



Obsímetre 3: Vendre a Internet. El comerç electrònic a les empreses

Internet ha esdevingut ja un canal més de compra de productes i serveis. Avui dia, el comerç electrònic és una opció més que es comença a situar al costat del comerç tradicional. La falta de confiança, tant per part del comprador com del venedor, havien fet que, fins ara, la compra i/o venda a través de la Xarxa fos una activitat reservada a una minoria. Avui però, les coses han canviat. El comerç electrònic ofereix una sèrie d'avantatges que fan que aquest sector creixi de forma imparable.

Entre el molts avantatges del comerç electrònic, cal reparar que possibilita a cert tipus de proveïdors poder participar en un mercat interactiu en el qual els costos de distribució o vendes tendeixen a zero, com és el cas dels productes digitals com el software, o els llibres electrònics, que es poden lliurar de forma immediata. També compradors i venedors es contacten entre sí de manera directa, eliminant així les restriccions que es presenten en aquestes interaccions. De la mateixa forma, es pot reduir el temps que es tarda en realitzar les transaccions comercials, incrementant l'eficiència de les empreses.

Actualment, moltes empreses utilitzen Internet per donar informació sobre els seus productes i serveis. Si més no, la pròpia naturalesa de la web ofereix un altre tipus de beneficis per tal de desenvolupar les relacions amb els clients. Aquest potencial per a la interacció facilita les relacions comercials i de suport al client, d'una manera que fins ara era impossible amb els mitjans tradicionals. Una pàgina web està oberta 24 hores al dia i 365 dies a l'any, i això també facilita al client la sol·licitud d'informació sobre qualsevol producte i/o servei.

Per totes aquestes raons i moltes d'altres, diversos estudis centren ja l'atenció en aquest sector, que de cada vegada més, ens obliga a estar atents. A Balears, la xifra de ciutadans que ha comprat per Internet, segons les darreres dades de l'INE, és del 41,4%, gairebé 10 punts per sobre que la mitjana espanyola. Els ciutadans de Balears, duen anys estant entre els que més compren de tot el territori nacional i aquest ha de ser un bon motiu per a què les nostres empreses s'animin a oferir els seus productes i serveis a la Xarxa.

The cocktail analysis ha realitzat, juntament amb Google, un estudi sobre la presència del



comerç electrònic a les pimes i aquestes són algunes de les conclusions a les quals l'estudi ha arribat:

Un 15% de las pimes espanyoles amb menys de 50 empleats realitza activitats de comerç electrònic, tant a nivell nacional com internacional. Així, els sectors amb més pes són turisme, hoteleria, oci i transport. A més, segons es comenta a l'estudi, un 12% són negocis de comerç electrònic únicament, davant del 88% que resta, que ven els seus productes per distints canals: venda a botiga, telèfon o catàleg.

El comerç electrònic representa més del 20% de la facturació pel 31% de les pimes que el duen a terme. Entre aquestes, el 43% reconeix que els seus beneficis econòmics han augmentat gràcies al comerç electrònic. L'estudi també explica que el 32% de les pimes inverteix en publicitat a través d'Internet, sobretot en cercadors (19%) i un 47% d'aquestes mida la influència de la seva presència en línia.

D'altra banda, un 20% de les pimes que no realitzen e-comerç mostren interès en desenvolupar aquesta activitat, però només un 4% està posant ja en marxa l'oferta de comerç electrònic. Mentre l'altre 80% assenyala no estar interessat en aquesta activitat, o bé perquè el seu producte o servei no es pot vendre ni reservar en línia, o perquè els seus clients no estan a Internet o perquè el seu negoci és d'àmbit local. Del total de pimes que no realitza comerç electrònic, el 22% té presència en línia, ja sigui en un lloc web, presència a xarxes socials, etc.

A la "1a Oleada del Observatorio de Compra online", també de The Cocktail Analysis, s'estudia el comportament dels internautes envers les compres fetes per Internet. El sector amb major percentatge de vendes en línia, durant el 2011, ha estat el sector turisme, segons conclou aquest estudi. El segueixen d'aprop les vendes relacionades amb la categoria d'oci i tanquen el rànquing les vendes de programari, vídeo-jocs i lloguer de vehicles.

En aquest sentit, destaca l'estudi, la correlació entre els percentatges que lideren la compra física no es correspon amb la virtual. Respecte dels aspectes millor valorats pels consumidors en el procés de compra en línia, segons el 68% dels usuaris, trobem la seguretat i la diversitat dels mitjans de pagament, seguit de que no hi hagi despeses d'enviament. El tercer element millor valorat és la facilitat per fer devolucions del producte. En tot això, remarca l'estudi, cal destacar el "component social" que ha cobrat la compra en línia al nostre país, ja que el 47% dels usuaris enquestats han realitzat les seves compres en companyia d'altres persones per així compartir despeses d'enviament o aprofitar un descompte en la compra.



Aquest component social del que parla l'estudi, pot obrir un nou focus on dirigir la mirada per una nova investigació social. De moment, hem d'animar, ajudar i donar suport a les nostres empreses en aquest camí, el del comerç electrònic. I, per això mateix, tenim el Dr. TIC, que és un servei d'assessorament tecnològic gratuït per a empreses balears a través del qual es pretén incidir millorant l'ús que fan aquestes dels mitjans tecnològics que tenen a la seva disposició, com millorar la gestió amb programes informàtics, fer ús de les xarxes socials per a obtenir major rellevància social, o vendre els seus productes en línia.



Bibliografia

- *Encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en las empresas*, de l'INE. Dades 2011.
- *1a Oleada del Observatorio de Compra online*, de The Cocktail Analysis. Dades 2012.
- <http://tcanalysis.com/blog/posts/la-presencia-del-e-commerce-en-las-pymes-espanolas>
- www.monografias.com