

POSICIONARSE EN EL MERCADO

Una experiencia de quince años en el sector pesquero llevó a Fernando Cividanes, gerente de mariskito.com a apostar por la creación de esta empresa de venta de productos pesqueros online. En la actualidad mariskito.com maneja quince referencias de marisco y doce de pescado, con diferentes tamaños y presentaciones en cada una de ellas. La evolución de la empresa según señala su gerente ha sido, desde su creación a finales de 2004, "considerable y enormemente provechosa, con índices de repetición y satisfacción muy elevados". Cuenta con un promedio de 2.000 clientes y ventas que rondan en valores absolutos los 1.000 kilos de pescado y en torno a los 1.000 kilos de marisco al mes, concentrándose entre un 30 y 35% de la facturación anual en época navideña.

"Veníamos detectando, basándonos en nuestra experiencia, que hay un público demandante de determinados productos (pescados y mariscos de buena calidad) que, por diferentes motivos,

no tiene acceso a ellos, o no tiene tiempo para comprarlos. Para ello consideramos que las nuevas tecnologías eran el camino adecuado para satisfacer tanto al público que ya está utilizando Internet, y que en el futuro lo seguirá utilizando mucho más, como aquél público objetivo no internauta al que ofrecemos otras vías de compra como e-mail, canal telefónico o fax. Creemos que transmitir confianza y seguridad al cliente es imprescindible y por eso nos adaptamos a él".