

Economía

INNOVACIÓN

SABER MÁS

¿Qué es la Ronda de Uruguay?



La celebración de una serie de encuentros entre países que se desarrollaron a lo largo de siete años y medio, casi el doble del plazo previsto. Comenzaron en septiembre de 1986 en Punta del Este (Uruguay) y finalizó en la ciudad marro-

quí de Marrakech. En la ronda participaron un total de 123 países. En las discusiones se abordaron todos los problemas vinculados al comercio, algo que no sucedía desde el final de la Segunda Guerra Mundial, cuando se creó el GATT, es decir,

el acuerdo general sobre comercio y aranceles. Entre los resultados de la Ronda Uruguay está la decisión de hacer transparentes los regímenes comerciales en todo el mundo y se fundó la Organización Mundial del Comercio.



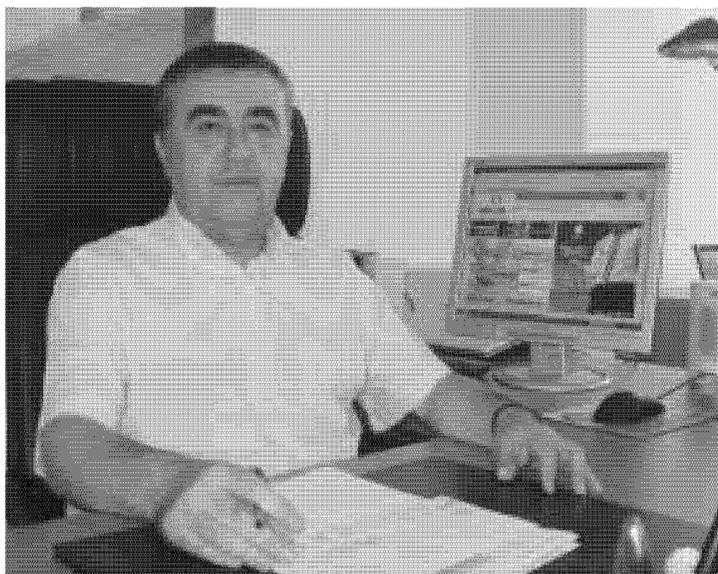
Instalaciones de Cotexa, en la comarca de Antequera.

Cotexa ofrece 'pantalones a medida' en un tiempo récord

La empresa malagueña permite a sus clientes diseñar prendas a su gusto a través de internet • Antes de su etapa 'on line' trabajó para El Corte Inglés, Inditex y Cortefiel

Tamara Velázquez / SEVILLA

La aplicación en torno al año 2000 de los acuerdos arancelarios alcanzados en la Ronda de Uruguay fueron esenciales en el impulso de la iniciativa Pantalones a medida. Estos pactos llevaron a muchas empresas del llamado *primer mundo* a trasladar sus factorías a las áreas emergentes para ahorrar en mano de obra. Bernardo Porras, gerente de Cotexa, explica que "al ser una cooperativa dedicada a la confec-



Bernardo Porras, gerente de Cotexa.

10

DÍAS

Es el plazo que tienen que esperar los clientes de 'Pantalones a medida' para recibir su pedido en casa

ción tuvimos que replantearnos nuestro modelo de negocio y buscar una salida". Hasta ese momento, durante sus 30 años de trayectoria, habían trabajado para grandes firmas de la moda española como El Corte Inglés, Cortefiel o Inditex pero les llegó la hora de cambiar.

"La venta en internet estaba entre las diferentes opciones que estudiamos y como España registraba unos niveles muy bajos decidi-

mos lanzarnos y potenciar esta práctica", añade Porras. Pantalones a medida funciona desde septiembre de 2008.

Con esta idea "vendemos estilo", asegura. Sus clientes tienen la opción de crear pantalones de caballero a su gusto y, además, les ofrece la posibilidad de disfrutar de su tiempo libre de otro modo pues les ahorra tener que ir de tiendas y buscar entre el género hasta dar con el modelo más favorecedor, una tarea fastidiosa para muchos.

Su página web explica, de un modo muy sencillo cómo diseñar la

prenda. Son necesarios seis pasos: escoger el tipo de pantalón (clásico o sport), el color, el tejido, detalles como el número o la forma de los bolsillos y, una vez se introduzcan las medidas, sólo resta pulsar la tecla *envío*.

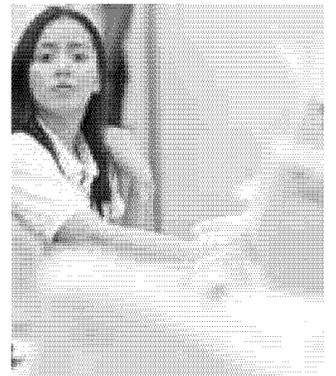
Uno de los puntos a favor de esta factoría es que tiene un tallaje muy amplio. Sus prendas van desde la talla 38 a la 64. Asimismo, da la opción al consumidor de enviarle su pantalón favorito y Pantalones a medida lo reproducirá con exactitud, sólo cambiando los detalles que se le indiquen. En

diez días el cliente recibirá el encargo en su domicilio y, según estima su gerente, "a un precio muy razonable -55 euros IVA incluido-, ya que en las tiendas el precio ronda los 50 euros pero nosotros aportamos exclusividad y lo llevamos a casa", puntualiza. "En caso de que el resultado no sea del agrado del cliente, puede enviárnoslo y se lo arreglamos sin coste adicional". "Queremos atraer al cliente a toda costa", bromea, por eso acordaron con la empresa Camisas a medida incluir un enlace en su página principal de la web de la otra compañía, de manera que "entre los dos consigamos más segmento de mercado; no nos hacemos la competencia y nos complementamos".

Para quienes necesitan la prenda con más premura existe la alternativa *pantalón express* que reduce el tiempo de entrega a cuatro días a cambio de que el precio aumente hasta 80 euros. Satisfacer al cliente es posible gracias a la tecnología punta. "Producir con la asistencia de un ordenador nos permite clasificar el trabajo para acabar antes los pedidos urgentes", explica el gerente de Cotexa.

La puesta en marcha de este portal contó con el apoyo económico de la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa a través de la Agencia IDEA.

FLASHES TECNOLOGÍA



VOLUMEN DE NEGOCIO Asimelec prevé la caída en un 4% del sector TIC

La Asociación de Empresas de Tecnologías de la Información, Comunicación y Electrónica (Asimelec) prevé que el volumen de negocio del sector TIC, que en 2008 creció un 0,1% respecto a 2007, hasta alcanzar los 77.431,5 millones de euros, sufra un retroceso del 4% en 2009. El presidente de la patronal, Martín Pérez, indicó ayer que la falta de confianza del consumidor y otros efectos de la crisis serán los responsables de este desplome.

CONGRESO MUNDIAL Málaga acoge un foro de innovación y RFID

Los líderes en el estudio de la tecnología de identificación por radiofrecuencia (RFID) se darán cita en Málaga los próximos 1 y 2 de julio en el *Innovation & EPC Technology Forum*. La tecnología RFID permite identificar artículos y mercancías a distancia y está llamada a ser el relevo generacional del código de barras. Entre los ponentes estará Sanjay Sarma, padre del *chip EPC* (Electronic Product Code) que, actualmente, dirige las investigaciones más avanzadas en radiofrecuencia de identificación en el Massachusetts Institute of Technology.

PROGRESO El Príncipe defiende el impulso de la innovación

El Príncipe de Asturias abogó ayer, durante la inauguración del IV Encuentro Nacional de Centros Tecnológicos, en Bilbao, por "situar la ciencia y la tecnología en el corazón del progreso de España" y reconoció que la investigación "no ocupa todavía el lugar que le corresponde". En su intervención insistió en buscar una "mayor eficiencia del modelo económico y social que el mundo necesita para relanzar nuestro progreso y bienestar".