



## RETAIL FORUM ESADECREAPOLIS

### Resumen de la reunión de Consejo Asesor

29 Febrero 2016

9:30-11:00 Sala Creativity de ESADECREAPOLIS

Han participado

- Teresa Alsina. BonArea (Corp. Alimentaria Guissona)
- Xavier Mas. Caixabank
- Josep Domínguez. Danone Waters
- Isaac Martín. Decathlon
- Borja Sanchez. Decathlon
- Pere Quintana. Desigual
- Pere Sitjà. GAES
- Clara Bartra. GBFoods
- Bernat Morales. Mercadona
- Ferran Jover. SEAT
- Carlota Roset. Torres
- Mireia Armengol. Unibail Rodamco
- Jaume Gomà. Ulabox
- Gemma Flotats. Value Retail
- Daniel Marco. iDigital Generalitat
- Marco Bertini. ESADE
- Elisabet Juan. ESADECREAPOLIS
- Marc Soldevila. ESADECREAPOLIS
- Carme Juanes. ESADECREAPOLIS

No pudieron asistir Oriol Tomas de Agroalimen que ha pedido mantenerse involucrados.

Tras la presentación de objetivos, organización, propuesta de valor y calendario de actividades, se ha debatido sobre la orientación y las expectativas del foro.

A continuación os adjuntamos:

- Un resumen de los outputs de la reunión

Próximos pasos:

- Reuniones one to one entre mayo y junio
- Nueva reunión de Consejo Asesor a definir julio/septiembre



## Outputs de la reunión

La reunión aportó ideas o comentarios en diferentes direcciones desde reflexiones sobre inputs interesantes a incorporar en el foro, aspectos a profundizar y, por último, expectativas sobre lo que debe aportar el foro a las empresas impulsoras.

Sobre los inputs a incorporar en el foro, una de las principales ideas fue la introducción del punto de vista del consumidor mediante alguna fórmula concreta en el ecosistema de actores del foro, más allá de los retailers, marcas y fabricantes, distribuidores, empresas proveedoras de servicio y tecnología y startups. Otra idea fue la incorporación de casos de retailers o empresas disruptivas pequeñas así como la creación de un radar de startups con potencial.

Los principales aspectos a reforzar son los siguientes:

- Aportación de benchmark y tendencias internacionales de diferentes sectores
- Traslación de las tendencias a la cuenta de resultados a través de métricas
- Consolidar el foro como un banco de pruebas o zona de experimentación para garantizar que hayan sinergias
- Opción de compartir estudios y conocimiento específico entre empresas que pueda ser de interés común
- Representación de las diferentes áreas de la empresa en el foro (marketing, innovación, logística, comunicación, etc.)
- Mantener al día a los miembros del foro de la marcha de los proyectos que se inicien

En cuanto a las expectativas del foro, principalmente son:

- Obtener colaboraciones o aprendizajes concretos que puedan aplicables en el medio plazo
- Espacio de optimización o validación de un proyecto concreto, de la experimentación a la ejecución
- Generación de casos de éxito en el corto plazo en el marco del foro
- Poder hacer partícipe a diferentes niveles de las organizaciones impulsoras, por ejemplo a través del contacto entre product managers

En las reuniones one to one revisaremos estos temas y abordaremos el modo de trasladarlos a actividades de interés para los miembros. Trataremos también cuales son los principales temas de interés para cada uno de los miembros del consejo asesor en concreto y finamente contrastaremos el rol y las funciones del consejo asesor como órgano de gobierno del Foro.