

En tiempos de crisis los empresarios zaragozanos se interesan por el comercio electrónico

- La Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (AECEM) llevará a cabo un programa de divulgación del comercio electrónico que visitará Zaragoza el próximo 15 de enero. Esta gira empezó en Murcia y visitará 8 ciudades españolas más durante los próximos 4 meses y se complementará con la publicación de un “Libro Blanco del Comercio Electrónico”, una guía práctica y gratuita para pymes.
- El objetivo de AECEM es que profesionales de la pequeña y mediana empresa utilicen las herramientas que proporciona el comercio electrónico para mejorar su productividad y ampliar su ámbito de actuación, fomentando el avance de la Sociedad de la Información en España.

Barcelona, XX de enero de 2009. El crecimiento del comercio electrónico en España, a pesar de la crisis económica, es una prueba de la fortaleza del canal online y su importancia para el futuro de nuestra economía. La Asociación de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (AECEM) es la entidad más representativa del sector y con sus más de 250 empresas asociadas tiene por objetivo divulgar la utilización del comercio electrónico y el marketing relacional como fuente de ventaja competitiva y crecimiento dentro de todos los sectores económicos.

Zaragoza es la segunda ciudad donde AECEM hará parada. Durante la jornada del 15 de enero se reunirán a empresarios locales en una serie de seminarios que versarán sobre el mercado online en general, los productos más demandados en la web, los elementos de una tienda electrónica (catálogos, fichas de productos, factura electrónica, cesta de compra,...), medios de pago, seguridad transaccional, marketing digital, aspectos legales, etc.

Este proyecto está financiado por el **Plan Avanza**, desarrollado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, para fomentar el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), con el número de expediente TSI-030100-2008-515. El proyecto tiene como objetivo mejorar la productividad de las empresas y alcanzar a los países más desarrollados de la Unión Europea en esta materia.

Además, el Plan Avanza se orienta a conseguir la adecuada utilización de las TIC para contribuir al éxito de un modelo de crecimiento económico basado en el incremento de la competitividad y la productividad, la promoción de la igualdad social y regional, la accesibilidad universal y la mejora del bienestar y la calidad de vida de los ciudadanos. El conjunto de las actuaciones a emprender por Avanza se pueden resumir, a nivel global, en el objetivo de conseguir que el Gasto TIC sobre el PIB se sitúe en el 7% en el año 2010. Para llegar a este valor partiendo de la situación actual será necesario un esfuerzo conjunto por parte del sector privado, la sociedad civil y las distintas administraciones.

La posibilidad de realizar este tour por las 10 ciudades permite “que los profesionales que trabajan en empresas pequeñas y fuera de los grandes núcleos urbanos accedan a una

información actualizada, y conozcan de manos de expertos las herramientas necesarias para comenzar a operar a través de Internet” según palabras de Martí Manent, presidente de AECEM. Asimismo, el proyecto tiene ámbito nacional, pero presta especial atención a las regiones objetivo.

Las pymes zaragozanas que asistan al programa podrán tener a su disposición la información. También podrán beneficiarse del programa intercambiando experiencias para incidir en el desarrollo de sus competencias y así aumentar el uso de herramientas de negocio electrónico en la empresa y familiarizarse con las TIC de modo natural.

Éstas pymes se pueden beneficiar de las bondades del comercio electrónico ya que podrían darse impulso en un canal nuevo y obtener un radio más amplio de clientes porque más del 50% de los usuarios aumentaría sus compras en la Red si hubiera una mayor oferta en el país, según el estudio sobre comercio electrónico B2C 2008 del observatorio Red.es. AECEM estima que al finalizar el proyecto se habrán formado a más de 1.000 profesionales procedentes de más de 600 empresas instaladas en zonas de las regiones objetivo.

Datos sobre comercio electrónico

El comercio electrónico creció en 2007 el 71,4%, superando los 4.700 millones de euros del año anterior. Este aumento significó que el 39,8% de los internautas realizaron compras online en 2007. En este sentido, el gasto medio anual registró una subida del 13,8% respecto del año anterior, elevándose a 595 euros, según el estudio B2C 2008 realizado por el Observatorio de Red.es.

El futuro del comercio electrónico pasa por proveer a los compradores de medios de pago eficaces, rápidos y seguros, incrementar la confianza de los consumidores en las transacciones online y apoyar, por parte del Gobierno, el crecimiento del canal online en todas las empresas como fuente de competitividad. Por otro lado, Internet es un canal más, complementario con el canal de venta física y con otros canales existentes en la actualidad.

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