

Publicidad
Economía

Las compañías digitales, al rescate de los comercios «de toda la vida»

» Las opiniones positivas en Google y otras webs pueden llegar a incrementar un 240% las ventas de un negocio

Compartir Compartido 1 veces



Un buen posicionamiento en la red aumenta la facturación de las empresas físicas - Fotolia

ADRIÁN MATEOS / - admateos Madrid
15/05/2016 03:35h - Actualizado: **25/08/2016 15:51h.**

Guardado en: **Economía** - Temas: [Internet](#) , [Comercio](#) , [Comercio Electrónico](#) , [Informática](#)

Faltaban aún varios meses para el nacimiento del monarca español Alfonso XIII cuando, en 1886, comenzaron a apilarse los primeros ladrillos de **Santarrufina**. La fachada de este centenario comercio de artículos religiosos de Madrid aún conserva el diseño con el que fue levantado. Sin embargo, su modelo de negocio dista mucho del que poseía a finales del siglo XIX.

Santarrufina es un ejemplo de la **evolución digital** a la que se han sumado, en la última década, la gran mayoría de los comercios tradicionales de la capital española. Las **herramientas «online»** le han permitido llegar a nuevos segmentos de consumidores potenciales sin desatender a su clientela habitual.

«Hemos tenido que evolucionar, como cualquier negocio –señala **Rafael Molina**, dueño de la empresa–. Era necesario adecuarse a los nuevos medios que existen para promover nuestros productos». internet no solo les ha ayudado a tener «una mejor **penetración de mercado a nivel nacional e internacional**», sino que también les ha permitido crear un foro de opinión y noticias acerca de la religión católica. Un sistema para «ir más allá que ofrecer un artículo y venderlo».

Las compañías tecnológicas han sido el sustento en el que se han apoyado las tiendas físicas para no perder su hegemonía en el mercado. Entidades que, tras la revolución informática, se han convertido en el mejor aliado para asegurar la supervivencia de los viejos comercios. Según un informe de la asesora tecnológica **Forrester Research**, ocho de cada diez locales que

Publicidad

TEMAS RELACIONADOS

[INTERNET](#) [COMERCIO](#)
[COMERCIO ELECTRÓNICO](#) [INFORMÁTICA](#)

SUPLEMENTO EMPRESA



La inercia económica se consume en la inacción política

MARIBEL NUÑEZ

Publicidad

LO MÁS LEÍDO EN...

ABC.es

Economía



Las mejores frases de Ramón Areces, el fundador de El Corte Inglés



Iberia pone a la venta un millón de plazas desde 29 euros por trayecto



Helios compra la española Quirónsalud por 5.760 millones de euros



La venta de un terreno en pérdidas exime del pago de la plusvalía municipal



Isolux prepara un ERE que afectará a 500 trabajadores

MOSTRAR MÁS

Publicidad

disponen de servicio de venta en red han mejorado su **posicionamiento en internet** y han incrementado su relación con los clientes.

El primer paso para la «**revolución 2.0**» de Santarrufina fue la creación de una página web. «Estuvimos trabajando con una empresa que nos ayudaba a posicionarnos de manera patrocinada –afirma Molina–. Nos marcaba las pautas que debíamos seguir y nos aconsejaba para que estuviésemos en un buen lugar». Más tarde, apostaron por el «**E-commerce**», de manera que los clientes ni siquiera necesitaron acudir a la tienda para adquirir sus productos: «Raro es el día que no nos llega algún pedido», comenta.

Cristina Ramírez, empresaria de otro de los grandes negocios castizos de Madrid, Guitarras Ramírez, también ha utilizado internet como altavoz para propulsar su empresa: «Ahora podemos tener un **contacto más cercano con el cliente**. Gracias a ello, el negocio ha evolucionado bastante», explica. «Dentro de poco vamos a hacer el lanzamiento de la tienda “online”», algo que hace unos años pensaban que era un imposible.

Al igual que otros muchos establecimientos, gran parte de su éxito se debe al hecho de haber conseguido **imponerse a la competencia en Google** y los portales de opinión: «Hemos logrado acercarnos más a la gente joven y a los guitarristas». También poseen cuentas en todo tipo de redes sociales, desde Facebook hasta Twitter, a través de las cuales no solo promocionan sus guitarras, sino que también hacen conocer a sus seguidores la longeva historia del local.

Los consumidores se han convertido en los mejores embajadores de restaurantes, tiendas y hoteles. Sus opiniones en webs como **Tripadvisor** o **El Tenedor** influyen directamente en la facturación de las empresas. De hecho, las opiniones positivas pueden llegar a incrementar un 240% las ventas de un negocio.

La importancia de disimular las críticas

Las agencias tecnológicas se han convertido en una apuesta segura para la gran mayoría de las sociedades españolas. Grupos como **lempresa** y **Classmakers** las ayudan a planificar una estrategia de **marketing digital** y a adquirir un mejor posicionamiento en la web. «Internet nos sorprende cada vez más –afirma **Eusebio Niño**, director comercial de lempresa–, es un paso que cuesta dar pero que sale muy rentable».

Para él, el reto de las empresas tradicionales es el de demostrar a sus clientes los beneficios de comprar a través del ordenador. «Al final, se dan cuenta de que los **pedidos salen más baratos** y que, cuando van a recogerlos, no tienen ni que hacer cola». Niño, que asegura haber trabajado para «negocios tan difíciles como una carnicería», asegura que, pese a todo, al final lo importante está en la calidad del producto, «en el offshore».

Otro de los servicios que presta lempresa es el de gestionar las valoraciones y los comentarios de las webs de opinión: «Es necesario que exista una estrategia concreta para poder **tapar y cuidar la reputación online**», apunta, pues existe el riesgo de que comentarios malintencionados «que pueden venir de la propia competencia» puedan dañar la imagen de la tienda.

Classmakers, un grupo que, según su directora, **Babel Aragón**, pretende «potenciar la imagen de marca de las compañías», cree necesario que estas «oxigenen su clientela». «Si se quedan con la tradicional, fallecen –asegura–, por lo que tienen que captar nuevos clientes y fidelizar a los que ya tienen». Una acción necesaria «para lograr la subsistencia».

> [Toda la actualidad en portada](#)

LO ÚLTIMO

En ABC.es

En Economía



Los españoles están entre los europeos que menos faltan al trabajo



La junta de Testa aprueba su fusión con Merlin Properties



El Estado ha recuperado el 7,5% de los 53.535 millones de euros de ayudas a la banca



La economía española registra el segundo mayor crecimiento del PIB de la Eurozona de abril a junio



Bayer eleva hasta más de 65.000 millones de dólares su oferta por Monsanto

MOSTRAR MÁS

Publicidad

BLOGS DE ECONOMIA

LA RIQUEZA DE LAS REGIONES

Potenciales efectos espaciales de largo plazo del Brexit



POR AECR.ORG

> [Ahora en portada...](#)

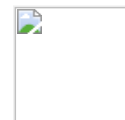
Publicidad

DESCUENTOS ABC



Zalando

10% Código Descuento + Envío gratis



iberia

40% descuento en vuelos a Europa



Just Eat

5€ Descuento en todos los pedidos



Aliexpress

10€ Cupón descuento



Compartir



Compartido 1 veces