

Comprar a golpe

MERCADOS La era de las tecnologías ha traído una nueva máxima al mundo empresarial: 'si no apareces en google, no existes'. Internet ha cambiado nuestra rutina: la moderna vida social no viene marcada por la cantidad de números de teléfono que tenemos en la agenda, sino por los contactos del Messenger; sabemos todo lo que queremos saber de un sitio sin haberlo pisado antes. Si tenemos una duda, basta buscar el foro apropiado. Hay enciclopedias creadas por usuarios, blogs de todos los colores, reproductores de video, chats, medios de información, etc. Ocio y negocio confluyen en la red de redes con una pregunta que muchos se hacen y que ya debería estar superada: ¿Es seguro comprar por Internet?

JOSÉ E. CABRERO
GRANADA

El comercio electrónico consiste principalmente en la distribución, compra, venta y suministro de información complementaria para productos y servicios a través de redes informáticas como Internet. Un sistema de compra-venta que crece a diario y del que el 10% de la población española ya ha hecho uso (3,38 millones de personas). Cifra, sin embargo, muy por debajo al resto de Europa y países del primer mundo. El empresariado granadino está a la cola España y Andalucía en desarrollo de comercio electrónico, aunque el espectacular crecimiento de empresas de nueva generación vinculadas con este tema hace suponer que vamos por el buen camino.

Es el caso de 'Agencia Q4' (www.agenciaQ4.es), una empresa granadina dedicada al diseño, desarrollo de páginas webs, posicionamiento en buscadores de Internet, aplicaciones de imagen corporativa y, por supuesto, comercio electrónico. Massimo Grani, director de proyectos de Q4, explica que hay una serie de pasos progresivos para que una empresa llegue al comercio electrónico: «lo primero es darse cuenta del potencial de su producto y decidir que es buena idea darlo a conocer a todo el mundo. Empezaremos con una web corporativa, algo básico; después, una vez que se vea que ya hay un número importante de visitas pasamos al siguiente nivel: vender. Aunque también hay que saber cómo venderlo -recalca-, porque hay un mundo increíblemente grande que muchas veces el cliente desconoce».

En los dos años y medio que lleva en funcionamiento Q4 han conseguido que clientes de todos los tipos se unan al comercio electrónico: librerías, comerciantes de aluminio, cooperativas como Carchuna-La palma... Aunque el producto más sorprendente es el de la venta de piononos por la red. «Hacerlo por Internet supone unos costes mucho menores, más que

nada porque te ahorras una delegación -analiza Grani-. Vendemos por toda España y, quitando el coste del transporte, puedes llevar piononos a cualquier parte del mundo con muy poco presupuesto. De hecho, estamos haciendo negociaciones para exportarlo al extranjero».

José Ángel Molina, director de Q4, analiza que el «miedo a comprar por Internet a nivel local es mayor que en otras grandes ciudades». Cree que «la mentalidad del empresario es la que frena el crecimiento más rápido del sector y que sólo se apuntan cuando ven que a otros les ha funcionado»; ante lo que recuerda que «el primero que llega es el que primero golpea».

Vitovi

Victorio Guerrero asegura haber tenido «la suerte de ser despedido de una gran multinacional», lo que hizo que pudiera volver a trabajar a Granada y crear www.vitovi.com. Una empresa dedicada principalmente al desarrollo de páginas webs que cuenta con INGRA, la asociación de inmobiliarias de Granada y provincia, como su mayor cliente. Además, trabaja para la Universidad de Granada, Izquierda Unida, el Colegio de Agentes Comerciales de la ciudad, y para distintos comercios. Victorio también realiza páginas dedicadas a la venta directa de productos: «desde camisetas y muebles hasta equipamientos de pádel».

Este empresario granadino cree que la confianza para comprar y vender por la red hay que ganársela. «Hay que mirar en qué páginas webs te metes, por ejemplo, yo sé que en Ebay puedo comprar sin miedo». Algo que, según Guerrero, en Granada sigue siendo visto con cierto recelo. «Nuestra ciudad es muy dura, la gente prefiere el cara a cara. Se usa Internet como un gran escaparate para recoger información, pero hay mucho timo y la gente prefiere ir a la tienda. Aunque todo depende de la credibilidad que inspire la

empresa. Nadie duda de la fiabilidad de comprar en www.elcorteingles.com o en www.urende.es, porque son nombres que conoces y has visitado. Sabes que existen».

Innovación y seguridad

Área 25 es una empresa dedicada al desarrollo de software enfocado a Internet. Entre sus trabajos de comercio electrónico destaca www.spot-on.es, una web donde las agencias de publicidad pueden encontrar todos los anuncios de prensa y televisión digitalizados en una base de datos con más de 100.000 entradas. Una vez que encuentran lo que buscan, mandan un formulario y pueden comprar paquetes con los datos que le interesen.

Javier Navarro, director de Área 25, gracias a su dilatada experiencia en la programación de webs, sabe que «pese a que la gente sea un poco reacia al pago con tarjeta por internet, es algo totalmente seguro. Si en la página aparece en la parte inferior derecha del navegador un candado amarillo y la dirección web empieza por 'https' en lugar de 'http', garantiza que lo que escribas va a ser codificado y no será descodificado hasta que llegue a su destino, por lo que nadie más lo podrá ver». Un proceso exacto al que realizamos cuando pasamos la tarjeta por un datáfono en una tienda normal, algo de lo que nadie desconfía ya.

Navarro cree que la tienda tradicional y el comercio electrónico están condenados a entenderse, «son como el cine y el teatro, no se eliminan entre ellos, se complementan». Sin embargo, la tendencia nos lleva a que «en cualquier momento, en cualquier lugar, podemos tener cualquier servicio. Podemos comprar aunque sea domingo, ver la tele por el móvil, comprar entradas, y todo las 24 horas del día. Y, pese a que la gente piense que se trata de una relación hombre-máquina no debemos olvidar que detrás de su ordenador hay una persona preocupada por responder sus dudas y atender su pedido».

«La mentalidad del empresario tiene que cambiar», Massimo Grani

Comprar por Internet es tan seguro como pasar la tarjeta por un datáfono

