



La red social se ha convertido en un canal perfecto para que pequeñas y medianas empresas se den a conocer. No en vano plataformas como Facebook, Instagram y WhatsApp están en la primera opción de los emprendedores para ganar presencia y conseguir más clientes.

Una encuesta realizada por Ipsos y Pinterest a nivel mundial muestra que las pequeñas y medianas empresas utilizan las herramientas tecnológicas de la familia de aplicaciones de la compañía de Mark Zuckerberg para promocionar la formación hecha sobre su negocio, comunicarse con los clientes y vender sus productos y servicios.

En el caso de Colombia, donde hasta que las Pymes usan sobre todo WhatsApp, las mismas, 77% de las pequeñas empresas utilizan que Facebook e Instagram funcionan para satisfacer las necesidades de sus negocios y 54% afirman que les ayudan a crear oportunidades en sus comunidades locales.

"Más de la empresa afirma que Facebook ha dado lugar a nuevas ventas. Entre otros, debido a los impactos positivos que tiene la plataforma al brindar herramientas que les ayudan a ser más competitivos, productivos y que, en definitiva, ayudan a mejorar su negocio y a la comunicación", afirma Juan Carlos Cárdenas, gerente general de Facebook para la región Andina.

Su duda una gran cantidad de empresas desconocen el potencial de las redes. Aquí algunos:

Una moda aprovechada

Andrés Márquez tiene 32 años y desde muy pequeño tuvo que enfrentarse una crisis económica en su hogar, lo que influyó a continuación en el mundo de los negocios. Comenzó arreglando bicicletas en su garage, vendiendo helados en el colegio y como dj entre otros que esperaba tener en los próximos años.

También desde joven despertó una pasión por los deportes al aire libre, como el skate, y allí encontró una idea para montar su propia empresa. Después de mucha, en esta época de encuentros más que todos los participantes tenían algo en común: usaban gorras. Así, un día decidió comprar algunas de estas y venderlas entre sus amigos y conocidos, a resultando todo exitoso. "Comencé a vender muchas colecciones inspiradas en el arte callejero, en fiestas propias y materiales fuera de lo común. Las publicaba inicialmente en mi perfil de Facebook, luego crecí una página y al momento las digitalicé", asegura.

En un inicio Márquez podía vender de 10 a 15 gorras al mes y gracias a su presencia en la red social, sus ventas ya no solo web, este emprendedor hoy puede llegar a vender entre 100 y 200 gorras al mes.

En crecimiento las ventas 200% orgánicas y el aprendizaje de estas plataformas ha sido de manera empírica, pero cuenta que gracias a videos en "Yout" sabe ya se intenta por aprender del mundo de las redes sociales luego conoció a los expertos las herramientas de publicidad que brinda estas plataformas, así como dinamizar sus estrategias en presupuesto muy bajo.

"Si en momentos en los que todas las emprendedoras desconocen las plataformas redes sociales, por lo que es importante acercarse a ellas como una herramienta muy útil para crecer", dice Márquez.

Este pequeño emprendedor de Medellín espera que en los próximos meses y que más gente en Colombia y nivel mundial crezca.

Diseño de exportación

Artal Lallín es diseñador industrial de la universidad Jorge Tadeo Lozano y tras terminar sus estudios decidió ir a Argentina a realizar una maestría. En su

A PUNTA DE GORRAS, UNO HA LOGRADO CRECER DE LA MANO DE LA TECNOLOGÍA. ESTE AÑO PLANEAN AGREGAR MÁS PRODUCTOS A SU PORTAFOLIO.



Uno ha experimentado con diferentes tipos de gorras personalizadas para crear contenido.

momento tenía 25 años, al irse a cargo de diseño, decidió pasar su estancia toda en creatividad y hacer una muestra de tener logros entre durante su estancia en el país norteamericano.

Entre algunas distracciones en ciudades que visita amigos y familiares. Una herramienta imprescindible de lo que lleva a DCC, un grupo de diseñadores que está conformado por diferentes artistas de la región que colaboran. Estas para comisiones, modelos, regalos, regalos y más.

Según cuenta Lallín, se mantuvo en contacto en Argentina y decidió apoyarse de Facebook para dar a conocer sus creaciones y los demás amigos que poco a poco se fueron uniendo a este proyecto. "Me ayudó cuando me fui en WhatsApp y publicaba mis productos en Mercado Libre. Así crecí en mi país. Incluso recibí recomendaciones por un medio como un caso de éxito", afirma.

Lallín decidió regresar a Colombia en 2013, donde se apoyó de los redes sociales para darse a conocer y trabajar en crecimiento de negocios en su país natal. Y ha trabajado los mejores grandes frutos. La compañía ha logrado tener una gran reputación y reconocimiento en el país. Según dice es felicidad lograr estas ganancias