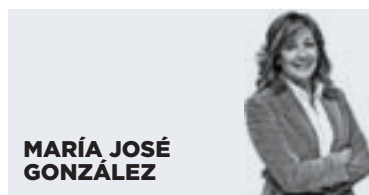


Comprar por Internet no cuaja en La Rioja

Los riojanos son los españoles que menos utilizan la Red para adquirir productos y servicios

Sólo uno de cada tres internautas de la comunidad realiza compras 'on line' al menos una vez al mes



MARÍA JOSÉ GONZÁLEZ

✉ mjgonzalez@diariolarioja.com

LOGROÑO. Choque de realidades. Seis de cada diez riojanos utilizan de forma habitual Internet y, sin embargo, sólo uno de cada tres realiza compras 'on line'. El primer dato, que confirmaría un grado de penetración alto de la Red en la sociedad riojana, se desprende del último estudio del Observatorio Riojano de la Sociedad de la Información publicado en febrero de este año (en la actualidad se está trabajando sobre la siguiente oleada). El segundo, se extrae como principal conclusión de una encuesta realizada por la red de blogs Ocio Networks entre 1.875 internautas de toda España

Uno de los apartados de esta encuesta analiza el número de usuarios que realiza compras a través de la Red al menos una vez al mes. Y, según este muestreo, sólo el 33% de los encuestados en La Rioja asegura comprar por Internet de forma habitual, frente al 35% que dijo hacerlo durante el 2009. Esa ratio convierte a la región en la comunidad autónoma que menos compras 'on line' ha realizado este año.

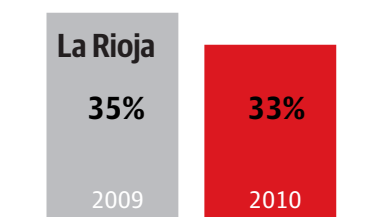
El dato riojano se sitúa por debajo de la media nacional, que arroja que un 46% de los españoles compra 'on line' al menos una vez por mes. El año pasado, la ratio nacional sólo alcanzaba el 33%. Ocio Networks asegura, además, que el incremento se ha focalizado sobre todo a partir de los 21 años de edad y entre los usuarios de redes sociales que, «como el año pasado, compran más habitualmente en las webs». Por comunidades autónomas, los canarios son los que más compras 'on line' realizan de forma habitual (71%), seguidos de aragoneses (61%) y navarros (60%).

Una de las razones que, según Ocio Networks, explicaría este repunte del comercio electrónico en España, es que los usuarios manifiestan emplear «con tranquilidad» las tarjetas de crédito en la Red.

Según el estudio, que no desglosa los datos de este parámetro por comunidades autónomas, el 63% de los internautas españoles afirma utilizar las tarjetas de crédito en Internet este año sin ningún temor. En el 2009, la ratio sólo alcanzaba el 54%. «De este modo —explica la red de blogs— se constata el aumento de la confianza en las compras 'on line', siendo una forma de consumo cada vez más común entre los internautas».

Dentro de este apartado destaca el crecimiento significativo respecto al año pasado en todos los tramos de edad, aunque es entre los usuarios con edades entre los 21 y los 40 años donde más del 70% reconoce emplear la tarjeta de crédito en Internet con total tranquilidad.

¿Compra por Internet de forma habitual?



	2009	2010
Canarias	26%	71%
Aragón	46%	61%
Navarra	55%	60%
Baleares	37%	58%
Castilla La Mancha	38%	55%
País Vasco	31%	55%
Cantabria	30%	53%
Madrid	47%	51%
Castilla y León	36%	46%
Andalucía	38%	46%
Cataluña	37%	46%
Valencia	42%	45%
Galicia	36%	45%
Murcia	30%	43%
Asturias	46%	46%
Extremadura	33%	40%

Otro de los aspectos que se cojean en el sondeo es el relacionado con el uso y el conocimiento del DNI digital.

El DNI digital

En este sentido, la encuesta revela que la utilización del 'DNIe' sigue sin extenderse entre los riojanos. Sólo el 17% de los entrevistados reconoce haberlo utilizado este año en alguna ocasión, cifra más baja que la del 2009 cuando el 24% de los encuestados declaró haberlo empleado. Las cifras se invierten en la media nacional: el 24% de los españoles ha utilizado alguna vez el DNI electrónico en lo que va del 2010, frente al 15% que lo hizo el año pasado.

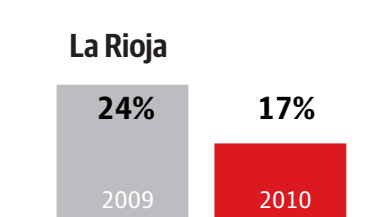
Dentro de este apartado, los navarros son los ciudadanos españoles que más usan el DNI electrónico para hacer gestiones a través de Internet (40%), seguidos de aragoneses y murcianos (en ambos casos, con el 34%). Los que menos confían en el uso de esta identificación son los catalanes (15%).

No obstante, no hacer uso del 'DNIe' no presupone que no se conozca. Al contrario, este año, tres de cada cuatro riojanos consultados por Ocio Networks afirmaron estar al tanto de la utilidad del DNI digital. El año anterior, sólo cuatro de cada diez aseguraban saber para qué servía este documento.

En este apartado, también, los datos riojanos son peores que los resultados de la media nacional. En concreto, ocho de cada diez españoles respondieron a los encuestadores que conocen para qué sirve el 'DNIe' y dónde lo pueden utilizar. Una ratio que mejora ligeramente la registrada a lo largo del 2009, cuando respondieron afirmativamente a esta pregunta siete de cada diez entrevistados.

Por grupos de edad, el estudio de Ocio Networks revela que el grado de conocimiento del 'DNIe' se ha incrementado de forma generalizada en todas las franjas, si bien su uso ha crecido de forma más significativa entre los usuarios con edades comprendidas entre los 21 y los 50 años.

¿Ha usado alguna vez el DNI electrónico?



	2009	2010
Canarias	26%	23%
Aragón	12%	34%
Navarra	8%	40%
Baleares	27%	16%
Castilla La Mancha	12%	24%
País Vasco	12%	24%
Cantabria	15%	19%
Madrid	19%	22%
Castilla y León	10%	23%
Andalucía	18%	29%
Cataluña	8%	15%
Valencia	12%	26%
Galicia	20%	26%
Murcia	9%	34%
Asturias	27%	26%
Extremadura	11%	30%



AUTOBUSES JIMENEZ

Utiliza nuestra tarjeta cliente y obtén una serie de ventajas:

- ■ ■ ■ Por mayor comodidad como medio de pago.
- ■ ■ ■ Por aprovecharte de nuestros descuentos.
- ■ ■ ■ Por seguridad propia en el pago.
- ■ ■ ■ Por evitar tiempos de espera con respecto al pago.
- ■ ■ ■ Por ser gratuita.
- ■ ■ ■ Y por no sé cuantas cosas más...



Pol. Ind. La Portalada II
C/Santa María, 2
26006 - Logroño - La Rioja
T. 941 202 777 - F. 941 210 968

«Todo es vendible 'on line' si se sabe venderlo bien»

Javier Gurría de la Torre Cofundador y director de Proyectos de JIG.ES

Gurría explica que el éxito de las ventas por Internet radica en «ofrecer productos diferenciados y servicios al cliente excelentes»

M. J. G.

LOGROÑO. No hay que tener miedo a vender en Internet, como tampoco hay que tenerlo a comprar. El 'quid' está en diferenciarse y en ofrecer un servicio extraordinario a los clientes. «Y ahí es donde empresas como JIG.ES ponemos nuestra labor», explica Javier Gurría, cofundador de la única firma riojana que, con el nombre de 'éxito e-commerce', es miembro de 'adigital.com', la Asociación de Empresas de Comercio Electrónico de España.

¿Le sorprende el resultado de la encuesta de Ocio Networks?

«Sí, porque el índice de penetración de Internet es muy alto en La Rioja y cada vez son más las empresas que quieren vender 'on line'».

¿Qué es JIG.ES?

«Es una empresa de comunicación multimedia, que se dedica al desarrollo de páginas web y de proyectos que ayuden a integrar y a facilitar la comunicación de las empre-

sas a través de la Red. Y, fundamentalmente, a través del proyecto 'éxito' nos dedicamos al desarrollo de tiendas 'on line', integrando toda la estructura de la empresa, posicionándola e incorporándonos con ella en el día a día de la venta 'on line'».

¿Cuándo comenzaron con las tiendas digitales?

«Llevamos tres o cuatro años y estamos vendiendo en todo el mundo. Rondaremos los 75 países. Eso es lo bueno de Internet, que te acerca a todos los sitios».

¿Cuántas tiendas tienen?

«Unas siete. Algunas compartidas, es decir participamos en su desarrollo, y otras en las que son los clientes los que se encargan».

¿Hay algo que no se pueda vender por Internet?

«No. Todo es vendible, aunque no es fácil, porque cuesta tiempo y requiere tener un equipo de profesionales que te ayude a hacerlo. Y esa es una de nuestras principales labores».

Calidad y buen precio

¿Cuáles son las dificultades?

«Por estar en Internet no vendes. Hay que darse a conocer. Y para eso es necesario un trabajo previo de fortalecimiento de la marca y, muy especialmente, de garantizar un excelente servicio, no sólo atendien-

do de una forma óptima a los clientes, sino ofreciendo un producto diferenciado y a un precio atractivo».

«Pero la mayoría de los consumidores sigue sin confiar en Internet...»

«Sí, porque se encuentran con un mal servicio, lo que puede suponer la peor campaña para una empresa».

¿Qué recomienda a quienes deseen vender por Internet?

«Que hagan una reflexión: por qué quieren vender, qué quieren vender y cómo van a hacerlo. Son muchos los temas a tratar antes de salir y eso es a lo que nos dedicamos».

¿Le han dicho a algún cliente que no estaba preparado?

«Sí, por supuesto».

¿Todos los sectores son factibles de entrar en estos proyectos?

«Sin duda. Nosotros nos movemos en todos: calzado, muebles, vino, deportes [acaban de lanzar padelferrer.com]...»

¿Quién compra más 'on line'?

«Los hombres».

¿Los hombres...?

«Sí, porque odiamos ir de tiendas. Somos mucho más compulsivos. A las mujeres les gusta más tocar los productos e ir a comprarlos».

«El último proyecto de JIG.ES...»

«Aplicaciones para comprar a través de los teléfonos móviles, sobre todo para el 'iphone'».



Imagen de la página web de Ontañón 2.0. :: L. R.

«Todo Ontañón está volcado en los proyectos»

Raquel Pérez Cuevas
Directora comercial de Bodegas Ontañón

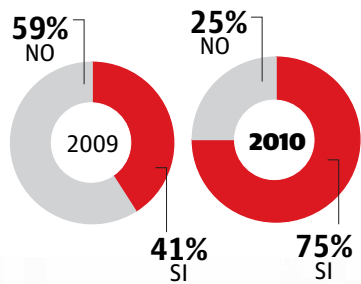
M. J. G.

LOGROÑO. 'Ontañón 2.0', el primer vino del mundo diseñado por usuarios de Internet, es el último gran proyecto de Bodegas Ontañón, grupo que creyó «hace muchos años» en la Red y que, «al margen de la venta de vinos 'on line' y de las visitas a la bodega», está convencido de que las posibilidades del comercio electrónico son «enormes»: interactuar con el consumidor, saber sus gustos, su procedencia, poder pedir su opinión sobre diferentes aspectos, alcanzar mercados que en canales tradicionales resultan muy difíciles y costosos...

Así lo explica la directora comercial de Ontañón, Raquel Pérez Cuevas, quien añade que esta firma bodeguera no ha encontrado «demasiadas dificultades» a la hora de proyectar su negocio en la Red. «Únicamente –señala Pérez Cuevas– todos los que formamos la empresa nos dimos cuenta de que debíamos estar concienciados y, a partir de ahí, definir ideas bastante precisas de lo que queríamos y, claro está, contar con el asesoramiento y el apoyo de una empresa profesional y líder en el sector de Internet (JIG.ES), que hace realidad estas ideas».

En la actualidad, Ontañón está trabajando «las posibilidades que ofrecen los teléfonos móviles, porque son una herramienta de comunicación muy eficaz». En este sentido, Pérez Cuevas subraya que «ya hemos desarrollado la primera aplicación para el Iphone que se puede obtener a través del Apple Store». En ella, entre otras informaciones, se puede conocer cuáles son los puntos más cercanos donde poder tomar los vinos de la bodega a partir de la situación en la que se encuentre el usuario.

¿Sabe para qué sirve el DNI electrónico?



Javier Gurría y su socio Íñigo Hernández, en una de las oficinas de JIG.ES en Logroño. :: ALFREDO IGLESIAS

Elige lo que quieres ser de mayor

Y consigue ahora:

- pagar menos impuestos,
- una bonificación de regalo, o
- un interés muy especial para tus ahorros.

PLANES DE PENSIONES

Promoción válida hasta el 31/12/2010. Información y bases en oficinas Caja Rioja.