Kippel01

ENTORNO

La digitalización, lejos del retail catalán: el 51% de las empresas considera que no tiene efecto en sus ventas

Para el 77% de los comercios que venden online en Cataluña, la venta digital apenas representa un 10% de su facturación total. Las herramientas digitales más implantadas en el retail de la comunidad autónoma son la creación de páginas web y las redes sociales.

17 JUL 2017 — 17:14

POR DANIEL LÓPEZ

Cada vez son más las empresas que deciden apostar por la digitalización en sus respectivos negocios. En Cataluña, el sector del comercio ha empezado a dar tímidos pasos en el campo del online, sin embargo un 51% de las empresas afirman que la contribución del digital ha sido poca o incluso nula en su retail.

Así se desprende del informe *Transformación digital en el retail en Cataluña,* realizado por la escuela universitaria de comercio (Escodi) a petición de la agrupación empresarial Comertia. En este sentido, la mitad de las empresas de la comunidad autónoma no se muestran optimistas de cara a la innovación digital y para el 77% de las que venden online, este tipo de comercio apenas representa un 10% de sus ingresos totales.

https://www.kippel01.com/entorno/la-digitalizacion-lejos-del-retail-catalan-el-51-de-las-empresas-considera-que-no-tiene-efecto-en-sus-ventas.html

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El estudio, en el que han participado 169 empresas, destaca que las herramientas digitales más implantadas en el retail catalán son la creación de páginas web y las redes sociales. Por otra parte, el 46% de las empresas del sector invierte en publicidad en redes sociales, siendo el de la moda el que más gasta en este aspecto. Facebook e Instagram son las redes más utilizadas por el comercio en el territorio, seguidas por Twitter y Youtube.

Menos del 35% de los comercios en Cataluña invierten en mejorar su posicionamiento en los buscadores

Paradójicamente, la apuesta por la publicidad en Internet no está siendo explotada en todas su vías por parte del conglomerado empresarial de retail en Cataluña. En esta línea, menos del 35% de los comercios invierten en mejorar su posicionamiento en los buscadores (SEO y SEM), y aquellos que lo hacen suelen invertir menos de mil euros mensuales.

El precio frena la innovación

El informe de Comertia y la Escodi señala que el factor principal que frena el acceso digital a algunos retailers es el coste de este, según el 38,6% de los encuestados. Los siguientes motivos por los que las empresas argumentan su falta de innovación en este ámbito son la ausencia de personal capacitado (20,8%) o la falta de conocimientos necesarios para definir una estrategia (19,8%).

Además, un 41% de las empresas de retail de Cataluña manifiesta no disponer aún de ninguna tecnología implantada en el punto de venta. Siguiendo esta línea, son las empresas de un único establecimiento las que más abundan (cerca de un 60%) entre las que no tienen ninguna tecnología integrada. Entre los comercios que sí disponen de tecnología, destaca la implantación de las tablets y los códigos QR, seguidos por los sistemas de pago rápido, el conteo de personas y las pantallas interactivas.

En este aspecto, Núria Beltran, directora de la Escodi, ha puntualizado que “tenemos que contextualizar esta lenta inversión en el online con la crisis económica”. Esta afirmación se ha visto complementada por la de Joan Carles Calbet, presidente de Comertia, quien considera que para las empresas “cuesta invertir en un canal (online) donde el retorno no es inmediato”.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.