



PyMEs 3.0

Las **Herramientas en línea**
para la internacionalización
de las PyMEs

Estudio de comportamiento PyME

MAYO 2012

-RGX-
RED GLOBAL de EXPORTACIÓN



Objetivo general

RGX, Red Global de Exportación, en asociación Hewlett-Packard, realizó el presente estudio de mercado a empresas PyMEs de Perú, con el objetivo de promover el uso de las nuevas herramientas en línea que favorecen la promoción y crecimiento de las PyMES peruanas.

Objetivos específicos

- Identificar el uso actual de herramientas de comunicación, promoción y difusión que Internet ofrece a las PyMEs peruanas.
- Advertir sobre prácticas indebidas o herramientas TIC poco utilizadas para el crecimiento del negocio.
- Recomendar metodologías óptimas de utilización a las empresas PyME de Perú.



Metodología y plan de trabajo

Cantidad y tipo de empresas indagadas:

La muestra estuvo conformada por empresas PyMES de diferentes ciudades de Perú

Perfil de las empresas:

- Empleados: entre 10 y 99 empleados.
- Localización geográfica: se tomaron casos al azar de las ciudades de Lima, Trujillo y Arequipa, de manera central, y del resto de Perú en menor medida.
- Rubro de producción: diferentes rubros de producción de bienes.

Relevamiento de datos:

Los entrevistados fueron las personas que estaban a cargo del sector de tecnología de la información y comunicación en dichas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario semi estructurado en forma telefónica por un sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing - Entrevistas telefónicas asistidas por computadora).

Las entrevistas realizadas fueron cuantitativas y cualitativas de modo de poder comprender el nivel de utilización de hardware, software e Internet dentro de las PyMES del sector.

1- ¿Cuáles de las siguientes herramientas utiliza para sus comunicaciones con sus prospectos o clientes?

Herramientas Utilizadas	SI	Porcentajes	NO	Porcentajes
E-mail Tradicional	100	34%	0	0%
Servicios de chat o mensa.				
Instantánea por Internet	54	18%	43	23%
Programas de comunicación por voz (ej. Skype)	43	14%	25	13%
Servicios de chat o mensajería instantánea por teléfono (Whats App, BB)	32	11%	40	21%
Telefonía IP	25	8%	34	18%
Redes sociales	22	7%	16	8%
Videoconferencia	21	7%	33	17%
Total	297	100%	191	1
Totales empresas:100	Responden: 99		Ns/Nc:1	Ns/Nc:1

El correo electrónico tradicional sigue siendo una herramienta mayormente utilizada por las PyMEs para sus comunicaciones. No obstante, puede apreciarse como cerca de seis de cada diez empresas también están utilizando las aplicaciones de chat y mensajería instantánea a través de computadores, o algo mas de cuatro de cada diez utilizan programas de comunicación por voz.

Nuevas herramientas que ayudan a generar negocios: Uso de internet



SONIA GARCIA
MAYO 2012
soniagarcia@kreaglobal.com

¿Qué es ser eficaz en Internet?

1. Atraer visitas de nuestro público objetivo
2. Conseguir que el mayor porcentaje posible de estas visitas se conviertan en clientes

¿Cómo ser eficaz en Internet?



5. Selección de palabras claves

Características de palabras clave eficaces:

- Están orientadas al cliente
- Constan de más de una palabra
- No son genéricas
- Son relevantes
- No tienen excesiva competencia

Palabra clave	Nº de sitios
Vino	216 millones
Vino RESERVA	22 millones
Vino reserva malbec	380.000
Comprar vino reserva malbec	217.000

Palabra clave	Nº de sitios
Enoturismo	4.905.000
Enoturismo malbec	894.000
Viista bodegas malbec	188.000

Posicionamiento SEO y SEM

Posicionamiento natural SEO

The screenshot shows a Google search for 'sistemas de riego'. The search bar contains the text 'sistemas de riego' and the search button is labeled 'Buscar'. Below the search bar, there are radio buttons for 'la Web', 'páginas en español', and 'páginas de España'. The search results are displayed under the heading 'La Web' and show 'Resultados 1 - 10 de aproximadamente 2.560.000 de sistemas de riego. (0,41 segundos)'. The results are organized into two columns. The left column contains organic search results, and the right column contains sponsored links.

Sistemas de riego.
Los sistemas de riego que existen en jardinería son: Riego con aspersores; Riego con difusores; Riego por goteo; Riego subterráneo; Riego con cintas de ...
articulos.infojardin.com/articulos/sistemas-riego-jardin.htm - 76k -
[En caché](#) - [Páginas similares](#)

Sistemas de riego Caudal
Fabricante de sistemas de riego por goteo, conducción de agua a presión y sistemas de riego por aspersión.
www.caudalriego.com/ - 3k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Sistema de riego automático: Rain Bird
Fabricante y distribuidor de equipos de riego para espacios verdes, campos de deportes, golf y aplicaciones agrícolas.
www.rainbird.es/ - 29k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

AZUD, Sistemas de Riego y Filtrado
Empresa fabricante de sistemas de riego y filtrado de alta tecnología. Proyectos de ingeniería.
www.azud.com/ - 6k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Taxus Jardinería y Sistemas de Riego
Somos una empresa dedicada al proyecto, diseño y ejecución de obras de jardinería y sistemas de riego. Realizamos trabajos en España, Portugal y Norte de ...
www.taxusjardineria.com/ - 11k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Sistemas de riego automático
Sistemas de riego automático. Existen diversos sistemas de riego automático en el mercado vamos a analizar aquellos más consolidados indicando una breve ...
www.euroresidentes.com/jardineria/sistemas_de_riego/riego/riego_en_casa/sistemas_riego_automatico/index.htm - 12k -
[En caché](#) - [Páginas similares](#)

Sistema de riego - Wikipedia, la enciclopedia libre
Se denomina sistema de riego o perímetro de riego, al conjunto de estructuras, que hace posible que una determinada área pueda ser cultivada con la ...
es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_riego - 19k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Enlaces patrocinados

Ultima tecnologia antica!
CALONIC © Antical nueva generación
Sin sal sin mantenimiento
www.hydrogama.com/Tel 902123452

Tec. Informática Sistemas
Titulación homologada on line
UOC, la universidad virtual
www.uoc.edu/th_informatica_sistemas

Buscas Sistemas Agua?
Higiénico Cómodo Calidad Garantía
Y Buen Precio. Bebe Salud Aquí!
www.Viva-AquaService.com

Sistemas Agua
Agua Potable Cuando la Necesitas
Uso Doméstico, Industrial, Agrícola
www.TienesUnaNube.es

Centrale-jardin
Programar su riego con los programadores gardena
www.centrale-jardin.es

Riego para profesionales
Difusores, aspersores, arquetas, electro-válvulas, programadores.
www.riegopro.com

ISS jardinería general
Tel 902 266 366. Servicios profesionales jardinería. No part.
www.iss.es

Equipos para Regadíos

Posicionamiento de pago SEM

Posicionamiento: Incorporar palabras clave

Herramientas para buscar palabras clave eficaces:

Rápidas, sencillas, gratuitas: Google Insights

<http://www.google.com/insights/search>

[Keyword Tool de Adwords](#)

adwords.google.com

o [Google Trends](#)

[Google.com/trends](#)

<http://www.google.com/insights/search/?hl=es#>

Incorporar palabras clave

La descripción

•[American Airlines- AA.com](http://www.aa.com/)

www.aa.com/

Find Affordable Nonstop Flights at AA.com. Book Now and Save!

[Book Flights](#) - [Discount Flight Deals](#) - [Flight Schedules](#) - [Travel Deals](#)

•[Delta.com - Official Site](http://www.delta.com/)

www.delta.com/

Book Direct and Save on Domestic & International Flights at Delta.com

[Book A Flight](#) - [Deals & Offers](#) - [Plan A Trip](#) - [Flight Schedules](#)
[United Airlines - Airline Tickets, Vacations Packages, Travel Deals ...](#)

www.united.com

United Airlines A Star Alliance Member · United States - English Change.

CountryClose close. Please select your location or where you receive credit card ...

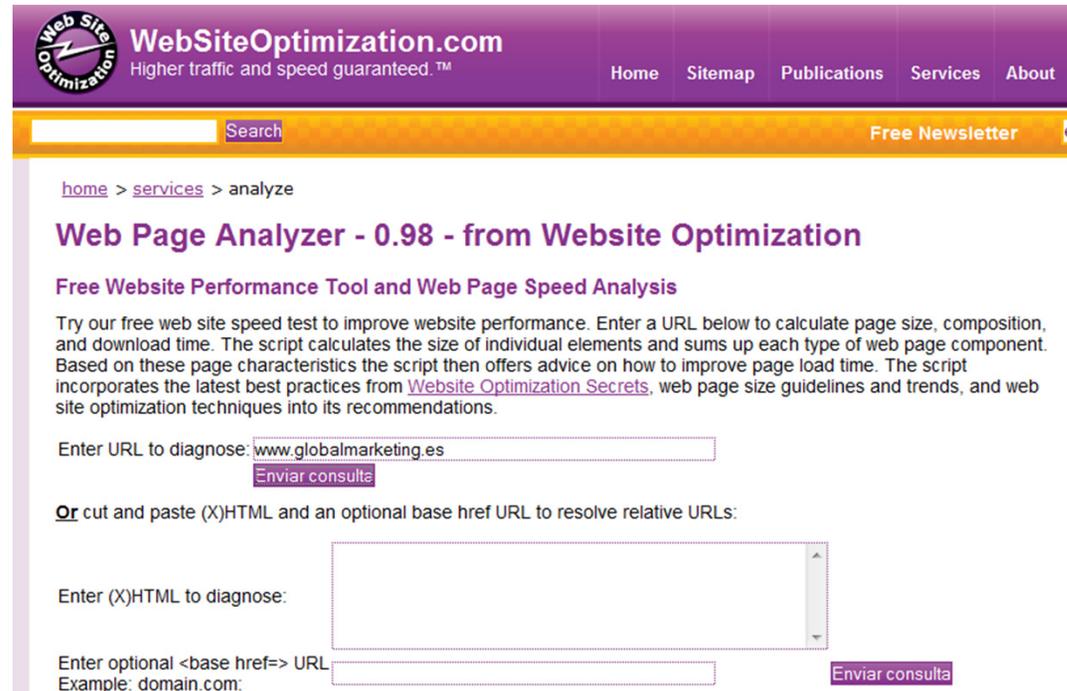
1,323 people +1'd this

[**US Airways | Airline tickets, vacations & business flights**](#)

www.usairways.com

US Airways, Home Page, Book Travel, Airlines, Official Site.+

6. Conseguir que nuestra web se descargue muy rápidamente: ¡no más de 4 segundos!



The screenshot shows the 'Web Page Analyzer - 0.98' tool on the Website Optimization.com website. The page has a purple header with the site logo and navigation links (Home, Sitemap, Publications, Services, About). Below the header is a search bar and a 'Free Newsletter' link. The main content area is white with a purple breadcrumb trail: 'home > services > analyze'. The title is 'Web Page Analyzer - 0.98 - from Website Optimization'. The subtitle is 'Free Website Performance Tool and Web Page Speed Analysis'. The text describes the tool's purpose: to improve website performance by calculating page size, composition, and download time, and providing advice on how to improve page load time. It mentions that the script incorporates the latest best practices from 'Website Optimization Secrets'. There are two input methods: 1) 'Enter URL to diagnose:' with a text box containing 'www.globalmarketing.es' and a purple 'Enviar consulta' button. 2) 'Or cut and paste (X)HTML and an optional base href URL to resolve relative URLs:'. This method includes a text box for '(X)HTML to diagnose:', a text box for 'optional <base href=> URL' with the example 'domain.com', and another purple 'Enviar consulta' button.

<http://www.websiteoptimization.com/services/analyze/>

Pagespeed.googlelabs.com

CONCLUSIONES

NO ESTAR EN INTERNET ES NO EXISTIR

1. ESTAR CON UNA ESTRATEGIA Y OBJETIVOS
2. DAR IMPORTANCIA A LA EJECUCION EFECTIVA.
3. NO AVANZAR A LA WEB 2.0 SI SU WEB NO ESTA PREPARADA DE MANERA EFICAZ



PyMEs 3.0

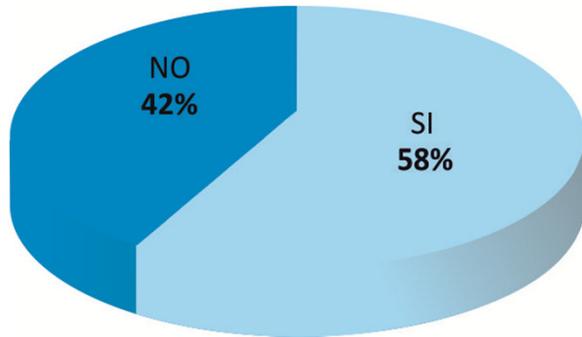
Las **Herramientas en línea**
para la internacionalización
de las PyMEs

Estudio de comportamiento PyME

MAYO 2012

-RGX-
RED GLOBAL de EXPORTACIÓN

10- ¿Promocionan su negocio dentro del ámbito de Internet?

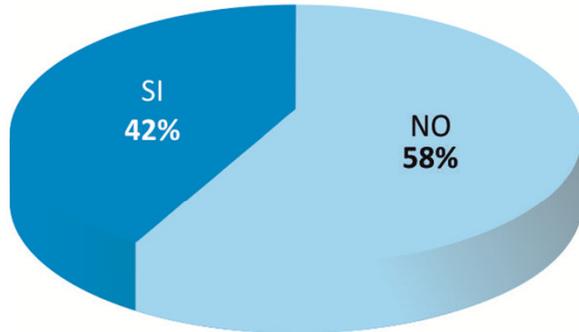


12- ¿Realiza alguna de las siguientes acciones para ayudar a su red de distribución con la venta de los productos en su mercado?

Respuesta (Opción Múltiple)	Frecuencia	Porcentaje
No realiza ninguna acción de este tipo	70	71%
Campañas de e-mailing a usuarios finales en el país donde se tiene distribución	12	12%
Newsletter o Boletín para uso por parte de los distribuidores	7	7%
Enlaces patrocinados en buscadores en los países donde se tiene distribución	7	7%
Visitan directamente a los distribuidores.	2	2%
Total	98	100%
Totales empresas:100	Responden: 97	Ns/Nc:3

Seis de cada diez PyMEs peruanas están utilizando Internet como un medio para promover y difundir su negocio. En contraste, un 71% de los entrevistados no realiza ninguna acción para apoyar a sus distribuidores con la venta de sus productos.

13- ¿Utiliza alguna red social para su negocio?



14- Por favor, indiquenos los usos que actualmente le está dando a las redes sociales donde su negocio tiene presencia.

	Facebook	Twitter	LinkedIn	Flickr	Otra	Total
Promoción de Productos o Servicios	36	10	4	2		52
Comunicación con clientes y prospectos	33	10	2	2		47
Fidelización de clientes	23	10	2	2	A través de email	37
Búsqueda de proveedores	13	2	1	1	Por medio de pags. web	17
Búsqueda de RRHH	7	5	1	1		14
Captura de Información útil al negocio	21	4	1	1	En buscadores	27
Total	133	41	11	9		194

Cuatro de cada diez PyMEs peruanas están actualmente utilizando las redes sociales para su negocio. Las principales redes utilizadas están siendo Facebook y Twitter, fundamentalmente para promoción de productos, comunicación con clientes y prospectos y fidelización de clientes.

15- ¿Cuál es la razón principal por la que NO utiliza esta herramienta?

Respuesta (opción múltiple)	Frecuencia	Porcentaje
No valora que pueda aportar beneficios a su negocio	23	40%
No sabría como aprovecharla para su negocio	16	28%
No dispone de personal capacitado para manejarlas	10	17%
No conozco como utilizarlas	5	9%
Ns/Nc	4	7%
Total	58	100%

Entre quienes no están actualmente las redes sociales, un 40% de las PyMEs indicó que no valora que puedan aportar beneficios a su negocio, mientras que un 28% indicó que no sabría como aprovecharla para su negocio.

Las 10 plagas de los social media

Las 10 plagas de los social media y su solución

1. La plaga de no prestar atención a lo que se dice en los social media.
2. La plaga de no estar disponible para la audiencia en los social media.
3. La plaga de la excesiva autopromoción en los social media.
4. La plaga de no tener objetivos.
5. La plaga de apostar por demasiadas plataformas.
6. La plaga de no proporcionar a los empleados de la marca guías para su actuación en los social media.
7. La plaga de no producir suficiente contenido para interactuar con la audiencia en los social media.
8. La plaga de no interactuar con el público objetivo de la marca en los social media.
9. La plaga de no destinar suficientes recursos económicos y humanos a la estrategia 2.0 de la marca.
10. La plaga de las crisis de relaciones públicas.



9 claves para el posicionamiento eficaz en facebook

<http://www.facebook.com/redbull>

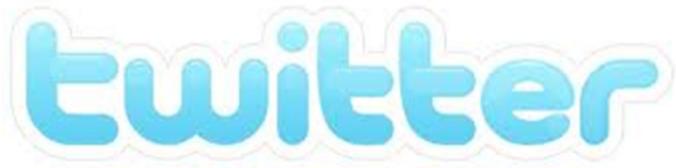
Mari Smith, autora del best seller: "[Facebook. An Hour a day](#)"

1. Artículos cortos. No utilizar mas de 80 caracteres por post. (Los artículos de menos de 80 caracteres se leen hasta un 27% según [Buddy Media](#))
2. No utilizar sólo texto. Combinar con vídeos, fotos y links.
3. Entre uno y tres post por día y espaciarlos en el tiempo.
4. Ser constante y consistente
5. No utilizar en Facebook acortadores de URLs. Utilizar la URL completa (estas se cliquean mas).
6. Por norma general, publicar manualmente sin utilizar herramientas para publicar simultáneamente .
7. Fomentar la conversación
8. Contestar en un plazo máximo de 2 horas
9. Los jueves y viernes son los días de mayor "engagement" (un 18% más que el resto de los días)



Recibir alertas de nuevos comentarios en el muro de la empresa o de otras páginas de Facebook

1. Para crear una alerta, hacemos click en “Add Alert” y pegamos la URL de la pagina de Facebook (la nuestra o cualquier otra que queramos monitorizar).
2. Seleccionamos con que periodicidad deseamos recibir las alertas a nuestro mail:
 - Cada hora
 - Diariamente
 - Semanalmente
 - Mensualmente
3. Marcamos si queremos recibir alertas sobre nuevos:
 - Posts
 - Comentarios
 - Nuestros propios contenidos (comentarios y posts)
4. Click en “Save.”



Twitter y empresa, los 4 errores mas frecuentes

- Ejemplo :+

@Southwestair

<https://twitter.com/#!/SOUTHWESTAIR>

- Ejemplo: - amazon

www.amazon.com



Los mejores tweets

- **Pensamientos al azar:** los tweets sobre pensamientos que parecen al azar de la empresa son calificados de “divertidos” y “emocionantes”
- **Autopromoción:** los tweets autopromocionales de la empresa son útiles, sobre todo si van acompañados de links y otro contenido util.
- **Preguntas a los seguidores:** las preguntas favorecen el crowdsourcing.
- **Información compartida:** incluir links, ser conciso y evitar retwittear noticias antiguas.



Los peores tweets

- **Opiniones / quejas:** a menos que el comentario sea útil o ingenioso.
- **¿Qué estoy haciendo ahora?:** responder a esta pregunta en Twitter es inútil.
- **Conversación:** Twitter no es un lugar para las conversaciones privadas.
- **Hola / Buenas días:** este tipo de saludos.



Ink Now han hecho un estudio para [HubSpot](#) mediante el cual se intentó determinar cuál es la mejor red para las compañías B2B y, según los datos, se ha revelado que LinkedIn produce la tasa más alta de generación de leads. De los 3.128 clientes de B2B analizados, **LinkedIn** generó una tasa de conversión del 2,6%, una cifra cuatro veces superior a la de **Twitter**, que se queda en el 0,67%, y siete veces más que la de **Facebook**, con un 0,39%.



LinkedIn Tipo de cuenta: Básica

Inicio Perfil Contactos Grupos Empleos Buzón 92 Empresas Más

Events Home » Search Results » Performance Marketing Awards 2012



Performance Marketing Awards 2012

May 15, 2012 at 7:00 PM - May 16, 2012 at 2:30 AM **Dónde y cuando**

Grosvenor House Hotel, London, London

This event requires registration: <http://www.performancemarketingawards.co.uk>

The reach and effectiveness of Performance Marketing continues to expand. Through collaboration we successfully drive Billions in sales for brands on a performance basis across not just Affiliate Marketing but within Search, Display, Email, Social Media and Mobile. **Registro**

After growing the a4uAwards for five incredible years, we are excited to announce that in 2012 we will be re-positioning and growing as the Performance Marketing Awards.

Embracing tightly the ethos behind traditional Affiliate Marketing principles, the awards in 2012 will persist to reward and recognise innovation and excellence within the wider Performance Marketing channel.

Categories will now include Best use of Data, Best Consumer Targeting Campaign, Best Search Campaign and the introduction of a Grand Prix award alongside stalwarts Publisher Innovation, The Vertical Awards, Best Agency and the Publisher's Choice of Network.

Join us on the 15th May at the Grosvenor House Hotel, Park Lane, London for the most glamorous night in the European Performance Marketing Calendar and network with the cr?me of the industry.

Etiquetas

Labels: affiliate marketing, email marketing, innovation, lead generation, mobile, performance marketing, SEM, social media, Consumer Targeting

Event Organizer: [Matthew Wood](#) (Founder of a4uexpo, affiliates4u and existem)

Show less...

I'm Attending Follow

- Libro de google:La guía formula **5 preguntas** que todo negocio debería hacerse a sí mismo: cómo influye el mobile en la forma que tienen las marcas de interactuar con los consumidores, cuánto afecta el mobile a los consumidores que visitan nuestro site, nos estamos adaptando bien el entorno mobile, cómo debería el marketing de un negocio adaptarse al mobile y cómo podría conectar una marca con la audiencia de una tableta.
- <http://www.themobileplaybook.com>

Conclusiones



- Presencia en redes es una necesidad
- Requiere estrategia
- Requiere consistencia con la marca
- Se necesita una actualización
- Dar valor a las redes según perfil
- Seguimiento
- Control