

Proyección de vídeos de desfiles de modistos en el auditorio de Texvigo

M. MORALEJO

El sector textil gallego se prepara para dar el salto tecnológico

La Confederación de Industrias Textiles de la comunidad y la Asociación Multisectorial de Nuevas Tecnologías, Ineo, se alían para modernizar un sector clave para Galicia

Olga Suárez

■ Dos de las multinacionales textiles más importantes del momento, la gallega Zara y la sueca H&M, han anunciado su intención de iniciar la venta de su ropa a través de Internet. Al igual que estas dos firmas, todo el sector está presenciando los cambios que se están produciendo en los últimos tiempos, con un porcentaje cada vez mayor de ciudadanos dispuestos a comprar por Internet.

El conjunto de empresas textiles gallegas no quiere quedarse atrás, razón por la que han buscado el apoyo de la Asociación Multisectorial de Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación, Ineo, para suplir sus carencias. Fruto de este apoyo surge la alianza suscrita por la Confederación de Industrias Textiles, Cointega e Ineo, puesta en marcha con el apoyo financiero del Igape.

El sector textil gallego se caracteriza por la heterogeneidad de las diferentes empresas que lo forman; las grandes firmas, por un lado, han incorporado de forma prematura las TIC y han logrado un importante ventaja competitiva. Pero son las menos: la inmensa mayoría son pymes se están modernizando con algo más de retraso y por una razón casi exclusivamente monetaria. La razón, por tanto, de este acuerdo es poner al alcance de las pymes del sector aquellas nuevas tecnologías, que pueden suponer una mejora sustancial en su competitividad, sobre todo en cuestiones relacionadas con la

gestión de los puntos de venta y la relación con los clientes.

¿Y cómo acogen los empresarios textiles esta modernización? En los últimos meses se ha producido una auténtica revolución en la forma de pensar y en la manera de afrontar esta nueva realidad, según ha confirmado Cointega. También es cierto que hasta hace muy poco el escepticismo era bastante generalizado entre los miembros del sector, «pero las referencias externas y su propia

experiencia vital les ha hecho cambiar radicalmente, de forma que están apreciando las ventajas que puede conllevar la presencia de Internet, tanto en la venta de productos como en la mejora de todos sus procesos de negocio», explican desde la Confederación.

Y también el cliente está cambiando. Según la consultora Forrester, las ventas de ropa a través de Internet representan en la actualidad entre un 3 y un 5% del conjunto de los 300.000

millones de euros que mueve el sector. Y la experiencia confirma que el cliente tiene cada vez más predisposición para optar por esta nueva forma de compra. El sector apunta además a tres factores claves que favorecen al cambio: la riqueza en la oferta existente, las experiencias próximas y, sobre todo, la incorporación de las nuevas generaciones habituadas al medio *on line* y con una percepción diferente sobre las compras en Red.

LOS PROYECTOS CLAVE DEL ACUERDO

Abrir tiendas en línea y modernizar los puntos de venta

Intercambio de datos

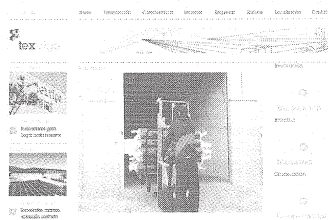
■ Desarrollar un sistema estándar para todo el sector que permita el intercambio de información en tiempo real. Esto reduciría, por ejemplo, los «stocks» en el punto de venta.

Tiendas virtuales

■ Todas las firmas se están planteando ya su presencia activa en la Red, en un espacio para dar a conocer sus productos, establecer una comunicación directa con sus clientes y desarrollar un modelo de venta directa «on line».

Cuadro de mando

■ Muchas firmas aún tienen carencias a la hora de disponer de información útil para la toma de decisiones y sus cuadros de mando siguen teniendo un excesivo componente manual



que les resta eficacia, fiabilidad y agilidad.

Modernizar el punto de venta

■ Implantar, por ejemplo, los *magic mirrors*, para hacer un seguimiento a cada prenda: cuántos clientes se fijan en él, el tiempo que pasa hasta que se vende o las zonas que llaman más la atención.

Intranet

■ Facilitará el intercambio de información entre represen-

tante y empresa, que en la actualidad todavía se produce con modelos tradicionales.

Formación

■ Sensibilizar a los directivos y educar tecnológicamente a los empleados en el uso y aplicaciones de estas nuevas herramientas. Cointega tiene previsto instalar tiendas piloto en el Parque Tecnológico y Logístico de Vigo, que servirán de centros de formación sobre cómo puede funcionar una tienda dotada de todos los avances tecnológicos.

Plazos

■ El proyecto ya se ha puesto en marcha, con un equipo formado por miembros del Cointega y de Ineo. Dichas entidades esperan los primeros resultados para mediados del próximo año.

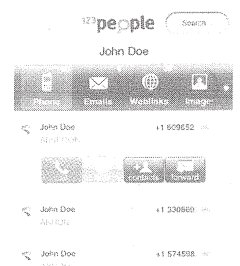
LABORAL

El 16% de firmas españolas tienen teletrabajo

■ El 16,2% de las empresas españolas tienen empleados que realizan teletrabajo, es decir, desempeñan sus tareas fuera del centro de trabajo al menos la mitad de sus horas semanales, según datos del Instituto Nacional de Estadística de enero del 2009. Esta cifra queda lejos de los porcentajes que han alcanzado ya las empresas españolas en el uso de las tecnologías, con el 96,2% de las que tienen diez o más asalariados conectados a Internet y el 98,6% ordenador, en ambos casos un punto más que hace un año. Además, el 58,9% de las empresas con acceso a Internet tiene web, un 90,9% de las grandes firmas. En las empresas más pequeñas también ha aumentado el uso de las tecnologías: el 66% tiene ordenadores y el 55,9% de acceso a Internet.

MÓVILES

No SIM 05:54



Una herramienta para no perder la agenda telefónica

■ El buscador de personas 123people ya está disponible en aplicaciones móviles. Se trata de una herramienta para buscar personas en tiempo real, pero que además ofrece un valor añadido: si los usuarios olvidan una dirección o un número de teléfono en casa, podrán encontrar toda la información disponible en su iPhone y llamar por teléfono, enviar un correo electrónico o un mensaje de texto sin necesidad de cambiar de aplicación. «Todas las funcionalidades de la aplicación pueden ser controladas con un solo clic. La aplicación es como una Agenda 2.0, se puede acceder a la información independientemente de la hora y lugar», explica un responsable de 123people.