

Un tercio de las pymes en España no aprovecha el potencial de vender en Internet

Abrirse camino en el medio online, ya sea para venta o para ofrecer imagen de marca, continúa siendo hoy en día un interrogante para un tercio de las pequeñas y medianas empresas en España. Según un reciente estudio publicado por la web de compraventa Ebay, entre los principales frenos que encuentran las pymes para embarcarse en el comercio electrónico están la inversión que deben realizar, la gestión logística y la falta de formación especializada en e-commerce

La digitalización es un proceso imparable. En España el 80% de los internautas acude a Internet para consultar información sobre empresas y productos, principalmente sobre precios (56%), localización (33%) y horarios (29%). La demanda de información en Internet es constante y cuantiosa, de igual forma que la competencia y la rivalidad entre las diferentes compañías que ofrecen sus productos o servicios a los consumidores.

Tener presencia online es el requisito indispensable para formar parte del entorno online, pero no es suficiente. Hay que destacar y diferenciarse del resto de competidores, y en este punto las técnicas de SEO y posicionamiento web resultan un factor clave. “El SEO es el proceso que va a mejorar la visibilidad de un sitio web, lo que va a facilitar que una página sea vista por más personas de manera gratuita. Tener una web y no trabajar el SEO es como abrir un negocio local en un barrio en el que no pasa nadie”, afirma Pau Mompó, CEO de la agencia de marketing online Celebrand en Valencia.

Recurrir a agencias de marketing digital, constituidas por profesionales y entendidos en e-commerce, es la práctica más habitual para economizar tiempo y llevar a cabo acciones concretas y efectivas. Agencias como Celebrand hacen accesible y asequible el marketing para las pequeñas y medianas empresas, adaptándose a las demandas de cada cliente, sin necesidad de grandes inversiones o costes por mantenimiento web. Cabe destacar que entre los servicios que ofrece una agencia de marketing digital se encuentra el SEO, pero también otras opciones como el diseño web, la promoción y publicidad o el impacto en redes sociales.

La transformación digital en nuestro país ha avanzado de manera considerable en los últimos años con porcentajes de crecimiento que no han estado presentes en otras épocas, no obstante todavía queda lejos de países como Finlandia o Dinamarca, en donde el 95% de las empresas tienen presencia online. Queda mucho camino por recorrer, pero el escenario es positivo y optimista para que cada vez más empresas se sientan confiadas a dar el salto digital.

Datos de contacto:

Paula

Categorías: [Telecomunicaciones Marketing E-Commerce Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>