

Medio: DyN	Fecha: 8 de septiembre de 2007
Sección: Pymes	Página:
Nota: El principal uso de Internet que hacen las pymes exportadoras es para realizar comunicaciones	

PYMES

El principal uso de Internet que hacen las pymes exportadoras es para realizar comunicaciones

BUENOS AIRES, set 8 (DyN) - Las pequeñas y medianas empresas argentinas que comercializan con el resto del mundo consideran que Internet influye positivamente en la productividad de sus emprendimientos, pero la mayoría solo la utiliza para reemplazar al teléfono, el correo postal o el fax, y es muy poco el uso de la red para promocionar y concretar operaciones.

Así concluyó un relevamiento realizado por RGX entre las pymes exportadoras argentinas, que arrojó entre sus resultados que este segmento siente como positivo el impacto de Internet en la productividad de sus negocios.©

Del total de consultados, 34 por ciento indicó que la red de redes influyó mucho en la productividad de la empresa, mientras que sólo 7 por ciento opinó que la influencia ha sido nula.

En tanto, 29 por ciento de las empresas considera que internet influye poco o nada en la captación de nuevos clientes.

Casi un tercio de las empresas participantes del estudio ha mostrado cierto escepticismo al valorar la influencia de interés en la captación de nuevos clientes.

Sin embargo, un destacable 33 por ciento considera que sí ha influido mucho en este aspecto.

Más de la mitad de las empresas afirma que Internet ha sustituido en gran medida o totalmente a los medios convencionales de comunicación.

Otro hallazgo destacable revela cómo ha ido desplazando a otros medios de comunicación.

Mientras que 12 por ciento indicó que Internet ha reemplazado totalmente a otros medios de comunicación, 41 por ciento indicó que lo ha hecho en gran medida.

Casi 7 de cada 10 empresas exportadoras tiene un sitio web "básicamente institucional". Sin embargo, el nivel de utilización de los sitios web para la toma de pedidos (26 por ciento) o para la venta en línea (6 por ciento) es bajo.

En general, se trata de sitios con presentación institucional básica de la empresa y sus productos.



Casi 65 por ciento de las empresas actualiza los contenidos en períodos mayores a los dos meses.

Paralelamente, 80 por ciento de los usuarios le da especial importancia a este factor: 4 de cada 5 encuestados indica como "muy importante" encontrar información actualizada en un sitio web.

Menos de un tercio de las empresas promociona su sitio web en la red. Sólo 32 por ciento de las empresas participantes en el estudio indicó realizar alguna acción de promoción en línea para su sitio.

Adicionalmente la mitad ha registrado o publicado su negocios en guías o directorios de empresas en Internet y un reducido 19 por ciento realiza alguna acción para procurar posicionarse en los principales buscadores.

Más de 90 por ciento de las empresas ya utiliza conexiones de banda ancha; entre ellas, ADSL es la opción más elegida, con 43 por ciento, seguida por cable módem, con 38.

Por otra parte, 72 por ciento de las empresas no limita el uso de Internet entre sus empleados. Además, 22 por ciento de las empresas ya utiliza algún software de productividad a través de Internet.