





#### Guía

# REVITALIZAR EL COMERCIO EN EL ENTORNO RURAL GRACIAS A INTERNET

Programa financiado por:











#### Guía

## REVITALIZAR EL COMERCIO EN EL ENTORNO RURAL GRACIAS A INTERNET

Revitalizar el comercio en el entorno rural gracias a internet	4
Cómo usa Internet el consumidor?	4
eCommerce y su desarrollo en el entorno rural	6

# Revitalizar el comercio en el entorno rural gracias a internet

El comercio de las poblaciones rurales se basa principalmente por ser de proximidad, de carácter alimentario y dirigido al abastecimiento de la población que reside en esas zonas. Pero este comercio va más allá de cubrir las primeras necesidades, desempeñando un rol social como punto de encuentro, donde relacionarse y potenciar los productos autóctonos. Sin embargo, los comercios en las zonas rurales, para asegurar su supervivencia, deben adaptarse a las nuevas demandas de los consumidores, con la idea de mejorar la competitividad de los comercios de proximidad en las zonas rurales y como generadores de empleo.

Hoy en día, todo o casi todo pasa en Internet. Además, todo ocurre aunque tú no quieras o aunque no lo controles. Por lo tanto, todo aquello que podamos hacer para reforzar o facilitar el comportamiento de nuestros clientes respecto a nuestra tienda siempre va a repercutir en los resultados de nuestro negocio.

El comercio electrónico abre la oportunidad a los negocios para traer servicios y productos donde antes no estaban disponibles. Las zonas rurales pueden convertirse así en zonas de nuevas oportunidades de vida y trabajo.

## ¿Cómo usa Internet el consumidor?

En España, más de 32 millones de personas declaran usar Internet de manera habitual, según los datos del estudio "Perfil sociodemográfico de los internautas" de red.es y que recoge información obtenida por el INE en 2019. Lo que supone el 91,6% de la población de 16 a 74 años. Entre los usos de Internet, un 72% declara que realiza compras online.

Tener una tienda online es una tentación para muchos comercios que venden al público. Es una decisión importante, puesto que gestionar una tienda web no es tan sencillo como volcar tu catálogo y ofrecerlo a los clientes digitales. Tener una tienda online puede llevar tanto trabajo como una tienda física, dependiendo del sector en el que te encuentres.

Estar en Internet no sólo es importante para vender a través de este medio, sino que puede hacer aumentar las ventas de tu comercio físico. Según un estudio publicado este mismo año por IAB, el 19% de los compradores que van a las tiendas previamente se han informado por Internet. La forma en la que se informan depende de las características del producto a comprar. Si son productos de consumo, muy populares, los comparadores de precio son la opción más habitual. En cambio, para productos más técnicos o que requieran una información más detallada lo normal es acudir a blogs especializados o a las propias marcas.

Si aún no te decides por una página de venta, y te sigues preguntando si tu tienda tiene que tener una página web, compartimos contigo estos otros usos que puede tener un espacio web de tu tienda:

- Información básica de tu tienda física. Algo tan sencillo como un horario actualizado y un teléfono de contacto puede suponer la diferencia entre que alguien venga a comprar a tu tienda o acuda a otro establecimiento.
- Información sobre tus productos a la venta. No siempre cuando buscamos información sobre los productos es porque los vamos a comprar. Aunque no tengas una página de venta, tener información de la tipología de productos que vendes, sus materiales o características hace que los clientes te tengan en consideración para ese momento en que decidan hacer por fin la compra.
- **Atención al cliente.** No sólo tienes que pensar en el cliente futuro. También en el cliente actual. Una página web con información de uso de tus productos o la posibilidad de consultar sus dudas aumenta la fidelidad y la disposición para futuras compras.
- **Divierte o enseña a tus clientes.** Tener una página web que enseñe cosas a tus usuarios, directa o indirectamente relacionadas con tus servicios puede hacer que se sientan atraídos hacia tu comercio, aún antes de comprar. La sastería Bere Casillas saltó a la fama por sus vídeos, vistos por millones, con consejos sobre cómo combinar o cómo anudarse una corbata.
- **Habla de ti.** Muestra quién trabaja en tu tienda, abre un espacio para ver cómo se trabaja "de puertas hacia adentro". Un blog corporativo que cuente las interioridades de tu establecimiento aumentará el vínculo emocional con tus clientes.

Como ves, hay muchas formas de tener tu tienda en Internet sin necesidad de que sea "una tienda en Internet". En tu mano está que el usuario descubra otra parte de tu negocio gracias a la red. Otra ventaja añadida de tener una página web cuidada y atractiva para el público es que, en el momento en que decidas tener una tienda online, ya dispondrás de un espacio en Internet con una reputación y con visitas de público afín.

### eCommerce y su desarrollo en el entorno rural

Dar el salto al eCommerce puede ser el siguiente paso natural. Muchos productos que se elaboran o se obtienen en el entorno rural, están sometidos a bajos precios por la imposición de fuertes cadenas de distribución. La agrupación en cooperativas o incluso la aventura en solitario son una opción nada descartable para montar nuestro propio ecommerce y llegar directamente al cliente, sin intermediarios. Las nuevas generaciones al frente de estos negocios han roto barreras y prejuicios, en cuanto a la tecnología se refiere y es un camino cada vez más transitado.

Hay algunos elementos que ayudan al desarrollo del eCommerce rural:

- 1. La tendencia por parte de los consumidores a realizar cada vez más compras conociendo el origen de los productos
- 2. Un mayor consumo de productos orgánicos, donde claramente el entorno rural puede ofrecer una ventaja adicional frente a productos industrializados
- **3.** Diferentes modelos de negocio, que empoderan al productor, frente a los grandes distribuidores, aumentando su rentabilidad.
- **4.** La diferenciación de los productos por su origen y calidad hace que haya consumidores dispuestos a pagar más.
- 5. Uno de los grandes retos para cualquier ecommerce es la logística y cada vez existen más actores en el mercado, con diferentes soluciones que pueden adaptarse tanto a nuestra situación geográfica como a las necesidades de nuestros productos.

Pensando diferente se pueden hacer cosas distintas y cada vez surgen más proyectos que mantienen un luz esperanzadora y llena de oportunidades para el sector del comercial y para el entorno rural.



Un proyecto de:



Programa financiado por:



