

>TECNOLOGÍA

Creatividad para sorprender en las ventas navideñas

Una decena de establecimientos bilbainos ofrece una tecnología novedosa que mediante el código QR posibilita obtener a los clientes descuentos de hasta un 5%

VIENE DE LA PÁGINA 1

El código QR, cuya función es poder almacenar información relativa a los comercios, transfiere un texto preconfigurado al móvil del cliente con el que podrá acceder a un descuento por el artículo comprado en el establecimiento o adquirir un vale por una cantidad equivalente en su próxima compra navideña.

El proyecto nació a principios de diciembre cuando el Centro de Innovación para el Comercio en Bilbao (CIC), centro de reciente creación orientado a potenciar iniciativas novedosas en los establecimientos bilbainos, se puso en contacto con varios comercios lo-

cales adheridos para proponerles la implantación de esta tecnología con una capacidad de almacenaje informativo mayor que el código de barras convencional. «Vimos que podía activar el sector con una herramienta que hasta ahora no se había empleado para la actividad comercial en Bilbao en Navidad», explican responsables de Lan Ekintza, entidad impulsora del proyecto

La innovadora aplicación aplicada a la campaña navideña es un tipo de código de barras bidimensional que permite un mayor caudal informativo que los dispositivos habituales empleados como el EAN-13, que es el código utiliza-

Centro muy innovador

► CIC. Es el nuevo centro de encuentro entre comerciantes, consumidores y asociaciones para crear un clima favorable a la introducción de novedades en el pequeño comercio bilbaino. El CIC tiene la sede en Bolueta, en el centro de reciente creación Eutokia y tiene la misión de llevar «a pie del establecimiento la innovación más puntera». La sede cuenta con un espacio físico denominado show-lab en el que se mostrarán productos y nuevas iniciativas, ubicado en la calle Particular de Indautxu. El segundo escenario situado en Eutokia que servirá para «compartir ideas, mezclarse con otros proyectos, donde puedan surgir sinergias y construir una nueva comunidad», describen desde la página web del colectivo. A esto se une una herramienta 2.0 como un blog que permanecerá abierto a la participación ciudadana en la web www.cichilbao.com

do más frecuentemente en las transacciones de venta en los establecimientos.

La información proporcionada por esta herramienta tecnológica proporciona a los usuarios de los diez comercios adscritos al proyecto poder recibir la información en formatos diferentes. «Puede capturar los datos del comercio en un texto, direcciones de Internet que dirigen a los usuarios en

El sistema ofrece la posibilidad de almacenar más información que un código de barras normal

La tecnología permitirá obtener descuentos o bonos por una cantidad equivalentes al original

tiempo real a localizaciones geográficas donde se ubica el comercio seleccionado por el cliente», detallan desde el equipo responsable del CIC.

El modo de uso de la aplicación consiste en, una vez descargado el lector de códigos, el usuario deberá dirigir su terminal al cartel que lleva impreso el código QR -una etiqueta situada en el propio

escaparate del establecimiento- para poder descifrar los iconos sobrepresionados que incluyen la información precisa para lograr el descuento o la vale ofrecido por el establecimiento. «Debe orientar la cámara del móvil y el sistema traduce el código QR en un texto que muestra la posibilidad de obtener un descuento de un 5% por compra realizada u optar a un bono por la cantidad de equivalente en su próxima compra», subrayan.

Para poder hacer uso de esta innovadora tecnología, el consumidor debe tener instalado en su terminal un lector de códigos que le sirva para descifrar este código novedoso. «En el caso de los móviles de última generación, principalmente smartphones ya incluyen los dispositivos de lectura de serie. Si el usuario dispone de móviles menos avanzados podrá bajárselo desde el almacén de aplicaciones que existe en iPhone, App World para Blackberry o Android», detalla los coordinadores del proyecto que durará durante toda la campaña navideña.

Junto a la aplicación comercial, el sistema tecnológico puesto en marcha para la campaña navideña por este centro innovador se puede aplicar a la gestión de publicidad en empresas de marketing o agencias de viaje para la operatividad de billetes de vuelos en los mostradores de los aero-



El escaparate del comercio Ezentia dibuja una escena artesanal que representa un bosque de hadas. / PATXI CORRAL

puertos. «Con esta aplicación se puede capturar código de la reserva efectuada y sólo con mostrarlo se puede mostrar el móvil y recibir al momento su billete de embarque».

La innovación del pequeño comercio no pasa sólo por valerse de las nuevas tecnologías para atraer la atención del potencial cliente. Cada vez más establecimientos se decantan por engalanar sus escaparates con novedosas apuestas decorativas.

Es el caso de Ezentia, un original espacio que va más allá de las tiendas cosméticas al uso con una propuesta de productos de farmacias procedentes de cualquier espacio del mundo.

Un establecimiento que fue premiado el año pasado por la asociación de comerciantes de Bilbao Centro como escaparate navideño más innovador de la ciudad. «Los escenarios se estudian un año antes y para ello nos inspiramos en viajes realizados a

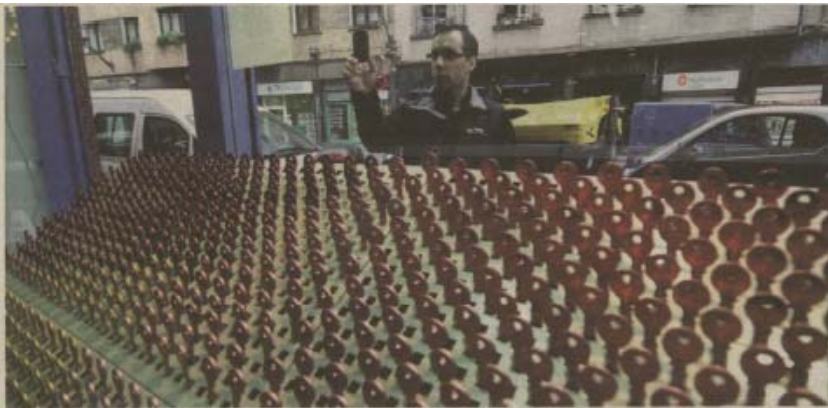
La decoración se basa en un escenario novedoso con hadas minimalistas y árboles personalizados

El escaparate ofrece una ornamentación que combina luces suaves con una música relajante

ciudades europeas con el contacto con pequeños expositores», explica Begoña Tellerta, responsable de esta pionera iniciativa.

La confección de este novedoso escaparate nació durante una visita de los rectores de esta firma a una popular feria de decoración en París. En este encuentro, optaron por elegir unas hadas artesanales elaboradas por «artesanos europeos especializados en montajes minimalistas», subraya desde Ezentia.

En el interior de su escaparate un bosque artificial de árboles nevados sorprende a los curiosos que se acercan a contemplarlo. Conviven en apacible armonía, hadas elaboradas a mano por prestigiosos artesanos europeos bajo la batuta de un escaparatista profesional que aplica sus amplios conocimientos. «La idea es



La cerrajería Wilma es otro de los establecimientos que cuenta con el sistema. / PATXI CORRAL



La aplicación descarga una imagen del cartel con el código en el escaparate de un comercio. / DC

Herramienta virtual para el pequeño comercio

► INFORMÁTICA AL SERVICIO DEL CONSUMIDOR.

Otra empresa vasca que apuesta fuerte por implantar las nuevas tecnologías en los comercios de las ciudades es Ibermática. La firma, especializada en servicios innovadores tecnológicos a empresas, ha diseñado un nuevo modelo comercial a través de una atractiva plataforma de eShopping llamada Hiridenda que permite representar una gran espacio virtual en el que los compradores podrán ir de compras mediante un alargamiento «virtual» de sus identidades. La tecnología pionera está diseñada para aplicarla en cascos urbanos con tiendas especializadas en el pequeño comercio. «La tecnología se ha convertido en la herramienta clave para dar respuesta a los nuevos hábitos de los consumidores. Hoy en día, las transacciones han dejado de ser procesos de intercambio para convertirse en auténticas experiencias de consumo que requiere una información especializada», explican desde la compañía vasca. El objetivo de este ambicioso proyecto es ayudar a los pequeños establecimientos a poner en práctica las tecnologías

más punteras. La aplicación se basa en una recreación simulada de un espacio virtual que sirve para representar un casco céntrico urbano en el que coexisten comercios de diferentes sectores. El programa informático prioriza la oferta de productos seguros, la generación de espacios urbanos y minimizar los efectos negativos percibidos por el consumidor sobre el comercio. En paralelo a esta actividad innovadora, el departamento de I+D+I de la firma está trabajando en otras líneas de investigación paralelas cuya finalidad es la de eliminar «agentes que pueden entorpecer el desarrollo del comercio urbano». «Algunas de ellas, se han centrado en la creación de rutas dinámicas que permitirán a los distribuidores de mercancías redefinir sus rutas en tiempo real a partir de las necesidades de abastecimiento de las tiendas», describen los responsables. La firma es una de las principales compañías de servicios de tecnologías de la información (TIC) españolas y está presente en sectores como las finanzas, seguros, la industria o los servicios.

representar una imagen en 3D a diferencia de las clásicas propuestas, como puede ser una tarjeta de felicitación», describe la responsable del proyecto.

«Es una manera diferente de atrapar a las personas con un bosque tridimensional que cuenta con un surtido componente de nieve artificial».

Uno de los elementos más innovadores incorporados en este original escaparate es la tecnología luminica empleada para resaltar el escenario ideado por los creativos de esta firma. «Hemos incorporado una intensidad de luz que ofrece mayor calidez a la figuras y le acompaña una melodía especial en función del momento del día en el que se encuentre», detalla.

«Con una imagen creemos que se puede despertar los sentidos de los clientes. Buscamos crear una atmósfera muy similar al efecto que produce una fragancia de un perfume especial», describen desde

La tecnología luminica permite ofrecer una mayor calidez al escaparate y visitantes

La innovación para esta veterana escaparatista es poder reinventar cada temporada algo diferente

de el equipo rector de la pequeña empresa.

La innovación aportada por esta creativa empresa radica en reinventar cada Navidad el escenario dibujado en sus escaparates. «Para estos meses navideños nos hemos inspirado en pequeños personajes que pueden evocar la imaginación de las personas y les hemos adornado con motivos florales naturales que hace que el cliente se sienta más cómodos y reconfortados», agrega la responsable de la firma bilbaína Ezentia. «Los escaparates deben ser interactivos con los ciudadanos y ofrecer elementos atractivos para que el potencial consumidor pueda sentirse atraído con un golpe de vista».

Nuevas tecnologías y decorados artesanales para potenciar la innovación en el pequeño comercio.