

Solo el 0,4% de las pymes de gran consumo están preparadas para el comercio electrónico

El retrato robot de la presencia en Internet de las pymes españolas es el de una empresa con una web sencilla, con contenidos estáticos, no optimizada para el comercio electrónico ni la navegación móvil, sin tienda online y con perfiles en las redes sociales puramente presenciales y sin utilizar

Madrid, 23 de octubre, 2013.- El ISDI, la primera escuela de negocios del ámbito digital, ha elaborado el Barómetro Digital 2013 en el seno de la Cátedra ISDI-Complutense, para evaluar el grado de utilización de las posibilidades que ofrece el ecommerce por parte de las pymes del sector de gran consumo. El análisis realizado para la Asociación de Fabricantes y Distribuidores del Gran Consumo (AECOC) revela el escaso uso que realizan las pymes de la Red como canal de comercialización de sus productos.

El retrato robot que dibuja el estudio de la presencia en Internet de las pymes españolas es el de una empresa con una web sencilla, con contenidos estáticos, no optimizada para el comercio electrónico ni la navegación móvil, sin tienda online y con perfiles en las redes sociales puramente presenciales y sin utilizar.

Las principales conclusiones del Barómetro Digital son:

- Solo el 0,4% de las compañías dispone de una web realmente adecuada para el comercio electrónico con venta su catálogo de productos, optimizada para la navegación móvil y actividad en redes sociales. De hecho, únicamente un 10% de las webs ofrecen tienda o disponen de un método para captar leads (datos de los clientes para ofrecerles sus productos posteriormente a través de otro canal).
- El 13% de las empresas no tiene ningún tipo de presencia web y muchas de las existentes se limitan a ofrecer una sencilla información de contacto. El porcentaje de compañías que exponen su catálogo de productos o servicios es del 54%.
- Con respecto al uso de las redes sociales, aunque el 46% de las pymes cuenta con al menos un perfil en Twitter, Facebook o Google+, solo el 6% de ellas utiliza con frecuencia y mantiene activos estos perfiles para llegar a su público potencial.
- Ese mismo porcentaje, el 6%, es el de las compañías con una web optimizada para la navegación a través de dispositivos móviles, a pesar de la elevada penetración móvil en nuestro país y el importante aumento de las ventas que está viviendo.

- Otra prueba de la escasa penetración del ecommerce en las pymes de gran consumo es el hecho de que un 51% de las webs no dispone de ninguna herramienta de medición que les permita controlar el tráfico y la navegación de sus visitas.

- El informe también pone de manifiesto importantes carencias técnicas en los sites de las compañías que entorpecen el desarrollo de un comercio electrónico eficaz:

- o Escasa optimización y deficiencias técnicas para el posicionamiento en buscadores.

- o Mayoritaria ausencia de buscador interno (71%).

- o Defectos de usabilidad como excesivos pasos para realizar las compras y escasa penetración de nuevos métodos de pago.

Nacho de Pinedo, CEO del ISDI, explica que "en España el conjunto de las empresas están todavía lejos de los índices de digitalización de países que deberían ser nuestra referencia, como Francia o Italia y, por supuesto a años luz del Reino Unido. Esta es la una de las razones clave por la que la mitad de las compras en internet de los consumidores españoles se acaba materializando en ecommerce extranjeros. Sin embargo, Internet debería verse como una gran oportunidad para elevar la competitividad de las pymes españolas, ya que permite el acceso y la captación de clientes más allá de su entorno de proximidad, está abierta 24 horas al día y 7 días a la semana, y proporciona la posibilidad de llegar a mercados internacionales (en especial el Latinoamericano) con baja inversión e infraestructura".

El estudio se ha realizado sobre compañías con una facturación de hasta 30 millones de euros de segmentos de actividad como la alimentación y bebidas, textil, calzado, farmacia o químico, entre otros.

El ISDI y AECOC mantienen un acuerdo de colaboración por el cual se comprometen a trabajar juntas para mejorar la capacitación digital de las empresas, en especial de las pymes. El acuerdo incluye la puesta en marcha varios servicios de apoyo para que las pequeñas y medianas empresas puedan utilizar el máximo potencial de la Red:

- Formación, tanto presencial como a distancia a través de una plataforma única, con cursos preparados ad hoc para las necesidades de las pymes.

- Asesoramiento personalizado en el proceso de digitalización de cada compañía.

- Un servicio de auditorías de página web para detectar puntos de mejora y posicionamiento.

- Realización de diversos foros de intercambio de conocimiento para fomentar el networking.

Acerca del ISDI

ISDI (Instituto Superior para el Desarrollo de Internet), es una institución creada por directivos de referencia de las principales empresas comprometidas con el entorno digital del país (Google, Yahoo, Herraíz Soto & Co, Buongiorno,...). Es la primera escuela de negocio del ámbito digital de nuestro país. Su misión es desarrollar e impulsar el ecosistema digital de España a través de la formación y asesoramiento de profesionales, emprendedores y empresas para acelerar el cambio a un nuevo modelo económico más competitivo y eficiente.

Su oferta formativa incluye los programas más punteros y diferenciales de la formación digital:

MIB (Máster en Internet Business): máster sobre negocio digital pionero en nuestro país, que se imparte en Madrid, Barcelona y México D.F.

PADIB (Programa de Alta Dirección en Internet Business): programa exclusivo diseñado para proporcionar una visión estratégica del entorno digital a presidentes, consejeros delegados y directores generales de empresas.

DiBex (Digital Business Executive Program): programa de dos meses de formación específica para directivos y cuadros de mando de los segmentos de marketing, comunicación y medios.

Internet Academi: la mayor plataforma de formación digital online con una oferta de más de 50 cursos tutorizados sobre competencias digitales de duración mensual, programas semestrales y másters anuales.

Para más información:

Cristina del Gallo / Rafael Delgado

Formedia

91 562 81 00

prensa@grupoformedia.com
