

Educarne premia la digitalización de los comercios especializados de la carne y sus derivados

09 / Marzo / 2022
Madrid

- **Carnicerías Herrero ha logrado el premio a mejor proyecto de digitalización en el establecimiento, Carnicería Ederra se ha llevado el galardón en la categoría de mejor e-commerce y Carnicería Catalá ha sido premiada como mejor estrategia en redes sociales.**
- **Al acto ha acudido Miguel Ángel Redondo, Consejero de Economía, Innovación y Empleo del Ayuntamiento, quien, además de clausurar el acto, ha recogido también el reconocimiento que Educarne ha otorgado a esta administración por su apoyo continuo al comercio madrileño en materia de digitalización.**

La entrega de los Premios a la Digitalización del Comercio Especializado de la carne y sus derivados ha clausurado la agenda de actividades del espacio *The Butcher's Shop* de la IV edición de Meat Attraction; reconociendo la gran labor de comercios cárnicos de proximidad en tres categorías: Carnicerías Herrero (Fuenlabrada, Madrid) como mejor proyecto de digitalización en el establecimiento por su sistema de balanzas inteligentes; Carnicería Ederra (Pamplona) como mejor e-commerce; y Carnicería Catalá (Valencia) como mejor estrategia en redes sociales.

El acto ha tenido el honor de contar con Miguel Ángel Redondo, Consejero de Economía, Innovación y Empleo del Ayuntamiento de Madrid, quien ha dado un discurso de bienvenida a todos los asistentes y destacado la importancia y el gran trabajo que hay detrás de la digitalización del comercio especializado. Aprovechando su presencia, María Sánchez, Directora General de Carnimad y Educarne, le ha hecho entrega de un reconocimiento especial al Ayuntamiento de Madrid por su apuesta por la digitalización del comercio madrileño.

Tras la ceremonia, los tres premiados han debatido en la mesa redonda "Digitalización en el comercio especializado en un universo pospandemia", moderada por Luis Jiménez, Director Adjunto y Director de Marketing de Carnimad, quien comenzaba preguntado a los participantes por cómo han cambiado sus negocios tras su proceso de digitalización, a lo que todos han respondido con un claro "cambio radical, pero difícil y constante".

Coincidían también en la importancia de la aparición de la Covid-19 dentro de este proceso de digitalización, puesto que todos ellos han reconocido que la pandemia fue un punto de inflexión, que les obligó a acelerar su decisión de apostar por las nuevas tecnologías en sus respectivos comercios, de la que, nos obstante, están convencidos y pretenden continuar desarrollando.

Laura Alegre
Tel. 91 033 94 17
comunicacion@educarne.es
www.educarne.es

Alberto Ederra, el artífice de la mejor tienda *online*, explicaba que, concretamente a él, la Covid-19 le cogió en pleno proceso de desarrollo web y tuvo que aprender de la venta digital a pasos acelerados, y destacaba que la mejor recomendación que le dieron en su momento fue “no querer abarcar todo y excederse en referencias, vender una lista limitada de productos seleccionados y especializarse en ello”.

Carlos Catalá, el nuevo carnicero de las redes sociales –reconocido a partir de hoy-, ha estado de acuerdo con sus compañeros, pero, en su caso, Instagram es clave para redirigir tráfico a la web, y asegura que solo desde este canal lleva a su *e-commerce* 16000 usuarios semanalmente.

Daniel Herrero, en cambio, es el ejemplo de que la digitalización no se limita a *e-commerce* y redes sociales, sino que debe estar en el propio establecimiento. Su galardón premia todo aquello que conecta la tienda física con la experiencia digital del usuario y con el propio desarrollo de negocio, sus balanzas digitales conectadas a un CRM les permiten registrar los datos de sus clientes, provengan de tienda online, establecimientos o app, y con ello llevan a cabo campañas de fidelización.

Podría decirse que las conclusiones principales de la jornada han sido dos. Por un lado, la importancia de tomarse en serio la digitalización y tener claro que tener una tienda online, por ejemplo, es igual de importante que tener un establecimiento físico y hay que dedicarle el mismo tiempo.

Y, por otro lado, la importancia de la formación para estar preparado en la evolución digital, algo que han destacado los tres ganadores.

Para clausurar el acto, Educarne ha contado con la presencia de Julián Ruiz, Secretario General de la Confederación Española del Comercio –CEC-, quien ha querido terminar con estas cuatro claves: la digitalización debe ser entendida como un cambio profundo de mentalidad; la transformación digital debe entenderse como la capacidad para seguir siendo relevantes en el contexto actual; quien controla la relación con sus clientes, controla el negocio, y en este aspecto la digitalización es fundamental; y el futuro del comercio pasa por la convergencia entre tienda física y *online*.