

Comunicado de prensa – Paris, el 17 de mayo 2017

# Conferencia América del Sur

**PROCOS-EURELIA, la Federación del comercio especializado, es una consultoría de desarrollo en Francia y en el extranjero, junto con RETAIL & TRADE MARKETING han organizado el 11 de Mayo en Madrid una conferencia y una jornada para hablar sobre el desarrollo de las enseñanzas de retail en América Latina (Brasil, Argentina, México, Chile, Colombia ...).**

Las 17 enseñanzas españolas y francesas participantes se han beneficiado de la experiencia de los expertos de KPMG, Carrefour Property, KEA & Partners y CBRE.

Después de una presentación de las características socioeconómicas, políticas y comerciales, se analizaron las oportunidades, riesgos y características específicas de cada país, detallando aspectos sobre el perfil del consumidor potencial, las barreras de entrada, la competencia con las marcas locales e internacionales, los aranceles y, en general, de las dificultades específicas de cada país.

Existe un gran potencial en esta zona para las enseñanzas, aunque difiere notablemente de un país a otro. Esta reunión permitió identificar 5 reglas importantes y esenciales a tener en cuenta en estos países, que se resumen en :

- **La identificación de un socio adecuado** que permita el ahorro de tiempo en los contactos locales y gestiones administrativas.
- **Hacer perdurar su estrategia** debido a la correcta definición de objetivos y establecer los medios que permitan adaptarse en función de las dificultades encontradas. Adoptar un desarrollo oportunista es arriesgado en el medio plazo.
- **Seguir siendo humildes**, es decir, tener en cuenta las características específicas del país y adaptarse de manera inteligente. Todos estos países tienen un retail ya organizado. Muchas de las principales ciudades de la zona son el primer paso más natural, pero la competencia ya está presente y no se puede llegar allí como si fuese un país ya conquistado, sin proporcionar elementos diferenciadores.
- **Ser flexible** teniendo en cuenta el posicionamiento de precios de la competencia local y los costes adicionales de aduana que existen. La viabilidad del modelo económico depende de esto.
- **Seleccionar las ubicaciones seguras.** La primera implantación en centros comerciales es a menudo vista como la opción más clara para una enseñanza europea, dado el atractivo que representan estos centros en la vida local, y la oferta estructurada que ofrecen.

La tarde se dedicó a citas de cada enseñanza con los diferentes expertos, para compartir los problemas organizativos y estratégicos específicos.

**Un éxito para esta primera jornada a la cual le seguirán otras, ya que el objetivo de PROCOS-EURELIA, y RETAIL & TRADE MARKETING desde España, es fortalecer las acciones que permita a sus enseñanzas-socios tener una clara visión de los temas internacionales,** intercambiar ideas, beneficiarse del punto de vista de los expertos tanto sobre los aspectos prospectivos como de los elementos concretos del comercio por país.

**Contacto : Florian TRESOS, Consultor – [florian.trescos@eurelia.com](mailto:florian.trescos@eurelia.com)**

