



Guía Sectorial URBAN TIC

Comercio minorista

Edita: Cámara de Comercio de Oviedo

Texto: Darío Álvarez Gutiérrez
(Catedrático en la E.U. de Ingeniería Informática de la Universidad de Oviedo)

Imprime: Repromorés, S.L.

Diseño: Start Up CDF SL

Dep. legal: AS/151-2012

GESTIÓN INTEGRAL.....	8
GESTIÓN EXTERNA	16
PUBLICIDAD, IMAGEN	19
COMERCIO ELECTRÓNICO.....	25
FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES.....	27
ASPECTOS TRANSVERSALES	29
APLICACIONES MÓVILES	31
OTRAS POSIBILIDADES DE LAS TIC	34
CASO DE APLICACIÓN	35
FORMACIÓN.....	40
ANEXO.....	41
CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN.....	41
ANEXO.....	46

INTRODUCCIÓN:

EL PROYECTO URBAN OVIEDO. GUÍA TIC

La Iniciativa Urban es una actuación encaminada a la regeneración económica, medioambiental y social de determinadas zonas urbanas con el fin de fomentar un desarrollo local sostenible.

La Iniciativa Urban se enmarca dentro de la política europea que se desarrolla bajo el lema “Una manera de hacer Europa”, cuyos objetivos incluyen diversas actuaciones dirigidas a reforzar la cohesión económica y social, equiparando las diferentes regiones gracias a los fondos estructurales de la Unión Europea.

La Zona URBAN engloba los siguientes barrios de Oviedo, a ambos lados de la autovía Oviedo-Gijón-Aviles (A-66):

- Al sur de la autopista A-66: Fábrica de Armas, La Piñera, Ventanielles, la Tenderina, Fonzaneldi, El Rubín y Guillén Lafuerza.
- Al norte de la autopista A-66: Teatinos, La Vega, La Monxina, Las Matas y La Corredoria.

Uno de los objetivos dentro del proyecto Urban es el desarrollo de las NTICs en empresas de la zona Urban, para desarrollar una cultura empresarial ligada a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Esta guía pretende ayudar a los autónomos y empresas de la zona Urban a conocer y comprender las posibilidades de aplicación de las

TIC en la gestión de su negocio para darles soporte en el desarrollo e implantación de las mismas.

Se presentan sintéticamente las principales soluciones existentes que permitan aprovechar los beneficios de las TIC con una pequeña inversión, o incluso de manera gratuita.

Las **Tecnologías de la Informática y las Comunicaciones** (TIC) proporcionan unos servicios que se basan en la utilización de ordenadores que pueden conectarse a una red de comunicaciones (Internet). Servicios como el correo electrónico, el acceso a información (navegación web), aplicaciones de gestión, y muchos otros pueden aprovecharse con distintos niveles de intensidad para el beneficio de la empresa. Ahorro de tiempo, mejora de la productividad, mejora en la gestión y en la atención al cliente, y en general una mayor competitividad son ventajas típicas de la aplicación de las TIC.

TIC

Para aplicar las TIC se necesita principalmente un **ordenador** (en el que se accede a **aplicaciones** que proporcionan diversos servicios) y una conexión a **Internet** (y otros dispositivos adicionales opcionalmente, como una impresora). Afortunadamente, el precio hoy en día es asequible.



Una vez que se dispone de un ordenador pueden utilizarse aplicaciones de **ofimática** que normalmente vienen incluidas o pueden conseguirse aparte (las hay gratuitas). El **procesador de textos** para generar documentos, la **hoja de cálculo** para realizar cálculos de distinta complejidad y los **gestores de bases de datos** para organizar la información son aplicaciones que entran en esta categoría. También pueden usarse aplicaciones especializadas de diferente tipo, incluyendo aplicaciones de gestión diseñadas para dar soporte al funcionamiento de empresas de sectores específicos.

Con el ordenador conectado a Internet pueden usarse los servicios típicos de Internet, como el **correo electrónico**, que permite una comunicación mucho más rápida, barata y sencilla que el correo postal tradicional. Otro uso muy habitual es la **navegación web** para acceder a múltiples fuentes de información, y en general para acceder a numerosos servicios que se ofrecen a través de este medio (comercio electrónico, banca electrónica, etc.).

Se necesitan únicamente conocimientos básicos de informática a nivel de usuario para utilizar estas tecnologías.



GESTIÓN INTEGRAL

En la **gestión administrativa interna** del negocio hay muchas maneras de beneficiarse de las TIC, comenzando por las más elementales.

Ofimática y correo electrónico en la gestión interna

Por ejemplo puede utilizarse el correo electrónico para tener una comunicación más rápida con sus proveedores, en lugar de mediante engorrosas llamadas de teléfono o envíos por fax. También pueden utilizarse las aplicaciones de ofimática para organizar mejor la información que antes tenía que hacerse en papel, como para controlar las facturas que envían los proveedores y su coincidencia con los apuntes bancarios mediante una hoja de cálculo o base de datos, controlar el almacén, las horas de trabajo y la información en general de los trabajadores, confeccionar facturas para los clientes, etc. Nuevamente basta con los conocimientos típicos de informática a nivel de usuario para realizar estas tareas, aunque para algunas de ellas se necesita un conocimiento algo más avanzado.



Aplicación de gestión integral

Si bien el uso de ofimática es una mejora sobre la gestión puramente manual, existen también **aplicaciones de gestión integrada** especializadas en el sector del **comercio minorista**, como **tiendas de ropa**, de **comestibles**, etc. Estas aplicaciones permiten automatizar aún más la gestión de la mayor parte de los procesos de gestión interna del negocio.



La funcionalidad que proporcionan estas aplicaciones varía. En muchas ocasiones, las funciones se ofrecen de manera modular, de tal manera que pueden instalarse **módulos** que gestionen distintos aspectos en función de las necesidades propias. Existen módulos con funciones similares en la mayoría de las empresas, como la **venta** y **facturación**, **pedidos de compra** a proveedores, etc. También suelen incluir directamente la gestión de la **contabilidad** (o enlace con una aplicación independiente de contabilidad), si es que la contabilidad se lleva internamente en lugar de a través de una gestoría.

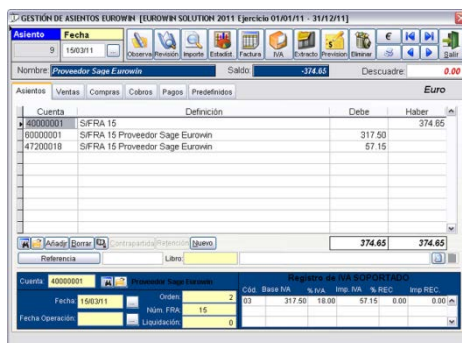
La mayor ventaja para un negocio la dan los módulos especializados en el funcionamiento específico del sector en general e incluso de las particularidades de un tipo de comercio concreto. Por ejemplo, la aplicación permitiría definir **clientes** y **vendedores**; **productos** y **familias** de productos, **márgenes** de beneficio por producto y/o familia, la gestión de **ofertas** y **rebajas** (globales, por familia, por producto), la utilización de **descuentos** y **vales descuento** en el pago, la emisión de **tickets** y **facturas** para el cliente, el control de **existencias** y su **rotación**, la realización de **inventarios**, la gestión de **caja** (arqueos), **informes** variados (estadísticas generales de venta, ventas por dependiente, ventas de alto importe, beneficios por artículo, rentabilidad total, etc.).



Existen aplicaciones de gestión muy completas en las que habitualmente se paga por su instalación y un mantenimiento anual, pero existen en el mercado numerosas soluciones con distintos precios y funciones (algunas incluso con un coste inicial muy pequeño o nulo).

De esta manera, se reduce grandemente el tiempo destinado fundamentalmente a tareas de gestión administrativa, permitiendo concentrarse en los aspectos del negocio que generan más valor.

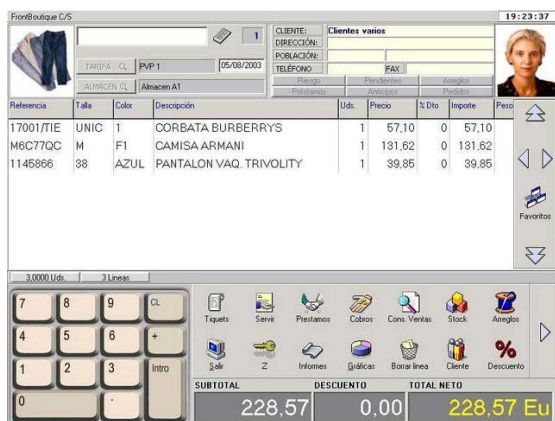
Como con cualquier aplicación, es necesario conocer sus posibilidades y cómo manejarla. Habitualmente este conocimiento se adquiere mediante una formación específica en la aplicación concreta que se instale (suele proporcionarla el proveedor).



TPV

Un elemento que bien puede utilizarse de manera independiente, pero que habitualmente se encuentra integrado en la aplicación de gestión sectorial es el **terminal punto de venta (TPV)**. Este elemento mejora con creces la caja registradora tradicional para cobrar a los clientes, que prácticamente servía únicamente para guardar el dinero en metálico.

Un TPV (puede ser táctil) permite realizar los cobros fácilmente, tocando en la pantalla los productos comprados, y generando el **ticket** para el cliente. En combinación con la aplicación de gestión se accede en general la operativa típica de la aplicación sectorial de comercio minorista. Por ejemplo el **arqueo** de caja se realiza instantáneamente pulsando un botón y el ahorro de tiempo frente al sistema tradicional manual es evidente.



La aplicación de gestión permite un mejor **conocimiento del negocio**, presentado estadísticas e informes como análisis comparativos de ventas, por zonas o tiendas (si se definen varias), por dependiente, beneficios, etc.

Como se indicaba anteriormente, para cada aplicación que se utilice, es necesaria una formación específica sobre la misma para poder explotar todas sus posibilidades. Sin embargo, para el apartado de introducción de productos comprados, la formación necesaria es mínima, puesto que básicamente se trata de pulsar sobre los productos en una pantalla táctil.

Control de existencias mediante códigos de barras o etiquetas de radiofrecuencia

En un comercio minorista es muy importante conocer exactamente el estado de las **existencias** que se tienen de cada uno de los productos que se venden, como por ejemplo las prendas de una tienda de ropa.

En primer lugar es necesario tener identificado cada uno de los productos. Una posibilidad es utilizar **códigos de barras**. La mayoría de las aplicaciones dan soporte a este proceso de identificación, permitiendo generar el código de barras que se adhiere a cada etiqueta de una prenda (o cualquier otro tipo de producto) para identificarla (individualmente o por tipo de prenda). Suele añadirse información legible por el usuario, como el nombre del producto, precio y otra información (talla, color, etc.).



En el proceso de venta, en lugar de tener que seleccionar manualmente dentro de la aplicación el producto vendido, puede utilizarse el código de barras para identificarlo (mediante un lector asociado al TPV). Además de contabilizar la venta, el sistema disminuye las unidades que quedan en stock del producto, permitiendo llevar así un control de las existencias (habitualmente asociado a alertas de bajo nivel en almacén para realizar pedidos y reponer, etc.).

Esas mismas etiquetas identificativas pueden utilizarse en los procesos de inventario exhaustivo, que se realizan mucho más rápidamente que con sistemas más convencionales. Se trata simplemente de recorrer el almacén, leyendo las etiquetas de los productos con un escáner de mano conectado a un ordenador de bolsillo, que vuelca los resultados en la base de datos de la aplicación de gestión.

Una versión más avanzada de este sistema, sustituye el código de barras por una etiqueta **RFID** (etiqueta electrónica de identificación por radiofrecuencia), que se lee mediante un lector de proximidad simplemente estando cerca del producto, de una manera más rápida que mediante un lector de código de barras.



Datáfono conectado al TPV

El **datáfono** permite que los clientes paguen mediante tarjeta de crédito (la mayoría ya lo hacen siempre así) y se pueden anotar como tales estos pagos en la aplicación de gestión. Cuando se integra el datáfono con el TPV se optimiza aún más el proceso, pues la aplicación de gestión incorpora automáticamente estos pagos con tarjeta, se evitan errores y se ahorra un poco más de trabajo.



El manejo de un datáfono es sencillo, puesto que básicamente se trata de pasar o introducir la tarjeta en el dispositivo, indicar la cantidad con el teclado y enviar la compra al banco mediante una tecla.

GESTIÓN EXTERNA

Las TIC pueden liberar al empresario de gran parte de la sobrecarga de gestión en las **relaciones de la empresa con entidades externas**, fundamentalmente los bancos y la administración (ayuntamiento, hacienda, seguridad social, etc.), así como con la gestoría en la que se delega parte de este tipo de relaciones y gestiones.



La ayuda más elemental es la de la ofimática (para confeccionar documentación), y la que proporciona el correo electrónico, que permite comunicarse con estas instituciones si necesidad de desplazamientos.

Por ejemplo, es un mecanismo más rápido de envío y de recepción de documentación con la gestoría (siempre cifrando los datos personales si son de un nivel de protección especial como los de salud).

También pueden consultarse páginas web para acceder a información necesaria (como trámites administrativos) sin necesidad de perder el tiempo en desplazamientos.

Banca electrónica

En la gestión del negocio, tradicionalmente se perdía mucho tiempo acercándose a la oficina del banco, por ejemplo para comprobar si se había recibido ya ingresos pendientes de los clientes o comprobar cargos en la cuenta (recibos de alquiler, luz, etc.)

Mediante el servicio de **Banca Electrónica** que todos los bancos ofrecen, se pueden realizar desde el ordenador de la oficina estas mismas operaciones y muchas otras, como pagar recibos y tributos, y además en cualquier horario que sea conveniente y de manera segura gracias a los sistemas de seguridad existentes (contraseñas, tarjetas de claves, etc.).

Manejar un sistema de banca electrónica requiere conocer mínimamente la operativa que permite realizar y cómo acceder a la misma. Al tratarse de servicios accedidos por Internet, el nivel necesario no supera el de un usuario habitual de la informática y la navegación por Internet.



Banca electrónica

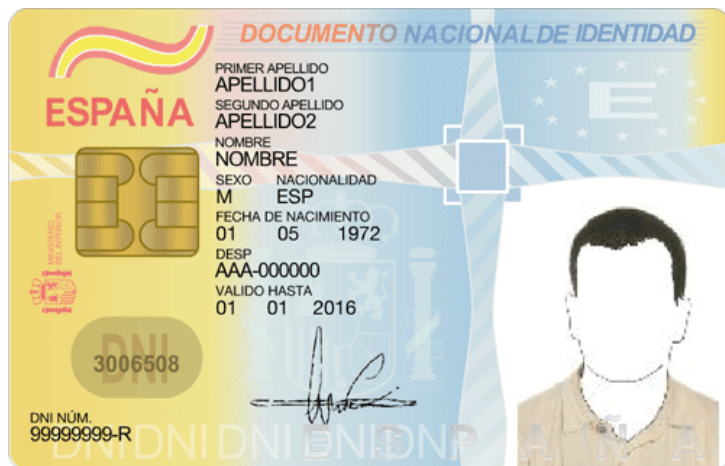
Acceso con claves	Acceso con DNI-e
Código de usuario: <input type="text"/>	 Más información Dni-e
Contraseña: <input type="password"/>	
Acceso directo a: menú principal <input type="button" value="v"/>	
<input type="button" value="Aceptar"/>	
	Acceso directo a: menú principal <input type="button" value="v"/>
	<input type="button" value="Aceptar"/>

Certificado digital

De manera parecida a las posibilidades de la banca electrónica, puede utilizarse un **certificado digital** para poder relacionarse con la administración telemáticamente sin desplazamientos en persona.

Para los empresarios autónomos, con su **DNI electrónico** ya disponen de un certificado de este estilo. Las empresas pueden solicitarlo, por ejemplo en la Agencia Tributaria.

Este certificado permite que se identifiquen digitalmente y realizar multitud de trámites a distancia.



En la Agencia Tributaria (pago de tributos, etc.), en la Seguridad Social (alta de trabajadores, etc.), en ayuntamientos y en la administración en general cada vez hay más gestiones que se pueden realizar de manera telemática.

Para utilizar estos servicios debe conocerse la operativa a nivel de usuario de cada trámite telemático, y las funciones de un certificado digital (autenticación, firma electrónica). También se necesitan unos conocimientos medios de informática para instalar los programas que permiten utilizar los certificados digitales en los navegadores web para acceder a los trámites telemáticos.

PUBLICIDAD, IMAGEN

Una de las áreas en las que más impacto tienen las TIC, especialmente con el crecimiento del uso de redes sociales y de internet en general, es el de la publicidad del negocio y de la imagen externa del mismo.

Mailing y avisos a clientes y bases de datos

Un mecanismo básico de publicidad del negocio es el envío de cartas a los clientes con información de interés (**mailing**). El uso de ofimática para confeccionar e imprimir las cartas es habitual, así como la confección de una **base de datos de clientes** que permite generar automáticamente las cartas personalizadas con los datos del cliente y las etiquetas para imprimir.



Actualmente, la mayoría de los clientes disponen de correo electrónico, por lo que el ahorro de costes y tiempo es importante si se sustituye el envío de cartas en papel por el envío de mensajes de correo electrónico con la misma información. Si en lugar de una base de datos de clientes “manual” se dispone ya de una aplicación de gestión integrada, habitualmente ya incluyen opciones para realizar los *mailings* por correo electrónico de forma automática, o enviar **avisos** a los clientes en general.

Página web básica

Hoy en día es indispensable figurar en Internet. Disponer de una página web para una empresa del sector del comercio minorista es casi tan necesario como tener un teléfono y salir en la guía y en las páginas amarillas. Cada vez más potenciales clientes buscan servicios de este estilo a través de un buscador de Internet.

Por ejemplo, una persona que tenga que imprimir y encuadernar con urgencia unos informes, normalmente ya no irá a las páginas amarillas en papel buscando papelerías para luego tener que ubicar cada una de ellas dentro de la ciudad y considerar si se puede desplazar hasta su ubicación o no.



En su lugar probablemente acudirá a un buscador de Internet para localizar empresas de papelería o reprografía que le puedan proporcionar ese servicio cerca de su ubicación actual, y esperará además ver colocada en un mapa la ubicación de la papelería en cuestión.

Es crucial, por tanto, aparecer en Internet para que el cliente tenga en cuenta al servicio.

No hace falta gastarse mucho. Por poco dinero se puede encargar una página web estática básica. El contenido es fijo, y debe incluir como mínimo la información de contacto (dirección, teléfono y correo electrónico), el horario, la localización mediante un mapa, un formulario de contacto/sugerencias y alguna información de interés acerca del servicio (por ejemplo, productos que vende). Previamente debe contratarse el nombre de dominio (por ejemplo www.comercioejemplo.es) para identificar la página en la red.

A partir de ese momento, existe la posibilidad de recibir muchas peticiones de información y llamadas de clientes que hayan llegado a la página a través de **buscadores** de Internet. Es importante la **usabilidad** de la página (facilidad de utilización), así como la **accesibilidad** (posibilidad de uso por parte de personas con alguna discapacidad, por ejemplo ciegos).

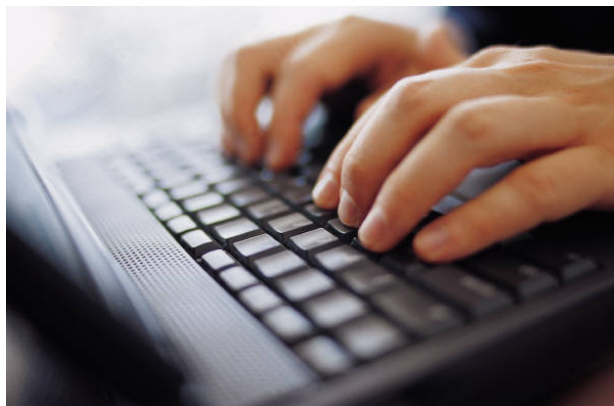
Un usuario con conocimientos elementales o medios de informática podría crear una página web de manera sencilla a través de numerosos sistemas basados en plantillas. Sin embargo es habitual contratarlo con una empresa especializada a la vez que el dominio y el espacio de alojamiento de la página.

Página web actualizable

La página web estática tiene el inconveniente de que cuando quiere hacer un cambio en la página (incluir alguna novedad legislativa, o actualizar alguna foto), tiene que hacerse a través de la empresa especializada, pues normalmente no se tienen los conocimientos para hacerlo uno mismo.

Puede contratarse una página **web actualizable o dinámica**, que dispone de un **gestor de contenidos** que permite modificar el contenido de la página directamente. Por ejemplo actualizar los horarios del comercio, nuevos productos ofrecidos, nuevas fotos de las instalaciones, etc.

El nivel de formación necesario para actualizar una página web a través de un gestor de contenidos es equivalente al que tiene un usuario habitual de Internet.



Posicionamiento en buscadores

Puesto que en Internet hay una ingente cantidad de páginas, los usuarios las encuentran por medio de unos servicios denominados **buscadores**. Los buscadores se basan en el contenido de texto de las páginas para “indexarlas” y ofrecer enlaces a las mismas cuando un usuario introduce unos **términos de búsqueda** que encajen bien con el contenido de texto en la página.

Es importante optimizar el contenido de la página para que salga en los primeros resultados de los buscadores, o los usuarios es difícil que la encuentren por su cuenta. Esto se conoce como posicionamiento, y existen especialistas en las empresas de desarrollo web que realizan esta **optimización para buscadores**.



Aunque existen ciertas nociones elementales que permiten mejorar la posición de una página, para optimizar páginas para buscadores es necesario tener conocimientos relativamente avanzados del funcionamiento interno de los buscadores (algoritmos de indexación), por lo que lo habitual es delegarlo en una empresa especializada.

Cartelería Digital

La cartelería digital consiste en utilizar pantallas conectadas a un ordenador para ofrecer información. Habitualmente se emplean para anunciar, por ejemplo ofertas concretas a los clientes de un comercio de aquellos productos que interesa destacar dentro del interior del comercio. También pueden utilizarse como parte del escaparate, lo que permite mostrar más información de la que cabría con carteles físicos. Al ser un medio más dinámico y que permite efectos visuales más atractivos, el impacto del mensaje es mayor que el que se obtendría mediante carteles estáticos tradicionales.



Hay sistemas específicos de gestión de este tipo de cartelería que permiten controlar parámetros de distribución y gestión para gran número de pantallas. En cualquier caso, puede hacerse cartelería digital de manera más modesta, pero sencilla y barata simplemente conectando un PC a una pantalla de TV haciendo que muestre una presentación de diapositivas con la información que interese. Una versión más sencilla incluso sería la presentación de imágenes digitales (en tarjeta o USB) mediante un marco de fotos digital (pequeño formato), o en pantallas de TV que permiten mostrar fotos digitales.

COMERCIO ELECTRÓNICO

El comercio electrónico consiste en el establecimiento de relaciones comerciales a través de Internet, por ejemplo la adquisición de productos.

Comercio Electrónico básico por correo electrónico

La forma más elemental de **comercio electrónico** es recibir pedidos de los clientes (por ejemplo encargos para imprimir y encuadernar, solicitud de productos, etc.) a través del correo electrónico o el formulario de contacto de la página web.

Contactar

Puede enviar un mensaje usando el formulario de contacto de abajo.

Su nombre: *

Su dirección de correo-e: *

Asunto: *

Mensaje: *

Tienda Virtual

Una forma más avanzada de comercio electrónico es el establecimiento de una **Tienda Virtual** en Internet (Tienda Web, Tienda *online*).

Una tienda virtual básicamente es un sitio web en el que existe un catálogo de productos, un sistema para explorar navegando por el catálogo (suele haber un sistema de búsqueda directa), la posibilidad de seleccionar productos para su compra (se añaden a un “carrito”

virtual), y un procedimiento para el pago de los productos (normalmente mediante tarjeta bancaria).

El comercio minorista es un sector que se presta al establecimiento de tiendas virtuales, pues básicamente son una extensión de la tienda física al mundo virtual de Internet. Algunos comercios directamente existen solo como tiendas virtuales sin tener establecimiento físico.



De esta manera el número de potenciales clientes se amplía mucho, puesto que no está limitado a los residentes en la cercanía física del establecimiento. Sin embargo, hay que tener en cuenta también que hay más competencia con establecimientos virtuales de todo el mundo. Por otro lado, hay que tener en cuenta los costes asociados de logística, gastos de envío, gestión de las devoluciones, etc. que lleva aparejada una tienda virtual.

FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES

Internet puede aprovecharse para establecer una buena relación con los clientes, mejorando la comunicación con los mismos (“hablar” y “escuchar” al cliente).

Blogs temáticos

Un primer mecanismo de relación con los clientes se establece a través de la página web. Es muy importante que la página sea atractiva para motivar a los clientes a visitarla. Debe actualizarse de forma periódica la información (siempre que aporte algo de valor para el cliente), y puede complementarse con mecanismos como la inclusión de blogs temáticos. Un **blog temático** es un diario digital especializado en el que se pueden registrar artículos de un tema relacionado con el negocio.

Es posible que el blog atraiga visitas a la página (a través de buscadores) que pueden convertirse luego en clientes y en general hace atractiva su visita periódica.

La creación de un blog está al alcance de cualquier usuario de Internet.



Redes sociales

Muchos clientes son ya usuarios de **redes sociales** (como facebook, tuenti y otras) y se comunican y reciben información a través de ellas. Las redes sociales son una plataforma muy importante para la **imagen del negocio**, construir una buena **relación con sus clientes**, proporcionarles y recibir información y **fidelizarlos**. Es conveniente crear un **perfil** para el establecimiento de enseñanza en alguna de las redes más populares.

Tiene que dedicarse un tiempo a atender este nuevo canal de comunicación, por ejemplo publicando información periódicamente sobre ofertas y promociones de descuento, características de nuevos productos que se incorporan a las existencias, etc.



Además de otro escaparate en el que mostrar el negocio, los clientes pueden hacerse “amigos”, y comentar la atención recibida, o hacer preguntas y sugerencias que deben contestarse de manera puntual.

Este tipo de servicio también está al alcance de cualquier usuario medio de Internet, aunque requiere estar familiarizado con la utilización de la red social en cuestión (por ejemplo, siendo usuario activo de la misma).

ASPECTOS TRANSVERSALES

LOPD, LSSI

Al tratarse datos personales de clientes, es necesario cumplir con los requisitos que impone la **LOPD** (Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal). Esta ley impone una serie de obligaciones legales a las empresas y entidades que incluyan datos de cualquier persona física: clientes, proveedores, trabajadores, usuarios de servicios, vendedores, etc. No es tampoco dificultoso cumplir con la **LSSI** (Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico) que también afecta en el caso de disponer de una página web y/o realizar comercio electrónico. Esta legislación busca que el comercio electrónico sea más seguro regulando derechos y deberes de los prestadores de servicios (WEB comerciales) y de los usuarios.

Aunque muchas de las cuestiones que requiere la legislación pueden abordarse autónomamente, normalmente se delega en empresas externas, especialmente en el caso en que la situación es algo más compleja (por ejemplo una página web que realice comercio electrónico).

L.O.P.D. L.S.S.I.

Seguridad de los dispositivos y copias de seguridad

El negocio cada vez dependerá más del buen funcionamiento de los dispositivos y servicios TIC que se utilizan. Es conveniente seguir las recomendaciones de **seguridad informática** habituales para los ordenadores, y tener instalados **antivirus** y “**cortafuegos**”, por supuesto actualizados (así como el sistema operativo).

Para evitar problemas de pérdida de datos por cortes o fluctuaciones en la electricidad, los dispositivos conectados tienen que conectarse a un **SAI** (Sistema de Alimentación Ininterrumpida) que garantiza unos minutos de funcionamiento en caso de corte para hacer el cierre de los ordenadores correctamente.

De todas maneras, y para no tentar la suerte (siempre puede estropearse un disco o el ordenador), debe hacerse **diariamente copia de seguridad** de todos los datos almacenados en los ordenadores (tanto de la aplicación de gestión como los documentos creados por la empresa). Una posibilidad es usar un **disco duro externo**, aunque también podría hacerse en un **disco de red** (en la “nube”), o en un servidor externo (por ejemplo de la empresa que haya instalado la aplicación de gestión).

Los conocimientos necesarios para aplicar estas medidas están al alcance de un usuario básico/medio de la informática.



APLICACIONES MÓVILES

Un recurso TIC adicional relativamente fácil de aplicar en la actualidad es el de las **aplicaciones móviles**.

Se trata de utilizar dispositivos de **computación móvil** que no tienen que estar fijados en un punto determinado. Inicialmente se tenían los ordenadores portátiles, pero hoy en día el abanico de estos dispositivos es muy grande, encontrándose aparatos muy asequibles (a partir de 100 euros) y de diferentes tamaños de pantalla y posibilidades de manejo: **ordenadores portátiles** de pantalla grande, **miniportátiles** (*netbooks*), **PDA** (ordenadores de mano), **tabletas táctiles** y los ubicuos **teléfonos inteligentes** (*smartphones*).



La mayor versatilidad se tiene cuando el dispositivo se puede conectar inalámbricamente a una red, típicamente a la red Internet mediante una conexión por tarjeta de teléfono móvil (también podría ser internamente dentro de una red local de una oficina). Esto abre la puerta a aplicaciones móviles adicionales, puesto que el dispositivo portátil puede conectarse al servidor corporativo y en esencia actuar como un ordenador más funcionando con la aplicación de gestión empresarial.



Así, podemos tener aplicaciones de telecomanda, en las que con un ordenador de mano se toman comandas en un restaurante que se reflejan directamente en la aplicación de gestión, o extensiones de la aplicación de gestión integral que permiten acceder a la misma en tiempo real desde la ubicación del cliente (toma directa de pedidos, realización directa de presupuestos, consulta general en directo de la aplicación de gestión, etc.), o incluso aprovechar el GPS interno de los económicos teléfonos inteligentes para controlar en tiempo real la ubicación de una flota de vehículos.

También pueden utilizarse estos dispositivos como ordenadores personales para el manejo de Internet, pudiendo acceder en cualquier momento y lugar al correo electrónico y agenda, la navegación y consulta web, banca y administración electrónica y a cualquier otro servicio de Internet en general.



El nivel necesario para utilizar estos recursos móviles es en esencia igual al que se necesitaría para utilizar los recursos equivalentes en ordenadores fijos.

OTRAS POSIBILIDADES DE LAS TIC

En relativamente poco tiempo puede pasarse de no usar ni siquiera un ordenador en el negocio a beneficiarse de muchas posibilidades que proporcionan las TIC.

Sin embargo quedan existen también muchas otras soluciones que se podrían aplicar en el negocio, como instalar un sistema de **alarma y videovigilancia** a través de Internet, utilizar un **teléfono móvil inteligente** para usar el correo electrónico y acceder a Internet en general, ofrecer **WiFi** a los clientes mientras esperan por una reparación o a que se les atienda en general, instalar aparatos de diagnóstico de vehículos (**bancos de pruebas**) conectados al historial del vehículo, profundizar en la **publicidad por Internet**, usar **alertas en buscadores y redes sociales**, o...



CASO DE APLICACIÓN

Elisa tiene una pequeña tienda de moda que atiende en exclusiva, abierta en un pequeño local con una trastienda/almacén también pequeña. Tiene prendas de diseño exclusivo que diseña ella y una selección de prendas de marcas difíciles de encontrar en la ciudad y en el país.



Por el tipo de prendas y siendo la tienda joven, no tiene muchas ventas y maneja muy pocas referencias de prendas, así que se arregla perfectamente gestionándolo todo mediante hojas de cálculo en el ordenador de la oficina (a partir de 300 euros). Lleva el control de las existencias en el almacén etiquetando a mano cada una de las prendas y anotándolo en una hoja de cálculo. Da los tickets para los clientes mediante una caja registradora tradicional, y si un cliente le pide factura, la crea mediante una hoja de cálculo. También gestiona así el control de los movimientos bancarios (pagos que le hacen por transferencia, domiciliación del alquiler y la luz, transferencias a proveedores, etc.) a los que accede con el servicio de banca electrónica de su entidad bancaria. El resto de obligaciones empresariales las tiene delegadas en una gestoría con la que se comunica fundamentalmente por correo electrónico.

Desde el primer momento tuvo claro que la presencia en Internet era importante, y más en el caso de una tienda de moda, así que incluso antes de abrir la tienda ya tenía preparada una vistosa página web actualizable, en la que inicialmente además de los datos de contacto habituales, incluyó una muestra de sus diseños y de las prendas de las marcas que distribuye.



A través del formulario de contacto recibe algunos pedidos que envía por correo y cobra mediante transferencia bancaria.

La tienda tiene cada vez más éxito y además de más clientes y ventas, empieza a manejar más referencias y alquila un local cercano para almacén. Le lleva cada vez más tiempo la gestión con hojas de cálculo y la gestión manual de la caja le da cada vez más lata, así que decide comprar una aplicación de gestión para tiendas de ropa relativamente básica (a partir de 300 euros), junto con un TPV con impresora de tickets y lector de código de barras (a partir de 600 euros), conectado en red al ordenador de la oficina.

Aunque básica, la aplicación le permite gestionar todo lo que antes le daba tanto trabajo de una manera más rápida. Además tiene muchas otras funciones que la ayudan mucho.

Por ejemplo usa constantemente la función de generación de etiquetas con identificación de código de barras para etiquetar la nueva mercancía que le entra en el almacén. El control que tiene del almacén es mucho más exacto, y se evita muchos viajes que hacía antes para comprobar si verdaderamente tenía en el almacén la prenda que le solicitaban (lo que tenía anotado en la hoja no se correspondía con la cantidad en el almacén).



La tienda física marcha bastante bien, pero Elisa sabe que sobre todo las prendas que ella diseña en exclusiva podrían tener una mayor difusión y demanda que la que pasa localmente por la tienda. Así que decide abrir una tienda virtual para vender por Internet sus diseños y algunas referencias de las marcas que distribuye (aquellas que son más exclusivas, difíciles de encontrar en España, y que además le dejan más margen).

Tiene ya pensado los costes y los procedimientos para gestionar el asunto logístico de envío de los pedidos, gestión de devoluciones, etc., además de los condicionantes legales (LOPD, LSSI y leyes de comercio minorista).



Contrata pues el desarrollo de la tienda virtual, como una extensión conectada a la base de datos de la aplicación de gestión (precios variados, a partir de 600 euros). El posicionamiento en los buscadores es importante para que los clientes puedan encontrar la tienda en Internet, y contrata un paquete de posicionamiento en buscadores (a partir de 300 euros).

Aunque de momento la tienda física sigue siendo la principal fuente de ventas para Elisa, las ventas a través de la tienda virtual cada vez suponen un porcentaje mayor de su facturación. Elisa vende sus prendas de diseño propio a personas de toda España y ha llegado a servir alguna a otros países de Europa.

Con una inversión relativamente modesta, Elisa ha conseguido aprovechar las TIC para mejorar la eficiencia en la gestión de su negocio y aprovecharlas para incrementar sus ventas. Sin embargo, Elisa sabe que debe seguir al día, y conocer otras posibilidades de las TIC para evaluar si le interesa introducirlas posteriormente. Por ejemplo, ya ha abierto una página en una red social para el negocio, que atiende todos los días colocando novedades y contestando rápidamente a los mensajes que colocan los usuarios. Está pensando en investigar las posibilidades de colocar publicidad en los buscadores para atraer más ventas a su tienda virtual (y también a su tienda física).

FORMACIÓN

Además de alcanzar una buena comprensión de las posibilidades de aplicación de las TIC en la empresa, siempre es necesaria una formación adecuada para sacarles mayor rendimiento. El proyecto ofrece consultoría, asesoramiento y apoyo individualizados para la implantación de mejoras TIC.

ANEXO

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN

El siguiente cuestionario permite evaluar de manera genérica el nivel de utilización de las TIC en el negocio, y propone la implantación de una serie de soluciones TIC típicas para el nivel alcanzado.

1. Infraestructura TIC
 - a) Ninguna
 - b) Ordenador sin conexión a Internet
 - c) Ordenador / TPV con conexión a Internet
 - d) Varios ordenadores / TPV con conexión a Internet

2. Uso del Correo electrónico
 - a) No se utiliza
 - b) Comunicación con proveedores o clientes (información)
 - c) Además con clientes y elementos externos (sugerencias, información, gestión, etc.)
 - d) Además recepción de pedidos de clientes (reservas, pedidos, etc.)

3. Uso de Navegación web
 - a) No se utiliza
 - b) Para buscar información en general
 - c) Además para buscar información de productos y proveedores
 - d) Además para hacer vigilancia tecnológica (novedades del sector, estudio de la competencia, etc.)

4. Uso de Certificados digitales
 - a) No se utiliza
 - b) Banca Electrónica
 - c) Además relaciones con la administración (Seguridad Social, Agencia Tributaria, etc.)
 - d) Además Factura electrónica / Compra por Internet

5. Uso de sistemas de gestión empresarial por ordenador
 - a) No se utiliza
 - b) Aplicaciones de ofimática (hoja de cálculo para facturación, base de datos de clientes, etc.)
 - c) Aplicación sectorial / TPV usando funcionalidades básicas
 - d) Aplicación sectorial / TPV con funcionalidades avanzadas

6. Uso de Página web
 - a) No tiene
 - b) Página web básica (datos esenciales de la empresa)
 - c) Página web completa (catálogo, información adicional)
 - d) Página web actualizable por el empresario (ofertas, información periódica, etc.)

7. Fidelización de los clientes por Internet
 - a) No tiene
 - b) Básica, contacto por email / formulario de contacto
 - c) Además incluye elementos de valor añadido para el cliente (blog, información actualizada periódicamente, ofertas, concursos, etc.)
 - d) Además utiliza redes sociales como Facebook, tuenti o Twitter

8. Medidas de Seguridad informática: Actualizaciones periódicas del Sistema Operativo, Copias de seguridad, Antivirus, Cortafuegos
- a) No utiliza
 - b) Utiliza al menos dos de los 4 elementos
 - c) Utiliza al menos tres de los 4 elementos
 - d) Utiliza todas las medidas de Seguridad informática
9. Cumplimiento con legislación TIC: LOPD (Ley Orgánica de Protección de Datos) y LSSI (Ley de Servicios de la Sociedad de la Información)
- a) No
 - b) Solo LOPD o LSSI
 - c) Ambas, pero de manera incompleta (ej: declara ficheros de datos pero no sigue fielmente el reglamento de la LOPD)
 - d) Ambas de manera completa
10. Usos TIC complementarios más avanzados: Internet en teléfono inteligente, red WiFi, videovigilancia por Internet, cartelería digital, posicionamiento en buscadores, publicidad por Internet, etc.
- a) Ninguno
 - b) Entre 0 y 2
 - c) Entre 2 y 4
 - d) Más de 4

Resultados del cuestionario. Nivel TIC

Anótese 0 puntos por cada respuesta a), 1 punto por cada respuesta b), 2 puntos por cada respuesta c) y 3 puntos por cada respuesta d)

- **Nivel Escaso. Entre 0 y 9 puntos**

El nivel de utilización de las TIC es escaso. Considere la posibilidad de adquirir un ordenador y una conexión a Internet y comenzar a utilizar las TIC de una forma básica a nivel de usuario: Utilización del correo electrónico para comunicarse con proveedores y clientes; Navegación web para búsqueda de información de interés para el negocio; Uso de herramientas ofimáticas para llevar un control básico de facturación, clientes, etc.; Cumpla con la LOPD.

- **Nivel Medio. Entre 10 y 20 puntos**

El nivel de utilización de las TIC es medio. Si aún no se dispone de ello, instale una aplicación de gestión empresarial / TPV. Utilice el correo electrónico para recibir pedidos de los clientes. Desarrolle una página web básica con información general sobre el negocio y evolucionela hacia una página web más completa incluyendo información de interés para los usuarios, como un blog temático. Utilice los servicios de banca y administración electrónica para agilizar trámites, y realice tareas más avanzadas en la web, como búsqueda de productos y proveedores, y adquisición de productos y servicios en Internet. Cumpla con la LOPD y la LSSI.

- **Nivel Avanzado. Entre 21 y 30 puntos**

El nivel de utilización de las TIC es avanzado. Evolucione la página web para que sea actualizable si aún no se dispone de esa opción; Instale un servicio de WiFi para clientes, y considere crear un perfil en una red social para mejorar la relación con los clientes; Añada módulos avanzados a su aplicación de gestión/TPV para que el sistema le ayude a gestionar más funciones del negocio; Explore la posibilidad de introducir algunas soluciones TIC adicionales que aún no use, como mejorar la presencia web (posicionamiento en buscadores, publicidad web), cartelería digital o videovigilancia. Cumpla con la LOPD y la LSSI.

ANEXO.

GLOSARIO TIC

Accesibilidad: Propiedad por la cual la información contenida en una página web es accesible para personas con distintas discapacidades (por ejemplo visuales).

Alertas en buscadores: Mecanismos que avisan al usuario cuando los términos de interés que este define aparecen en nuevas páginas web, redes sociales, etc.

Ancho de banda: Medida de la cantidad de información que puede pasar por una vía, expresada en bits/segundo (o algún múltiplo).

Antivirus: Medida de seguridad informática para detectar y bloquear la intrusión de virus informáticos (programas con fines destructivos o delictivos) en los ordenadores.

Aplicación de gestión integrada: Aplicación informática que implementa las tareas habituales de gestión administrativa de una empresa: facturación, ventas, etc. Existen versiones especializadas que tienen en cuenta las características específicas de cada sector concreto.

Banca electrónica: Banca a la que se puede acceder a través de Internet y que implementa mecanismos de seguridad para los usuarios. Pueden ser entidades con sucursales físicas o que sólo operan por Internet o, a veces también teléfono.

Banda ancha: Técnica para transmitir una gran cantidad de datos, como voz y video, a alta velocidad.

Base de datos: Es un conjunto de datos pertenecientes a un mismo contexto y almacenados sistemáticamente para su posterior uso.

Bit (Binary digiT): La unidad más pequeña de información utilizada en un sistema de numeración binario. Un bit sólo puede ser cero o uno.

Blog: Un blog, o en español también una bitácora, es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.

Blog temático: Un blog especializado en una temática concreta que se puede utilizar para atraer y fidelizar a los visitantes de la página web de una empresa.

Buscador: Servicio web de Internet que permite localizar páginas web a través de unos términos de búsqueda con base en el contenido de las mismas.

Cartelería digital: Es un medio de comunicación de nueva generación basado en el empleo de pantallas electrónicas conectadas mediante redes informáticas, que tiene como finalidad transmitir el mensaje adecuado a un público buscado en el momento y lugar deseados.

Certificado Digital: Es un pequeño archivo o elemento de código. Anexo a un mensaje electrónico se usa con fines de seguridad. El uso más común es asegurar que una persona o empresa que envía un email es realmente quien dice ser. También se usa para describir el servicio de certificados en línea, en los que una empresa certificadora garantiza a otra en términos de seguridad, confiabilidad, privacidad en el uso de la información, entre otros. Además, usados en servidores, permiten identificar de manera segura a un servidor, dándole la posibilidad de transmitir datos seguros encriptados, para que no puedan ser interceptados y utilizados de manera inadecuada.

CD-ROM (Compact Disc Read-Only Memory): Tecnología de almacenamiento óptico sólo de lectura, utilizada por los discos compactos.

Código de barras: Representación de datos impresos, consistente en líneas que pueden identificarse con un lector óptico.

Copia de seguridad: Es la copia total o parcial de información importante del disco duro, CDs, bases de datos u otro medio de almacenamiento. Esta copia de respaldo debe ser guardada en algún otro sistema de almacenamiento masivo, como ser discos duros, CDs, DVDs o cintas magnéticas (DDS, Travan, AIT, SLR, DLT y VXA). Se utiliza para tener una o más copias de información considerada importante y así poder recuperarla en el caso de pérdida de la copia original.

Correo electrónico: Servicio de intercambio de mensajes entre usuarios, que puede incluir texto y elementos multimedia.

Cortafuegos: Medida de seguridad informática para evitar el acceso no autorizado a un ordenador a través de la red.

Chat: charla. Servicio de Internet que permite a dos o más usuarios conversar conectados a Internet mediante el teclado.

TPV (Terminal Punto de Venta) y **Datáfono**:. Ordenador especializado (habitualmente táctil) utilizado para realizar el cobro por las ventas de sus productos, que además permite al comprador el uso de tarjetas de pago a través de un dispositivo denominado datáfono.

Dirección IP: Dirección de una máquina en Internet expresada en números. Es única a nivel mundial. En su versión IPv4 (la más común todavía), la forman 4 conjuntos de números binarios, o su representación decimal (ej. 212.15.82.22)

Disco de Red / Almacenamiento en la “nube”: Espacio de almacenamiento que está disponible en un servidor externo o de Internet, en lugar de en un disco duro interno del ordenador.

Disco Duro Externo (portátil): Dispositivo portátil que contiene un disco duro y que puede conectarse a cualquier ordenador (normalmente mediante una conexión USB).

Dominio: Nombre que se ha registrado en internet a través de por ejemplo: Network Solutions o Register.com. También conocido como URL.

DNI electrónico: Formato actual del DNI que almacena internamente un certificado digital asociado al titular del DNI, que le permite identificarse electrónicamente.

E-mail: se trata de una de las palabras más extendidas en el ámbito tecnológico. Es el sistema de mensajería electrónica o correo electrónico, que paulatinamente ha empezado a reemplazar el tradicional sistema de correo. Para hacer sus envíos este sistema usa Internet y equipos informáticos, gracias a los cuales tiene un alcance mundial. Existe una variada oferta de "casillas electrónicas", que varían según los proveedores y servicios que estos prestan. En general, se distinguen los sistemas de pago y los que son gratuitos.

E-commerce (Comercio electrónico): Es el tipo de transacción económica -compra y venta- que se realiza a través de sistemas electrónicos. Una empresa, comúnmente presente en la red, vende productos o servicios a través de Internet. Allí llega el comprador que suele pagar con tarjeta de crédito un producto que en un plazo acordado recibirá en la puerta de su casa.

Factura electrónica: La factura electrónica es un equivalente funcional de la factura en papel y consiste en la transmisión de las facturas o documentos análogos entre emisor y receptor por medios electrónicos (ficheros informáticos) y telemáticos (de un ordenador a otro) firmados digitalmente con certificados reconocidos.

Foro (Internet): Los foros en Internet son también conocidos como foros de mensajes, de opinión o foros de discusión y son una aplicación web que le da soporte a discusiones u opiniones en línea.

Hardware: Los componentes físicos de la computadora, así como sus periféricos.

Hoja de cálculo: Aplicación de ofimática que permite realizar operaciones aritméticas con datos organizados en forma de filas y columnas.

HTML (HyperText Markup Language): Lenguaje de composición de páginas de hipertexto para la WWW.

http (HiperText Transfer Protocol). Protocolo de transporte de hipertexto. Es el protocolo que permite navegar por la WWW.

Hosting (Alojamiento u Hospedaje) Sitio que un proveedor de Internet ofrece en sus servidores para que un individuo u organización aloje su sitio web.

Internet: Red mundial a la que se pueden interconectar ordenadores sobre la cual pueden funcionar muchos servicios como el correo electrónico, páginas web, etc.

LAN (Local Area Network): Red de área local. Es la forma en la cual se interconectan computadoras ubicadas en un mismo lugar a través de un cable de red.

Login: Acción de conectarse a un sistema ingresando un nombre de usuario y una contraseña.

LOPD (Ley Orgánica de Protección de Datos): Ley que regula el tratamiento de los datos de carácter personal: derechos de los ciudadanos que aportan esos datos y las obligaciones de los que los tratan.

LSSI (Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico): Ley que regula el comercio electrónico y otros servicios de Internet cuando son parte de una actividad económica.

Multimedia: Forma de presentar información a través de una computadora, usando texto, gráficos, sonido o video.

Navegación web: Proceso mediante el cual se visualiza una página web y se va accediendo a otras páginas mediante los enlaces de hipertexto que contiene (enlaces a otras páginas).

Ofimática: Se llaman herramientas ofimáticas al equipamiento software usado para idear y crear, coleccionar, almacenar, manipular y transmitir digitalmente la información necesaria en una oficina, para realizar tareas y lograr objetivos básicos.

Página web / Sitio web: Fichero con información codificada en HTML, que además de la información propiamente dicha, contiene enlaces de hipertexto a otras páginas web. A veces el término se usa como referencia a sitio web, que organiza un conjunto de páginas web relacionadas bajo una dirección de acceso común.

Página web básica (estática): Página web que no ofrece mecanismos para ser modificada por un usuario sin conocimientos técnicos del formato HTML.

Página web actualizable (dinámica): Página web que ofrece mecanismos para ser modificada por un usuario sin conocimientos técnicos del formato HTML (disponen de un gestor del contenido de la página).

Password: Contraseña utilizada para ingresar en una red o en un sistema de manera segura.

PDA (Personal Digital Assistant): Asistente Digital Personal. Pequeña computadora portátil (ordenador de mano) cuya principal característica es que posee una pantalla sensible al tacto, que permite ingresar información directamente a través de ella.

Procesador de textos: Aplicación de ofimática que permite crear documentos basados fundamentalmente en texto.

Posicionamiento en buscadores: Técnicas para incluir y organizar el contenido de una página web para mejorar la posición en la que aparece en los resultados de los buscadores.

Protocolo: Definición del sistema de comunicación de una computadora. Acuerdo entre diferentes sistemas para trabajar conjuntamente bajo un estándar común. Conjunto de normas que permiten estandarizar un procedimiento repetitivo.

Red: Interconexión de una o más computadoras a través de hardware y software.

Red local: Red que conecta ordenadores situados en una distancia relativamente cercana, como una oficina.

Redes sociales: Servicio web de Internet que da soporte a estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos.

SAI: (Sistema de alimentación ininterrumpida) Es un dispositivo que permite dar suministro eléctrico a uno o varios equipos cuando no hay corriente eléctrica. Así mismo, los puede proteger de sobretensiones.

Seguridad informática: Conjunto de medidas tendentes a mantener un funcionamiento confidencial y adecuado de los sistemas informáticos.

Servidor: Computadora o programa que proporciona recursos en una red dando información a los clientes.

Software / Aplicación informática: Programas escritos en un lenguaje que la computadora entiende y puede ejecutar para realizar una tarea.

Telecomanda: Sistema que mediante una PDA permite enviar inalámbricamente a distancia pedidos (comandas) a una aplicación de gestión o TPV.

Teléfono inteligente: Se suele definir así a todo teléfono móvil que no solo sirve para llamar por teléfono y mandar mensajes o hacer fotos simples, sino que además de todo eso, ofrecen muchas otras funcionalidades, tanto en el lado hardware como en el lado del software del teléfono móvil.

Terminal: Dispositivo en un sistema o red de comunicación en el cual los datos pueden ingresarse o salir, pero no procesarse.

Terminal inteligente: Es una terminal con capacidad de procesamiento en sí misma.

TIC (Tecnologías de la Informática y las Comunicaciones): Tecnologías que proporcionan servicios que se basan en la utilización de ordenadores conectados a una red de comunicaciones (como Internet).

Tienda virtual: Se refiere a un comercio convencional que usa como medio principal para realizar sus transacciones un sitio web de Internet.

URL (Uniform Resource Locator). Localizador uniforme de recursos. Estándar que especifica un tipo de servicio en Internet, así como la localización exacta del archivo correspondiente. Dirección de un sitio web, universal y único a nivel mundial.

Usabilidad: Propiedad que indica la facilidad de uso de una página web.

Videovigilancia: La videovigilancia consiste en instalar cámaras de vídeo que son grabadas en un grabador digital y que pueden ser vistas en un monitor central. Las imágenes podrían enviarse a través de Internet y visualizarse así de manera remota.

WIFI: Es un mecanismo de conexión de dispositivos electrónicos de forma inalámbrica.

PARA MÁS INFORMACIÓN

Área de Desarrollo Empresarial – Proyecto Urban Oviedo

Teléfono: 985 20 75 75 (ext. 207)

Email: rsuarez@camara-ovi.es

Cámara de Comercio de Oviedo

www.oviedourban.es

www.camara-ovi.es

UO

PLAN
urbanoviedo



AYUNTAMIENTO DE OVIEDO

Cámara
Oviedo



Una manera de hacer Europa

Cofinanciado por la Unión Europea en un 70% con cargo al Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), dentro del eje 5 "Desarrollo sostenible local y urbano" del Programa Operativo FEDER del Principado de Asturias 2007-2013.