

## **SÓLO EL 2,8% DE LAS EMPRESAS CANARIAS UTILIZA INTERNET COMO CANAL PARA VENDER Y SU PRESENCIA EN LA RED APENAS LLEGA AL 21%**

- El programa Maspyme de las Cámaras ha incorporado ya a más de 7.000 pequeñas empresas del país al negocio electrónico utilizando estrategias de captación de clientes en el mercado global de Internet
- Los paquetes turísticos dinámicos on line representan ya el 33% del total de los viajes contratados en Europa y sus ventas han alcanzado los 246.000 millones de euros, un flujo de negocio del que, según el director general de la Cámara, Vicente Dorta Antequera, “Canarias no se puede permitir el lujo quedarse fuera, teniendo en cuenta que el corazón de su economía depende de la industria turística y los servicios”
- En España, 24 millones de personas navegan por la Red de forma habitual y el 74% de las entradas a las páginas web se hace a través de los buscadores, por lo que, según el director de Marketing de Camerpyme, es esencial comprar términos de búsqueda en estas plataformas y actualizar permanentemente las web.

**Santa Cruz de Tenerife 26/03/2010.-** Internet está a años luz para la mayoría de de las empresas canarias. Apenas el 21% dispone de página web propia, y tan sólo el 2,8% de los negocios con menos de 10 trabajadores, que el Archipiélago representan el 95% del tejido empresarial, utilizan la Red como vía para vender sus productos y servicios. A esto se suma que apenas el 10,6% se abastecen a través de canales de compra on line.

Éste es el débil esqueleto de las empresas de las Islas en Internet, una radiografía que se mostraba esta mañana durante la Jornada 'Presencia en Internet con Sentido y Marketing On Line' organizada por la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Santa Cruz de Tenerife y la sociedad Camerpyme de las Cámaras Españolas.

Incluida en el programa Maspyme de las Cámaras, que ya ha incorporado a más de 7.000 pequeñas empresas del país al negocio electrónico utilizando estrategias de captación de clientes en el mercado global de Internet, la jornada contó con el director general de la Cámara de Comerc del programa Maspyme, , Vicente Dorta Antequera, el director de Marketing y Alianzas de Camerpyme, Salvador M. Suárez, así como con la participación del director de comunicación de Tuenti, Ícaro Moyano Díaz, el director general de Tooio Mobile, Rafael Casado, y el presidente de la Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (AECEM), Martí Manent.

Según explicó Vicente Dorta Antequera, las empresas canarias están perdiendo un torrente de promoción y generación de negocio increíble, ya que sólo en España 24 millones de personas navegan por la Red de forma habitual, de las que buena parte busca oferta de ocio y turismo. Así, los paquetes turísticos dinámicos on line representan ya el 33% del total de los viajes contratados en Europa y sus ventas han alcanzado los 246.000 millones de euros, un flujo de negocio del que, según Dorta Antequera, "Canarias no se puede permitir el lujo quedarse fuera, teniendo en cuenta, además, que el corazón de su economía depende de la industria turística y los servicios".

El marketing on line se ha convertido en la tercera plataforma de comunicación más utilizada en el mundo, con casi 11,6% de la cuota, un medio que las empresas españolas y canarias en particular desconocen en su gran mayoría, como explicó el director de Marketing y Alianzas de Camerpyme.

### **Recetas para pisar fuerte en la Red**

Salvador Suárez, destacó que la escasa presencia de las empresas en Internet representa toda una oportunidad para las que se incorporen ahora, "porque en el entorno on line hay mucha menos competencia que el off line". En este sentido, el director de Camerpyme dijo que una de las llaves maestras para abrir las puertas de este mercado es estar bien posicionado en los buscadores sobre todo en Google, que copa el 95% de las búsquedas en España.

Tal y como indicó el director de Marketing y Alianzas de Camerpyme, "el 74% de las entradas a las páginas web se hace a través de los buscadores, por lo que es esencial comprar términos de búsqueda en estas plataformas, especialmente términos lo más próximos a la actividad y ciudad en la que estemos ubicados para captar a navegantes con muchas más posibilidades de que se conviertan en clientes".

Entre las recetas para que las empresas rentabilicen su presencia en la Red hay un ingrediente que, a juicio de Salvador Suárez, es básico: la actualización de contenidos. Según dijo, "el robot de buscadores como Google siempre nos va a situar en los primeros puestos si actualizamos y si ofrecemos contenidos variados. Así, una de las maneras de lograr un mejor posicionamiento es disponer de un blog".

Pero, una vez captada la atención de los usuarios, es fundamental ofrecer medios de pago diferentes, como el contra reembolso o la transferencia, además de la tarjeta de crédito, y también fidelizar al cliente a través del e mail marketing, ofreciéndole productos y servicios a través del correo electrónico.

### **Los que más saben**

La Cámara de Comercio y Camerpyme han logrado reunir en esta Jornada a expertos de distintos ámbitos todos pertenecientes a empresas en crecimiento que apuestan por el canal on line. Entre ellos, Ícaro Moyano, director de Comunicación de la red social Tuenti, quien comentó

que "Internet supone un cambio de paradigma en la relación entre las empresas y sus clientes. Ahora las compañías tienen la posibilidad de conversar con su nueva audiencia para superar la publicidad y abrir un canal fluido de diálogo". Tal y como indicó, "la estrategia tiene que ser global: desarrollo de producto, publicidad, canal de comunicación; la red ofrece a las empresas todas estas posibilidades a un coste asumible".

Por su parte, Rafael Casado, de Toioo Mobile afirmó que "las Pymes tienen que ver en la tecnología su gran aliado, quitarse los miedos y ponerse al día. Si los ordenadores han demostrado ser potentes, los móviles lo son mucho más, porque el marketing de localización a través del móvil permite jugar a ganar a las pymes".

En cuanto al uso de correo electrónico como medio para fidelizar los clientes, Carlos Herrera, Consejero Delegado de Antevenio, recordaba que su sencillez y universalidad es la clave para mantenerlos periódicamente informados e, incluso, puede marcar la diferencia entre mantenerlos o perderlos.

El presidente de la Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (AECCEM), Martí Manent y director de Derecho.com puso el énfasis de su intervención en las cuestiones legales. Comentó que toda web debe cumplir normativas, en el sector del comercio electrónico existen varias normas legales que, por su materia, deben observarse con especial atención.

Tal y como indicó, "las empresas nos encontramos con obligaciones específicas relacionadas con la obtención y tratamiento de datos personales, con la puesta a disposición y contratación de productos y servicios, con el envío de comunicaciones comerciales y con los derechos de los consumidores que, en el ámbito de los contratos celebrados a distancia, presentan diversas particularidades que no podemos obviar".

## **COMUNICACIÓN Y RELACIONES EXTERNAS**

**Santa Cruz de Tenerife, a 26 de marzo de 2010**

**Teléfonos: 922 100 400 / 922 533 760 (Móvil: 637 301 998 Rosalba Díaz)**

[comunicacion@camaratenerife.com](mailto:comunicacion@camaratenerife.com)