

Observatorio de Comercio a Distancia

Informe de Usuario Express

Julio 2023

Presentación General Programa “Comercio Express”

El Programa Comercio Express, es una iniciativa de la Secretaría de Comercio Interior y Servicios, dependiente del Ministerio de Producción, Ciencia y Tecnología de la Provincia de Santa Fe.

El objetivo del Programa es agrupar la estrategia de intervención en materia Comercial de la provincia de manera innovadora, uniforme, integrada y articulada, mediante el cual, la definición de toda política pública se defina a partir de una clara identificación de las necesidades del comerciante y del consumidor santafesino, y se logre la confluencia entre el interés público y privado.

La dinámica del comercio en la actualidad ha cambiado, y los empresarios locales y el sector público no pueden ni deben quedar aislados de dichos cambios. Ante todo cambio hay una oportunidad. Una oportunidad en la cual los actores preponderantes de la sociedad podrían generar un salto tecnológico, invocando un pensamiento-acción de transformación que forje un quiebre en la historia de las pymes y emprendedores de esta región, fortaleciendo las capacidades de los diversos sectores, a fines de proyectar una economía más competitiva. Potenciando la formación de sus ciudadanos y fortaleciendo espacios que estimulen a los comercios con menos oportunidades, en el afán de pensar y preparar proyectos realizables, donde el epicentro sea su transformación digital.

La actual coyuntura, donde las ventas de productos con valor agregado por medio de los canales tradicionales de comercialización, tanto para el comercio interno como para el externo, no son las más favorables; el comercio electrónico se presenta como una necesidad para no quedar atrás y como una oportunidad para innovar, crecer y ser competitivos. La necesidad de acompañar con políticas públicas e incentivos a los sectores que más potencial tienen para brindar empleo y trabajo (fortaleciendo su competitividad), es insoslayable. Sobre todo, cuando entre otras cosas, manifiestan estar en desventaja en lo que fuera la apropiación del saber digital y la aplicación del canal de comercio electrónico en su modelo de negocio.

De esta manera se visualiza una oportunidad para aportar herramientas tecnológicas a los comercios, e institucionalizar nuevos dispositivos como políticas públicas provinciales, que nos

brinden información y datos sobre las necesidades de los comercios en cuanto a sus procesos propios de transformación digital. Así surge el Programa Comercio Express: como plataforma interactiva entre el sector público y el sector privado; como portal de gestión integrador de todas las políticas públicas comerciales activas en la provincia; y como medio de comunicación dinámico e innovador que plantee necesidades y defina propuestas de solución.

Para dar respuesta al ciudadano es necesario mantener un diálogo fluido que permita diagnosticar, evaluar y priorizar las necesidades que hacen al desempeño del sector comercial provincial. La información y el conocimiento son claves para entender lo que pasa y generar los mecanismos de atención y respuesta ante las demandas de la sociedad.

Por ello, en esta etapa, lanzamos en el marco del Programa de Comercio Express y acompañando las principales políticas comerciales provinciales vigentes como son “Billetera Santa Fe” y “Precios Santafesinos”; el “Observatorio Provincial de Comercio Digital” y el “Ciclo de Capacitaciones en Comercialización Digital”.

¿Qué es el Observatorio Provincial de Comercio Digital?

En el marco del Programa Comercio Express se constituye el Observatorio Provincial de Comercio Digital con el objetivo de contar con una herramienta actualizada que permita visualizar y sistematizar información de referencia sobre el desempeño del sector comercial. De esta realidad y a partir de los indicadores y variables analizadas, desde la Secretaría de Comercio Interior y Servicios se podrán tomar decisiones en tiempo y forma y diseñar e implementar políticas públicas acordes a las necesidades vigentes. Por ejemplo, se podrán articular con acciones de formación en temáticas particulares, diseñar herramientas de gestión comercial, implementar mecanismos de incentivos y financiamiento con orientación claramente definida, y generar instancias de asistencia, acompañamiento y asesoría según necesidades puntuales.

Para ello, la información obtenida por distintas fuentes, pero principalmente por la dispuesta a través de la interacción con los comercios locales, es clave para dinamizar la herramienta. Con un Observatorio que refleje la realidad del sector comercial provincial, será más fácil el diseño de nuevas herramientas de política públicas para potenciar a los sectores del comercio que se encuentren aptos a transitar el camino de la transformación digital, con el fin de aumentarles la visibilidad de sus bienes y servicios al alcance de cualquier consumidor del mundo.

Análisis del Usuario

Metodología

La metodología utilizada para el relevamiento de información para el Observatorio de Comercio digital se nutre de una fuente principal de información:

- 1) Una encuesta anónima semiestructurada destinada a usuarios

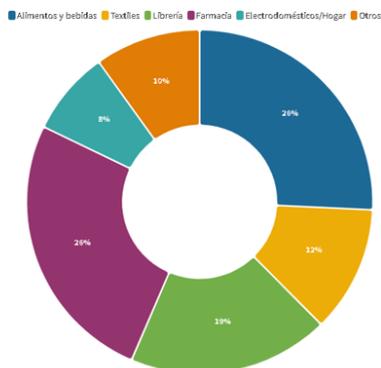
El análisis del Consumidor se compone de:

- i. Análisis de Desempeño: Define las características sobre el comportamiento actual del usuario.

Resultados Obtenidos

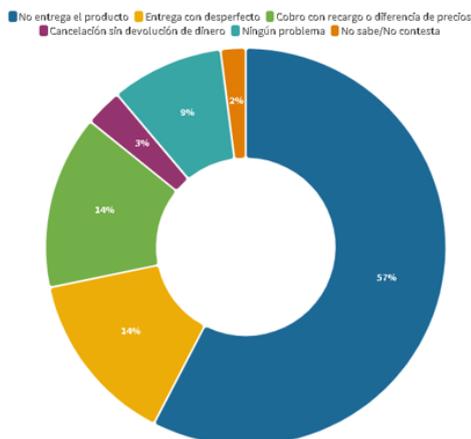
A) Análisis de Desempeño

Rubros en los que no han comprado online



A partir del relevamiento realizado, podemos ver que en la mayoría de los casos consultados (52%) son Alimentos y bebidas, y Farmacia los rubros en los que nunca han comprado por internet.

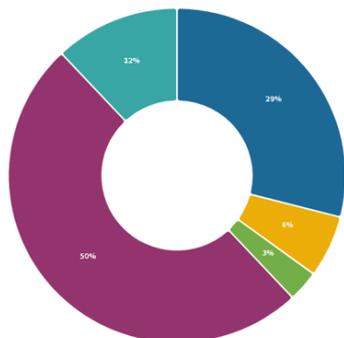
Problemas en compras online



De la muestra realizada, más de la mitad de los usuarios (57%) ha tenido problemas alguna vez con la entrega del producto en compras online.

Organismos donde denuncian los problemas de compras online

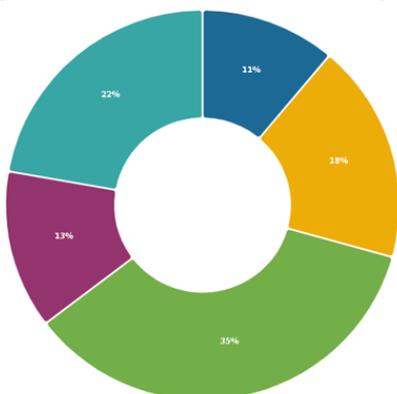
■ La propia empresa ■ Oficina del Consumidor ■ Defensoría del Pueblo ■ Ninguno de ellos ■ No sabe/no contesta



Con respecto a los organismos de denuncia, el 50% no ha denunciado en ninguno de los mencionados y el 26% lo ha hecho en la propia empresa.

Punto más débil del comercio electrónico

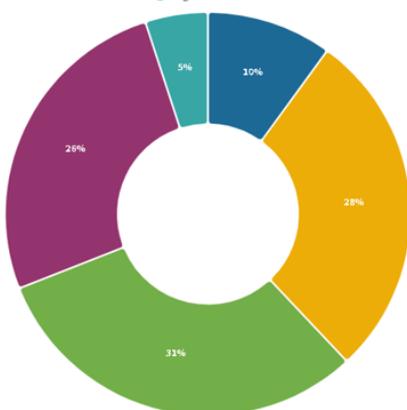
■ La entrega del producto ■ El pos venta ■ La resolución de reclamos ■ El precio final ■ Ninguno de ellos



En base a los datos relevados, el 35% de los usuarios considera que el punto más débil es la resolución de reclamos, mientras que el 22% cree que no es ninguno de los mencionados, y el 18% considera que es el pos venta.

Decisión de consumo al comprar online

■ La publicidad del producto ■ La trayectoria del vendedor ■ El menor precio ■ Las opciones de financiamiento ■ Ninguno de ellos



En cuanto a la inclinación al consumir online, el 31% basa su elección en el menor precio, el 28% en la trayectoria del vendedor y el 26% en las opciones de financiamiento.



Santa Fe
Provincia

Ministerio de Producción,
Ciencia y Tecnología

Santa Fe
Provincia



Portal del Programa Comercio Express:
www.santafe.gob.ar/ms/comercioexpress/



Ministerio de Economía
Argentina

Ministerio de Producción,
Ciencia y Tecnología
Secretaría de Comercio Interior
y Servicios

Santa Fe
Provincia