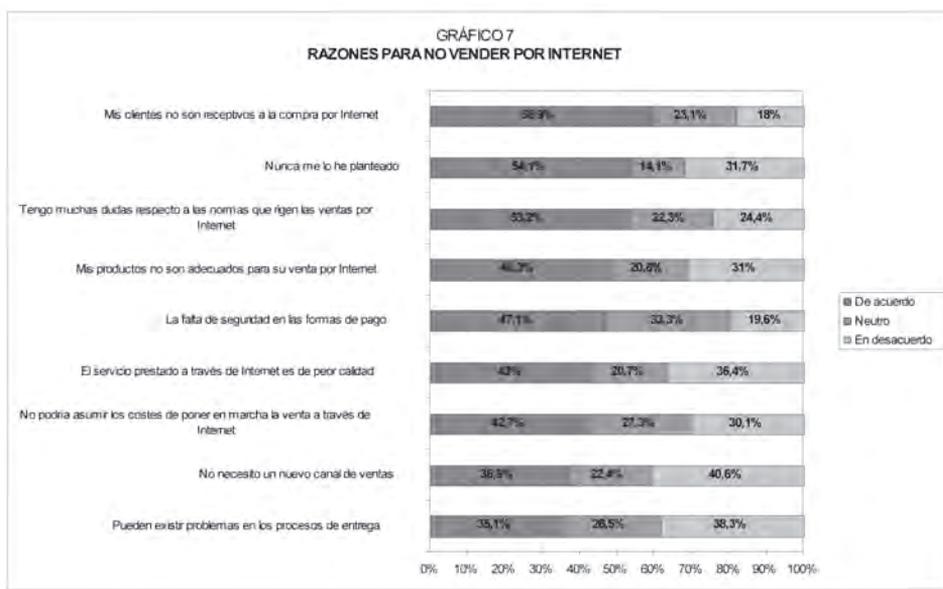


porque *sus clientes no son receptivos a la compra por Internet* (58'9%), esto está también ligado al pensamiento de que *sus productos no son adecuados para su venta por Internet* (elegida por un 48'3%).

Otra de las razones más elegidas es porque *nunca se lo han planteado* (54'1%) y porque *tienen muchas dudas respecto a las normas que rigen las ventas por Internet* (53'2%).



Por el contrario, en el gráfico 8 podemos observar qué razones exponen como más importantes las empresas para vender por Internet. La mayoría (un 76%) lo considera importante porque conlleva una *ampliación geográfica del mercado* y porque *permite captar nuevos clientes*. Por tanto, vemos que la venta a través de Internet es una herramienta muy importante de expansión de los mercados.

La tercera razón más demandada radica en que Internet *permite mantenerse a la altura de los competidores* (un 73%) y *mejora la imagen del negocio* (61'5%).

Con un 48 y 44% las empresas consideran que es importante vender por Internet porque *permite mejorar la calidad de los servicios* y *facilita el lanzamiento de nuevos productos/servicios* respectivamente.

También cabe destacar que la mitad de las empresas encuestadas no consideran la importancia de vender por Internet como un *servicio más personalizado*.