requisitos que se derivan de la misma. Ante estos desafíos el papel de los SCRAP, de la mano con la distribución, es fundamental para simplificar el cumplimiento de estas nuevas obligaciones con el objetivo común de conseguir la gestión responsable de los residuos."

Laura Alonso, directora general de ERP



SÍGUENOS

 @FAELinforma

 Fael

 fael

FAELinforma

STAFF

actualidadFael

Dirección: FAEL

Contenidos: FAEL

