



Producción

Alianza gallega para el fomento de las nuevas tecnologías en el textil

29/9/2009

La Confederación de Industrias Textiles de Galicia (Cointega) ha formalizado una alianza estratégica con la Asociación Multisectorial de Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación Cluster INEO , que permitirá impulsar novedosos proyectos de colaboración entre empresas del sector TIC y del textil.

Este proyecto surge por parte de la patronal textil gallega, que fomenta la introducción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las empresas del sector textil, tanto para la mejora de sus procesos de gestión como de la relación con los puntos de venta y clientes finales.

En el marco de esta línea de trabajo, dicha alianza estratégica se ha materializado en un primer proyecto que se inició con una reunión de trabajo en Texvigo.

Los directivos de las empresas del sector textil y del sector TIC coincidieron en destacar el cambio que se está produciendo en nuestra sociedad, con un porcentaje cada vez mayor de ciudadanos que muestra una clara predisposición a comprar por Internet. Asimismo, las propias empresas del sector textil, incluso las de menor dimensión, empiezan a valorar adecuadamente las oportunidades que ofrecen las TIC, no solamente para la venta a través de la red, sino también para mejorar la eficiencia en la gestión y la interrelación con otros agentes de la cadena de valor del sector.

Como resultado de esta primera reunión se han identificado una serie de proyectos en aquellas áreas consideradas por ambos sectores como prioritarias:

PROYECTO 1: PLATAFORMA B2B

Mediante este proyecto se pretende desarrollar un sistema estandarizado válido para todas las empresas del sector que permita el intercambio de información en tiempo real sobre las ventas y la demanda real del mercado, y que haga posible una mejor adecuación entre la producción y la comercialización, reduciendo asimismo los stocks en el punto de venta. Se trata, por lo tanto, de una iniciativa de comercio B2B que facilite la integración en la cadena de valor entre el fabricante y el distribuidor de sus productos.

PROYECTO 2: TIENDAS VIRTUALES

Frente al desarrollo del comercio electrónico, todas las empresas del sector textil se están planteando ya la presencia activa en Internet mediante una tienda virtual que permita dar a conocer sus productos, establecer una comunicación directa con sus clientes finales, e incluso desarrollar un nuevo modelo de venta directa a través de la red.

PROYECTO 3: CUADRO DE MANDO INTEGRAL

La mayoría de las empresas del sector textil sigue presentando carencias a la hora de disponer de información útil y relevante para la toma de decisiones a nivel estratégico, y los cuadros de mando utilizados siguen teniendo una excesiva componente manual que les resta eficacia, fiabilidad y agilidad.

Por este motivo, se considera necesario abordar un proyecto que permita diseñar e implantar de forma eficaz un Cuadro de Mando Integral adaptado a las necesidades de una empresa del sector textil, y que sea capaz de integrar tanto información interna (obtenida del sistema interno de gestión -ERP-) como información externa sobre el mercado y la situación del sector.

PROYECTO 4: NUEVAS TECNOLOGÍAS

Mediante este proyecto se trataría de desarrollar nuevas funcionalidades en los puntos de venta, como los "magic mirrors", o el seguimiento y trazabilidad de las prendas probadas por los clientes (a través del uso de etiquetas RFID), etcétera. De este modo, se conseguirá, por una parte, una mejora en la experiencia de compra del cliente, y, por otra parte, obtener información detallada y actualizada sobre lo que está ocurriendo con cada producto expuesto en el punto de venta (cuántas personas se fijan en él, cuántos lo prueban, cuánto tiempo se invierte hasta que puede ser vendido, etcétera).

PROYECTO 5: INTRANET

Puesta en marcha de una intranet para la red comercial. En la actualidad la comunicación con la fuerza de ventas se realiza mediante técnicas bastante tradicionales (llamadas telefónicas, visitas a clientes con muestrarios de colecciones una o dos veces al año). La puesta en marcha de una intranet para la red de representantes podría facilitar el intercambio de información en los dos sentidos (empresa => representante y representante => empresa), e incluso facilitar el intercambio de información y experiencias entre los propios representantes comerciales. Asimismo, podría facilitar el seguimiento de la actividad comercial por parte de la empresa.

Por último, y como programa transversal, se ha señalado la necesidad de poner en marcha un plan de formación a medida que pueda hacer hincapié tanto en la sensibilización de los directivos como en la formación de los empleados en el uso y aplicaciones de estas nuevas tecnologías dentro del sector.