

**Más de un 39% de los profesionales del sector consideran que la recesión está afectando positivamente a la industria del comercio electrónico**

***affilinet presenta el estudio que recopiló en la feria OMExpo Madrid, donde destaca las barreras que tiene el comercio electrónico en España y cómo han cambiado las estrategias de marketing en los últimos tiempos***

**Madrid, 4 de marzo de 2010** – [affilinet](#), empresa líder en España en marketing de resultados y afiliación, presenta hoy los resultados del estudio recopilado con los profesionales que asistieron al OMExpo Madrid 2010, el mayor evento del marketing digital en España. Con dicho análisis, affilinet desea poner en relieve qué motivos están influyendo sobre el desarrollo del comercio electrónico en España y cómo ha cambiado la inversión y las estrategias de marketing en los últimos tiempos.

Más de un 39% de los profesionales del sector consideran que la recesión está afectando positivamente a la industria del comercio electrónico, según los resultados del estudio presentado hoy por la empresa de marketing de resultados y afiliación, affilinet.

Con dicho análisis, se pretende poner en relieve qué motivos están influyendo sobre el desarrollo del comercio electrónico en España y cómo ha cambiado la inversión y las estrategias de marketing en los últimos tiempos.

Dicha encuesta destaca el dominio de las estrategias de marketing online frente a las campañas tradicionales, ya que un 80,7% de los participantes realizan publicidad online, frente al 34,3% que hacen publicidad tradicional. También destaca cómo el marketing de afiliación tiene un hueco importante en las estrategias de marketing, ya que un 31,4% lo incluye dentro de su plan de acción.

También sorprende el fuerte crecimiento e influencia de las redes sociales en las estrategias de marketing actuales, donde un 59.3% de los encuestados afirman que ya cuentan con una estrategia definida para ello. En contrapartida, aun hay un 19,28% que aun no cuenta con actividad en ellas, ya que considera que las redes sociales aun están “verdes” en España.

affilinet también quiso indagar en la opinión que tienen los profesionales del sector sobre los motivos que están influyendo en contra del ecommerce en España. Un apabullante 68,93% indica que la desconfianza por parte del consumidor a la hora de hacer pagos online es la principal barrera, seguido por la falta de campañas de marketing online adecuadas que respalden el comercio electrónico. Como destaca Cristina Berzal, directora de affilinet para España, “el marketing de afiliación puede ser la solución a este problema, ya que ofrece a los anunciantes no sólo una publicidad online segmentada, sino sobretodo la posibilidad de ventas online directas. A través de las páginas web de sus

afiliados, los anunciantes pueden beneficiarse rápidamente de una red de ventas virtual, haciendo que internet se convierta en un canal de distribución muy efectivo.“

Un 15,36% también destacan que el poco apoyo a nivel gubernamental también está influyendo negativamente en la industria española del ecommerce.

De cara a la influencia de la recesión económica sobre los presupuestos de marketing, el 33,9% afirma que no les ha afectado en absoluto y el 22,14% indica que incluso ha crecido la inversión durante estos últimos meses. Sólo un 8,57% señaló que la crisis les ha afectado muy negativamente, incluyendo reducción de personal.

Sin embargo, el 39,64% de los encuestados consideran que la crisis está afectando positivamente al sector del comercio electrónico, ya que aporta mayor competencia y ofrece mayores oportunidades y capacidades de selección para el comprador online.