

La Asociación Española de Comercio Electrónico y Red.es han presentado el Libro Blanco del Comercio Electrónico

- La idea de este libro ha surgido a raíz del Roadshow que la AECEM ha llevado a cabo por 10 ciudades españolas, reunidos con más de 1.000 empresas, en los últimos 5 meses divulgando a las PYMES los beneficios y estrategias del Comercio electrónico, con una subvención 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).
- La implantación del comercio electrónico en la pymes españolas tiene todavía mucho recorrido por delante. Entre las pequeñas empresas, únicamente el 6,49% compran por Internet y sólo un 1,6% venden productos por la red. Mientras que entre las medianas empresas el 11% compran y el 6% venden productos por Internet.

Madrid, 22 de junio de 2009. La Asociación de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (AECEM) junto con el apoyo del observatorio Red.es ha presentado esta mañana, el libro Blanco del Comercio Electrónico, un documento que nace con la voluntad de servir de apoyo a todas aquellas pymes y micropymes que quieren iniciar o ya lo han hecho pero están en un estado inicial de su desarrollo, la venta a través del canal online.

En el acto han participado Gonzalo Díez, Director de Planificación y Relaciones externas de Red.es; Martí Manent, Presidente de la AECEM y Eduardo Berrocal, vicepresidente de AECEM.

El Presidente de la AECEM se ha mostrado muy orgulloso del libro puesto que es un proyecto hacía tiempo que tenían entre manos y que hoy se ha podido materializar. Como ha comentado Martí Manent "Internet ha crecido mucho en los últimos años y muy rápido, sobretodo durante esta época de crisis puesto que los comerciantes han visto una posible solución para paliar los efectos de la recesión económica en la que estamos, sin embargo, Internet no puede parar las caídas de las ventas del mundo físico". Sin embargo, Manent se ha mostrado optimista con las cifras del comercio electrónico puesto que se prevé que las ventas por Internet alcanzarán los 10.000 millones este año en España, lo que supondrá un crecimiento del 56 por ciento con respecto a los 6.400 millones de 2008.

Por su parte Eduardo Berrocal, ha hecho un repaso al contenido del libro, con los ejemplos y consejos que recoge y la forma que tienen las pymes a evaluar por si mismos el éxito de sus proyectos, o incluso las herramientas para organizar el almacén o sacar los pedidos en cada transacción.

En el libro se recogen de manera descriptiva y práctica, a través del ejemplo de 1.000 pymes, todos aquellos elementos que hay que tener en cuenta al emprender un negocio de venta en Internet: mercado, marco legal, claves de organización y procesos logísticos, marketing online, técnicas de captación y fidelización, canales, etc...

Finalmente, Gonzalo Díez, ha insistido en su intervención sobre la implicación de Red.es adquiriendo el compromiso de implantar las medidas que favorezcan el correo electrónico desde el posicionamiento de las empresas en internet hasta las transacciones. De esta forma las pymes que quieran entrar en el mundo del comercio electrónico pueden encontrar ayuda en las Administraciones.

La edición del libro ha sido posible gracias al apoyo del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, a través del Plan Avanza.

Aunque es evidente que las empresas españolas se acercan cada vez más a las nuevas tecnologías, esta evolución no es tan pronunciada en cuanto a la implantación del comercio electrónico. Los datos referidos a la práctica del comercio electrónico muestran grandes diferencias entre las empresas. Así se refleja que de las pequeñas empresas, únicamente el 6,49% compran por Internet y sólo un 1,6% venden productos por la red. En cuanto a las grandes, las cifras son mucho más significativas ya que casi un 24% compran on line mientras que las ventas en la red son casi del 20%. Entre un extremo y otro se encuentran las medianas empresas de las cuales el 11% compran y el 6% venden productos por Internet.

Por sectores de actividad, las empresas que más usan el Comercio Electrónico son las de servicios, seguidas de la Industria y luego la construcción.

En este sentido, este libro plantea un recorrido por lo que la AECEM considera que son todos los puntos que hay que tener en cuenta a la hora de vender por Internet... y sobre todo para hacerlo con éxito.

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.

www.aecem.org

Contacto de prensa.

Marta Benito: mbenito@strategycomm.net / 610 784 110