

# DENDANET

## APUESTA ELECTRONICA DE LOS COMERCIANTES VASCOS

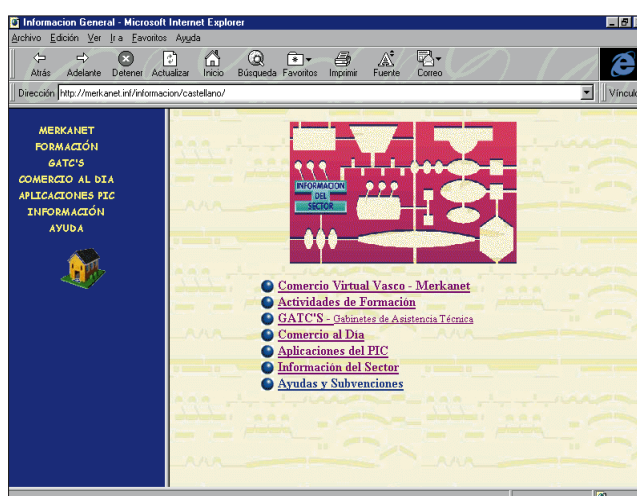
■ FELIX GOROSPE

Uno de los elementos de innovación que está despertando un mayor interés, situándose con fuerza como una de las prioridades y posibles oportunidades para los próximos años, es el comercio electrónico. El obstáculo que siempre ha supuesto el desplazamiento del consumidor para el acto de compra está superándose por la oportunidad que ofrece el ordenador, a través de la telemática.

Sin ánimo de traer experiencias de otros países, que siempre son difíciles de extrapolar, no cabe duda que la evolución de la comunicación por ordenador a lo largo de los dos últimos años ha registrado un ritmo de crecimiento en España casi exponencial, que la sitúa próxima a un fenómeno social. Esta evolución pone de manifiesto el interés de la población por este instrumento de comunicación y confirma la necesidad de prestar a este hecho una atención permanente desde el mundo de la distribución.

Esta utilidad de la informática como medio de comunicación permite a cualquier consumidor poder disponer de información suficiente para adquirir un producto con comodidad desde la pantalla de su ordenador, a cualquier hora del día, independientemente del lugar en el que se encuentre.

De este modo comienzan a apuntarse las inmediatas posibilidades así



pública para su impulso a través del Plan Informático para el Comercio, iniciado en 1992.

Todo ello ha permitido la creación, desde el Departamento de Comercio del Gobierno Vasco de un centro comercial virtual, DENDANET, donde los comerciantes previamente formados, dentro del Plan Informático para el Comercio, pueden volcar su información y ofertar sus productos. De este modo, aquella persona que quiera conectarse con el centro podrá disponer en cualquier momento de abundante información, desde su ordenador y a través de Infovía o de Internet.

### ¿HACIA DONDE VA EL SECTOR DE DISTRIBUCION?

Las tendencias de futuro del sector comercial van enmarcadas dentro de dos ejes fundamentales, la evolución del consumidor y la propia dinámica interna del sector.

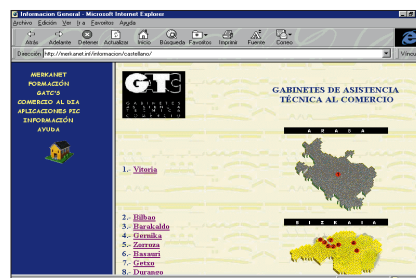
como se pone de manifiesto la importancia que el fenómeno telemático puede significar en el futuro más cercano para el sector de distribución, sin exageraciones ni alarmismos innecesarios, pero siendo conscientes de su posible trascendencia futura.

En el País Vasco esta circunstancia actual se enmarca en el proceso de desarrollo que está siguiendo la informática para el sector comercial, y en el papel que ha jugado la Administración

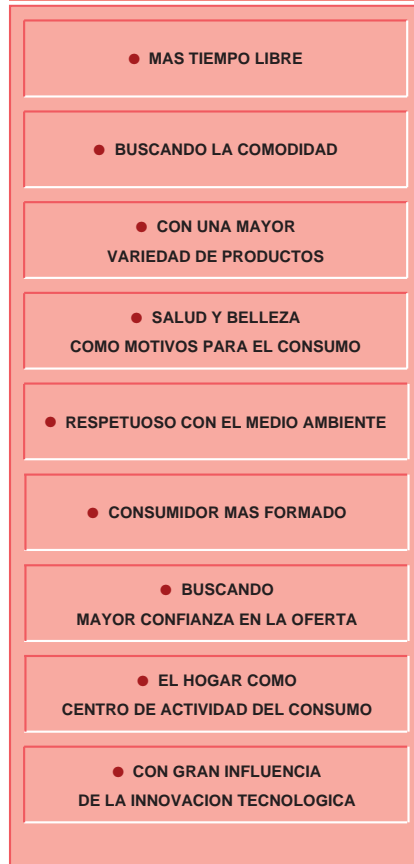
También habría que considerar el importante papel que puede jugar en este último condicionante la Administración pública, que podría llegar a influir, acelerando o retrasando, el ritmo del proceso de cambio.

Esta situación tan diferente respecto a la situación más estable en la que se ha desarrollado en el pasado la distribución, condujo a diseñar desde el Gobierno Vasco un paquete de actuaciones que ayudaran a adaptarse al





## CUADRO Nº 1 PRINCIPALES TENDENCIAS FUTURAS DEL CONSUMO Y DEL CONSUMIDOR



comercio minorista más avanzado al futuro más exigente. De entre ellas los aspectos de innovación tecnológica pasaron a ocupar una atención preferente, convirtiéndose en uno de los ejes vertebradores de la actuación pública.

A continuación se recogen algunos aspectos relevantes que caracterizan esta situación de acelerada transformación en el que se encuentra el mundo de la distribución:

- Aunque en los últimos años el sector ha registrado un cambio importante, puede afirmarse que es una transformación inacabada. Los próximos ejercicios serán decisivos para comenzar a observar el perfil futuro que tendrá el sector de distribución español.

- Deberá confirmarse la convivencia entre grandes y pequeñas superficies. Están condenados a entenderse, si bien parecen establecerse con fuerza dos posibles polos de atracción opuestos, competidores o rivales, aunque complementarios: Centros urbanos-Centros de periferia.

- Se intensificará el proceso observado los últimos años de aumento de la competencia. A ello contribuirá:

- 1.- La entrada constante de nuevas empresas y formas comerciales (la Unión Europea cumple su cometido, al igual que ocurriera con otras actividades, y el sector de distribución empieza a sentir con intensidad los efectos de la competencia).

- 2.- La mayor verticalización de empresas existentes (mayorista o industrial) ó fusiones, compras y ventas de las establecidas (actividad mercantil pura, antaño propia de otros sectores de la economía).

- Deberá registrarse una reducción en el número de establecimientos. La densidad actual muestra claros sínto-

mas de incompatibilidad con variables económicas que son propias de un sector competitivo. Esta situación afectará al tamaño empresarial que debería aumentar, sin que con ello se afecte al empleo, que debería mantenerse.

- Es previsible una mayor profesionalización, dimensión (espacial y laboral), especialización y asociación de los pequeños, pérdida de independencia. Los puntos de venta sólo venderán, y el almacén se situará fuera del establecimiento.

- Se observa una integración creciente entre la compra de bienes y la prestación de servicios en los establecimientos comerciales.

- Continuará el proceso de concentración iniciado por las política de expansión de los líderes de la distribución española. (las 10 principales

empresas en España absorben una cuota del 19% de la facturación total, frente al 45/50% en países desarrollados). Ello significa una mayor "industrialización" del sector (participación en Bolsa, diversificación de negocios, comerciales o de otro tipo, etcétera).

- Parece incontenible la mayor influencia del consumidor, segmentando el mercado e incrementando servicios (garantías, arreglos, pagos, reparto, control de calidad de productos).

- Resulta de gran trascendencia la creciente influencia de las nuevas tecnologías, en el equipamiento o en los sistemas de venta a distancia.

También deben considerarse las tecnologías de venta evolucionadas, donde el consumidor busca mejor precio a costa de formar parte de o aceptar una cierta complicidad con la distribución: autoservicio, almacén en casa, aceptar peor decoración, sacrificar la distancia, ó aproximar el máximo el producto al domicilio del mismo a través del ordenador.

- Por último, se observa una tendencia acelerada a la recuperación del centro de las ciudades como núcleo de relación social impulsado por el comercio y búsqueda de equilibrio periferia/centro. Si bien está pendiente de encontrar el sentido real del urbanismo comercial, como instrumento de integración y planificación, y no de control y protección.

Por su parte, el consumidor también está viviendo un profundo proceso de cambio. Según diversos trabajos ya conocidos sobre el comportamiento del consumidor, las principales tendencias futuras del consumo estarán marcadas por aspectos como el mayor tiempo libre, exigir más variedad, el respeto al medio ambiente... (ver cuadro nº 1).



CUADRO Nº 2

## OBJETIVOS CUBIERTOS POR EL PLAN INFORMATICO

● SENSIBILIZACION AL COMERCIO EN EL USO DE LA INFORMATICA
● FORMACION DE LOS COMERCIANTES
● INFORMACION CONSTANTE AL COMERCIANTE
● ASESORAMIENTO PERMANENTE
● APOYO A LA ADQUISICION DE EQUIPOS Y APLICACIONES

## LA INFORMATIZACION DEL SECTOR DE DISTRIBUCION A TRAVES DE LA INTERVENCION PUBLICA

En un entorno de cambio como el descrito anteriormente, tanto a nivel del sector como del consumidor, desde el Departamento de Comercio del Gobierno Vasco se pusieron en marcha una serie de programas, la gran mayoría de ellos todavía en marcha, con el objetivo de impulsar la modernización del comercio minorista vasco, más concretamente del sector tradicional.

En 1987 únicamente el 3% del comercio minorista vasco utilizaba la informática en la gestión de su punto de venta, cinco años después esta cifra era del 11%, en la actualidad está en torno al 20%. La falta de éste equipamiento indispensable de gestión es una debilidad estratégica que debe equilibrarse de manera urgente para disponer de condiciones de competitividad.

El Plan Informático para el Comercio se puso en marcha a comienzos de esta década, pero es a partir de 1992 cuando recibe el apoyo definitivo para consolidarse como uno de los programas sobre los que se sustenta la política comercial del Gobierno Vasco.

El objetivo siempre ha sido facilitar el acceso del comerciante al mundo de

CUADRO Nº 3

## ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR EL PLAN INFORMATICO PARA EL COMERCIO

● PRESENTACIONES DEL PLAN
● JORNADAS DIVULGATIVAS
● CURSOS
● SEMINARIOS ESTRATEGICOS
● PUBLICACIONES
● APLICACIONES INFORMATICAS
● BOLETIN DE INFORMACION
● EXPOSICIONES
● ASESORAMIENTO PERMANENTE
● TELEFONO GRATUITO 900 500 900
● PRODUCTOS INFORMATICOS PROPIOS

la informática, como uno de los instrumentos de apoyo y de desarrollo futuro en la gestión de su empresa comercial.

De cualquier modo, se han venido añadiendo al objetivo inicial otras acciones más avanzadas demandadas por los propios usuarios del programa.

La respuesta inicialmente tímida requirió de una importante acción de difusión; posteriormente la demanda se consolidó para a continuación mostrar una tendencia masiva que se mantiene en la actualidad. Ha sido indispensable una gestión descentralizada mismo, realizando actividades en más de 30 localidades diferentes.

CUADRO Nº 4

## EVOLUCION DE LOS DATOS DEL PLAN INFORMATICO NUMERO DE ASISTENTES/USUARIOS

ACTIVIDADES	TOTAL 1992-96
DIVULGACION	1.947
FORMACION	2.572
DISQUETES	905
<b>TOTAL ACTIVIDADES</b>	<b>5.424</b>
<b>TELEFONO GRATUITO</b>	<b>9.592</b>
<b>TOTAL</b>	<b>15.016</b>

El Plan Informativo ha venido cubriendo diversos objetivos (ver cuadro nº 2), entre los que destaca la formación e información, el asesoramiento y el apoyo a la adquisición de equipos y aplicaciones.

Para todo ello se realizan un conjunto de acciones (ver cuadro nº 3), con el objetivo de acercarse al comerciante y facilitar su participación en nuestro programa.

El Plan Informático ha sido un buen instrumento de introducción y difusión, desarrollado en diversas de sus acciones por otras Comunidades Autónomas, y que está en permanente transformación una vez cubiertos los objetivos inicialmente perseguidos.

Los datos que se recogen en el cuadro nº 4 avalan todo ello, con más de 5.000 comerciantes asistentes a diversas actividades de formación, casi 10.000 usuarios del teléfono gratuito ó más de 4.000 receptores del boletín de información.

## DENDANET. EL CENTRO COMERCIAL VIRTUAL VASCO

La trayectoria descrita ha permitido disponer de un colectivo importante dentro del sector minorista tradicional vasco, muy sensibilizado con las nuevas tecnologías. Esta situación ha contribuido a que en un momento como el actual, en el que las comunicaciones irrumpen con fuerza, pueda disponerse

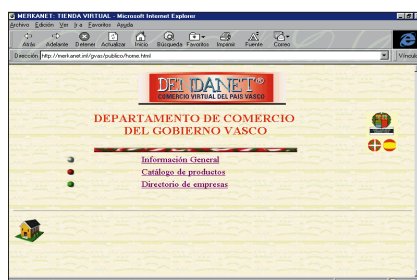


de un colectivo capaz de adquirir con rapidez la formación necesaria para comenzar a aplicar estas técnicas en la gestión de su negocio. De esta manera nace Dendanet, primer centro comercial de carácter público.

El objetivo con este proyecto es la formación y adiestramiento del pequeño comercio en el manejo de la telemática en la gestión de su negocio.

Esto significa que desde el Gobierno Vasco no se pretende vender, distribuir o sustituir a nadie como gestor. El objetivo únicamente es la formación del comerciante. El compromiso se formaliza en cooperación con las patronales del sector, que se unen al proyecto colaborando, en principio, en tareas de difusión. El plazo es a tres años y el objetivo es llegar a formar en este periodo a 3.000 comerciantes.

Para ello se pusieron en marcha en enero de 1997 diferentes cursos de formación que en seis meses, hasta junio



de este mismo año, ha dado cobertura a más de 400 comerciantes; con una previsión de llegar a 1.000 al finalizar el año. Además de las actividades de formación, al comerciante asistente al curso se le entrega un módem y la posibilidad de situarse en un servidor, diseñado y puesto en marcha dentro del programa PIC, dentro de InfoVía (*Dendanet.inf*) y próximamente en Internet (*www.Dendanet.es*).

Este servidor es un instrumento que el pequeño comerciante vasco le ofrece a su clientela habitual para su conexión

de compra diaria, por lo que intenta romper con el planteamiento de adquisición de bienes duraderos.

Las distintas páginas Web ofrecen informaciones en las que se combinan datos con imágenes, junto con la posibilidad de realizar pedidos que se reciben inmediatamente por el establecimiento del centro virtual.

Dendanet es, por tanto, una realidad, fruto de la colaboración del comercio vasco con experiencia informática y la Administración pública.

Es una muestra del esfuerzo del comerciante vasco para su adaptación a un mundo cada vez más difícil, apoyándose en un organismo público, lo que dados los tiempos que corren es una novedad y quizá para algunos una grata noticia. □

FELIX GOROSPE

Director de Comercio Interior  
Gobierno Vasco

## COMERCIO ELECTRÓNICO AVANZADO, UNA HERRAMIENTA SENCILLA Y FIABLE

El comercio electrónico es una pieza clave de la internacionalización y globalización de los mercados. En Internet, es posible ya, con seguridad en las comunicaciones y en los medios de pago. Integrar a su compañía en nuestro Centro de Comercio Electrónico le ofrece:

- ✓ El mecanismo idóneo para vender los productos o servicios de su catálogo on-line.
  - ✓ Un reforzamiento de la confianza mutua comprador-vendedor.
  - ✓ Seguridad en las transacciones, incluyendo medios de pago on-line.
  - ✓ Acceso a nuevos mercados dentro y fuera de España.
  - ✓ Reducción de stocks.
  - ✓ Servicio operativo 24 horas al día 365 días al año.
- ... y todo esto a un coste mínimo, y con una interfaz sencilla y amigable.

**La Tienda Virtual es un desarrollo de DyR**

Desarrollo y Recursos le ofrece el conocimiento que aportan años de experiencia y de trabajo en el sector de las telecomunicaciones avanzadas y de los proyectos europeos de I+D en Comercio Electrónico de la UE. No deje que su competencia se adelante. ¡Llámenos!



Desarrollo y Recursos S. L.

Amnistía, 12. 28013 Madrid.

Tel: 91 559 00 73 - Fax: 91 559 09 70 - E-mail: info@dyr.es

