

• Facebook y Blogs principales herramientas de mercadeo

PYMES INCREMENTAN SUS VENTAS GRACIAS A REDES SOCIALES

104 666

CRISTIAN LEANDRO

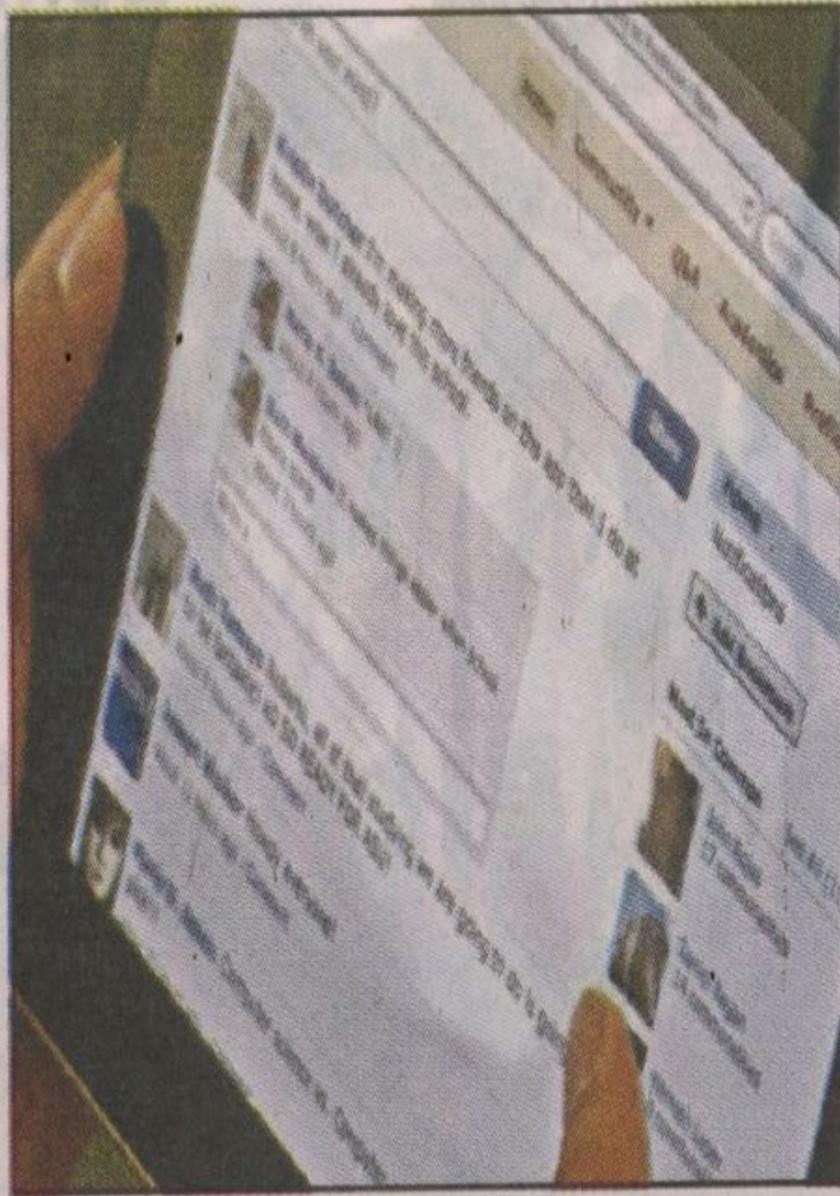
cleandro@prensalibre.co.cr

El desarrollo de una estrategia comercial para una pequeña y mediana empresa (pyme) resulta costosa, sin embargo la web 2.0 se constituye en una puerta de acceso incluso a mercados internacionales.

En la actualidad el mercado virtual de Facebook – por mencionar la red social más popular – posee poco más de los mil millones de usuarios en todo el planeta.

Solo en Costa Rica ya existen cerca de los 1.5 millones de internautas que a diario generan cada uno en promedio 10 comentarios.

Esta realidad seduce a las pymes aprovechando la influencia de la red social para promocionar bienes y servicios.



Alàköl del mar es una pyme que promociona prendas femeninas en Facebook. Irene Acuña es su propietaria y señala beneficios en la participación dentro de la Web 2.0. Foto cortesía de la empresa.

La oportunidad de acceso a mercados amplios gracias a la Web 2.0 llega a traducirse en la mayoría de los casos en un incremento de ventas de hasta el 100%, utilizando además plataformas virtuales como blogs de consultas y

de enlaces con cadenas como Etsy.com.

Alàköl del mar es una tienda de ropa femenina que aprovecha la expansión de Facebook en Costa Rica para dar a conocer su propuesta.

Incluso esta misma tienda

virtual tuvo su propio “viernes negro”, donde su propietaria, Irene Acuña, utilizó su casa como centro de reunión y así vender las prendas.

“Colocar una tienda a inicios de una actividad es muy duro, es aún más fácil poder realizar el negocios desde la red”, indicó Acuña.

IMPACTO ECONÓMICO

Cuero, Papel y Tijera, firma que fabrica a mano artículos de piel curtida, pasó de ser una empresa familiar cartaginesa, a convertirse en una pyme que exporta a países como Estados Unidos, Nueva Zelanda, Irlanda y Reino Unido, gracias a su sitio web.

Su propietaria Sofía Protti aseguró que la ventaja que le dio la inversión en una plataforma virtual es que incrementó sus ventas en un 500%.

“Con ventas cercanas a los

€40 millones me hace pensar que sí funciona expandir la empresa utilizando Internet”, explicó Protti.

Esta compañía también tiene su cuenta en Facebook donde deja un muestrario de sus principales piezas de cuero; que va desde bolsos para dama hasta maletín ejecutivos.

Muchos de los proveedores nacionales han visto un incremento en el número de pymes que deciden aventurarse al mundo virtual y tener mecanismos informáticos para promocionar su oferta.

“Las plataformas de nube en Internet son muy atractivas para las pymes porque les permiten dar ese salto a la modernidad, además que pueden realizar negocios en cualquier parte del mundo”, concluyó David Pérez, gerente de mercadeo del proveedor tecnológico Conzultek.