

Cointega lleva a SIMM lo último en innovación

El sector de la moda gallega camina hacia un nuevo modelo de negocio ■ El objetivo es mejorar la relación marcas-comercios ■ «Espejos mágicos», la gran apuesta de Galicia en innovación y tecnología

Patricia Iglesias

■ Durante los pasados días 2, 3 y 4 de septiembre, Galicia ha sido la ciudad invitada en la 64 edición del Salón Internacional de la Moda de Madrid, SIMM. Su tradición y experiencia en el negocio de la moda la han posicionado a la vanguardia del sector y del desarrollo del negocio. El negocio de la moda en Galicia ha evolucionado de la fábrica al diseño y de ahí a la gestión integral del negocio de la moda.

En el estand institucional de la Xunta estuvo presente la Confederación de Industrias Textiles de Galicia (Cointega), Clúster Textil-Moda, entidad promotora del desarrollo y la mejora competitiva de las empresas textiles de Galicia.

SIMM ha sido el lugar escogido por Cointega para hacer la presentación de la plataforma Tecnológica Gallega Textil-Moda, cuyo principal objetivo es aportar ventajas competitivas a través de la innovación y la accesibilidad a las tecnologías clave para el desarrollo del negocio de la moda.

La situación actual del sector está marcada por la convivencia de distintas tipologías y tamaños de empresas, y la mayor concienciación de la importancia de potenciar estrategias multicanal, aspectos que denotan la necesidad y la búsqueda de apoyo para la modernización del canal multicanal como vía de diferenciación y la incorporación de estándares tecnológicos que permitan a estas empresas incorporar las ventajas competitivas de las grandes cadenas.

Una apuesta por la gestión integral del negocio de la moda a través de las TIC.

Ante esta necesidad, la Plataforma Tecnológica centra su desarrollo en el fomento de la introducción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para la mejora de la eficiencia del canal de distribución entre marcas y puntos de venta.

Algo que hasta el momento suponen numerosos trámites y reporta pocos beneficios a

las empresas tanto grandes como medianas.

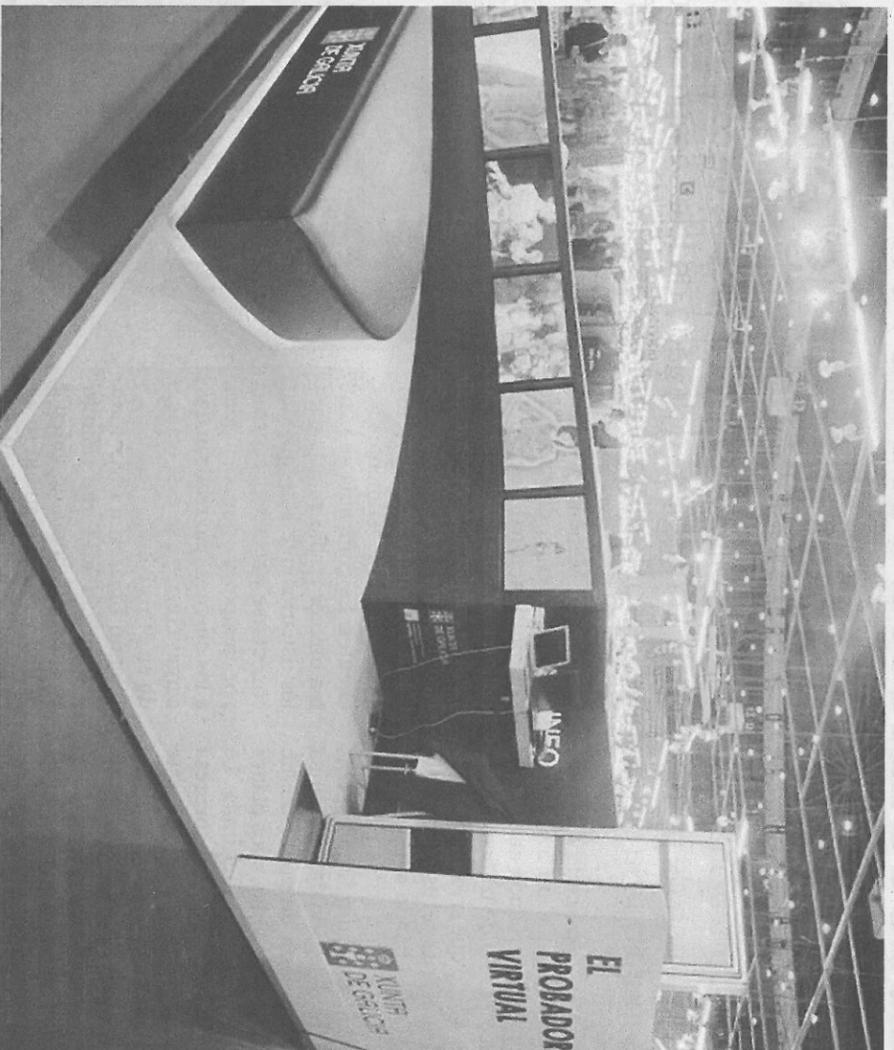
Intercambio de datos

El principal eje de trabajo de la Plataforma se centra en buscar una mejora sustancial en el intercambio de datos entre la marca y la tienda multinarca, a través del desarrollo de un sistema estandarizado válido para todas las empresas del sector textil que permita el intercambio de información en tiempo real sobre las ventas, comportamiento del mercado... que haga posible una mejor adecuación entre la producción y la comercialización, optimizando asimismo los stocks en el punto de venta.

Se trata, por tanto, de una iniciativa de comercio B2B que facilita la integración en la cadena de valor entre la marca y el distribuidor de sus productos. Esto es la base para poder desarrollar conjuntamente la venta por Internet.

La experiencia de comprar

Un segundo eje de actuación prioritario para la Plataforma viene determinado por la incorporación de nuevas tecnologías en el punto de venta. El desarrollo de nuevas funcionalidades en los puntos de venta, probadores virtuales, *magic mirrors*, o el seguimiento y trazabilidad de las piezas probadas por los clientes



Cointega, apoyada por la Xunta, ha presentado las novedades tecnológicas gallegas en Madrid

■ La relación entre marcas y tiendas mejora con un sistema informático

■ Los «espejos mágicos» permiten al usuario elegir la ropa sin probarla

(mediante el uso de etiquetas RFID), así como las nuevas formas de comunicación en las redes sociales. De este modo, se consigue una mejora en la experiencia de compra del cliente, así como contar con 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, en qué zonas llama más la atención, etc.).

La tienda del futuro

De manera continuada desde la plataforma tecnológica se está identificando las mejoras

tecnológicas disponibles para el punto de venta, como paso previo para el diseño de soluciones tecnológicas de aplicación general para el sector del comercio textil, configurando un formato de tienda del futuro.

Una de las grandes apuestas son los *magic mirrors* o espejos interactivos en probadores. Consisten en una pantalla digital de alta resolución con una cámara que muestra a los clientes como les quedarían las piezas sin necesidad de probarse, así como sugiriendo posibles combinaciones y complementos que facilitan el proceso de compra. Estas imágenes captadas permiten ser compartidas a través de

las redes sociales en tiempo real, permitiendo involucrar en la experiencia de compra a otras personas.

Además el escáner tridimensional del cuerpo, permite la exploración del cuerpo del cliente para hacerle recomendaciones de las marcas y piezas que se ajusten mejor a su fisonomía. Para completar la compra perfecta, el probador del futuro incluiría ayuda interactiva a través de una pantalla táctil con la que el cliente puede comunicarse desde el probador con el personal de ventas, sin tener que ir a buscar ayuda.

Se apuesta también por la inclusión del seguimiento y trazabilidad de las piezas probadas por los clientes, mediante el uso de etiquetas RFID (identificación por radiofrecuencia), que hasta el momento se ha centrado sobre todo en la puesta en marcha de sistemas antirrobo y la implantación de ERPs (sistemas de gestión empresarial).



Galicia, invitada especial en la Semana de la Moda de Madrid



El probador virtual ha sido el gran protagonista de SIMM