

Cada vez más empresas granadinas apuestan por el e-commerce

Hay un salto generacional evidente entre las empresas fundadas en los últimos 10 años y las anteriores. La digitalización es algo nativo en las nuevas empresas y un campo observado con reticencia por equipos directivos obsoletos, más centrados en los resultados inmediatos

Los datos del E-Commerce en España durante 2016 marcan una tendencia consolidada de crecimiento que se manifiesta en datos que los empresarios simplemente no pueden ignorar.

Según los datos del Consejo Económico y Social (CES) la facturación del E-Commerce en España se incrementó en más de un 20%, superando los 20.000 millones de euros; un 40% de la población española compra habitualmente a través de Internet y un 70% de los internautas han comprado en el último año. El gasto medio por persona en tiendas online aumenta hasta los 1.400€.

Estas estadísticas ponen de manifiesto que el comercio electrónico cada vez tiene más peso en el mercado de bienes y servicios. Cumple una década, precisamente la década que pone de manifiesto la brecha que hay entre empresas tradicionalistas, muy comunes en nuestra provincia, y Start-Ups y nuevas empresas donde la digitalización es nativa y el comercio tradicional es una vía de expansión complementaria.

"En nuestra agencia es algo que pasa cada vez más frecuentemente, nos llegan los hijos de un empresario que se hacen cargo de la empresa familiar y que lo primero que quieren implementar es una digitalización completa. Solicitan diseño web, posicionamiento web seo, implantación de tiendas online y gestión de campañas de Adwords. Se han encontrado con negocios bien asentados, con una clientela fija, unos canales de distribución fijos y poca o ninguna posibilidad de expansión", comenta Nacho López, CMO de la agencia de Marketing Digital de Granada CitySEM.

El comercio electrónico supone, bien gestionado, un incremento exponencial en las ventas de las empresas. Eso sí, no todas las empresas están preparadas para competir en Internet.

"Hay que tener en cuenta que Internet es una plataforma global, y por tanto el usuario puede comparar los precios de un mismo producto o de un producto sustitutivo de manera sencilla. El E-Commerce sólo es viable para empresas que dispongan de: un precio competitivo, un valor añadido único o una imagen de marca bien consolidada. Si la empresa no se ajusta a una de estas variables invertir en montar una tienda online es empezar la casa por el tejado", según el CMO de CitySEM Marketing.

Es fundamental para las empresas granadinas iniciar un proceso de expansión hacia el entorno digital. "Basta con ver a las agencias de turismo, gastrobares y espectáculos flamencos de la ciudad. Hay una diferencia de rendimiento bastante sensible entre aquellos que han hecho una inversión en

digitalización y presencia online y aquellos que se han limitado a tener relaciones públicas y puntos de venta e información físicos", sigue Nacho.

La inversión en Marketing Digital se ha convertido en una partida más dentro de las empresas actualizadas, que ni comparte ni se relaciona con las vías de marketing directo, ambas son necesarias y ambas inciden en la venta. "Las empresas granadinas deben actualizarse. Lo del turismo, por citar el sector por antonomasia de la ciudad, es una burbuja, no es sostenible el nivel actual de oferta a largo plazo, cuando baje la demanda, sólo los que hayan invertido seguirán a flote", concluye.

Datos de contacto:

CitySEM

Nota de prensa publicada en: [Granada](#)

Categorías: [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [Andalucía](#) [Recursos humanos](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>