

# La moda gallega colocará en sus tiendas espejos interactivos para elevar la venta

El dispositivo permite al cliente verse reflejado con todas las prendas que se ha probado, combinarlas sin necesidad de volver a cambiarse, y alterar los colores e incluso su figura

J. CARNEIRO ■ Vigo

La industria textil gallega ha puesto en marcha un ambicioso plan con el objetivo de mantener su cuota de mercado frente a las grandes cadenas de distribución y aumentar las ventas. Este plan, al que ha tenido acceso FARO, se centra en la introducción de nuevas tecnologías en los puntos de venta y en el diseño de varias tiendas modelo —ubicadas en el parque tecnológico y logístico de Valladares, en Vigo— que sirvan de ejemplo a los comerciales que deseen revitalizar sus negocios.

Uno de los aspectos más llamativos de estas "tiendas tipo" será la incorporación de espejos interactivos [también conocidos como *magic mirrors*], que permiten al cliente verse reflejado con las prendas que se ha probado durante su estancia, combinarlas sin necesidad de volver a cambiarse, alterar los colores e incluso su figura.

"Es una manera de convertir la tienda en un reclamo", admite Alberto Rocha, secretario general de la Confederación de Industrias Textiles de Galicia. El *magic mirror* está compuesto por una pantalla táctil dotada de cámara digital y un programa informático que permite al cliente interac-

tuar con el dispositivo y verse con diferentes prendas a veces incluso sin la necesidad de probarlas.

En algunos países como Japón ya son comunes en grandes centros comerciales [[www.youtube.com/watch?v=QU5Dr-Vu2gdg](http://www.youtube.com/watch?v=QU5Dr-Vu2gdg)], y el objetivo de Cointega es comenzar a introducir las en las tiendas multi-marca gallegas y españolas en los próximos meses.

"Otro de los puntos en los que tienen que mejorar las tiendas multi-marca es en la gestión de los aprovisionamientos, de los stocks", explica Rocha. Estos puntos de venta del futuro dispondrán de una plataforma de contenidos audiovisuales en la que se podrá instalar una parrilla de canales a los que se transmitirá información sobre las distintas marcas que se comercializan y otras informaciones relacionadas con la moda.

"También lanzaremos nuevas

propuestas de escaparatismo cada quince o veinte días, para que los puntos de venta tengan mayor uniformidad", apunta este responsable de Cointega.

El banco de pruebas del textil gallego serán las tiendas que esta confederación creará antes de final de año en Vigo. El objetivo final es que el comerciante a través de estos puntos de venta y se convenga de sus ventajas. En este proyecto, Cointega trabaja con la Fundación Innovapyme para desarrollar todos estos contenidos tecnológicos, que distribuirá gratuitamente.

El diseño de tiendas modelo es recurrente en el grandes cadenas de distribución textil. Inditex, sin ir más lejos, posee varias en su polígono de Arteixo, donde se decide cómo deben estar distribuidas, las decoraciones, etc. "Nosotros lo que tenemos es que aprovecharnos de ese conocimiento para mantener nuestra cuota de

mercado", explica Rocha.

Galicia lidera este proyecto, al que se sumarán el resto de patronales textiles de Cataluña, Aragón, Madrid y País Vasco. En la última asamblea de la Federación Española de Empresas de Confección (Fedecon), que se celebró en Vigo con la presencia del Conselleiro de Industria, Javier Guerra, las distintas patronales acordaron volcarse con el diseño de estas tiendas modelo.

Al contrario que los puntos de venta de las grandes cadenas de distribución como Inditex, en estas tiendas modelo compiten varias marcas entre sí, competencia que según Rocha no perjudica a las empresas ni al comerciante. "Hay una necesidad latente de diversidad en las tiendas, la gente quiere llegar a ver cosas diferentes, por lo que cada marca debe aportar su pequeño detalle de creatividad personal", aduce.

Con más de 150 empresas asociadas, Cointega representa a más del 90% del sector en volumen de negocio en Galicia. El objetivo principal que se plantea la confederación es potenciar la moda gallega a nivel internacional así como desarrollar las políticas adecuadas para afrontar con éxito los nuevos retos que plantea un mercado totalmente globalizado.

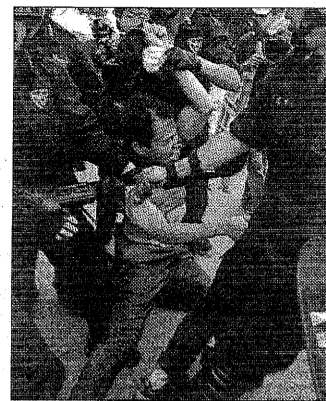


Imagen de los disturbios.

## Batalla campal en una factoría de Ssangyong en Corea del Sur

E.P. ■ Seúl

Decenas de manifestantes fueron detenidos tras enfrentarse a policías en la localidad surcoreana de Pyeongtaek, donde se encuentran encerrados un millar de trabajadores de la empresa automovilística Ssangyong, en huelga para protestar por el nuevo plan de despidos presentado por la firma. Unos 7.000 sindicalistas y simpatizantes secundaron la convocatoria de un sindicato y varios grupos cívicos en apoyo a los obreros de Ssangyong, a los que pretendían entregar agua potable, ya que se les ha cortado el suministro de agua y gas para intentar forzar el fin del encierro.

"Unos 30 manifestantes fueron arrestados por violar la ley. Dos motocicletas policíacas también resultaron dañadas durante el enfrentamiento", explicó la Policía. Más de 9.000 agentes fueron desplegados durante el fin de semana con motivo de la protesta. Los agentes emplearon cañones de agua y gases lacrimógenos.

## Las financieras alertan de fraude en los créditos para automóviles

EFE ■ Madrid

Las empresas que conceden financiación para comprar coches y bienes de consumo, agrupadas en la Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito (ASNEF), han lanzado un plan para frenar el alza del fraude en los créditos, que se produce por la suplantación de personalidad con DNI robados.

El secretario general de ASNEF, Honorio Ruiz, explicó que las financieras están interesadas en introducir en los contratos que firman los clientes cláusulas de consentimiento que les permitan verificar si los DNI utilizados han sido sustraídos de sus verdaderos dueños y están siendo utilizados para fines ilícitos, como la compra de coches de alta gama.

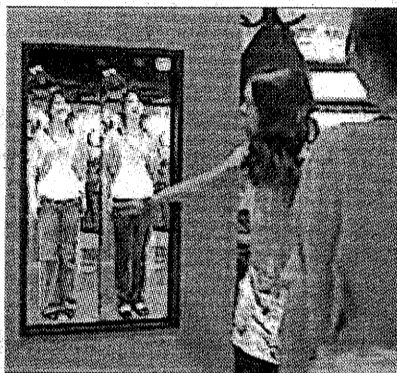


Imagen de un "espejo interactivo" en un centro comercial de Japón.

### ■ ¿Cómo funciona un "espejo interactivo"?



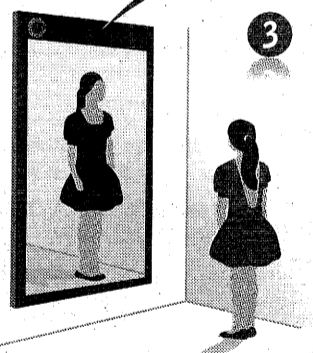
#### ELIGE LA PRENDA

El cliente selecciona la prenda de ropa de la tienda, la prueba y se coloca frente al "magic mirror", que lo detectará a través de su cámara integrada.



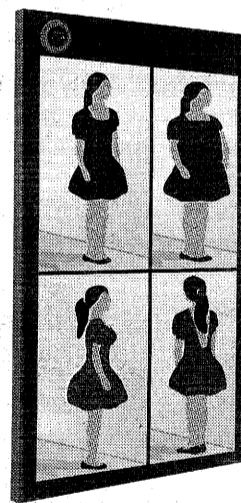
#### GRABA TU IMAGEN

El "espejo interactivo" grabará al cliente cada vez que se prueba una prenda (de frente, de perfil y por detrás) y guarda las imágenes para mostrarlas posteriormente.



#### MODIFÍCALA

Este dispositivo permite mostrar simultáneamente todas las capturas realizadas con diferentes prendas, combinarlas sin obligar al cliente a volver a cambiarse, y alterar los colores de la ropa y los complementos, e incluso la figura de la persona si ésta desea, por ejemplo, saber cómo le quedaría un determinado pantalón o una blusa con unos kilos de más.



Simón Espinosa

## La facturación del comercio textil descendió un 10,12% durante el pasado año

La crisis económica pasó factura a las ventas del comercio textil en España el pasado año. Según los datos que maneja la Asociación Empresarial de Comercio Textil y Complementos (Acotex), este negocio facturó 19.847 millones de euros en 2008, lo que supone un descenso de 10,12% respecto al año anterior.

A pesar de la crisis de consumo, los españoles redujeron tan sólo 25 euros su gasto anual en textil, siendo de 496,69 euros la media invertida por cada ciudadano. El año pasado, por primera vez, los madrileños dejaron de ser los mayores consumidores de productos textiles a favor de los navarros, quienes gastaron una media de 628,69 euros

en adquirir ropa y complementos.

Por contra, a la cola en gasto se encuentran los murcianos (376,07 euros por persona y año), gallegos (410,61) y extremeños (417,12).

Atendiendo a la distribución de la facturación por tipo de establecimiento, las tiendas multi-marca continúan siendo las que

generan un mayor volumen de negocio, con el 27% del total, seguidas de hipermercados y otras grandes superficies, que registraron el 23% de la facturación total y las grandes cadenas especializadas, un 22%.

Por otra parte, el 40% de las compras efectuadas por turistas en España se realiza en establecimientos textiles.