

Las pymes entran en la generación del 2.0

Tecnología ♦ Casi un 50% de las pequeñas empresas informan a sus clientes mediante las redes sociales

REDACCIÓN
empresas@negocio.com

Las redes sociales han pasado a ser el medio de comunicación y publicidad diarias entre las pymes españolas y sus clientes. Según un estudio realizado por la Fundación Banesto con la colaboración de la Empresa Nacional de Innovación del Ministerio de Industria, a finales de octubre, el 49,80% de estas empresas utilizan los medios sociales para promover su empresa.

Para el director general de la Fundación Banesto, Francesc Fajula "ese dato es muy alentador, pero tras el porcentaje de uso de las redes sociales se esconde un importante margen de mejora en base a las marcadas desigualdades en la utilización de las principales plataformas por sectores y localización geográfica, así como en la frecuencia y el tiempo de redes empleada".

Las compañías utilizan un 58,6% estos canales, un 58,6% para promocionarse y solo el 47,2% analiza de forma constante las respuestas de la audiencia. Además, las empresas que están en la red —un 54,7%— son más competitivas y tiene una mayor presencia internacional. Según el responsable del informe de la Fundación Banesto, Sergio Cortés, "la pyme española ha dado el paso hacia estar presente en las redes sociales de una manera significativa, pero podemos decir que nos encontramos en un momento todavía muy inicial sobre su aprovechamiento real en términos de negocio".

Los sectores conectados

Los sectores que más utilizan estos cauces de información son la hostelería y el turismo con un 72,76% y el sector que más se ale-

ja de la conectividad son la agricultura, ganadería y pesca, con menos del 40%.

Además, según destaca el documento de la entidad bancaria, las pymes utilizan entre una y dos redes para informar a sus clientes e interactuar con ellos. Para Sergio Cortés "no estamos ante empresas que emplean varias herramientas en bloque, sino que acostumbran a utilizar una o dos, en todo caso, tres redes sociales, pero de una forma

Segmento aislado:

La hostelería y el turismo, los sectores que más utilizan alguna red social

Publicidad obsoleta:

El 76% de los consumidores no confía en la publicidad tradicional

todavía muy incipiente".

En el estudio "Tendencias y usos de las redes sociales en la pequeña y mediana empresa" realizado por la Fundación Banesto, de mediados del pasado junio, "el modelo unidireccional da muestras de agotamiento", el 76% no confían en lo que comunican las marcas a través de la publicidad tradicional. El grado actualización de más de la mitad de las pymes que usan redes sociales es inferior a la

mensual, no superando el "uso activo" el 25% de ellas, como explica el documento de la Fundación Banesto.

Conectadas con el cliente

Más del 56% de los pequeños negocios recurren al *social media marketing*. La mayoría de los empresarios —un 60%— de las pymes utiliza Facebook como herramienta de comunicación, porque es la plataforma que mejor genera conversaciones entre marca y usuarios. El 50% usa el servicio de *microblogging* de Twitter. El 34% mantiene canales propios en YouTube para estar en contacto con el público. Un 33% usa Flickr para dar a conocer imágenes de la empresa y el 27% ha creado un blog corporativo. La gestión de estas redes debería estar dirigida por un *Community Manager* de forma profesional porque su labor es necesaria en la actualización de datos, análisis de estadísticas y mantenimiento del canal de comunicación con los usuarios.

"Facebook es la red social que genera más conversación entre marca y usuarios. La conversación se genera actualizando con regularidad, escogiendo temas interesantes y fomentando la participación de los usuarios. Las marcas que consiguen captar un mayor interés son aquellas que ofrecen productos de consumo concretos o servicios de ocio" sentencia el informe. Sobre Twitter indicó que "las marcas buscan compartir conocimientos e intereses por encima de sus propios productos. Escuchando a los usuarios y actuando rápidamente las marcas mejoran el posicionamiento de su reputación" añade el documento. ♦



♦ LAS CLAVES

Facebook



Es una herramienta social que permite a las personas contactarse y generar comunidades con intereses comunes. Plataforma interactiva que puede abarcar contenido, texto, imágenes y vídeos. Una red para promover la empresa, dar a conocer los servicios. Se pueden subir vídeos, imágenes, contenidos y textos. Además de crear grupos. Es la más utilizada por los negocios de pymes y donde los empresarios publicitan los productos y servicios.

Twitter



Es un servicio gratuito de *microblogging* que permite a sus usuarios enviar *micro-entradas* basadas en texto, denominadas *tweets*, de una longitud máxima de 140 caracteres. El envío de estos mensajes se puede realizar tanto por el sitio web de Twitter como desde un teléfono móvil y programas de mensajería instantánea. Con esta plataforma se mantiene informado a los seguidores sobre las novedades en tu empresa, sobre las ventajas y beneficios de tus productos y servicios.

MySpace



Es un sitio web destinado a la interacción social formado por perfiles personales de usuarios que incluye redes de amigos, grupos, *blogs*, fotos, vídeos y música. Es un medio para promocionar la empresa invitando a los clientes y amigos a conocer los servicios y productos de la compañía, mantenerlos informados sobre las novedades. Es una forma de interactuar con los compañeros del negocio y con los clientes de la compañía.

Youtube



Es una plataforma de vídeos gratuito para editar fotos y vídeos. Se pueden elaborar audiovisuales y compartirlos con los clientes. Es un medio para dar a conocer la empresa, los empleados incluso los productos de una forma más visual. Al crear un canal en YouTube, se cargan los vídeos sobre los productos y servicios. Así, los usuarios pueden acceder a ellos y ver las novedades de manera más dinámica y audiovisual.

Flickr



Es una plataforma que permite la organización de fotografías digitales y una red social. Es utilizado por los *Bloggers* como depósito de fotografías. El medio permite la búsqueda de imágenes por etiquetas organizadas por fechas y por licencias.

LinkedIn



Es un sitio de red orientada a los negocios y a la búsqueda de empleo. Lanzada como red profesional. Es

un "Tip" para promover tu empresa, conocer el entorno laboral y buscar posibles candidatos para futuros puestos de trabajo.

Wordpress



Es un sitio Web que recopila textos o artículos de los autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. En cada artículo de un blog, los lectores pueden escribir sus comentarios y el autor darles respuesta, como un diálogo.