

# Facebook y la pequeña empresa

Por María Sierra Zapata.

Hoy en día, nos encontramos rodeados por las Redes Sociales: Facebook, Twitter, Instagram... disponibles en equipos portátiles, móviles o tabletas. Estamos sumergidos en un fenómeno social tan grande, que ni siquiera nos estamos dando cuenta de lo que está pasando.

Los humanos necesitamos comunicarnos, y estas plataformas han posibilitado hacerlo a gran escala; no sólo a los seres como individuos, sino también han abierto las posibilidades de comunicación a las empresas.

Las Redes Sociales han contribuido, en parte, a lo que hoy en día se conoce como Economía Digital y, a pesar de que la mayor parte de usuarios de estas redes no saben lo que es, forman parte de ella, participando activamente en muchos casos.

Habiendo tantas Redes Sociales, ¿por qué Facebook?, se estará preguntando el lector. Básicamente, porque es la Red Social por excelencia. Puedes compartir cualquier contenido y comunicarte con quien quieras de una forma bastante sencilla e intuitiva. Además, es una de las Redes Sociales que cuenta con una gran cantidad tanto de usuarios como de empresas.

Las empresas han invadido Facebook. Es el mayor mercado de usuarios del mundo y las empresas se están aprovechando de ello. Continuamente, se reciben anuncios de empresas, páginas sugeridas de empresas, invitaciones y eventos de empresas... Hasta tus propios "amigos" de Facebook te indican que sigas páginas de empresas.

Y no me refiero sólo a las grandes empresas; las pequeñas empresas también intentan hacerse un hueco y conseguir una porción de este pastel tan succulento. Tienen la posibilidad de acceder a

usuarios, que se convertirán en posibles clientes, no de su país solamente, sino también de otros lugares del mundo.

Gracias a Facebook, las pequeñas empresas se pueden dar a conocer y crecer. Usuarios de todo el mundo están a su disposición y existen formas bastante sencillas de captarlos: actualización diaria de contenidos, promociones, vales descuento o concursos son algunas de las técnicas más utilizadas.

Pero son los propios usuarios los que tienen mayor poder, ya que son los que propician el efecto red. Al darle a “me gusta” a un cierto contenido de una empresa, o incluso al compartirlo, están promocionando la empresa.

¿Y cómo se realiza el efecto red? Pues muy sencillo, la información que compartes, al fin y al cabo, la compartes con “tus amigos”, usuarios con gustos similares, lo que provoca que ellos también comiencen a “seguir” a esa empresa. Así es como, el número de usuarios que sigue a una cierta empresa, crece de forma exponencial.

En realidad, hay que aclarar que crecer exponencialmente en número de usuarios no implica crecer exponencialmente en número de clientes. Es posible tener usuarios de todo el mundo; sin embargo, otra cuestión sería vender tus productos a usuarios de todo el mundo.

Existen ciertas limitaciones, por tanto. Algunas de ellas son los elevados costes para enviar de manera internacional o las aduanas y aranceles, que ponen trabas a la hora de comercializar con otros países, lo que supone una dificultad si se quiere ser competitiva de manera internacional. Debido a esto, muchas veces, las pequeñas empresas tienden a restringirse a su propio país.

¿Y en España? ¿Ocurre lo mismo? ¿Funciona igual? La respuesta es sí, funciona exactamente igual. Los españoles nos caracterizamos por tener un hambre digital insaciable. Es raro ver a alguien que no utilice un Smartphone, incluso las personas mayores los están comenzando a

utilizar. Los tiempos cambian y las empresas también. Adaptarse o morir, dirían algunos.

Y en esa adaptación, también tenemos pequeñas empresas que, gracias a Facebook, en particular, y a las Redes Sociales, en general; han crecido tanto que, ahora, son internacionales. Empresas pequeñas como Mr. Wonderful, que tuvieron una idea y la llevaron a cabo haciendo uso de estas Redes Sociales. Hace tres años, apenas nadie la conocía, y ahora realiza envíos a diferentes países de la Unión Europea.

Es decir, si una empresa crece mucho en su propio país, puede llegar a plantearse hacerse internacional. ¿Cómo pueden saber que no saldrá mal? Fácil, gracias a los usuarios de sus páginas en Facebook, y demás Redes Sociales, pueden conocer cuántos clientes potenciales tienen fuera de su país. Saber de antemano si podría llegar a ser una apuesta segura.

Todo lo contado nos puede llevar a una serie de conclusiones. Estas son las mías:

- Es el momento de que las pequeñas empresas tomen Internet, haciendo uso de las herramientas que les ofrece.
- Si no lo hacen, al final, seguramente, acaben desapareciendo. Ya no sólo se pueden limitar a la población de una ciudad.
- Lo más importante es saber vender tu idea, captar clientes y, sobre todo, no tener miedo a crecer, ya que es el siguiente paso natural del proceso a seguir.

Pueden estar más acertadas o menos estas conclusiones, eso queda en juicio del lector. Lo más importante de este ensayo es que haya ayudado al lector a formar sus propias conjeturas y, sobre todo, que sea capaz de poner en práctica su visión. El mundo cambia y debemos cambiar con él.