

La compra sin fronteras

La sociedad actual vive ya inmersa en lo que muchos expertos definen como la “nueva economía digital”, la era de la informática y de Internet ha dado paso a una nueva forma de comprar y vender. El comercio electrónico es ya una realidad y si en 1999 movió 11.951 millones de pesetas en España para este año se espera un crecimiento del 250%, alcanzando cifras que podrían aproximarse a los 30.000 millones de pesetas, según los datos del último estudio realizado por la Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE). La cantidad es pequeña si se compara con los 20 billones que facturan las tiendas tradicionales, pero su tendencia de crecimiento y el interés que suscitan las ventas en la red hacen que se pueda hablar ya del éxito logrado por esta nueva forma de consumo. A la comodidad que alegan los ciudadanos como estímulo para comprar por Internet habría que añadir la importancia que tiene el hecho de poder adquirir cualquier producto sin que la distancia sea un impedimento para ello.

En 1999 las empresas españolas generaron unos ingresos por valor de 11.951 millones de pesetas, incrementando esta cifra con respecto a la del año anterior en un 351%, año en que el Comercio electrónico movió 3.400 millones de pesetas. Para el año 2000 se prevé un crecimiento en torno al 250% llegando a 29.877 millones de pesetas. Para el año 2001 se prevé que los ingresos lleguen a 74.692 millones de pesetas y se espera en el año 2002 un significativo crecimiento llegando a alcanzar los 336.114 millones de pesetas.

- Los productos más comprados por Internet son:

Libros (35.2%), música (35.1%) y electrónica (31.3%), en porcentajes muy similares. El 29.1% de los compradores ha reservado algún viaje a través de Internet, mientras que el 26.3% lo ha utilizado para algún espectáculo. El 22.8% ha comprado algún artículo de hardware.

- Estímulos para comprar por Internet:

La comodidad es para el 42.5% de los compradores de Internet el principal motivo de sus compras online. El 18.6% considera el precio como razón principal, mientras que para el 13.0% es la rapidez.

- Nivel de satisfacción de los usuarios:

Para el 71.4% de los compradores, el producto que reciben satisface siempre sus expectativas, mientras que para el 26.4% le satisface casi siempre. Solamente para el 1.5% de ellos nunca le satisface.

- Sistemas de pago utilizados:

Las tarjetas son, con un 70.3%, el sistema de pago más utilizado por las personas que compran a través de Internet (ya sea a empresas españolas o extranjeras). El pago contra reembolso es otro de los medios más utilizados, en el 37.6% de los casos, mientras la domiciliación bancaria

Una tienda en la red

La implantación de las nuevas tecnologías ha sido tan rápida y de tal calibre que hay quienes hablan ya de que este siglo será el de la “revolución tecnológica”. Sin embargo, como ocurre siempre con las novedades y con todo lo que rompe con los sistemas tradicionales, todavía hoy el comercio on-line no ha acabado de cuajar entre las empresas, algunas de ellas reticentes ante el temor al fracaso y a la desconfianza que genera todo lo desconocido.

Aragón es la segunda comunidad con mayor presencia de empresas en la red, un 42%, el primer puesto es para Madrid con un 44%. Fue precisamente en Aragón y en Madrid donde surgieron dos iniciativas empresariales pioneras en la venta por correo electrónico.

El primero de ellos surgió en Benasque, una pequeña localidad del Pirineo aragonés, dedicado al material de montaña, vende en 29 países a través de su web barrabes.com y tiene una plantilla de 35 trabajadores. Otro de los negocios pioneros en la red fue “ferreteriaortiz.es” la versión en Internet del comercio del mismo nombre en Madrid. Su página tiene hoy de más de 40.000 referencias y recibe pedidos desde lugares tan distantes como Japón y los países de Latinoamérica.

En Aragón, la iniciativa más novedosa presentada en los últimos meses ha sido La

Tienda del Maestrazgo. Una web de comercio electrónico de los productos típicos del Maestrazgo que se puso en marcha el pasado 15 de junio promovida por el Centro para el Desarrollo del Maestrazgo (CEDEMATE) y Alimentos Tradicionales del Maestrazgo SL. El proyecto ha sido desarrollado íntegramente por el área informática del CEDEMATE y permite tener un amplio catálogo de productos accesible desde cualquier punto de España. Cualquier persona puede tener a su alcance los productos del Maestrazgo, todos juntos, algo hasta ahora prácticamente imposible, incluso en la misma comarca.

Esta iniciativa está enmarcada dentro del proyecto Duende, que pretende apoyar el conocimiento y desarrollo de las Nuevas Tecnologías en el Maestrazgo para superar el aislamiento de los pueblos de esta zona de Teruel.

Para comenzar se ha puesto en la red una serie de 30 productos agroalimentarios como son la cecina del Maestrazgo, jamón Denominación de Origen de Teruel y jamón del Maestrazgo, embutidos tradicionales y de caza, queso de Tronchón, conservas en aceite de oliva, repostería tradicional... La principal característica de los productos es su calidad. Todos los productos que actualmente están en la red tienen la certificación de la “C” de Calidad del Gobierno de Aragón. Pero su proyecto inicial va más allá y se trabaja ya para

que se puedan encontrar en esta página web artesanía (cerámica, cuero, madera, metal, etc.) y una serie de publicaciones relacionadas con el Parque Cultural del Maestrazgo.

Realizar una compra es muy sencillo, solamente hay que conectarse a Internet, teclear la dirección en un navegador, elegir los productos, rellenar formulario con los datos personales, dirección de envío, y el último paso, ya es el pago mediante tarjeta de crédito. En menos de 48 horas se puede tener la compra en casa lista para servir. El pago con tarjeta se realiza mediante servidor seguro, donde se encriptan los datos de la tarjeta y se envían directamente al servidor de la entidad bancaria que gestiona todos los pagos. Hoy en día, según explica David Mestre –informático del CEDEMATE–, “la red ya ofrece un nivel de seguridad mayor al que se puede tener en el comercio tradicional en la misma operación con tarjeta de crédito”.

Otro punto importante en las transacciones de comercio electrónico son los gastos de envío. En la Tienda del Maestrazgo, el porcentaje de gastos de envío se reduce en función del peso de los productos comprados. En el supuesto más caro, son aproximadamente 1.300 pesetas para cualquier punto de

España. A partir de 15 kilos de compra, estos son gratis.

En los primeros meses de andadura, el resultado “es muy esperanzador por el número de pedidos recibidos”, ya que han tenido solicitudes de compra de los lugares más insospechados, “el primer pedido que nos realizaron lo hicieron desde Burdeos (Francia), aunque el paquete se entregaba en Segovia”. Pero no fue el único: otro cliente llegó desde Tokio (Japón) e hizo una compra para que se lo enviaran a Málaga. Por lo demás han recibido peticiones de prácticamente todas las comunidades en España, siendo Madrid y Cataluña las de mayor demanda.

La iniciativa del Maestrazgo ha tenido ya una importante repercusión no sólo nacional sino también internacional. En España han sido muchos los medios de comunicación que se han interesado por el proyecto: Ciberp@is, CNN+ o ABC, además de la repercusión regional, y en el ámbito internacional, una emisora de radio y otra de televisión alemanas, ambas de la cadena ARD, se desplazaron hasta esta zona de la provincia de Teruel.

<http://tienda.maestrazgo.org>

Nueva plataforma para el crecimiento competitivo y sostenible

El programa de crecimiento competitivo y sostenible de la Unión Europea (UE), Growth, ha estrenado un sitio web en el que ofrece toda la información sobre lo que se está haciendo desde la UE para ayudar a la industria a desarrollar nuevos productos, procesos y tecnologías.

Con esta nueva página en Internet, se trata de difundir los trabajos de la Comisión Europea en este ámbito más allá del público que participa en el V Programa Marco, según informa el boletín *Cordis Focus*. El programa Growth es objeto de una presentación sencilla, con información de actualización periódica sobre los últimos avances de proyectos. Además incluye información sobre el plan y el desglose presupuestario del programa, los participantes y las modalidades de participación, así como la finalidad del programa, los proyectos y su contribución a la sociedad europea.

Por otra parte, el objetivo de este nuevo sitio, que empezó como una Intranet para los funcionarios de la Comisión dedicados al programa Growth, es difundir sus informes anuales de seguimiento del programa y cerca de 500 análisis de proyectos emprendidos por 25 consultores. Asimismo, se podrá acceder a los dictámenes del Consejo Europeo y del Parlamento.

Entre las distintas secciones que integran la página figura *Cómo funciona el programa (How programme works)*, en la que se proporciona un cuadro general de las modalidades de participación, las líneas de investigación cubiertas, las convocatorias de propuestas, la búsqueda de socios, becas de formación para jóvenes investigadores procedentes de países en desarrollo y las correspondientes fuentes de información adicional. Sin descartar, la sección *Más Información (More Information)* con enlaces a otros sitios de interés, programas europeos, publicaciones...

La nueva página web tiene la siguiente dirección:

<http://www.europa.eu.int/com/research/growth/index.html>