

Comercio electrónico: 10 años después

Por: Eduardo Liberos (Profesor Comercio Electrónico ICEMD)

Hace unas semanas celebrábamos el 5º aniversario del crack bursátil de las empresas tecnológicas que cotizaban-cotizaban en el NASDAQ. No mucho tiempo antes, en 1995, algunos websites comenzaron a incorporar procesos transaccionales: Acababa de nacer un nuevo canal de venta, la venta directa a través de Internet.

En estos 10 años, el comercio electrónico ha evolucionado muy rápido hacia un entorno mucho más estable donde los e-tailers comienzan a tener ebitdas positivos y saludables y ello se transforma en una mejor oferta global. Por parte de la demanda, ésta se está convirtiendo poco a poco en más sofisticada, más confiada y consideran a Internet como un canal más de compra de sus productos más habituales.

El perfil del comprador online ha evolucionado desde los primeros días de Internet. En su infancia había dos perfiles diferenciados: aquellas personas relacionadas con los departamentos de sistemas y tecnología de las empresas, y por otro lado, ejecutivos y teckies, entre 30-40 años, con una educación universitaria y con altos ingresos. Hoy en día el perfil es muy similar al consumidor offline, y se está notando una mayor presencia femenina detrás de las decisiones y actos de compras online.

De una manera más específica y analizando el internauta medio, podemos comprobar que ha evolucionado hacia un perfil más joven, con una mayor presencia femenina, menor educación en comparación a los perfiles de finales de los 90, menores ingresos familiares pero que están incrementando los accesos Internet a través de banda ancha.

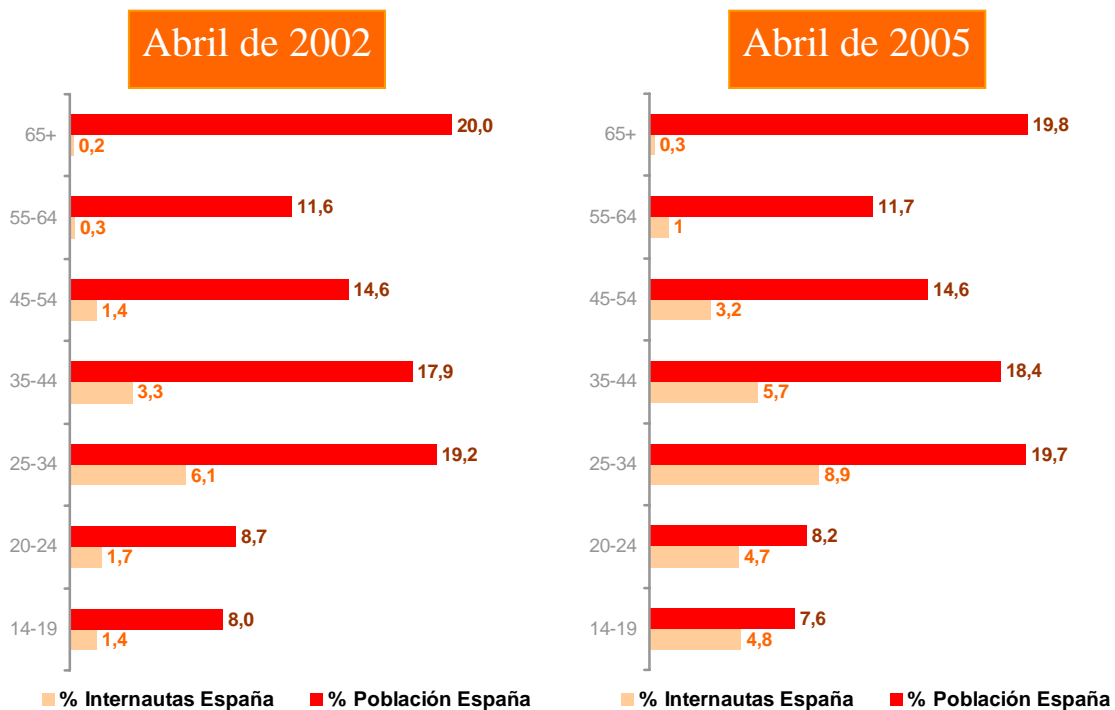


Tabla 1: Evolución por edades de la población vs. internautas en España 2002-2005.
Análisis Eduardo Liberos a partir de EGM

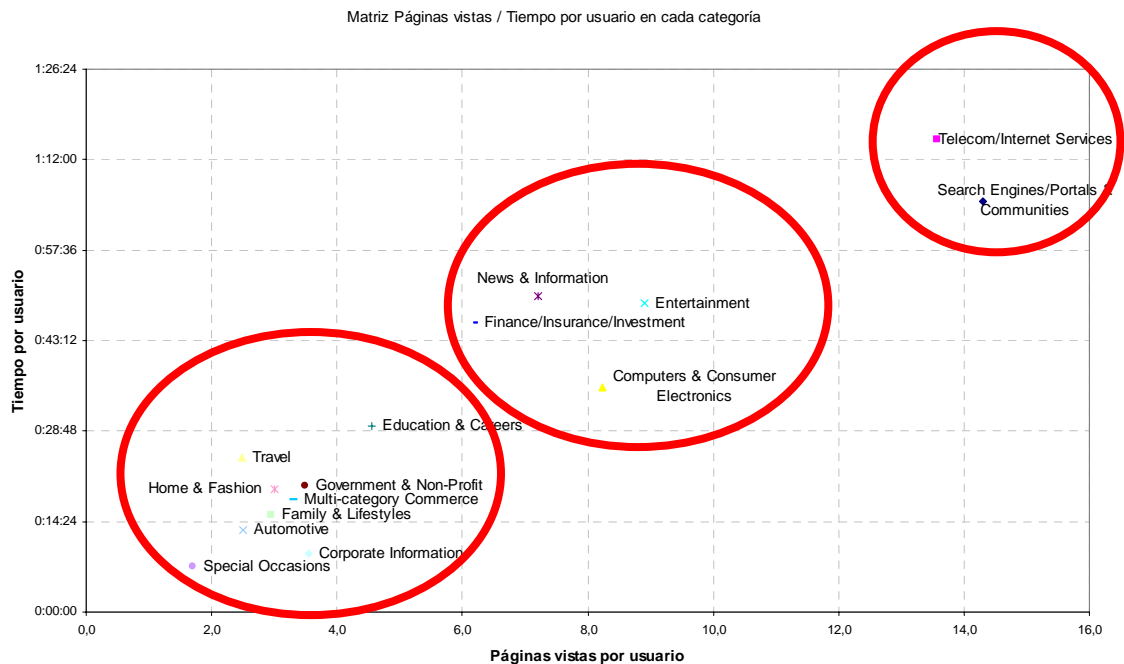


Tabla 2: Matriz categorías de Internet más visitadas y el tiempo medio que navegan por categoría Marzo 2005. Análisis por Eduardo Liberos a partir de LemonAd

La compra online es la tercera actividad favorita del internauta español: un millón ochocientos mil internautas realizaron alguna compra en el ultimo trimestre del 2004 (Fuente: INE 2005), es decir un 15% de los internautas aprovechó la época navideña para realizar compras a través de Internet. Viajes, entradas para espectáculos, libros y música han sido los productos más demandados estimándose unas ventas de más de 2.000 millones de euros en ventas B2C en el 2004 según AECE (pero sigue representando menos de 1,5% del total de ventas minoristas en España en el 2004)

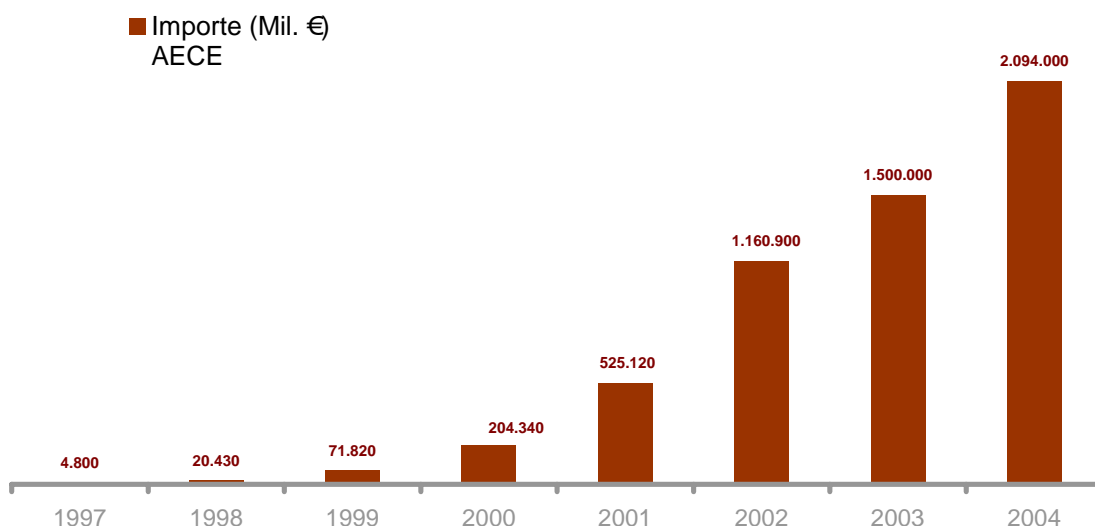


Tabla 3: Evolución de las ventas de comercio electrónico en España 1997-2004. Análisis por Eduardo Liberos a partir de AECE

| Producto o servicio comprado a través de la Web en el último año | En. 2000 (%) | Jul. 2001 (%) | En. 2003 (%) | Feb. 2004 (%) |
|--|--------------|---------------|--------------|---------------|
| Billetes (avión, tren, barco, autocar..) | | | 10,8 | 12,2 |
| Ordenadores/componentes/periféricos | 11,0 | 12,2 | 10,2 | 10,2 |
| Ocio/tiempo libre/Entradas espectáculos | 8,6 | 12,6 | 9,2 | 10,1 |
| Libros/Revistas | 24,0 | 18,8 | 10,9 | 9,5 |
| Alojamiento (hotel, casa rural...) | | | 6,3 | 7,7 |
| Software | 17,4 | 11,7 | 7,7 | 6,7 |
| Música | 13,8 | 12,7 | 7,2 | 6,3 |
| Electrónica, aparatos electrónicos | 4,3 | 7,4 | 4,5 | 5,6 |
| Videos/películas/DVD's | 6,4 | 6,8 | 5,4 | 4,9 |
| Telefonía y Servicios Telefónicos | | 0,9 | 4,7 | 4,0 |
| Alimentación / Droguería / Perfumería | 2,4 | 3,9 | 4,4 | 4,0 |
| Servicios de Internet y reserva de dominios | 0,6 | 0,8 | 4,1 | 3,7 |
| Productos y Servicios financieros | 0,7 | 1,2 | 3,8 | 3,2 |
| Ropa | 4,5 | 3,1 | 2,6 | 2,9 |
| Paquetes vacacionales | | | 2,0 | 2,4 |
| Flores y envío de flores | 1,6 | 2,7 | 1,9 | 1,8 |
| Alquiler Coches | | | 1,8 | 1,8 |
| Coches, motos y accesorios | 1,6 | 0,8 | | |
| Otros | 3,2 | 4,2 | 2,5 | 2,5 |

Tabla 4: Porcentajes de Productos comprados en Internet en España 2000-2004.

Análisis de Eduardo Liberos a partir de AIMC

Los miedos todavía existen, pero poco a poco se van venciendo: existe una mayor confianza en Internet (¿uds. conocen a alguien a alguien que algún delincuente le haya capturado su tarjeta para realizar compras en Internet?), los sistemas son más seguros y la prensa ya no habla tanto -y a veces injustamente tan mal del comercio electrónico o Internet-. Pero aun así sigue existiendo ciertos reparos a pagar con tarjeta de crédito/debito (esto no es ninguna novedad) y si no lo vemos o tocamos, no lo compramos.

Les invito a que realicen su primera compra a través de Internet.

Si desean formarse en marketing directo, relacional y CRM y marketing interactivo pueden hacerlo en El Instituto de Comercio Electrónico y Marketing Directo (ICEMD)

Pueden descargarse este documento y otros de su interés relacionado con Comercio Electrónico, Internet, Marketing interactivo y crossmedia en www.crm10.com

Un cordial saludo,

Eduardo Liberos

Profesor Comercio Electrónico ICEMD