

'Boom' de los negocios 'on line'. Los nuevos promotores ofrecen desde información hasta servicios turísticos o venta de artículos » Los retos de estas empresas son conseguir hacerlas rentables y popularizar la marca

Cómo ganar dinero a través de la red

La apertura de la sala de Cajasiete en la Cámara de Comercio se convirtió, el jueves, en la presentación informal del vivero, en el que ya funcionan cuatro negocios. El acto coincidió con una jornada para emprendedores *on line*, lo que ilustró el perfil del nuevo empresario, cuyo despacho es el mundo, a través de Internet.

LOURDES BERMEJO / ARRECIFE

En una época en la que manejar Internet parece condición imprescindible para desarrollar cualquier actividad, los nuevos empresarios *on line* tienen aún dudas. En concreto, «cómo ganar dinero y cómo hacer que tu negocio sea conocido», explica el profesor de Empresa Digital de la ULPGC, Jacques Bulchand, que impartió, esta semana, un curso sobre la adaptación de un negocio tradicional al medio digital.

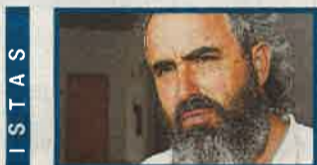
Bulchand explicó que la solución es ingresar por nuevos conceptos «como publicidad, bonos premium o modelos basados en la transacción»; y «apostar e invertir en marketing». Aunque la teoría parece lógica, los empresarios saben lo que cuesta rentabilizar sus esfuerzos. «Acudo en busca de consejo para mi página lanzaroteagenda, con seis años de antigüedad y con toda la programación cultural de la isla», explica Carlos Martínez, que, a pesar de mantener la información al día, no ve la repercusión económica que daría «vender aloe o algo tangible», dice.

El experto Bouchand hizo una comparativa entre dos conocidas webs del mismo sector, para destacar el secreto del éxito de una y las razones del fracaso de la otra. Se trata de la página del supermercado de unos grandes almacenes y la del norteamericano Freshdirect. La primera no funciona porque ofrece «lo mismo que la tienda». En cambio, en la segunda, el cliente tiene opción de personalizar las consultas, «por ejemplo, viendo helados por sabores, marcas o calorías, o comprando los ingredientes de una receta, con la previsión de los que son habituales en las casas», indicó Bouchand.

En el caso de los emprendedores canarios, cada vez más volcados en las nuevas tecnologías, se reproducen los mismos problemas que han tenido los negocios tradicionales. Aunque se venda *on line*, en el caso de productos materiales, el transporte y las aduanas se convierten en una pesadilla, como así han denunciado ya algunos exportadores de vinos. Entre los consejos a estos últimos, se encuentra la unión (clusters) o la negociación con empresas de logística.



Apertura del vivero. Empresarios, responsables de la Cámara y formadores, en el primer acto que se celebra en el vivero de empresas.



CARLOS MARTÍNEZ
«RENTABILIZAR LA CULTURA 'ON LINE'»

La web lanzaroteagenda es líder en información sobre cultura y espectáculos. Sin embargo, su responsable busca «cómo rentabilizar el producto que ofrecemos, que no es tangible».



ESTEFANÍA GONZÁLEZ
«DAMOS TURISMO EXPERIENCIAL»

El demandado turismo experiencial tiene en la isla la web experimentalanzarote, proyecto del máster de Estefanía, que ofrece desde comer en una casa hasta luchar con un puntal real.



TADEO URKOLA
«UN PLAN DE NEGOCIO DE JOYAS»

Tadeo y su esposa, la joyera Kristin Folstad, sacan en dos meses su página de venta de joyas «con la luz de Canarias» zeolitalanzarote. «Consulta sobre el plan de negocio», explica.



DIEGO MONTENEGRO
«OFICIALIZAR ESTE PRODUCTO»

Diego abre la venta de instrumentos orientales como gongs, en su web intersol. «Daremos un toque de oficialidad a este producto, que ahora se vende en tiendas de antigüedades».



TONY HERNÁNDEZ
«PROMOCIONAR EL TALLER MECÁNICO»

RAC es un taller mecánico y eléctrico, donde se instalan equipos de música, manos libres y otros. Ahora, se pretende volcar la información y dar canales de compra en la web promocional.

TENDENCIAS TRATOS PERSONALES

En cuanto a las tendencias de negocio en Internet, está en boga la prestación de servicios entre particulares, que se conoce como consumo colaborativo y todo lo que tiene que ver con la movilidad, aplicaciones y dispositivos móviles que tienen que ver con ello.

«El isleño está alejado de Internet»

El profesor de Empresa Digital, Innovación y Emprendimiento en la ULPGC, Jacques Bulchand, asegura que los graves problemas de exportación que sufren las empresas exportadoras canarias, a consecuencia del sistema fiscal tienen «muy fácil solución, si los operadores se ponen de acuerdo». Bulchand propone «hacer una liquidación anual de IGIC e IVA, o directamente cobrar a los exportadores IVA, en lugar de imponer pagos de aduana». El problema, más que administrativo, parece ser de «falta de voluntad» de

los agentes: aduanas, transportistas, distribuidores, Hacienda o administraciones.

En su ponencia en el vivero de empresas recién abierto en la Cámara de Comercio, Bouchand trasladó datos de interés para los empresarios, como los negocios que están funcionando en Internet y cómo adaptar un negocio tradicional al medio digital. Sin embargo, el experto aseguró que, como en tantos otros campos, el empresario canario está también «aislado» de Internet, lo que repercute en la expansión del negocio.



Ponencia. Jacques Bulchand, el jueves, en el vivero.