

## Las PYMES son más competitivas en la red

- El tema fue presentado por Laurence Fontinoy, directora de marketing de Google España en su ponencia dentro las conferencias del European E-Commerce, organizadas por AECEM.

**Barcelona 23 de octubre de 2008.** Laurence Fontinoy, directora de Marketing de Google España, ha sido la encargada de orientar a las PYMES en el negocio online de las Conferencias Europeas sobre comercio electrónico que ha organizado la AECEM en Barcelona puesto que la presencia de las PYMES en la red está creciendo exponencialmente. Estas organizaciones encuentran oportunidades claras para abrirse a nuevos mercados y públicos. Con la plataforma de Internet pueden llegar a nuevos clientes, segmentar el mercado objetivo, dirigirse directamente al cliente final y aprender sus necesidades para convertirse en empresas más competitivas.

A nivel europeo existen 348 millones de PYMES online, mientras que en España de los 3.300.000 negocios existentes solamente 370.000 están en red. Esto significa un 11% del total. Aun así, existe un fuerte potencial de internautas, 200 millones solamente en redes sociales y España se sitúa en segundo lugar en número de blogs del mundo. En Europa existe una media de siete horas semanales de navegación de los usuarios.

Según palabras de Laurence Fontinoy, “se observa una gran diferencia porque las empresas no entienden porque deben estar en Internet. Tampoco entienden la rentabilidad de la inversión, hay muchas necesidades en cuanto a educación”.

Internet se encuentra en una etapa en la que se está consolidando como un medio que, utilizado racionalmente, puede ser de gran utilidad para las PYMES. Una de las primeras necesidades es el acceso a la información en español (es el idioma que está en cuarta posición en la comunidad de Internet).

El comercio electrónico mueve 130 millones de Euros en Europa, esto significa el 6%, mientras que en el caso español solo es del 2% frente, por ejemplo, Inglaterra que es del 14%. En general, existen grandes vendedores que significan el 20% mientras que el 80% restante cuentan con bajos volúmenes de venta. Además, para el 2011 se prevé que el 50% de los internautas compraran online.

### En época de crisis:

Internet es el mejor medio para las PYMES en época de crisis porque los costes de tener una buena presencia en Internet son muy bajos y los beneficios inmediatos. En Internet el presupuesto necesario para llegar al público objetivo es realmente reducido, comparativamente con el que se necesita fuera de la red. Por tanto, las PYMES pueden llegar a su mercado, utilizando Internet como medio, con una inversión

adaptada a sus posibilidades y sin importarles los grandes presupuestos de los que normalmente disponen las grandes empresas.

Sin embargo, las PYMES españolas están representadas en Internet a un nivel inferior al de otros países europeos y por debajo de las grandes empresas. Esto es mucho más acusado en el caso de empresas con menos de 10 trabajadores (micropymes) y en el de los empresarios autónomos.

Con una situación económica difícil los consumidores se informan más antes de comprar. Estos buscan a través de Internet las características del producto o servicio a adquirir. Si la PYME está presente en la red Internet se convierte en un portal para dar a conocerse.

#### **La clave del éxito:**

Fontinoy puntualizó finalmente algunos aspectos que tener en cuenta para que las PYMES sean más competitivas en Internet.

- El consumidor es lo primero: una vez que se comienza a conseguir clientes, la principal preocupación consiste en fidelizarlos, en programas de fidelización o suscripciones gratuitas. Indirectamente se pueden convertir en prescriptores.
- Valor del dinero: con la compra online el consumidor no percibe riesgo de equivocarse al hacer la compra on-line.
- Comunicación selectiva: capacidad de segmentar el público objetivo
- Cuidar la marca
- Innovación y creatividad para pensar diferente

Más información: [www.eec-conference.com](http://www.eec-conference.com)

Contacto de prensa: Marta Benito / Elisenda Lleonart

[mbenito@strategycomm.net](mailto:mbenito@strategycomm.net) 610784110 / [elleonart@strategycomm.net](mailto:elleonart@strategycomm.net) 667 72 50 48