

# ALIMENTOS EN LA RED

***Autor: Esther Lázaro guerra***

El mundo se va digitalizando cada día más. Gran parte de nuestro día la pasamos conectados, ya sea trabajando, divirtiéndonos. ¡Hasta haciendo la compra! Y es que el consumidor cada vez recurre más a internet para comprar online, un mercado que va creciendo a pasos agigantados y que abarca todos los sectores industriales, aunque con más presencia en unos que en otros. Hay en sectores a los que les está costando arrancar pero que tienen un gran potencial, uno de ellos es sin duda el sector de la alimentación.

En primer lugar hay que especificar que se trata sobre el sector alimenticio en este ensayo se refiere principalmente a los comercios minoristas y proveedores de frutas, verduras, pescado y carne. Alimentos necesarios y que consumimos día a día, ¿Por qué es difícil encontrarlos en la red? ¿Cuáles son pueden ser las razones por las que no se está sacando todo el potencial de este sector? Estas y más cuestiones son las que se tratan aquí.

El primer problema con el que nos encontramos es el de la logística. Como hacer llegar los alimentos a las casas en poco tiempo y sin romper la cadena de frío. Sin duda es uno de los grandes desafíos con los que se encuentran los vendedores de estos productos ya que estamos hablando de productos perecederos y que se deben entregar cuanto antes ya que con el tiempo pierden su atractivo y calidad, y con ello la desconfianza de volver a comprar esos productos.

También el coste que supone para los distribuidores llevar los alimentos a los hogares que en muchas ocasiones no compensa la inversión, ya que como se explica en el párrafo anterior, hay que tener cuidado con la cadena de frío y el tiempo, lo que supone mayores gastos que enviar unos zapatos.

Por otro lado uno de los problemas a los que se enfrenta el resto de sectores pero que se incrementa en el alimenticio es el de la desconfianza, especialmente entre las generaciones alejadas de la tecnología y que no acostumbran a comprar por internet. Esto tiene que ver con la preferencia de la compra física, el miedo a no recibir lo que se deseaba, a proporcionar información personal en la compra, la dificultad de devolver estos productos si estos resultan 'defectuosos' o no recibir los.

Las ventajas que supone comprar físicamente y que no te ofrece la red por el momento, ver el producto, trato personalizado entre otros.

Otro de los puntos a tener en cuenta es que a la mayoría de estos comercios les cuesta innovarse e invertir en las nuevas tecnologías, principalmente a las tiendas familiares a las que le resulta más fácil seguir con sus métodos de venta de siempre donde ya tienen una clientela fija.

Por el momento la presencia en internet de los comercios alimenticios es mínima, aunque en el último año se ha elevado el número de tiendas online, así como su presencia en las redes sociales y los buscadores.

¿Cómo ira encaminado este sector en el futuro?

Según mi punto de vista en un futuro la mayoría de los comercios tendrá tanto su tienda física como su tienda online, para poder satisfacer ambos perfiles de consumidores.

Siempre habrá los que prefieran hacer la compra física ya que también tiene sus beneficios que serán difícil de reemplazar en la tienda online, ver la mercancía, elegir como lo quiere, interactuar con quien le prepara su compra, preguntar opiniones de los profesionales

Para las tiendas online, es muy importante una buena presentación para atraer a los consumidores, un buen catálogo de productos, información sobre la tienda, teléfonos de contacto, correo electrónico, dirección física, avisos legales entre otras cosas, información sobre sus productos, como la procedencia, los ingredientes en caso de ser elaborados y una imagen del producto, ofertas, campañas, opción de reserva para recogida en tienda, así como recursos adicionales como link a redes sociales, block de recetas y noticias relacionadas, foros de preguntas...

En el entorno web es muy importante la publicidad, ya sea en redes sociales, correo electrónico o anuncios en páginas relacionadas, para ir teniendo cada vez más presencia y aumentar tu cartera de clientes. Y también que tu página web goce de un buen posicionamiento en los buscadores (SEO) y ser más visible .Esto es algo que hoy en día se puede conseguir fácilmente y a bajo coste, pero por eso también se crea más competencia, por ello es importante estar al día de todo lo que ocurre y mantenerte en contacto con tus clientes.

Para el tema de la logística se deben centrar en la zona en la que se encuentra y fijar bien las horas de entrega, ya que como se ha leído anteriormente, el tiempo y coste del transporte son temas cruciales en este ámbito, por lo que es mejor solo centrarse en un área, el tamaño del área dependerá del tamaño y poder de maniobra de la empresa, siempre evitando que los costes no sean mayores que los beneficios. Y muy importante, mantener comunicación con el cliente desde el momento en el que realiza el pedido hasta que se realiza la entrega, ya sea mediante teléfono, SMS o correo electrónico y así ofrecer una buena calidad de servicio.

Hay un punto importante que diferencia este sector de otros. No puedes trabajar en este mercado desde el garaje de tu casa, no son comercios que se puedan abrir de un día para otro, ya que se necesita de mucha inversión y permisos para realizarlos. Aun si solo se realiza venta online se necesita disponer de salas habilitadas con los recursos necesarios para realizar los pedidos y cámaras donde almacenar los alimentos y que se cumpla con los estándares de calidad que regulariza el estado. Por ello para sacar máximo provecho de tus recursos y aumentar los beneficios recomiendo a los comercios mantener su tienda física y crear una tienda online, ya que sobre la inversión que se

necesita en comparación al resto de inversión es mínimo y les permite aumentar el alcance de clientes y hacer un uso más eficiente de los recursos. Ya que cada vez es más sencillo crear tu propia página web y publicitarte.

Para finalizar este ensayo quiero hacer llegar claramente el mensaje de que las TIC permiten incrementar la productividad de las empresa, siempre y cuando se cuente con un buen grado de informatización, una buena estructura de mercado, una buena plantilla de trabajadores, gestionar eficientemente todos los recursos y mantenerse al tanto de todo lo que está ocurriendo en ese entorno. Son las claves del éxito para cualquier empresa hoy en día.