

Textos:
Santi Riveiro
Fotos:
Boutique Secret.com

41.000 GALEGOS ESPREMEN O POTENCIAL DA COMUNIDADE LÍDER DO AFORRO 'ON LINE'

As mozas rachan a fenda dixital das cibercompras

O paso do tempo cambia as cousas. Grazas ó seguimento que fan en organismos oficiais como Red.es, e tamén entidades privadas como o portal Mundoofertas.com, apreciamos que a muller cada vez recupera terreo fronte ós homes na sociedade da información e do coñecemento. As máis pequenas de casa xa case eliminaron diferenzas e camiñan á par.

Xa non hai as distancias que existían hai anos: a fenda dixital entre homes e mulleres internautas estase a reducir. No seguimento que nos permite facer a comunidade de aforro on line Mundoofertas, que superou a finais do mes pasado os oitocentos mil usuarios, 41.000 deles galegos, as distancias sitúanse en dez puntos: hai un 44,64% de mulleres fronte o 55,36% de homes. Non obstante, apréciase mellorías significativas canto máis novas son as cibernautas. No tramo de 18 a 24 anos, a diferenza é mínima, pouco máis do tres por cento, un 48,11% feminino polo 51,88% masculino. A melloría aquí é básica, e permite prever que, quizais antes de que culmine este ano, xa camiñen á par ambos os dous sexos.

Porque a medida que se avanza no tramo de idades, as diferenzas fanse máis notables. No espectro que vai entre 25 e 45 anos, a distancia supera o 11% ó rexistrarse un 44,01% de mulleres que busca na rede aforro por outro 55,98% de homes que navegan tamén buscando optimizar o seu orzamento. A partir de 45 anos as distancias son moito maiores, como demostran os datos que recom pila Mundoofertas: un 42,78% feminino e o 57,21% masculino, situando a fenda moi próxima ós quin-

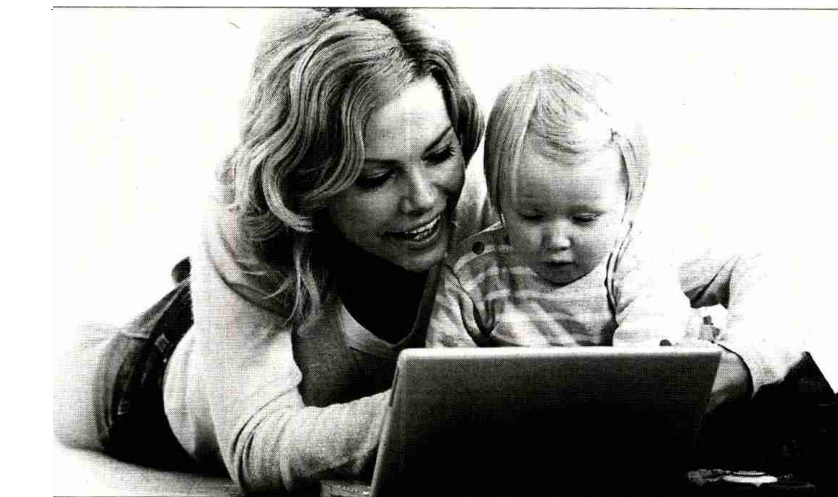


O NEGOCIO VIRTUAL É MOI REAL: O ANO PASADO ACADOUSE O RÉCORD DE 5.751 MILLÓNS DE EUROS, CASI UN BILLÓN DE ANTIGAS PESETAS

ce puntos. Internet é a primeira canle de comunicación total entre empresas e consumidores, levando e traendo información, compras e opinións nun e outro sentido en tempo real.

Segundo datos da Comisión Nacional das Telecomunicacións (CNT) a compra-venda de bens e servizos a través de Internet moveu un volume de negocio de 5.751,7 millóns de euros en España durante o 2009, un 11% máis que no 2008, segundo os datos do último informe de Comercio Electrónico publicado por esta entidade. Durante o cuarto trimestre de 2009 (outubro-décembro), o balance tamén foi positivo: 1.574,2 millóns de euros, cun incremento interanual do 26,1%.

Por comunidades autónomas, Mundoofertas sinala que Cataluña, Madrid, e Andalucía son as rexións que máis aforradores online rexistran, mentres que Ceuta e Melilla, Extremadura e Asturias son as zonas nas que aínda están por desen-



EXEMPLO DE COMO VENDER EN INTERNET PENSANDO NA MULLER: WWW.BOUTIQUESECRET.COM

Boutique Secret: como aproveitar co mellor estilo a Rede

Boutique Secret é un club privado de venda de produtos para a mamá con descontos de entre o 30% e o 70%. Ofréceos a través de 4 canles: puericultura, moda infantil, moda feminina e a canle Secretstyle con ofertas especiais para a contorna familiar.

Boutique Secret permíteche comprar facilmente por Internet só cun paso previo moi sinxelo, rexistrarse para ser socia. Esta web di

dirixirse "tamén ás tías, amigas e tamén papás, que buscan o mellor para os nenos sempre ós mellores prezos". Traía alta en www.boutique-secret.com, recíbense periodicamente e-mails informando o inicio das campañas, é dicir, a data a partir da cal se pode o cliente beneficiar das ofertas de Boutique Secret. As campañas duran entre 2 e 4 días, e a forma de pago e os envíos son totalmente seguros.

volvase neste concepto. En Galicia tamén hai marxe para mellorar, pois so se chega ó 75,5% da media de utilización española. Eses 41.000 usuarios identificados na nosa terra pesan un 4,7% sobre o total nacional.

Internet permíteles ós usuarios comprar mellor utilizando múltiples ferramentas. Seis de cada dez usuarios de redes sociais en España conéctanse ás redes sociais a diario, e o 84% faíno, polo menos, unha vez á semana, de acordo co Estudo sobre Redes Sociais en Internet elaborado por Eloxia Ipsosfacto para o IABSPAIN. Do total de navegantes o 87% confesa navegar desde a súa casa e un 76% dos usuarios destas redes sociais confesa facer compras online, especialmente no relacionado a billetes de avión, informática e electrónica. Os homes están máis interesados en recibir ofertas e promocións sobre deportes (57,8%); motor (57,7%); finanzas (57,6 por cen) e informática (57,1) mentres que as mulleres prefiren navegar en procura das mellores ofertas e promocións relacionadas con moda (44,6%); beleza e saúde (43,7%) e viaxes (43,5%).

O web-valor engadido

Neste contexto o valor engadido que a Rede achega ó consumidor radica na maior información antes da compra. Como anécdota, nos últimos anos é frecuente nos concesionarios de coches a visita de clientes que coñecen datos e aspectos máis profundos do coche que están considerando comprar que o propio vendedor da casa. A través da rede, podemos facilmente reclamar online desde casa os servizos de proba gratuíta de vehículo ou ben o envío de mostras gratuítas de produto. Existen portais e comunidades online que permiten tanto descubrir ofertas e descontos dos produtos que nos interesan, ou ata o detalle do seu prezo en varias tendas alternativas. Cada un destes portais consolidados recibe centos de miles de visitas de españois cada mes, e crecen a gran ritmo. Como Mundoofertas.com.