

Informática a Bordo

● ● ● Nuevas Tecnologías aplicadas en Náutica



CAPITULO 91

COMERCIO ELECTRONICO NAUTICO



Internet ha cambiado nuestra forma de comprar. Aunque el comercio electrónico lleva mucho tiempo intentando implantarse, ha sido en los últimos dos años cuando ha conseguido consolidarse y ganar la confianza de los compradores. El sector náutico ha sido uno de los últimos en subirse al carro. Si bien la venta de accesorios ya lleva más tiempo, ahora ya podemos comprar prácticamente todo y con una oferta muy amplia de productos y marcas.

El comercio electrónico (*e-commerce*) consiste en la compraventa de productos y servicios a través de Internet. Es el mismo concepto que entrar en una tienda normal de la calle o en un supermercado donde llenamos un carrito y pagamos al salir, con la ventaja de poder llenar el carrito desde cualquier sitio y en cualquier momento, incluso dejarlo a media compra y volver a completarlo en otro momento. Además, no tenemos horarios comerciales y podemos pagar con tarjeta o con medios de pago como PayPal. El único inconveniente es que no

podemos “tocar” el producto, o probarnos la talla exacta. Aunque para esto de las tallas ya existen tiendas que te permiten pedir diferentes tallas y devolver las que no has acertado, sin coste adicional.

Pago virtual

El principal freno del auge del e-commerce ha sido la desconfianza de los usuarios al sistema de pago, por miedo a fraudes y a cargos no esperados en la tarjeta de crédito. Eso de dejar nuestra tarjeta “no sabemos dónde” nos ha frenado a todos a la hora de comprar. Esta desconfianza ha ido disminuyendo a medida que el sector se ha ido asentando, con la ayuda de los acuerdos entre las propias tiendas y los bancos para garantizar la seguridad de las compras online. Soluciones como Paypal, por ejemplo, han facilitado al movimiento de pagos en la red, como alternativa a dejar nuestra tarjeta en todas las tiendas donde hacemos una compra.



Paypal es un sistema de pago que usan más de 200 millones de usuarios en todo el mundo. Es un servicio gratuito que asocia una cuenta de correo a nuestros medios de pago. Este servicio realiza la compra por nosotros, de forma segura, sin mostrar nuestros datos bancarios al vendedor, de forma que no ponemos en riesgo nuestra tarjeta de pago. Paypal dispone además de una “protección del comprador” para ayudarnos en la reclamación en caso de no recibir el artículo o no coincidir con la descripción del vendedor.

Vigilar que la web sea segura

Un consejo importante a la hora de salir de compras y poner nuestros datos bancarios es comprobar que el sitio donde estamos es seguro. La forma de verlo es comprobando que la dirección comienza por <https://>, no por <http://> (sin la “s”).



Cuando una página comienza por https quiere decir que tiene instalado un certificado de seguridad, Secure Sockets Layer (SSL), con el que se encriptará toda la información que introduzcamos, garantizando que nadie puede alterar los datos y evitando suplantación de identidad.

Internet tiene nuestro perfil y sabe lo que nos gusta y lo que compramos

Nuestro movimiento por la red, las búsquedas, las compras, los “me gusta” van creando un perfil cada vez exacto basado en nuestro comportamiento. Ellos saben lo que nos gusta y lo que buscamos en el momento de entrar en su tienda. Saben lo que compramos y lo que dejamos en las cestas y no nos decidimos, para recordarnos una y otra vez que lo tenemos ahí, hasta que pasamos por caja. Saben más que nosotros. Creo que si dudamos de nuestros gustos y lo preguntáramos a Google decidiría por nosotros. De hecho, las sugerencias que nos salen en las búsquedas no son casuales, son fruto de la definición de nuestro perfil, de lo que saben de nosotros, de nuestro comportamiento previo.

El dependiente tradicional de la calle, el de toda la vida, el que nos recibe por nuestro nombre y nos orienta en la compra porque nos conoce, ahora cambia a un dependiente virtual, que también conoce nuestro nombre porque estamos registrados, sabe tanto o más de nuestros gustos que el dependiente tradicional, y además nos va a orientar mucho mejor porque dispone de más algoritmos para hacerlo. La única desventaja es que desaparece el trato personal y humano, y que no podemos tocar le producto.

Según estadísticas de Amazon, su sistema de algoritmos de recomendaciones generan más del 35% de sus ventas, lo que nos puede dar una idea de cómo saben orientarnos para que acabemos comprando. Dudo que este porcentaje sea tan alto en las tiendas tradicionales.



Crece la confianza en el comercio electrónico

Según el informe elaborado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), el comercio electrónico ha crecido de manera exponencial debido al aumento de la confianza del usuario en los medios de pago. Según estos datos el comercio electrónico llegó en España, en el tercer trimestre del 2017, a casi 7800 millones de euros, un 26% más respecto al año anterior.

Comercio electrónico en el sector náutico

Son muchas las empresas del sector náutico que ya han abierto su tienda virtual y ofrecen sus productos en la red, ya sea la marca directamente, o como plataforma de muchas marcas. Desde los astilleros hasta los fabricantes de pequeños accesorios, se han dado cuenta que han de sumarse a la venta online. Si bien hace años todos se subieron al carro de la presencia en internet a través de las webs presenciales, ahora ya deben pensar que los usuarios visitan internet para comprar, y que antes visitaban webs para informarse del producto y compraban en la tienda de la calle, pero ahora cuando visitan quieren comprar en ese momento. Internet ha reavivado la famosa compra “por impulso”, la que queremos hacer en ese momento, sin esperas.

Veamos algunos ejemplos de empresas que disponen de su tienda virtual.

Imnasa.com

Imnasa dispone de una tienda con más de 30.000 referencias en stock y con una pasarela sencilla, guiada y segura. Al ser una empresa con una amplia red de tiendas y distribuidores, ofrece la posibilidad de recibir el producto en casa o recogerlo en cualquiera de sus tiendas afiliadas.



The screenshot shows the Imnasa.com website interface. At the top left is the Imnasa logo with the tagline 'MARINE PRODUCTS'. A search bar in the center contains the placeholder text 'Encuentra tu producto, marca o referencia...'. To the right of the search bar, there is a shopping cart icon showing '0 items' and a total price of '0,00 €'. Below the search bar, a navigation menu includes links for 'PRODUCTOS', 'OUTLET', 'EMPRESA', 'MARCAS', 'DESCARGAS', 'CONTACTO', and 'REGISTRARSE'. The main banner features a 'NEW' tag, a product image of a boat propeller, and the text 'MÁS DE 30.000 PRODUCTOS EN STOCK'. Below this, it says 'CONSULTE EL STOCK REAL', 'SOLICITE SU MATERIAL', 'LOCALICE SU TIENDA MÁS CERCANA', and 'RECOJA SU PEDIDO EN 24/48H'. On the right side of the banner, there is a circular logo for 'DISTRIBUTOR REVENDEUR' and icons representing a person, a storefront, and a truck.

Es una tienda muy intuitiva, bien estructurada, con un potente motor de búsquedas que facilita la navegación y la localización del producto que buscamos. Tiene la opción de consultar su catálogo interactivo, de más de

1.100 páginas, a través de búsquedas de producto o por familias. Una vez seleccionado el producto nos permite ver la foto y elegir entre las diferentes variables del producto, por ejemplo, por tamaño.



cleansailing.es

Cleansailing dispone de una tienda sencilla y fácil de visitar, orientada a productos de mantenimiento de alta calidad. Destaca la facilidad de ver información muy detallada e imágenes claras de cada uno de los productos que distribuyen, para ayudarnos a decidir antes de comenzar a llenar la cesta.



Es una tienda muy gráfica, con mucha imagen e información, fácil de usar. Es recomendable registrarse, para poder recibir información, ofertas o para ver nuestro historial de compras.



marinebusiness.net

Marine Business es una empresa especializada en la creación y diseño de accesorios náuticos para el confort abordo y menaje para el hogar. Sus colecciones se pueden encontrar en tiendas de casa y náuticas de más de 60 países. Vajillas de melamina y cristalerías irrompibles, accesorios para la mesa y la cocina, ropa de cama para el barco, toallas de playa y nuevo mobiliario de teca.



Tras más de 30 años en el sector, donde la mayoría de sus ventas vienen del mercado internacional, Marine Business ha abierto su canal on-line, en 4 idiomas, para que los usuarios de todo el mundo puedan adquirir los productos de la marca. Actualmente su tienda virtual está experimentando un fuerte crecimiento en vistas y ventas.

EN ES FR IT | T. +34 957 793 546 Contacto

Seleccionar país [BUSQUEDA] f t p s i



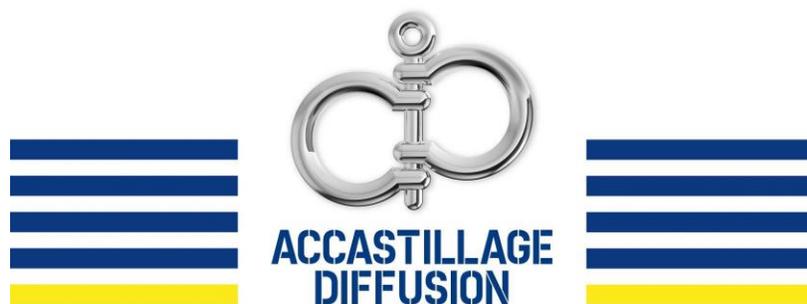
MI CUENTA CESTA LISTA DE DESEOS

	Tienda online	Área Profesionales	Compañía	
PRODUCTOS		COLECCIONES		TIENDAS



Es una tienda con un diseño muy atractivo, intuitiva, con mucha información e imágenes de sus productos. Muy fácil de usar. Con una lista de deseos que permite ir creando una lista antes de comenzar a llenar la cesta.

accastillage-diffusion.es



Accastillage Diffusion es una empresa que desde 1975 ha ido situando más de 120 tiendas y franquicias por toda España y Francia, siempre cerca de los puertos. Es la primera red de tiendas náuticas orientada a accesorios en estos dos países. Su catálogo tiene cerca de 10.000 productos. Es habitual encontrar su catálogo de papel de las zonas comunes de todos los puertos. También fue de las primeras empresas en saltar al comercio electrónico, ofreciendo el mismo catálogo de forma interactiva, con varias opciones de entrega del producto. Nos permite reservar en tienda, o comprarlo y pasarlo a recoger por la tienda sin coste de envío, o bien recibirlo directamente en nuestro domicilio.

samboats.es



Samboat es una interesante web de alquiler de barcos, con una oferta de más de 23.000 barcos en todo el mundo. Su funcionamiento se basa en armadores que registran su barco para ser alquilado y a través de este escaparate. El armador indica el detalle del barco, precio y disponibilidad. Y por otro lado los navegantes, a modos de arrendatarios, encuentran el barco a alquilar seleccionando entre toda la oferta de la plataforma, eligiendo destino, fechas, condiciones, patrón y tipo de barco, entre otras cosas.



El alquiler se realiza directamente desde la web. La plataforma se encarga del contrato y del contacto entre armador y arrendatario, facilitando a ambas partes la contratación y el servicio.

Ya podemos salir de compras sin movernos del sillón. Pero recordemos que cuanto más paseemos por las tiendas más sabrá internet de nosotros, y cuanto más compremos on-line más nos conocerán. No creo que sepan tanto como para suplantar nuestra identidad, pero que no nos de miedo salir de compras, o sí ...

José María Serra Cabrera
Capitán de Yate
Licenciado en Informática
Gerente DEINFO Servicios Informáticos