

Barcelona pone en marcha una prueba piloto para personalizar la digitalización de los comercios presenciales

- » El Ayuntamiento de Barcelona y CTecno inician el **proyecto piloto** BCNRetailLab en 4 comercios de CorEixample (Flors Navarro, Barrabés, Create Styling y Crois Croissant Gourmet) incorporando la innovación y la tecnología como motores de digitalización y reactivación económica del comercio de los barrios
- » El proyecto forma parte del Plan de Digitalización del Comercio de Barcelona que el consistorio puso en marcha con el inicio de la pandemia para disminuir los efectos adversos de la crisis e impulsar la competitividad y la digitalización del comercio presencial para los próximos años.
- » La inversión para la prueba piloto es de 150.000 euros, financiados al 50% por el Ayuntamiento y por CTecno. Una vez evaluados los primeros resultados del proyecto, se estudiará su escalabilidad a otros comercios
- » Beabloo, que en sus inicios se incubó en Barcelona Activa, invierte en riesgo la tecnología implementada, es decir, sin ganancias iniciales para ellos, ni costes para los comercios

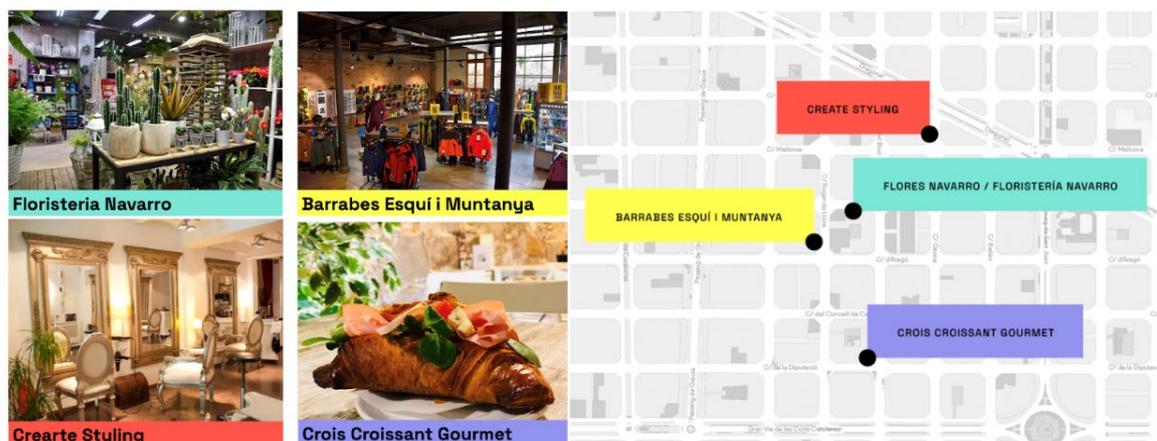
Barcelona pone en marcha el proyecto piloto BCNRetailLab para personalizar la digitalización de los comercios presenciales. La prueba se está implantando en cuatro comercios de CorEixample: Flors Navarro, Barrabés, Create Styling y Crois Croissant Gourmet. En los cuatro casos, se han estudiado las necesidades concretas de cada uno y se ha hecho un proyecto de los dispositivos y tecnologías que se necesitan para dar respuesta a sus necesidades.

Así, se ha instalado desde pantallas interactivas para conocer el perfil e intereses de la clientela manteniendo en todo momento la privacidad de los clientes, hasta sensores para saber cuáles son las zonas más transitadas y los productos más buscados, o controles de aforo para elaborar estadísticas de los momentos de mayor afluencia. El objetivo final de la prueba es validar que la introducción de la tecnología en el establecimiento tiene un impacto directo sobre los indicadores de negocio de los comercios y poder extender el proyecto al conjunto de comercio de la ciudad.

El Ayuntamiento de Barcelona, a través de la Dirección de Comercio y Barcelona Activa, y el Círculo Tecnológico de Cataluña (CTecno), han puesto en marcha el Laboratorio de Comercio de Nueva Generación BCNRetailLab para llevar la innovación y la tecnología en la sede de comercios, con la convicción de que la dinamización del comercio de proximidad es el motor de la reactivación económica y de la revitalización de los barrios. La inversión en este proyecto tiene un total de 150.000 euros, financiados a partes iguales por el consistorio y CTecno. El proyecto forma parte del Plan de Digitalización del Comercio de Barcelona que el consistorio puso en marcha con el inicio de la pandemia, a fin de disminuir los efectos adversos de la crisis e impulsar la competitividad y la digitalización del comercio presencial para los próximos años.

El laboratorio incorpora la innovación y la tecnología como motores de reactivación económica del comercio. El Laboratorio no es pues un espacio de experimentación tecnológica sino de aplicación directa de la tecnología en un sector específico para que se pueda validar su impacto en los resultados de los negocios. La idea es que el tratamiento de datos sirva para impulsar la competitividad de los establecimientos presenciales, que además aportan el valor del trato directo, tal y como está sucediendo en otros sectores económicos de forma cada vez más acusada.

Els 4 comerços



Se han elegido cuatro comercios que responden a cuatro criterios: que tenga mucha presencia de vecindario del entorno y con mucha circulación (como un horno o cafetería de barrio); que trabaje con marcas reconocidas (una tienda de moda o calzado); un local de servicios de proximidad representativo del entorno (como una barbería o un centro de yoga, por ejemplo); y un establecimiento singular representativo de la historia e identidad del barrio, donde poder experimentar el hecho de innovar para conservar. La selección de estos comercios, hecha por CorEixample, ha sido:

- **Flors Navarro**, una floristería de referencia de Barcelona desde hace más de 65 años.
- **Barrabes Esquí y Montaña**, una tienda líder a escala europea, dedicada al mundo de la montaña y el outdoor.
- **Crearte Styling**, un salón de belleza integral, taller de imagen, peluquería y estética con productos biológicos.
- **Cros Croissant Gourmet**, una cafetería de estilo italiano especializada en croissants dulces y salados.

Flors Navarro, floristería referencia de Barcelona desde hace más de 65 años.

El objetivo es mostrar su capacidad de digitalización y ofrecer una experiencia de cliente personalizada. Se ha instalado Minerva, un sistema de inteligencia artificial que gestiona las diferentes soluciones desplegadas en la tienda. Flors Navarro puede monitorear y regular el aforo, gestionando la ocupación y minimizando las interacciones de riesgo. Se ha implementado cartelera digital con analítica de audiencia para poder mostrar contenido adaptado al perfil demográfico del cliente, respetando siempre su privacidad. Otro dispositivo permite entender el recorrido que hacen los clientes para la tienda y optimizar la organización del espacio y mejorar el servicio. También se monitorizan las colas, ayudando a gestionar las que se hacen por pedidos de ramos personalizados a través de un expendedor de tickets y una pantalla, con los turnos y perfil relevante para el perfil de cliente que hay haciendo cola en ese momento.

Al final del recorrido, se recoge y analiza la información que da cada cliente sobre su experiencia. Durante estos primeros meses, Minerva aprenderá a partir de los datos recogidos para cambiar los contenidos en tiempo real y proporcionar previsiones diarias a los gestores del establecimiento.

Barrabés Esquí y Montaña

La tienda referencia de esta área del Eixample en material, ropa, y calzado de montaña tiene sus raíces en el mundo online, ya que comenzó como eCommerce para abrir después la tienda física. Para hacer de esta tienda un espacio inteligente y seguro se implementa una tecnología para el control del empleo junto con la cartelería digital. Además, un video wall posibilita a los trabajadores acceder a las características del producto desde diferentes puntos de la tienda sin tener que desplazarse escaneando los códigos de barras de los productos. Otro dispositivo permite analizar y optimizar los diferentes puntos de la tienda y al final del recorrido, un último dispositivo recoge y analiza la información sobre la experiencia de la clientela.

Crearte Styling, un salón de belleza integral, taller de imagen, peluquería y estética con productos biológicos

El centro de peluquería y estética biológico de la zona ha buscado soluciones tecnológicas que se centrarán en la emisión de contenido. Se ha instalado cartelera digital, que emite diferentes contenidos de interés para sus clientes mientras se hacen el tratamiento. Y mediante un código QR, la clientela puede dar su opinión sobre su experiencia. Otras tecnologías permiten a la clientela verificar rápidamente la información sobre los productos que vende el centro levantándolos de un estante interactivo, así como controlar el aforo y los accesos y salidas de las personas del centro. Finalmente, como en el resto de establecimientos, un dispositivo recoge y analiza la información sobre la experiencia de la clientela.

Crois Croissant Gourmet

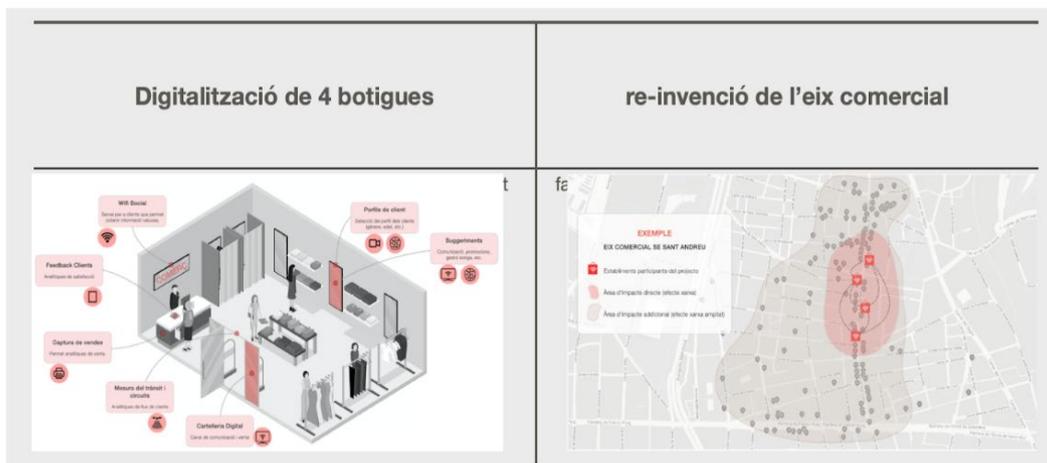
En la cafetería y workspace especializado en croissant gourmet y productos italianos, se ha implementado también Minerva, el motor de inteligencia artificial, integrada con la cartelera digital y los restos de soluciones. Los contenidos emitidos son de vital importancia mostrando al usuario el contenido más atractivo, analizando la audiencia de forma anónima, las ventas, el momento del día, el tiempo y otros parámetros. También se ha implementado un dispositivo para gestionar el aforo y el control de accesos y salidas. Finalmente, un dispositivo recoge y analiza la información sobre la experiencia de la clientela en la cafetería. También se analizan las ventas y su relación con el contenido mostrado en las pantallas, así como todas las variables proporcionadas por las diferentes soluciones para proponer mejoras y optimizar el espacio.

Beabloo, incubada en sus inicios en Barcelona Activa, implementa la tecnología

Las soluciones tecnológicas han empezado a llevar a cabo con Beabloo, la empresa catalana que se incubó en Barcelona Activa, que ha ganado el concurso para hacer esta transformación y cambios en las dinámicas de compra-venta, y que lo hace sin coste para los comercios y sin ganancias en esta fase piloto.

Beabloo ya ha desplegado iniciativas de transformación digital en espacios comerciales de todo el mundo, singularmente en Europa, Estados Unidos y Oriente Medio, basadas en capturas y analíticas de datos, cartelera digital y aplicaciones de inteligencia artificial para la creación de experiencias de compra personalizadas. Todo esto, lo hace a partir de la optimización de los espacios y la mejora del recorrido de compra de la clientela y de incrementar las ventas imaginando el comercio del futuro.

Laboratori de Comerç de Nova Generació- portar el món online a 4 botigues d'un eix



Se estima que esta iniciativa impactará no sólo en las cuatro tiendas donde se implementan estas acciones, sino en las 164 tiendas del entorno, llegando a un millón de personas. Asimismo, dependiendo los resultados de este innovador laboratorio, pionero en Europa, podrá ser extrapolable y escalar a otros distritos y hacer un cambio en la forma como comercio y personas compradoras interactúan en su día a día. Ahora mismo, Barcelona cuenta con 25.000 asociados a ejes comerciales. El potencial de escalado a otras ciudades es también muy elevado.

Red digital de comercios

Un objetivo adicional en el proyecto de Laboratorio es la interconexión y promociones cruzadas entre comercios, desplegando una nueva forma de red digital sobre el barrio. Por lo tanto, este Laboratorio empieza por ser un espacio de experimentación tecnológica y rápidamente pasa por ser clave en la validación de impacto económico en el negocio de los comercios a corto plazo, y un impulso en la competitividad basada en los datos, lo que complementa e impulsa el valor humano de las interacciones personales.

En julio de 2021 se valorará el impacto en los comercios de las soluciones implementadas en las cuatro tiendas y se analizarán los resultados basados en consumiciones reales, y se detallarán los próximos pasos y las potencialidades de escalamiento a otras tiendas tanto de del Eixample como ejes comerciales de la ciudad.

El proyecto de colaboración públicoprivada nace de una relación con CTecno continuada. CTecno como fundación abierta a las personas, empresas y profesionales de las TIC, quiere ser referente, dinamizador y punto de encuentro del sector de las TIC. En este sentido, el nuevo acuerdo ejemplifica el poder transformador del sector tecnológico en el resto de sectores.