

EL PERFIL DEL COMERCIANTE ONLINE ESPECIAL PYMES Y MICROPYMES

Uno estudio realizado por **OXATIS GROUP**
xopie 





Contexto y metodología



Contexto y metodología

Xopie

- ⊙ Líder europeo de tiendas online en modo SaaS para comerciantes, pymes y micropymes
- ⊙ Grupo Oxatis creado en 2001 y presente en España, Francia, Inglaterra e Italia
- ⊙ Más de 10 000 webs con una facturación de entre varios miles y varios millones de euros al año
- ⊙ 130 expertos

Metodología

- ⊙ 10º año del Perfil del comerciante online, especial micropymes y pymes
- ⊙ Estudio realizado con una muestra de 4 500 comerciantes online entre el 16 de noviembre y el 23 de diciembre de 2016
- ⊙ 573 encuestados

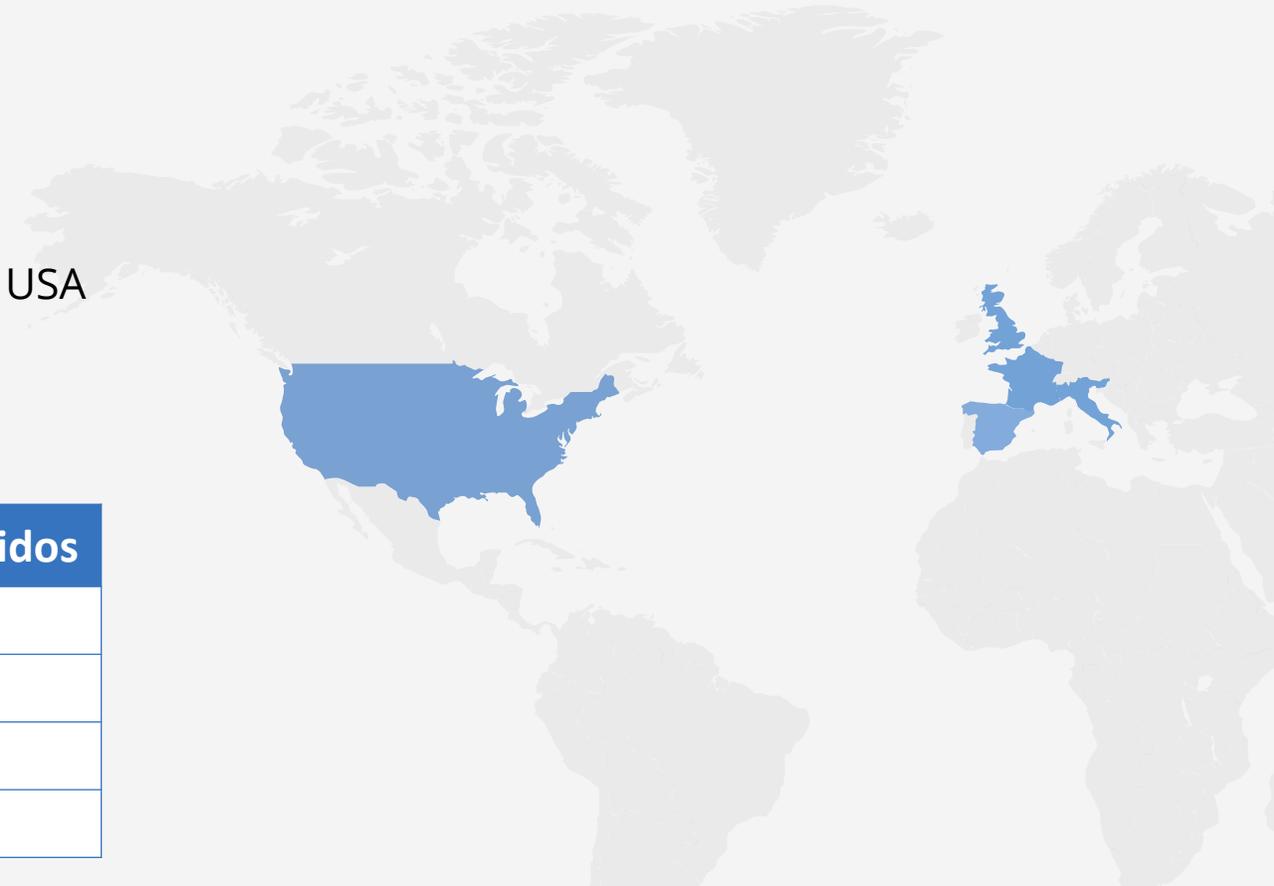
Crecimiento del e-commerce

17 veces superior al comercio tradicional

⊙ Cuota de mercado de un 9%, vs más del 50% en USA

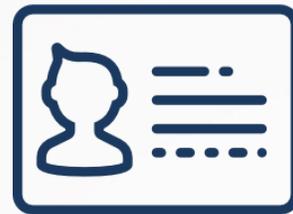
El comercio online continúa creciendo

	Europa	Estados Unidos
Comercio tradicional	-1,5%	+1,9%
E-commerce	+17%	+14%
Cuota de mercado en 2016	9%	14%
Cuota de mercado en 2015	8%	13%



Fuente: Centre for Retail Research





Perfil del comerciante online



El e-commerce atrae a los profesionales del comercio tradicional

Menos *pure-players* y más profesionales tradicionales

Las tiendas físicas se digitalizan, las pymes y micropymes son conscientes del potencial del e-commerce



PURE-PLAYER



MICROPYMES/PYMES



TIENDA FÍSICA



OTROS*

	PURE-PLAYER	MICROPYMES/PYMES	TIENDA FÍSICA	OTROS*
2016	37%	28%	28%	7%
2015	40%	28%	29%	3%
2014	40%	27%	27%	6%
2013	42%	26%	26%	6%

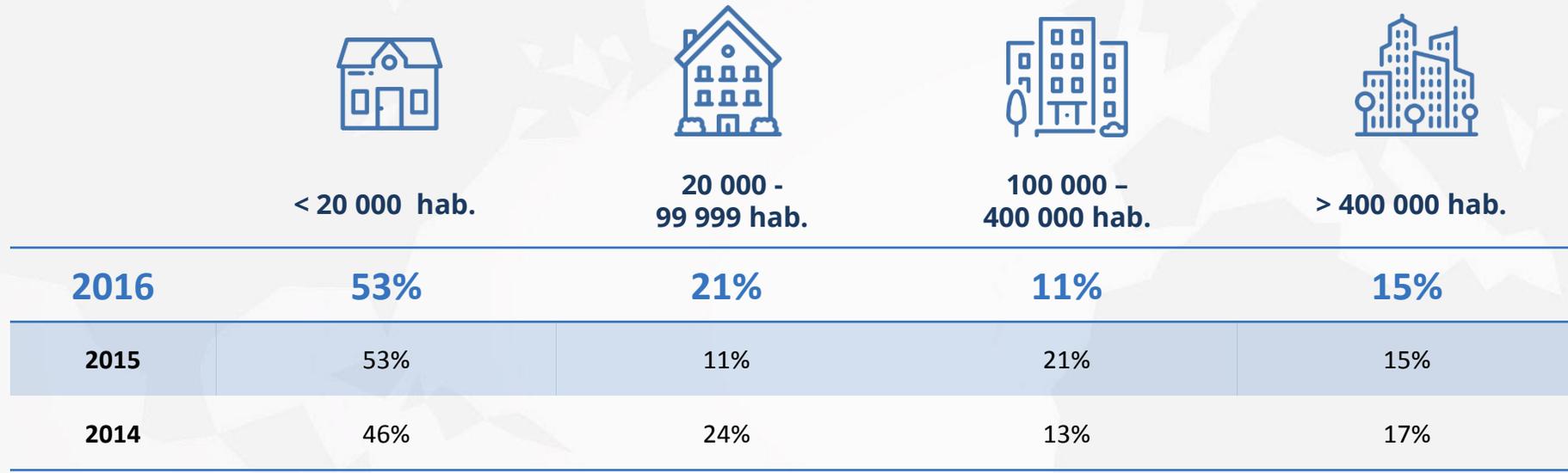
*Profesionales independientes, liberales...



El e-commerce tiene éxito en las pequeñas ciudades y municipios

Las pequeñas y grandes ciudades siguen trayectorias opuestas. Las primeras avanzan notablemente, las segundas frenan su progresión.

- ⌚ Los pequeños municipios sacan partido del e-commerce, una tendencia positiva para la organización territorial.



El e-commerce gana terreno entre las empresas de tamaño medio

Dos tendencias explican esta evolución

- ⌚ Los pequeños comerciantes online crecen
- ⌚ Las pymes se suman al e-commerce



DE 1 A 5 EMPLEADOS



MÁS DE 5 EMPLEADOS

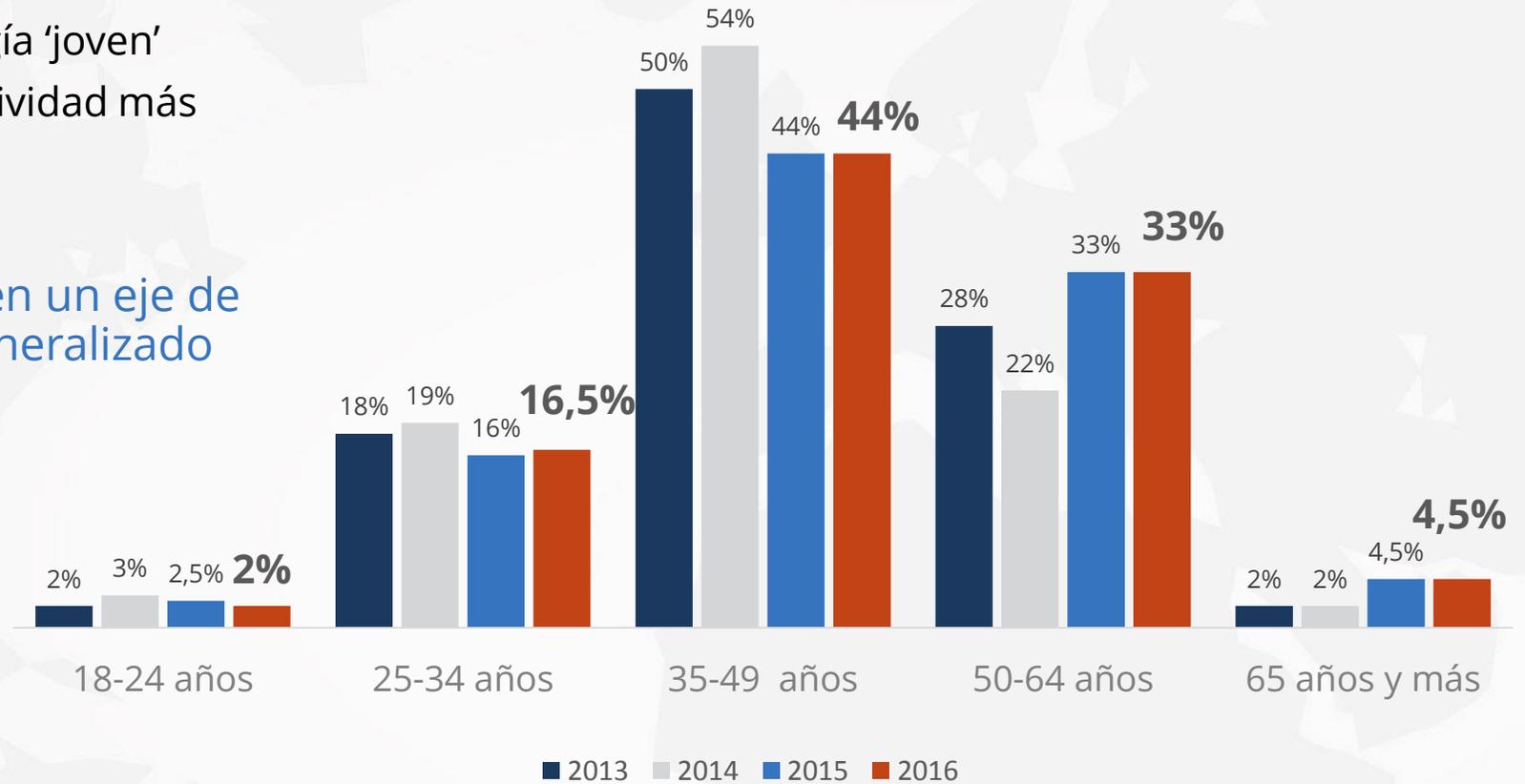
	DE 1 A 5 EMPLEADOS	MÁS DE 5 EMPLEADOS
2016	85%	15%
2015	88%	12%
2014	88%	12%
2013	88%	12%

La experiencia cobra importancia en el e-commerce

Para las empresas, el e-commerce:

- ⊙ Deja de ser una tecnología 'joven'
- ⊙ Se percibe como una actividad más consolidada y madura

El e-commerce se convierte en un eje de crecimiento cada vez más generalizado



Las pymes y micropymes saben responder a las expectativas de los clientes en los principales sectores de actividad



**CASA
Y JARDÍN**



**MODA, ROPA Y
ACCESORIOS**



**COMIDA Y
ALIMENTACIÓN**



**BELLEZA Y
BIENESTAR**



**CULTURA
Y OCIO**

2016

14%

12%

10%

10%

9%

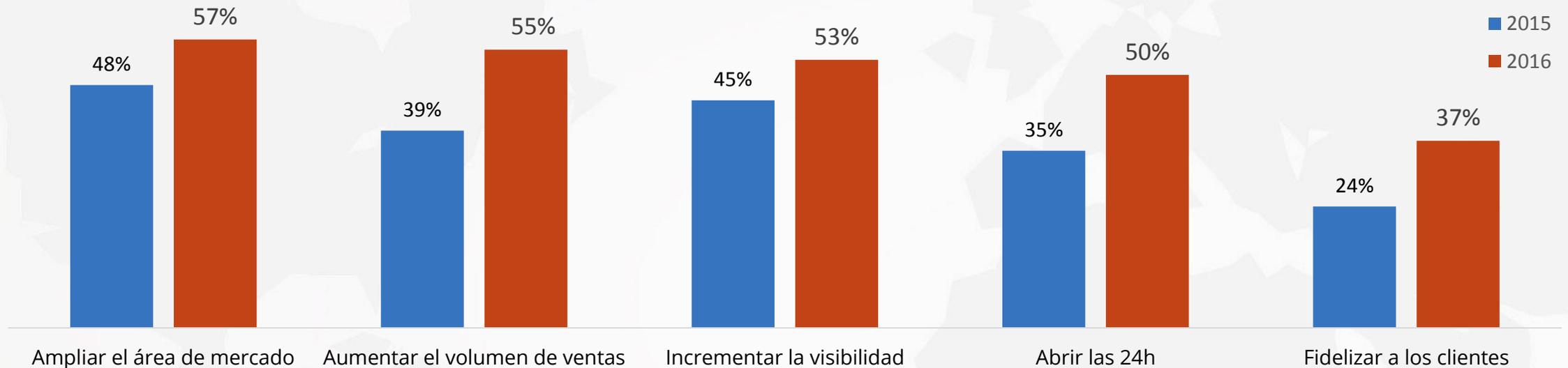
Los comerciantes online B2C también sacan partido del potencial del mercado B2B:

- ⊙ El 47% vende en B2B
 - ✓ El 38% vende tanto en B2C como en B2B
 - ✓ El 9% vende exclusivamente en B2B



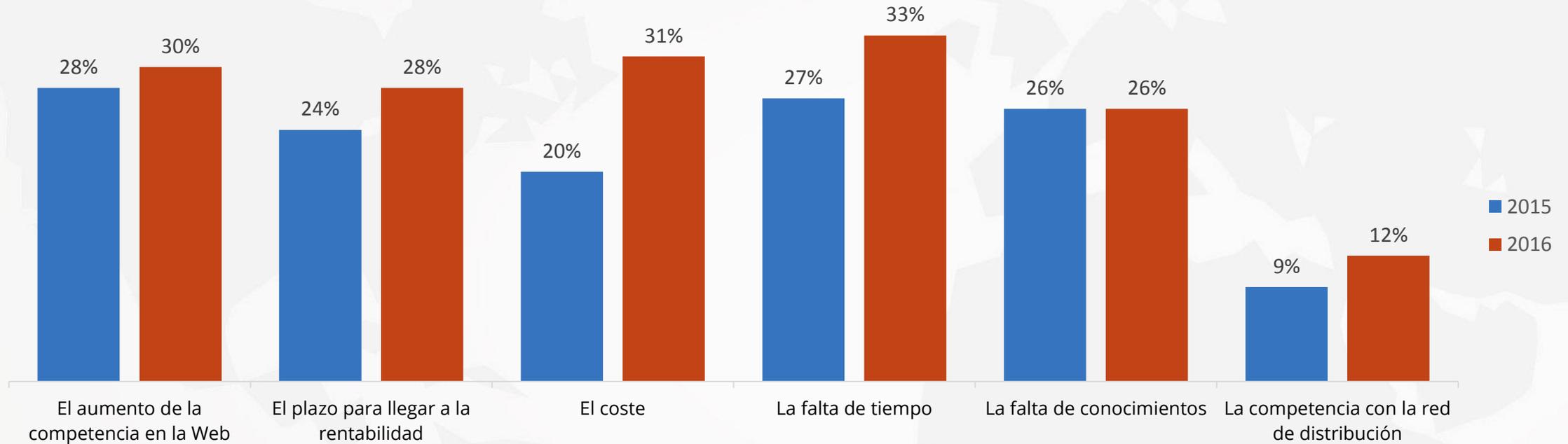
El e-commerce representa una oportunidad de crecimiento

En primer lugar, para aumentar el volumen de ventas con nuevos clientes (visibilidad, oferta)
Luego, para satisfacer y fidelizar a los clientes



Las pymes y micropymes quieren vender online

La competencia y la rentabilidad ya no representan frenos
Los desafíos operacionales cobran mayor importancia (coste, tiempo, conocimientos)





Ventas offline

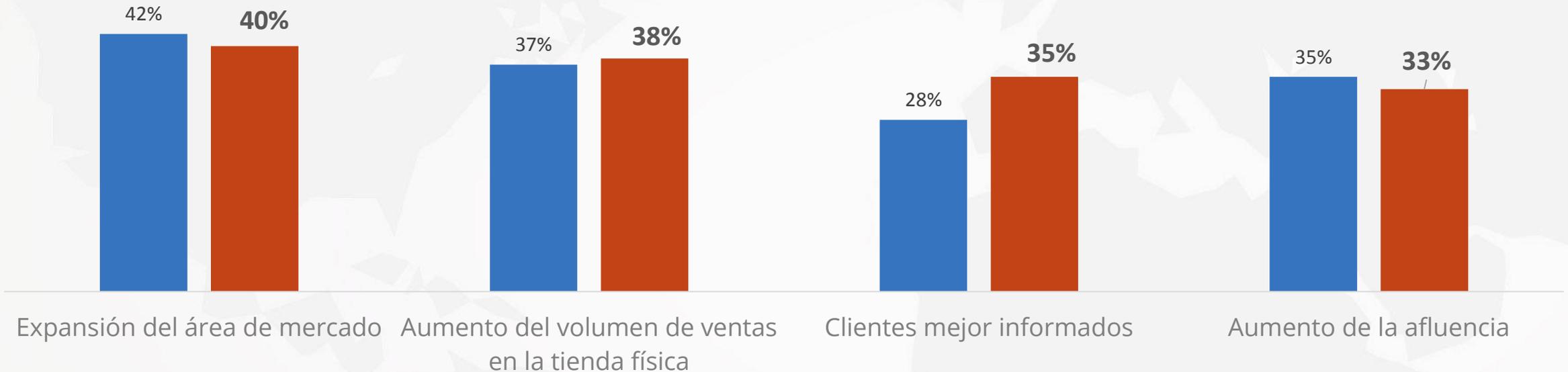
Las tiendas físicas se digitalizan



Las tiendas físicas sacan partido del e-commerce

Los 3 factores principales

- ⊙ Ampliación del área de mercado gracias a las búsquedas geolocalizadas
- ⊙ Aumento del volumen de ventas en la tienda física
- ⊙ Clientes más solicitados a través de herramientas de marketing (SMS, e-mail...)



La recogida en tienda ha sido implementada por comerciantes y pymes en 2016

La recogida en tienda ofrece un servicio complementario:

- ⌚ Los compradores consideran que es una opción práctica
- ⌚ Los comerciantes generan tráfico en la tienda física

Recogida en tienda

29%



Comercio conectado



La importancia de los marketplaces se confirma

Amazon sigue creciendo y el sector se estabiliza

Marketplace	2016	2015
TOTAL*	28%	30%
Amazon	59,5%	55%
eBay	59%	66%
Cdiscount	27%	20%

**% de comerciantes encuestados
que venden en los marketplaces*



A Google le cuesta aumentar su cuota de mercado con las pymes y micropymes

Google

- ⊗ Mantiene su hegemonía en el posicionamiento natural
- ⊗ No avanza en la comercialización de sus servicios de pago

Para vender sin los servicios de pago de Google (Shopping, AdWords), los comerciantes online

- ⊗ Optimizan su posicionamiento natural
- ⊗ Utilizan otros comparadores de precios
- ⊗ Venden en los marketplaces
- ⊗ Utilizan las redes sociales

	2016	2015
Utilizan las herramientas de pago de Google porque les ofrecen la oportunidad de desarrollar su actividad	21%	20,5%
Utilizan las herramientas de pago de Google por necesidad	20%	20%
No utilizan las herramientas de pago Google	59%	59,5%

Las redes sociales: adopción masiva de Facebook por los comerciantes online

Facebook

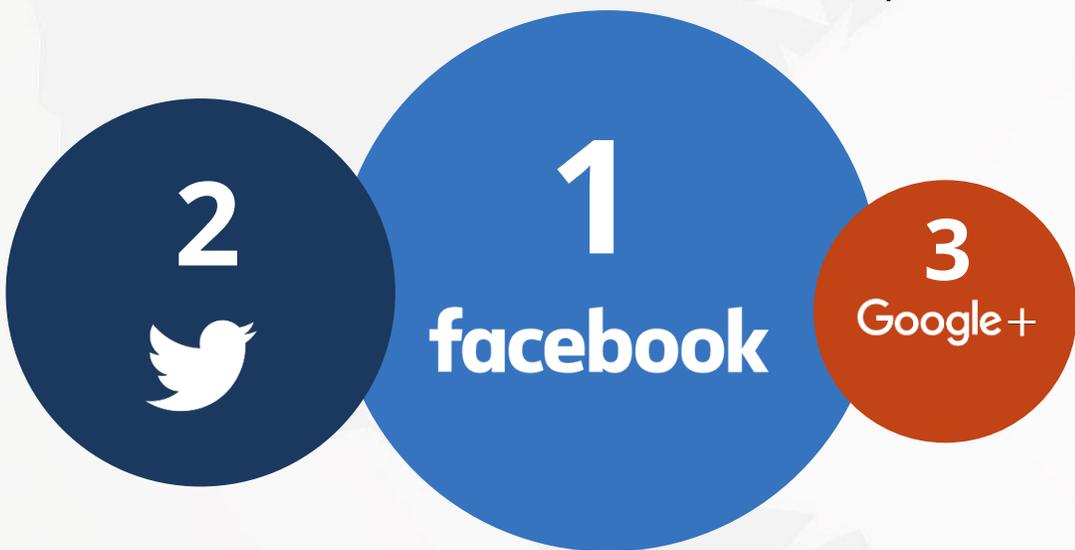
- ⌚ Líder indiscutible en el uso de redes sociales para e-commerce

YouTube e Instagram

- ⌚ Avanzan a grandes pasos (influencia de imágenes y vídeos)

Google+

- ⌚ Pierde casi la mitad de los usuarios que se dedican a la venta online



Redes sociales	2016	2015
TOTAL*	83%	84%
Facebook	80%	78%
Twitter	26%	27%
Google +	16%	25%
Instagram (mención espontánea)	15%	4%
YouTube	14%	
Blog	14%	13%
Pinterest	12%	16%
LinkedIn	12%	17%

Resultados variables en las distintas redes sociales

	Facebook	Blog	YouTube	Instagram	Google+	Twitter	Linkedin	Pinterest
Uso	80%	14%	14%	15%	16%	20%	12%	12%
Resultados*	30%	5%	5%	4%	3%	3%	2%	2%

Facebook

- ⌚ Se ha convertido en una red indispensable y líder en materia de e-commerce

YouTube e Instagram

- ⌚ Se basan en la popularidad de las imágenes y vídeos, demuestran ser eficaces

Twitter

- ⌚ Le cuesta encontrar un posicionamiento eficaz



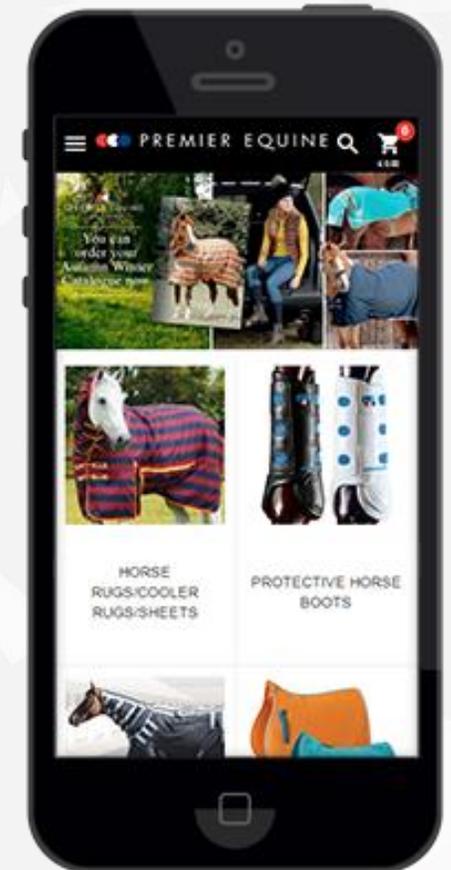
* Más del 5% de tráfico/ventas procedentes de las redes sociales

El móvil es el nuevo rey del e-commerce

El 2016 marca un antes y un después en el uso de los móviles

El número de webs que generan más de un 10% de su volumen de ventas vía móvil se ha multiplicado por más de 2,5

El móvil se ha convertido en un canal de ventas para todos los sectores de actividad



Móvil	2016	2015
TOTAL	81%	82%
Generan más del 10% de su volumen de ventas vía móvil	54%	17%
Han generado al menos 1 venta vía móvil	82%	78%



Balance y perspectivas



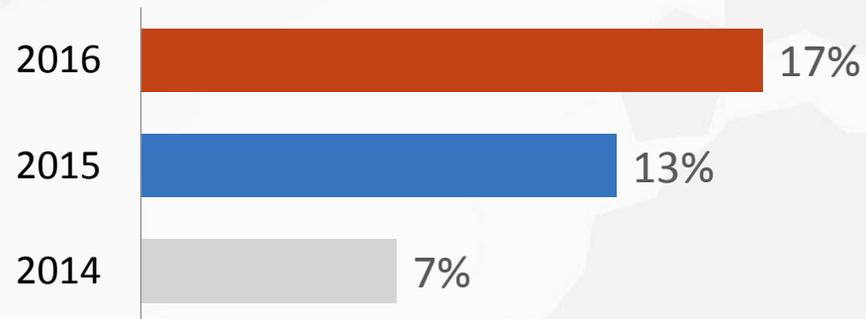
El e-commerce: un sector dinámico para el empleo

El 17% de los comerciantes online contrataron al menos a un empleado en 2016 (frente al 13% en 2015)

- ⌚ Se estima que las webs de e-commerce registradas en Europa (casi 1 000 000) han creado, en conjunto, 170 000 empleos en 2016*



% de webs de e-commerce que han contratado al menos a un empleado

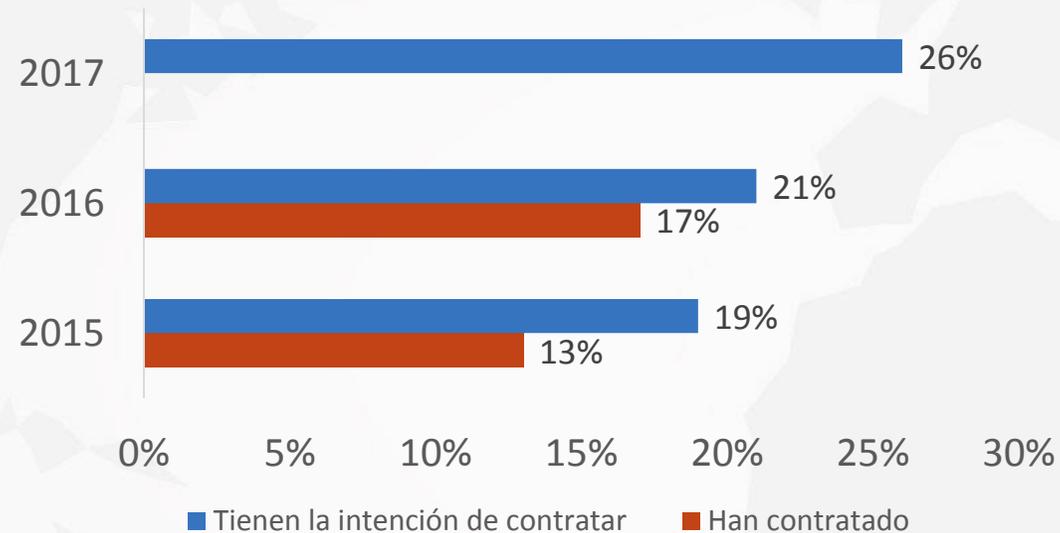


* Las webs de e-commerce crean empleos que no son necesariamente a tiempo completo

Previsiones de contratación favorables para 2017

El 27% de los comerciantes online afirman querer realizar al menos una contratación en 2017

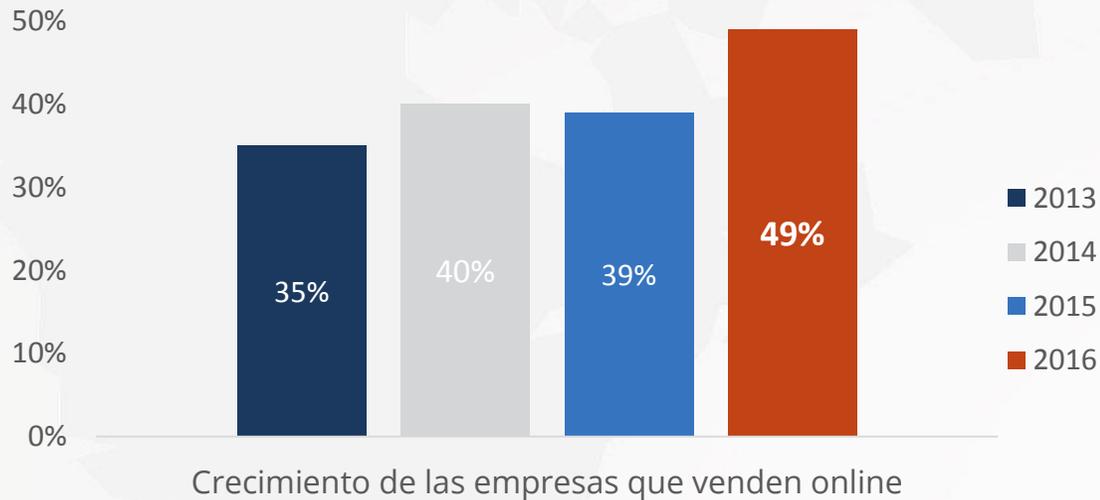
- ⌚ Las intenciones de contratación representan la creación de 270 000 empleos en 2017
- ⌚ Las contrataciones en e-commerce podrían **representar más de un 39% de la creación de empleo** que se prevé en Europa en 2017.



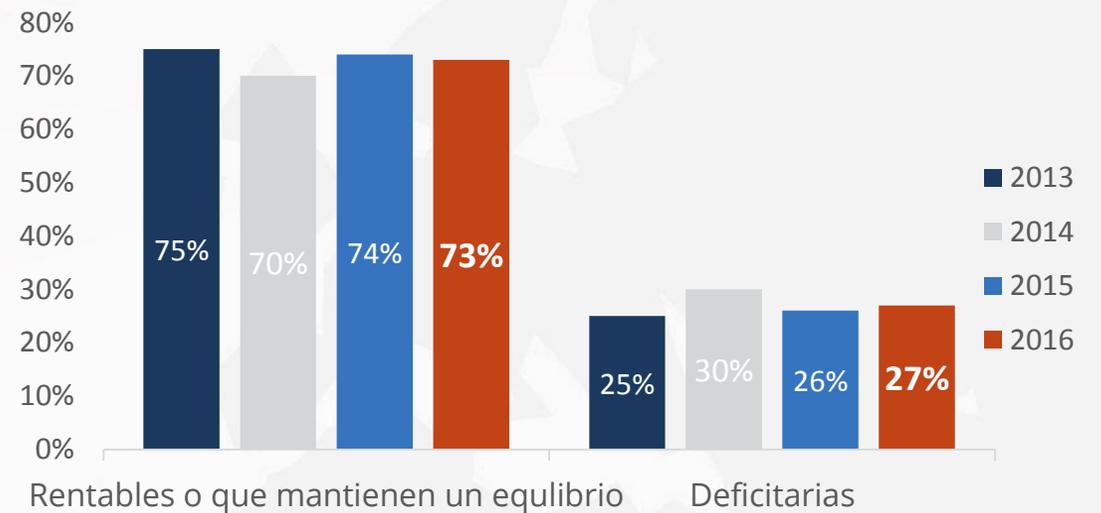
* Fuente: ILO

El e-commerce: un sector de actividad rentable y en crecimiento

Crecimiento



Rentabilidad de las webs de e-commerce



Fuerte aumento de las empresas que se unen al e-commerce
Este crecimiento no compromete la rentabilidad

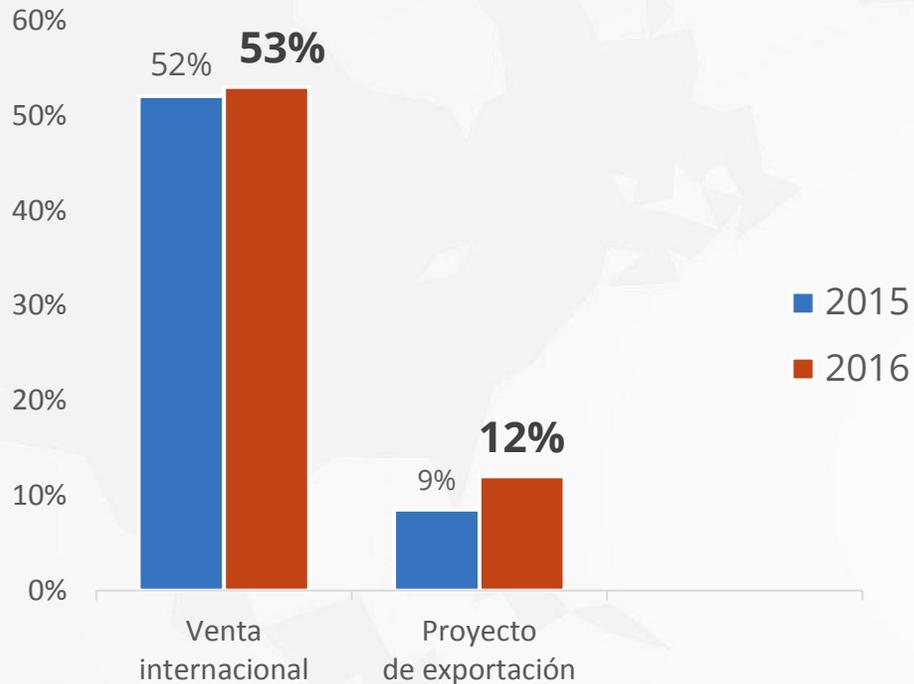


La venta a escala internacional



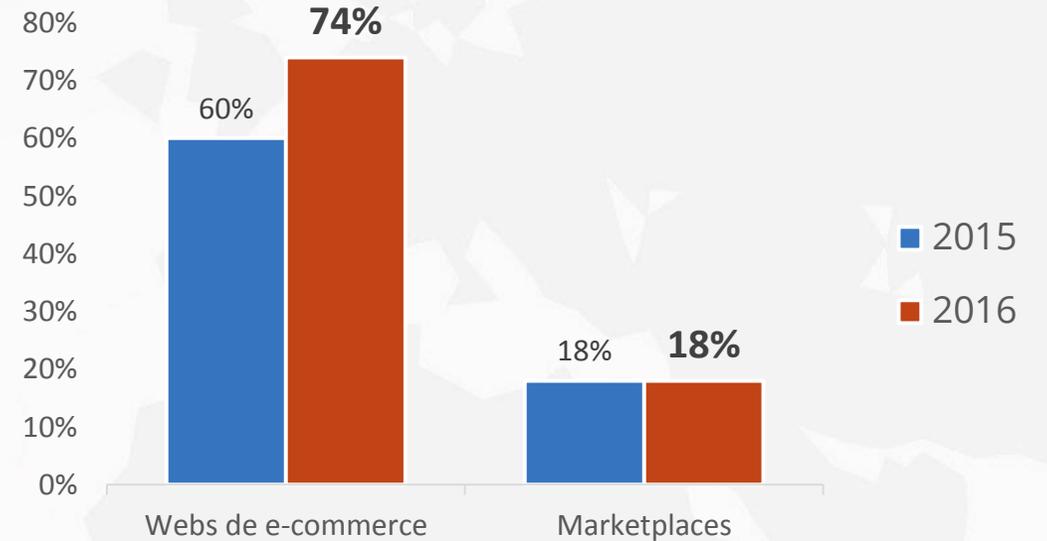
El e-commerce acelera la exportación

El 53% de los comerciantes online exportan (frente al 16% de las pymes europeas*)



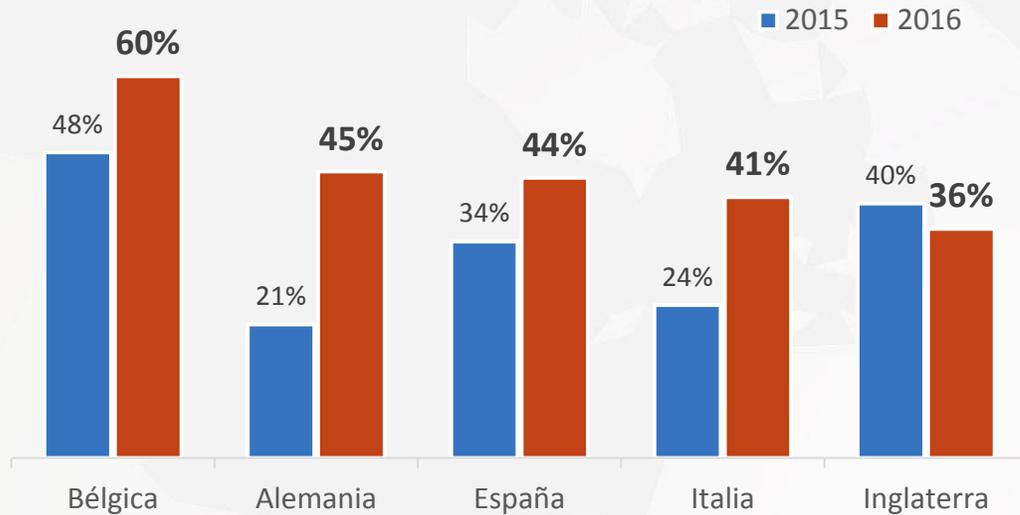
* Fuente: estudio 2015 sobre las exportaciones de las pymes europeas - UPS.com

El e-commerce acelera la apertura hacia los mercados internacionales

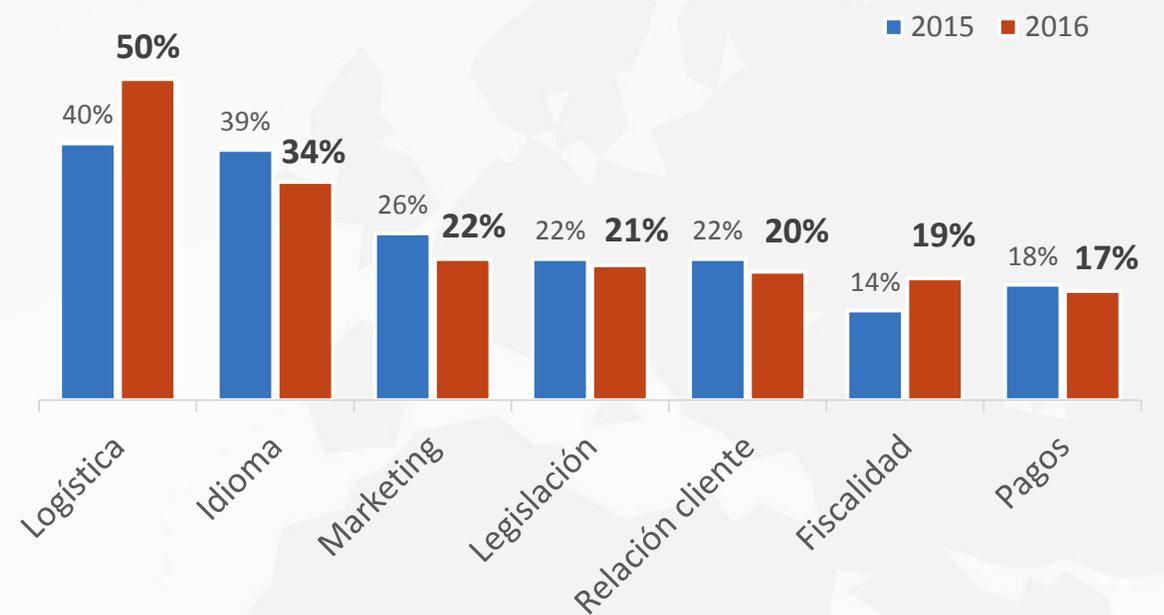


Fuerte aceleración de las ventas entre países

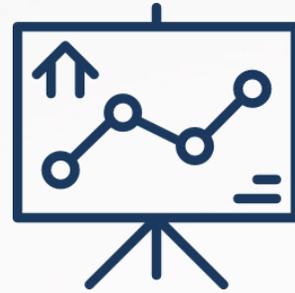
Países a los que más se exporta



Desafíos para el desarrollo internacional

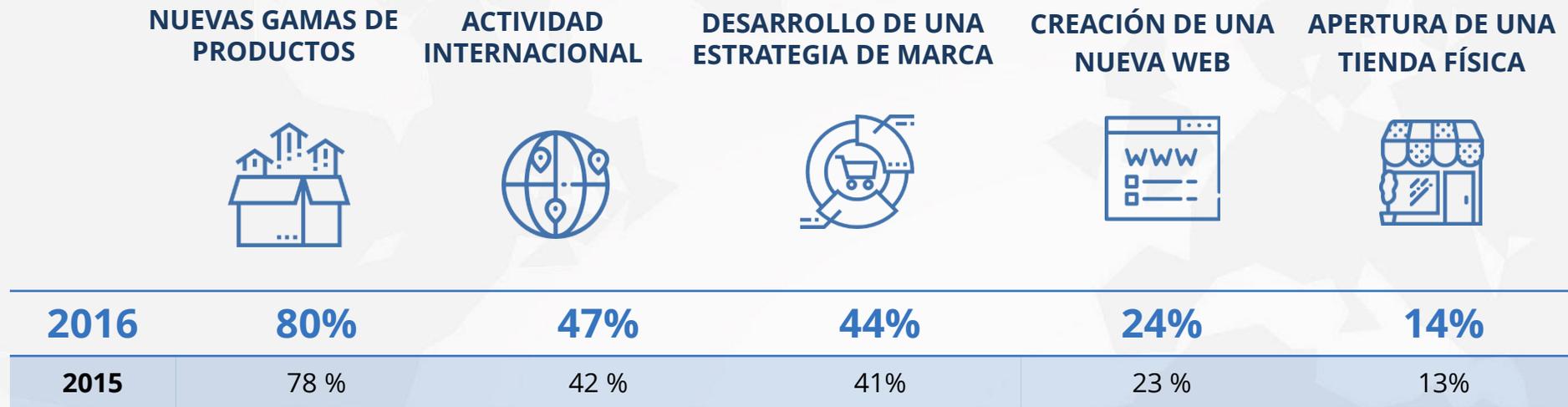


- ⌚ Fuerte aumento, Bélgica por delante
- ⌚ La logística sigue siendo el principal desafío para las ventas internacionales, los idiomas representan un desafío menos importante



Proyectos de desarrollo

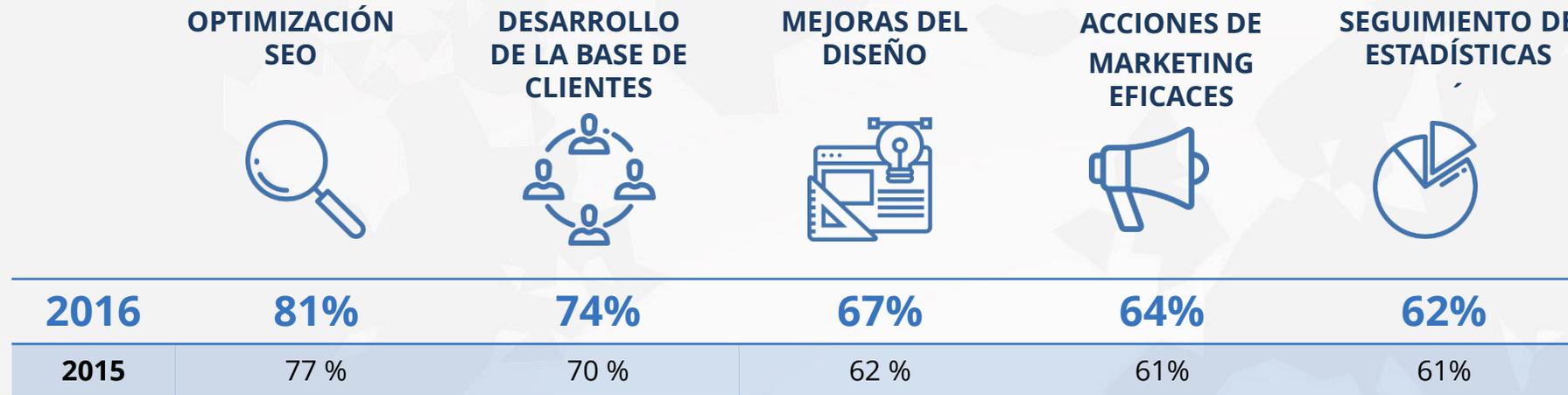
Los comerciantes online confían en su capacidad de desarrollo



La confianza en el desarrollo a escala internacional aumenta considerablemente

El desarrollo de la estrategia de marca se refuerza, mostrando una mayor madurez des los profesionales del e-commerce

Conocimientos especializados para acompañar al crecimiento



Gran necesidad de competencias en numerosos sectores

Empleos cualificados en marketing, diseño, atención al cliente, etc.



Conclusión



El e-commerce: eje de crecimiento para las pymes y micropymes

Indicadores positivos

- ⊙ Crecimiento de la actividad
- ⊙ Incremento de la rentabilidad
- ⊙ Aumento de la contratación
- ⊙ Profesiones especializadas
- ⊙ Gran potencial de desarrollo a escala internacional

Evolución en los usos

- ⊙ Móvil
- ⊙ Redes sociales
- ⊙ Recogida en tienda física

El 2017, un año favorable
para las pymes y
micropymes

Las pymes y micropymes
responden a los retos del
e-commerce