

CONTEXTO SECTORIAL

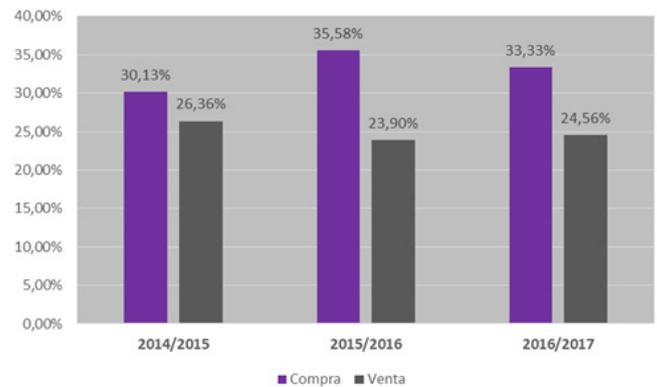
Más de la mitad de la población mundial está ya en línea. A finales de 2018, el 51,2% de las personas, es decir, 3.900 millones, utilizaban Internet. El 67,4% de los internautas ha comprado algún producto o contratado algún servicio por internet, en 2017.

El comercio electrónico por Internet (B2C), en España, pasa en términos absolutos de 25.354 millones de euros en 2016, a 31.347 en 2017; y el porcentaje total de internautas, en 2017 aumenta un 4,7%, pasando del 81,4% en 2016, al 86,4% actual.

Los consumidores se han gastado una media de 1.366 euros en sus compras a través de Internet, en 2017. En la actualidad, el consumidor de productos en comercios **online** realiza al año más de 10 compras (casi el 40%), siendo principalmente ropa y complementos con un 50,5%, seguido de reservas alojamiento-paquete turístico con un 47,7%. El principal motivo de compra de un producto a través de Internet es la comodidad (71,2% con envío y un 74,5% sin envío), seguido por el precio/promociones ofertas (67,7% con envío y un 78,8% sin envío).

La ropa, complementos y artículos deportivos han experimentado un considerable aumento y se colocan a la cabeza de los productos adquiridos por este canal (50,5%), desbancando a los billetes de avión, tren o autobús.

GRÁFICA DE EMPRESAS QUE UTILIZAN COMERCIO ELECTRÓNICO, ESPAÑA, 204-207 (%)



DAFO

AMENAZAS

- Aumento de la competencia.
- Desconfianza.
- Mercados inmaduros.

OPORTUNIDADES

- Generalización de ADSL/ internet móvil.
- Sector en publicidad emergente.
- Información histórica del usuario.
- Actividad emergente.
- Interés por las nuevas tecnologías.
- Aumento número de empresas y personas que acceden a las TIC.

PUNTOS FUERTES

- Nuevo canal de comercialización.
- Inversión baja.
- No son necesarios elevados conocimientos técnicos.

PUNTOS DÉBILES

- Desconfianza de la persona compradora.
- Escasa legislación.
- Sensación de desprotección.
- Logística de distribución.
- Costes de envío (aún son elevados en algunos casos)

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TAMAÑO DE MERCADO

El comercio electrónico por Internet (B2C), en España, pasa en términos absolutos de 25.354 millones de euros en 2016, a 31.347 en 2017; y el porcentaje total de internautas, en 2017, aumenta un 4,7%, pasando del 81,4% en 2016 al 86,4% actual.

CLIENTES

El perfil de la persona compradora constante es: masculino (59,81%), con una edad entre 25-49 años (42,3), que ya no se centraliza en las grandes ciudades, sino que está muy repartido en cualquier tipo de población, con un 24,47% en capitales, siguiéndolo con un 20,47% las ciudades de 50-100 mil habitantes y, en tercer lugar, con un 20,27% las poblaciones de entre 10 y 20 mil habitantes. Finalmente, son las clases sociales altas, medias altas las que experimentan un incremento de gasto medio, en 2017 con un 44,03%.

ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

Un 77,86% de las empresas valencianas conectadas cuentan con página web. El 16,29% de ellas conectadas a Internet ofrece la recepción de pedidos o reservas online.

El porcentaje de empresas que permiten el seguimiento de pedidos **online** asciende al 11,55% de las conectadas.

¿QUÉ SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

SERVICIOS BÁSICOS

- Ropa, complementos y artículos deportivos (50,5%)
- Servicios de viajes, alojamiento, transporte y ocio en general (47,7 %)
- Reservas hoteleras y paquetes turísticos o similares (45,8%)
- Compra de billetes de transporte y las entradas a espectáculos (42,2%).

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- Seguimiento de pedidos.
- Sugerencias (los clientes que compraron este producto también compraron, puedes combinarlo con, etc.)
- Opinión de otros clientes sobre el producto.
- Newsletter personalizado,
- Cheques regalo y códigos promocionales.
- Integración con redes sociales (compartir el producto con tus amigos).
- Reservas de producto.
- Envío exprés y gastos de envío gratuitos.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA EMPRESA DE COMERCIO ELECTRÓNICO TIPO

CNAE/SIC	4791/55.99
IAE	665: Comercio menor por correo o catálogo
Condición jurídica	Autónomo
Facturación	219.300 euros
Localización	Zona comercial transitada
Personal y estructura organizativa	Persona emprendedora
Herramientas promocionales	Posicionamiento, herramientas online (<i>banners</i>).
Valor de lo inmovilizado/Inversión	37.400 euros
Importe gastos anuales	230.620 euros
Resultado bruto (%)	7,15 %

RECOMENDACIONES

Adapta tu web a un formato adecuado para su correcto funcionamiento, si el público decide acceder a través de **smartphones**, debido a que es uno de los medios más empleados para conectarse actualmente. Estudia la usabilidad de tu web para conseguir reducir la tasa de rebote al máximo posible.

Respecto al proceso de compra en tu web, es importante estudiar los clics necesarios para realizar la compra y, así conseguir optimizar el tiempo para que la clientela pueda realizar una compra ágil y segura, evitando que tenga que hacer muchos clics para poder comprar. Además, informa desde el inicio de la compra de los costes de envío; en el caso de que los hubiera, es uno de los aspectos que puede influir en la realización o no de la compra si no se informa, previamente. También, el ofrecer diferentes posibilidades de pago que ofrezcan seguridad en la compra, hará que la clientela lo perciba como algo positivo.

Se puede potenciar el incremento de artículos en la cesta de la clientela recomendando otros productos similares a los de su compra, productos más vendidos, etc.

Intenta que los plazos de entrega sean lo más rápidos posible para incrementar el atractivo de la compra en tu web.

La publicidad y la promoción es uno de los aspectos clave en el éxito futuro de una página de comercio electrónico.

ENLACES DE INTERÉS

www.ontsi.red.es · www.estic.info · www.aimc.es · www.autelsi.es · elobservatoriocetelem.es · ametic.es/es