

La AECEM prevé que el volumen de comercio electrónico seguirá creciendo este 2009 en la mayoría de sectores

- Este 2009 la publicidad online será la más efectiva y querida por los anunciantes, según la AECEM
- La AECEM prevé que el volumen en 2008 superará los 6.000 millones de euros lo que equivale a un crecimiento por encima del 30%.
- El último informe sobre comercio electrónico de la CMT muestra que hay un incremento de pedidos respecto el año pasado, lo que significa un aumento en el volumen de ventas.

Barcelona, 23 de enero de 2009. La Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (AECEM) es muy optimista en el negocio del comercio electrónico para el 2009 y prevé un aumento del volumen de negocio en la mayoría de sectores. Según datos del último informe de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) en el tercer trimestre de 2008, el comercio electrónico en España alcanzó un volumen de negocio de 1.327,3 millones de euros, el 32,9% más que en el mismo trimestre de 2007. En este sentido, la AECEM prevé que el 2008 se va a cerrar con un negocio total de 6.000 millones de euros, lo que equivale a un crecimiento por encima del 30%.

En el tercer trimestre de 2008 en España, cabe destacar que hubo un 6,2 millones de operaciones en comercio electrónico, cifra que ha ido aumentando desde el 2005. En este sentido, Martí Manent, Presidente de la AECEM apunta que lo más importante es que el negocio mantiene su línea ascendente y que, si lo comparamos con otros sectores de la economía, el canal del comercio electrónico muestra solidez pese a la crisis.

Gracias a esta bonanza en el comercio electrónico la AECEM también indica que ya es un hecho que la publicidad online será más efectiva y querida por los anunciantes, hecho que se consolidará este 2009 y que con el estado actual de la publicidad en los medios tradicionales es un gran avance para el negocio online.

De un análisis serio de los datos del informe de la CMT, el tercer trimestre de 2008 el sector que registró más ventas fue el de las agencias de viajes y operadores turísticos aunque con un ligero descenso respecto el trimestre anterior; sin embargo el resto de sectores experimentaron un crecimiento, como ocurre con el transporte terrestre de viajeros y las ventas de los portales de espectáculos artísticos, deportivos y recreativos.

En cuanto a las previsiones para el 2009, Martí Manent indica que el sector del turismo e inmobiliarias seguirán cayendo, por la coyuntura económica general del país, pero el resto no se resentirán.

Cabe tener en cuenta que en este periodo el número de pedidos online ha mantenido su tendencia al alza aunque con una disminución en el importe medio de los pedidos, lo que significa que las ventas han aumentado pero con cantidades económicas más bajas. "Esto se entiende porque la gente, en tiempos de crisis, busca el mejor precio y la mejor forma

de comparar ofertas es a través de las facilidades que ofrece Internet”, declara Martí Manent.

Más sobre AECEM-FECEMD:

AECEM representa a más de 250 compañías cuya actividad está relacionada con el comercio electrónico y/o con el marketing relacional y pretende ser una referencia frente a las instituciones gubernamentales y legislativas, en materia de comercio electrónico y en todo aquello que afecte al marketing relacional, directo e interactivo.

Estas empresas emplean a más de 25.000 empleados y sólo en venta online, las empresas de AECEM operan el 70% del volumen total de transacciones nacionales. AECEM es la única asociación de este tipo en España.

Los objetivos de la asociación incluyen:

- ✓ Fomentar el desarrollo del Comercio Electrónico y Marketing Relacional en España dando información, documentación y formación a las empresas interesadas.
- ✓ Proporcionar información y documentación sobre la evolución del comercio electrónico y marketing relacional.
- ✓ Fomentar la seguridad en las transacciones y la seguridad en los pagos, así como la protección de los derechos de autor.
- ✓ Organizar simposios y actividades formativas y promover la enseñanza del comercio electrónico y marketing relacional, así como llevar a cabo todo tipo de iniciativas que faciliten la adaptación de las empresas españolas a los
- ✓ cambios en el mercado relacionados con el comercio electrónico y marketing relacional.
- ✓ Elaboración de un código ético del comercio electrónico, que proteja especialmente los intereses de los menores. Actuando, incluso mediante denuncia, ante los organismos competentes, contra prácticas de comercio electrónico y marketing relacional que no se ajusten a los principios de correcta práctica comercial.

Más información: www.aecem.org