

# Las 'fan pages' de Facebook desplazan a los sitios web oficiales de las marcas



< POR CRISTINA HEREDIA >

Las redes sociales ya no son solo el espacio donde la gente puede compartir estados, comentarios, fotos, videos. Ahora estos medios están en la mira de las marcas y empresas, quienes se han volcado a la creación de las conocidas 'fan pages' para estar en la vitrina de la red social de Facebook y así acercarse a los consumidores de Internet.

En cuatro años la visita a las páginas de las marcas ha caído **14%**.

Pero, ¿qué es lo que al usuario de Internet le interesa encontrar en las redes sociales de una marca?, es la pregunta que se planteó Wave 6, una investigación de medios sociales, desarrollada por la empresa estadounidense UM Curiosity Works, en 62 países del mundo, incluido el Ecuador.

El estudio fue realizado a usuarios activos de Internet entre los 16 y los 54 años, con alrededor de 41.700 cuestionarios realizados. **Juan Manuel García**, *country manager* para el Ecuador de UM Curiosity Works, afirma que este es el sexto estudio de este tipo y el cuarto que se realiza con datos del Ecuador. "Queremos entender las razones por las que la gente se conecta a los medios sociales y por qué tienen éxito", dijo.

De acuerdo con esta investigación, en el Ecuador un usuario dedica seis horas semanales a mirar televisión, cuatro horas a escuchar radio, tres a leer periódicos; mientras que al consumo de Internet le dedica 13 horas a la semana, seis horas a navegar en redes sociales y seis horas a mirar videos en la web.

Las redes sociales y sus plataformas han evolucionado y ahora permiten a los usuarios compartir textos, fotos y videos. "La gente tiene la capacidad de crear y distribuir contenidos en la web y eso le da la capacidad de influenciar en sus pares", refiere Sánchez.

Las víctimas de este despunte de las redes sociales y los más afectados han sido los sitios web de las marcas. Según el estudio, en cuatro años la visita a las páginas oficiales ha caído 14%. Para el experto, la gente no está buscando el punto de vista de las marcas en el sitio web y esto es evidente en grupos juveniles.

No es gratuito que las marcas se hayan volcado hacia las 'fan

page' de Facebook pues en el Ecuador, hasta septiembre, 9'938.920 personas tenían un perfil en esta famosa red social. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que 20% corresponde a cuentas falsas.

García explica que Facebook se ha convertido en una 'súper despensa' en la que el usuario puede encontrar toda la información que requiere: videos, precios de productos, noticias, entretenimiento, un lugar para comentar, compartir, discutir... "El ecuatoriano quiere encontrar todo en un solo lugar. Por eso es difícil que la marca haga publicidad en otro lado que implique cerrar la conexión con su red social, más bien cierra el sitio web".

El estudio revela que 50% de los consultados por Wave 5, en el Ecuador, dedica su tiempo en Internet a colgar videos, 93% mira videos, 84% crea un nuevo perfil, 87% administra perfiles y 92% visita perfiles de amigos.

García añadió que las marcas no deben medir su 'popularidad' o alcance mediante el número de seguidores o fans de su página, pues su estrategia debe pensarse desde el análisis de la satisfacción del cliente y el tiempo que este se mantiene conectado.

En el Ecuador un usuario dedica **13 horas** a la semana al consumo de Internet.

La 'fan page' de Coca-Cola figura entre las 30 páginas de Facebook con más seguidores.

## Facebook lidera el ranking de las páginas de redes sociales más visitadas por los internautas



De acuerdo a un estudio de Ibope Media, en los últimos cinco años, el consumo de Internet en las dos ciudades más importantes del Ecuador ha crecido rápidamente. En Quito desde el año 2007 a 2011 tuvo un incremento de 88%, mientras que en Guayaquil, en ese mismo período, la variación fue de 125%.

Facebook lidera el ranking de las páginas de redes sociales más visitadas por los internautas, con una participación de 55%, la sigue Twitter con 12% y muy cerca se encuentra hi5 con 11% de participación.

En su mayoría son los jóvenes quienes más acceden a sitios de comunidad virtual. 34% lo representan adolescentes de 12 a 18 años, seguido por 25% que constituyen las personas de 19 a 24 años, 22% las de 25 a 34 años y finalmente 20% usuarios de 35 años o más.

Por otro lado, de las personas que al menos tienen una cuenta en una red social, 51% de ellos prefieren conectarse desde su hogar, mientras que 40% navega desde lugares públicos como cibercafé, cabinas, etc. y apenas 11% accede desde su trabajo.



### Ranking de redes más visitadas

Facebook **55%**

Twitter **12%**

hi5 **11%**

Es decir, aprovechar, en el caso del Ecuador, esas 13 horas a la semana que un usuario dedica a Internet para interactuar o satisfacer sus necesidades. Para ello el requisito básico que se debe plantear la marca es ¿cuál es mi objetivo principal: vender, interactuar, entregar información?

También la marca debe saber que en las redes sociales debe dedicar el tiempo necesario para responder las inquietudes, solicitudes y quejas de los usuarios, quienes están dispuestos a plantear sus requerimientos y opiniones a través de las redes. La respuesta a los problemas de un cliente es una de las experiencias sociales más poderosas que una marca puede ofrecer.

### Tendencias en Quito y Guayaquil

- De las mujeres que usan Internet y acceden a Facebook, 56% es de Guayaquil mientras que 44% es de Quito.
- Los usuarios que usan a menudo

Twitter alcanzan los 223.000 en promedio.

- De las personas que acceden a Internet y utilizan las redes sociales, 16% es de nivel social alto, 51% medio y 33% bajo.
- De las personas que visitan las redes sociales, 63% indica que hace clic en algún anuncio para obtener mayor información.
- De las personas que ingresan al menos a una red social, 6% se conecta a Internet a través de un teléfono inteligente.

### Manejo del tiempo en la red

- 50% de los consultados dedica su tiempo en Internet a colgar videos.
- 93% mira videos.
- 84% crea un nuevo perfil.
- 87% administra perfiles.
- 92% visita perfiles de amigos.

### Crecimiento del consumo de Internet entre 2007 y 2011

- En Quito tuvo un incremento de 88%.
- En Guayaquil creció 125%.