



El interés de estar en Facebook entre los mexicanos ha registrado un “boom”, que da a la compañía una oportunidad de crecer la facturación de publicidad digital. “Queremos conectar a más mexicanos, que puedan contactarse con sus familiares, amigos, con las empresas que les interese y los contenido que les interesa y que las empresas se contacten con quienes más les interesa”, dijo Jorge Ruiz Escamilla, director de la red social para México y el Norte de Latinoamérica.

Las métricas ofrecidas por la compañía muestran que al menos uno de cada cuatro mexicanos utiliza Facebook diariamente. Esto se traduce en 28 millones de usuarios contabilizados hasta agosto del 2013 y que representan un alcance potencial para las marcas que apuesten a las plataformas digitales en su estrategia publicitaria.

“Cada día más y más empresas están arriba en Facebook. Muchas de ellas habían emprendido (antes de la apertura de la oficina mexicana en septiembre del 2012) y lo que llegamos a hacer es ayudarlos a perfeccionar esta estrategia y conectarse”, dijo el directivo entrevistado durante el evento Facebook Day, celebrado este martes en la ciudad de México.

Ruiz Escamilla no comparte cifras sobre cuántas empresas en México ya están en la plataforma ni la participación de Facebook en el mercado de publicidad online, que según la IAB tuvo un valor de 6,397 millones de pesos en el 2012.

A escala global, Facebook ingresó 2,020 millones de dólares en el tercer trimestre del año pasado. Esto aún es menos a los 13,754 millones de dólares que el principal jugador del segmento, Google, obtuvo en el mismo periodo provenientes de publicidad.

Ruiz Escamilla está convencido de que el mercado mexicano tiene un amplio potencial para



“conectar” a la gente a través de la red social, donde los móviles serán una clave.

Y es que la compañía también ha puesto la mirada en el universo móvil, que contabiliza más 103 millones de líneas, y no sólo en los smartphones con aplicaciones y convenios con las operadoras para otorgar acceso gratuito a la red social que puedan alcanzar a todos los usuarios de teléfonos convencionales, tabletas y dispositivos inteligentes.

“Somos una empresa 100% móvil donde este medio se ha convertido en una plataforma fundamental”, aseguró el directivo.

En México, 35 millones de usuarios activos mensuales son móviles, lo que representa 74.4% del total de usuarios activos al mes. En todo el mundo, Facebook contabilizó 874 millones de usuarios mensuales activos en esta plataformas a octubre del 2013.

De acuerdo con proyecciones de e-Marketer, el gigante digital Google se habría adjudicado una cuota de mercado de 56% en el 2013 del mercado global de publicidad online, valuado en 15,820 millones de dólares, con lo que supera a Facebook con una cuota de 12.9% al sumar 2,040 millones de dólares.

Uno de los retos es que los negocios integren la fusión del mundo online y offline, donde la inmediatez se ha vuelto una de las cualidades fundamentales para entender cómo se siente un usuario sobre un producto o su reacción sobre algún contenido ya sea en televisión, radio o algún anuncio espectacular.

“Existen diferentes tipos de retos. Uno es de qué forma ponemos recursos a las personas para entender a este gran cambio. En menos de 10 años la empresa se ha logrado consolidar con una gran cantidad de usuarios donde la gente pasa mucho tiempo. Hay que entender que existe una transformación tremenda en los hábitos de los usuarios, cómo se comunican, en la inmediatez y el horario estelar que en Facebook es todo el tiempo”, opinó Ruiz Escamilla.



Las pequeñas y medianas empresas serán también clave para impulsar la adopción de estas plataformas. Google, como Facebook, ya han puesto su mirada en este segmento.

De acuerdo con la Asociación Mexicana de Internet (Amipci), 63% de las empresas mexicanas realizan alguna campaña de mercadotecnia digital. De ellas, 85% tiene un perfil social y 68% invierte en publicidad en estas plataformas ya sea en tradicional (banners) o en historias patrocinadas.

Para fines de mercadotecnia y publicidad digital, Facebook es la red social líder, con 92% de las empresas que tienen un perfil en redes sociales.

Hasta agosto del 2013, Facebook contabilizaba 47 millones de usuarios mensuales activos. Esto representa aproximadamente 4% de los 1,190 millones de usuarios a nivel global.

Fuente: eleconomista