



Benjamín Castro

Director de Operaciones de Dows

Más de dos años y 50 locales visitados fueron necesarios para encontrar el local donde se ubica el primer centro dows Barcelona, con el que inicia su plan de expansión esta nueva cadena de distribución minorista de productos digitales. 'dows, nice digital stores', financiada con capital español y fundada en 2006, tiene previsto abrir 25 tiendas exclusivas y propias en ciudades estratégicas de la península ibérica, en los próximos 6 años. La empresa prevé invertir 20 millones de euros y obtener una facturación de 60 millones de euros en los próximos 3 años.

En nuestro sector cada vez más todos los distribuidores han optado por un formato de bajos precios, agresividad en las ofertas y a nuestro entender poco servicio



En primer lugar, enhorabuena por la primera apertura realizada en Barcelona. ¿Tienen programada alguna en Madrid? ¿Cuál es su plan de expansión?

Muchas gracias. Tenemos prevista 1 ó 2 tiendas en Madrid para 2009, pero va a depender de la idoneidad de los locales encontrados. Nuestro plan de expansión es de unas 20/25 tiendas entre España y Portugal en los próximos 5 ó 6 años.

Destacan diseño, tecnología y servicio como pilares de su negocio. ¿Creen que es una buena política para competir con lo ya existente?

Pensamos que es la única manera de hacerse hueco en el mercado, ya que en nuestro sector cada vez más todos los distribuidores han optado por un formato de bajos precios, agresividad en las ofertas y a nuestro entender poco servicio, y a la vista está que no todas las organizaciones tienen condiciones o estructuras suficientes para tener éxito siguiendo esta estrategia, nosotros pensamos que hay un tipo de cliente que busca a parte de un buen precio (y hay que tener buenos precios) una serie de servicios encaminados a facilitarles de una forma sencilla y amable el uso, utilización y disfrute del producto que ha adquirido, servicios del tipo "entrenador personal", "talleres teóricos/prácticos en colaboración con los grandes fabricantes sobre nuevos productos o tecnologías", "ticket o garantía virtual" donde Dows se encarga de guardar en sus sistemas una copia del ticket o de la garantía validada para cuando el cliente lo necesite, portátiles de sustitución en caso de que el tuyo haya tenido algún problema, etc.

Además, la tienda se ha diseñado para proporcionar al cliente una experiencia de compra más agradable. Con este fin, se ha concebido un espacio donde el producto está ordenado y accesible, para poder probarlo con tranquilidad, se ha tenido en cuenta hasta el último detalle, música, colores, materiales, para que pueda disfrutar de forma distendida de su experiencia en Dows.

Ofrecéis precio y servicios gratuitos, aún teniendo en cuenta los actuales márgenes de los productos. ¿Para cuándo esperan beneficios en la compañía?

Nuestra estrategia financiera y de comunicación así como nuestra estructura y filosofía están pensadas para dar el mejor servicio sin necesidad de aumentar los márgenes actuales del sector, por lo que dependiendo de la evolución de las ventas en los próximos meses pensamos estar en punto de equilibrio a lo largo de 2009, y en beneficios a partir de 2010.

Nos gustaría conocer más acerca de su política de marcas, y lo que piden ustedes para comercializar los productos de una empresa...

Nuestra política hacia las marcas es intentar contar con las marcas líderes del mercado, pero intentando no ser excluyentes, nuestro formato es "marquista" y por tanto, lo que no entra dentro de nuestros principios es contar con marcas blancas o de primer precio, y si centrarnos al máximo como digo en las marcas líderes del sector. Lo que les pedimos es apoyo y confianza en nuestro novedoso concepto.

Además de las gamas de producto que venden actualmente, ¿tienen previsiones de ampliar a otros aparatos como la gama blanca o el PAE?

De momento no está previsto incorporar en nuestros surtidos gama blanca o PAE.



Lo de sentarse con el cliente para aconsejarle un producto es un poco novedoso en el sector. ¿Cómo lo ve el cliente?

De momento las primeras valoraciones son positivas, ya que el consumidor no está habituado a encontrar este servicio. A todos nos gusta que nos dediquen el tiempo que sea necesario para aconsejarnos sobre un producto u otro dependiendo de nuestras necesidades, y más aún cuando ya hemos adquirido dicho producto y nos encontramos con un problema: queremos que nos escuchen, asesoren, ayuden y si es necesario que nos den formación para solventar nuestras dificultades técnicas. Es un dato que se ha publicado hace algún tiempo, que el 95% de las devoluciones de producto en nuestro sector se producen en productos que están perfectamente pero que o no cumplen con las expectativas del consumidor, o simplemente no sabe utilizarlos. Este dato para nosotros es relevante e indica un camino a seguir.

¿Tienen, dentro del sector, alguna cadena de referencia a la que asemejar su estilo de tiendas, algún modelo que seguir?

Es obvio que tenemos un poco de todas, ya que todas hacen cosas bien, pero lo cierto es que en España no hay ningún concepto actualmente que se asemeje al nuestro. En algunas cosas nos hemos inspirado en tiendas Apple internacionales, pero siempre hemos intentado ser originales y darle "la capa Dows" a todo lo que hemos hecho (y a lo que nos queda por hacer que créanme es mucho).

Hay alguna competidora que les haya interesado por su modelo de negocio, o incluso alguna otra cadena que le haya ofrecido la venta de sus establecimientos actuales?

Como he dicho anteriormente, todas nos han interesado en un aspecto u otro pero pensamos que todavía faltaba algo como Dows, hay claros líderes y referentes en el sector con formatos de mucho éxito, y hemos querido diferenciarnos al máximo posible para intentar ser el referente en el concepto antagónico a éste. Respecto al segundo punto de su pregunta, la respuesta es no.

Por último, nos interesaría conocer los objetivos de Dows en nuestro país...

Los objetivos pasan por conseguir la aceptación de nuestro formato por parte del consumidor final, que nos vea como una alternativa a la hora de adquirir un nuevo producto y que valore el acompañamiento y seguimiento que le ofrecemos antes, durante y sobre todo después de su compra. Y conseguir que esto sea así en todas y cada una de las tiendas Dows, que pensamos abrir por toda la geografía ibérica, lo demás vendrá por el mismo camino.

