

# Internacionalización en red



Autor: Carmen Urbano

REVISTA EL EXPORTADOR - ICEX  
(Junio 2015).

Artículo escrito por Carmen Urbano para la revista "El Exportador" de ICEX España, (boletín junio 2015). Enlace web a la publicación:

<http://goo.gl/N4gO8j>

The screenshot shows the website for ICEX España, Exportación e Inversiones. At the top left, there are logos for the Spanish Government and the Ministry of Economy and Competitiveness. The ICEX logo is prominently displayed. To the right, the phone number 900 349 000 is shown, along with a search bar and the text 'RED EXTERIOR RED TERRITORIAL'. A red navigation bar contains several menu items: QUIÉNES SOMOS, TODOS NUESTROS SERVICIOS, NUEVOS EXPORTADORES, EXPORTADORES HABITUALES, IMPLANTACIÓN E INVERSIÓN EXTERIOR, and INVEST IN SPAIN. Below this, a breadcrumb trail reads 'INICIO > REVISTA EL EXPORTADOR > OBSERVATORIO'. The main banner features the title 'ELEXPORTADOR' in large red letters, with the subtitle 'Revista para la internacionalización' below it. The background of the banner is a hand holding a paper airplane against a blue sky. A dark grey navigation bar at the bottom of the banner lists: PORTADA, NOTICIAS, MUNDO, EMPRESAS, INVERTIR EN, MERCADOS, OBSERVATORIO, RESEÑAS, EN CIFRAS, and TRIBUNA. Below the banner, there are two main sections: 'Internacionalización en red' with a colorful graphic of icons representing various digital and business concepts, and 'VÍDEOS' with a thumbnail image of a bedroom.

**(Prohibida su reproducción total o parcial sin el permiso expreso de su autor Carmen Urbano)**

## Índice de contenidos “Internacionalización en red.

Redes y profesionales.....	4
Internacionalización 360º, una responsabilidad.....	4
Redes para todo y para todos. ....	5
Redes sociales en el mundo. ....	5
Top 10 de sitios web más visitados del mundo.....	7
Primer paso: la inteligencia.....	9
“Leads”, Bases de datos, CRM y “social CRM”: .....	10
Inbound marketing, redes y social media:.....	11
“Social selling” y redes:.....	11
¿Cómo facilitan la internacionalización las redes sociales?:.....	12
¿Qué errores debo evitar? .....	13
Lecturas recomendadas del autor: .....	14
Webgrafía:.....	15

**Las redes sociales facilitan la internacionalización**, son generadoras de negocio y descubren nuevas oportunidades. Sirven para vender y como herramientas de marketing ofrecen posibilidades infinitas. Redes han existido, existen y existirán siempre, tanto en entornos tradicionales como en Internet. Conectan y nos conectan.

## Redes y profesionales.

---

Centraré este artículo en aquellas posibilidades que considero más relevantes para el desarrollo internacional de empresas y profesionales. Y hago hincapié en los profesionales por dos sencillas razones: las personas somos el alma de las empresas y **las redes se tejen fundamentalmente entre personas**.

## Internacionalización 360°, una responsabilidad.

---

La internacionalización 360° supone una forma de afrontar la vida y los negocios. Internet es un medio natural que nos permite ser globales. Como personas y profesionales tenemos la responsabilidad de ser internacionales, sin excusas. Tener en cuenta el mundo online y las posibilidades del marketing en redes sociales forma parte de la visión 360° que debemos aportar a nuestra internacionalización. **¿Sabías que algunos segmentos ya pasan más tiempo consumiendo contenidos en redes que buscando información en buscadores?**

**Quienes al menos no estén investigando su poder están ya fuera de mercado.** Es manifiesta la relación de amor entre algunas redes sociales como Twitter y Google, el buscador líder en la mayoría de países del mundo. Google ha anunciado recientemente que indexará tuits en las búsquedas móviles, comenzando por los EEUU. Estemos atentos.

## Redes para todo y para todos.

---

Desde las más generalistas y horizontales tipo Facebook, donde casi todo cabe, hasta las más específicas, verticales y/o temáticas... Pensemos por ejemplo en una red internacional de amantes del chocolate, o del buceo, o del vino...

**Pensemos en LinkedIn, ¿quién no tiene todavía su perfil profesional público en LinkedIn y al menos en español e inglés?** LinkedIn se consolida según todos los datos como la red social internacional de networking profesional con más potencial, con 347 millones de usuarios en el mundo, según datos del pasado marzo. Y no sólo para personas, sino que también es una excelente herramienta para tener una presencia web internacional de nuestras empresas a través de sus páginas de empresa.



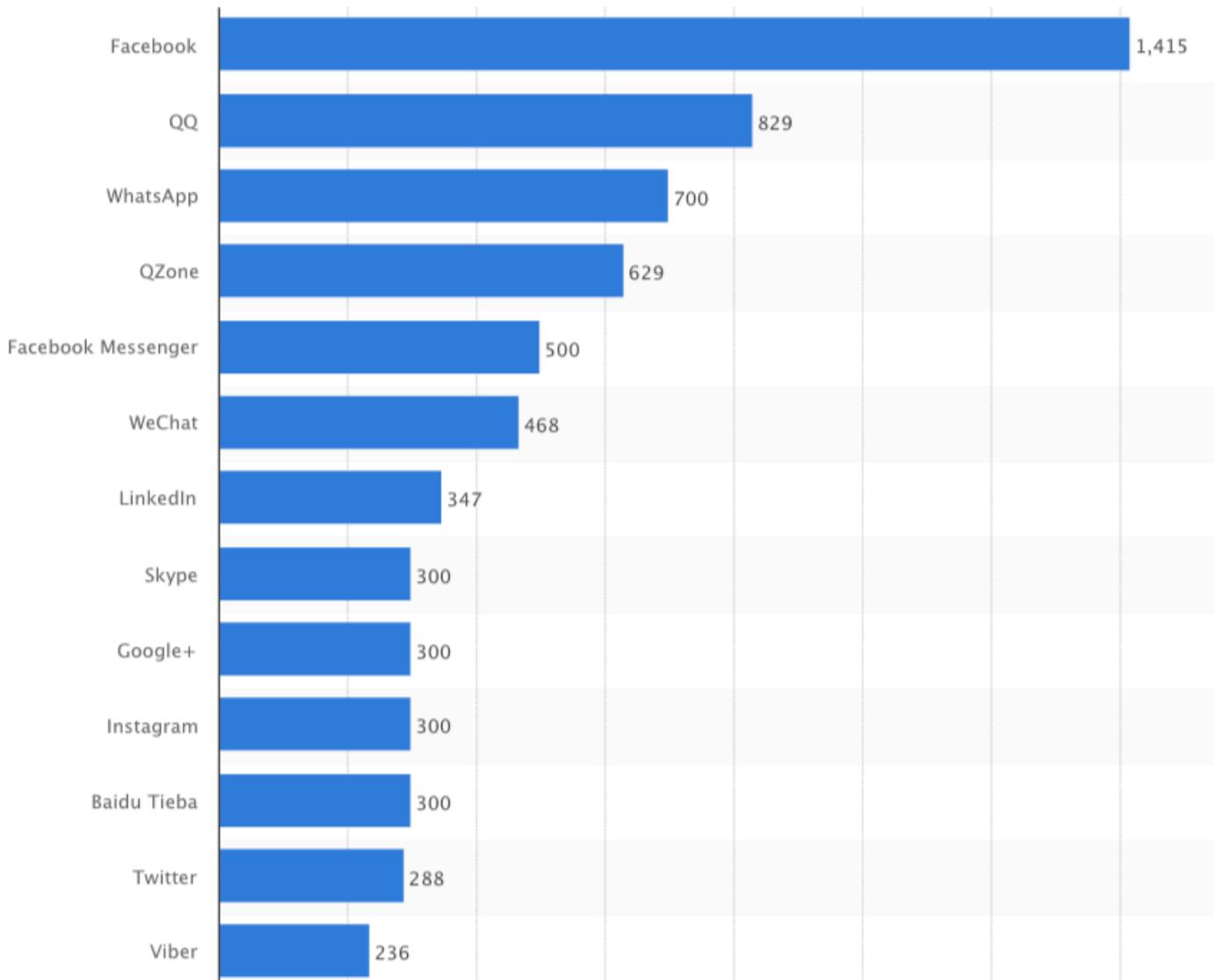
No es cierto que las redes sociales son únicamente para empresas que se dirigen a consumidor final.

Pueden haber ciertas redes que sí que funcionen mejor para este tipo de exportadores, pero en el negocio empresa-empresa también son necesarias en muchos aspectos que trataremos a continuación.

## Redes sociales en el mundo.

---

a.- En el siguiente cuadro se muestran las **redes con mayor número de usuarios** (en millones) a fecha marzo de 2015 (fuente: [www.statista.com](http://www.statista.com)). Atención a las redes chinas como QQ que nos demuestran que cada país puede jugar con sus propias reglas y a Whatsapp, que con 700 millones de usuarios en el mundo, se convierte en un canal de marketing y comunicación muy interesante en todos los aspectos.



b.-En [www.alexa.com](http://www.alexa.com), podemos acceder a los sitios web más visitados en el mundo, y también a los más visitados por país y por categoría, aspectos ambos muy relevantes para comprender un determinado mercado.

# Top 10 de sitios web más visitados del mundo

---

- 1 [Google.com](#)  
Enables users to search the world's information, including webpages, images, and videos. Offers...[More](#)
- 2 [Facebook.com](#)  
A social utility that connects people, to keep up with friends, upload photos, share links and ...[More](#)
- 3 [Youtube.com](#)  
YouTube is a way to get your videos to the people who matter to you. Upload, tag and share your...[More](#)
- 4 [Yahoo.com](#)  
A major internet portal and service provider offering search results, customizable content, cha...[More](#)
- 5 [Baidu.com](#)  
The leading Chinese language search engine, provides "simple and reliable" search exp...[More](#)
- 6 [Amazon.com](#)  
Amazon.com seeks to be Earth's most customer-centric company, where customers can find and disc...[More](#)
- 7 [Wikipedia.org](#)  
A free encyclopedia built collaboratively using wiki software. (Creative Commons Attribution-Sh...[More](#)
- 8 [Taobao.com](#)  
Launched in May 2003, Taobao Marketplace ([www.taobao.com](#)) is the online shopping destination of...[More](#)
- 9 [Twitter.com](#)  
Social networking and microblogging service utilising instant messaging, SMS or a web interface.
- 10 [Qq.com](#)  
China's largest and most used Internet service portal owned by Tencent, Inc founded in Nov...[More](#)

Con la medalla de plata para redes como Facebook y la de bronce para Youtube.

c.- Siguiendo con Alexa como fuente, vemos como **Facebook no es la red social con mayor presencia en todos los países** del mundo. China y Rusia cuentan con sus propias redes.

## WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

December 2014

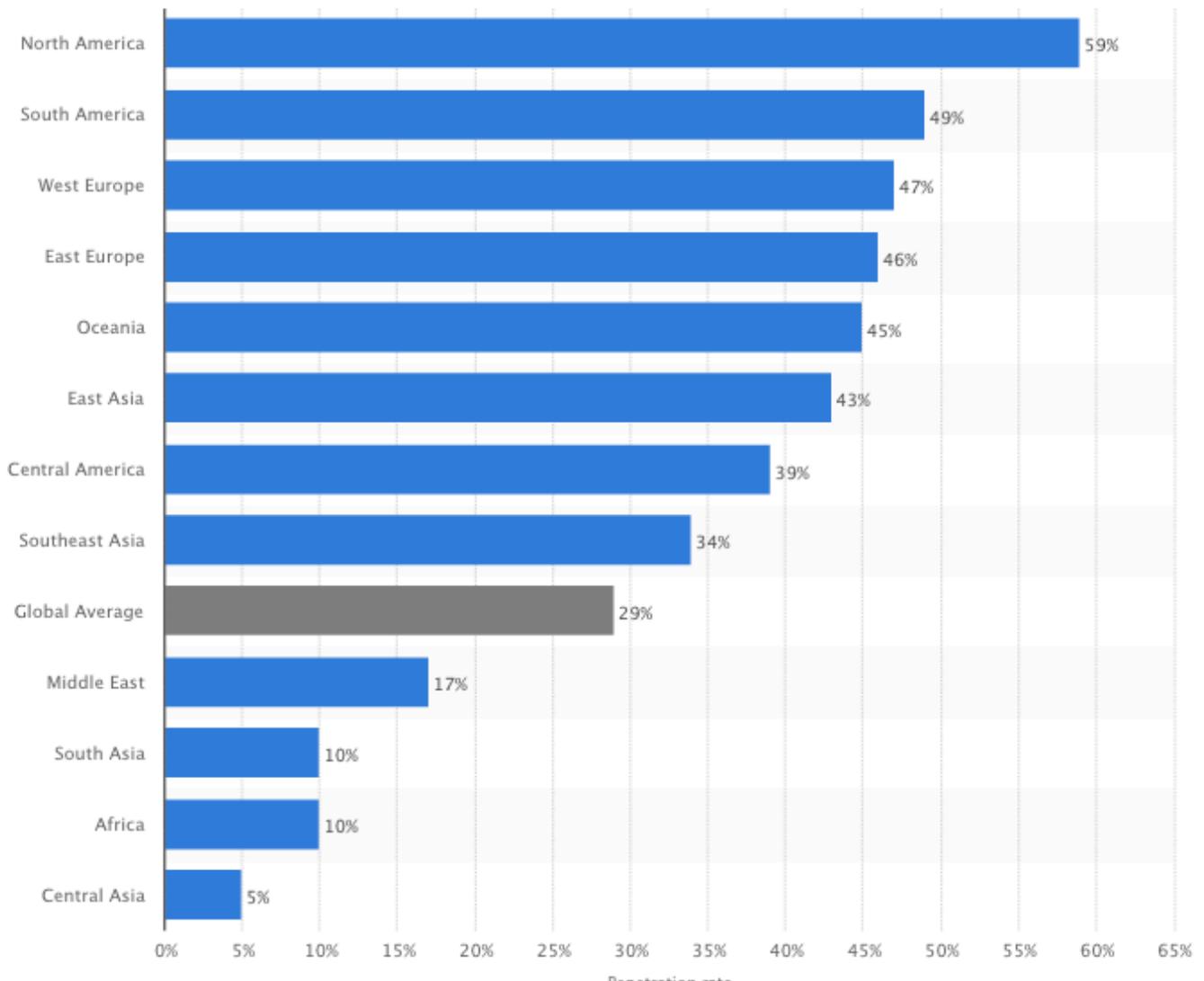


credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

license: CC-BY-NC

source: Alexa

d.- Y en cuanto a **tasa de penetración de las redes sociales por zonas y regiones**, en el siguiente cuadro vemos que la media mundial se acerca al 30%, siendo los EEUU el país donde tiene una mayor tasa de penetración con un 59%. (Fuente: [www.statista.com](http://www.statista.com), datos a marzo 2015). No perdamos de vista a Latinoamérica en este sentido, curiosamente la tasa de penetración es superior a la europea.



## Primer paso: la inteligencia.

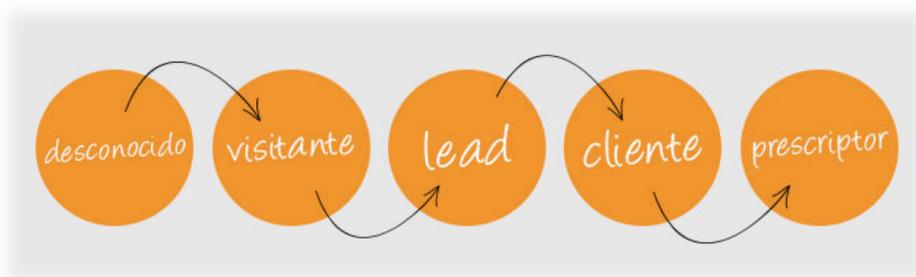
Recomiendo conocer las redes desde la práctica y de un modo sencillo, primeramente leyendo e investigando... **¿Quién no utiliza todavía la búsqueda avanzada de Twitter?...** Si únicamente investigamos utilizando Google como buscador, nuestro mundo mengua... Prácticamente todas las redes sociales cuentan con sus propios buscadores y para conocer mercados exteriores es muy recomendable "leer y escuchar" también en redes. Las redes son fuentes de información. Y en la mayoría de los casos, el uso de los buscadores no está vinculado a tener que darse de alta y crear una cuenta en cada red.

Búsqueda avanzada de Twitter: <https://twitter.com/search-advanced>

## “Leads”, Bases de datos, CRM y “social CRM”:

---

La tecnología cada vez nos facilitará más el poder aprovechar la ingente cantidad de datos de interés que circulan por los canales sociales. Y no hablo aquí del “big data”, sino de algo más sencillo, de la **captación de “leads”** o de datos de interés para las empresas, según objetivos. Por ejemplo, un “lead” es una dirección de correo electrónico que nos llega como consecuencia de una acción en redes. ¿Qué hacemos con esta dirección?, ¿cómo trabajamos comercialmente esta oportunidad para que madure?...



Estemos atentos a las posibilidades del denominado **“social CRM”**, en el que **el componente social se añade como variable de análisis a los procesos clásicos de relación con nuestros clientes/contactos comerciales**. Algunos ejemplos gratuitos en sus versiones más sencillas, suficientes en muchos casos para pymes: NIMBLE, INSIGHTLY

Según Alexa, **un 34% de las empresas no saben qué hacer con los datos que obtienen del tráfico que llega a sus sitios web**...Estoy segura que el porcentaje aumenta con los datos que se obtienen diariamente a través del marketing en los canales sociales. ¿De qué sirve acumular seguidores?...Es mucho más útil clasificar, segmentar y sobre todo actuar según la estrategia marcada.

Si soy un exportador de productos gourmet con objetivos en los EAU y me sigue y/o interactúa con mi marca en redes, el chef del mejor restaurante de Dubai, ¿qué debo hacer?...Cualquier cosa menos contabilizar un seguidor más y una interacción más. Tengo un “lead” de un cliente potencial y/o prescriptor que se interesa por mi marca, debo pensar en el siguiente paso comercial, que muy bien puede llevarse a cabo fuera de las redes.

## Inbound marketing, redes y social media:

---

Para convertir a un desconocido en prescriptor, para atraer tráfico de calidad hacia un sitio online y que pueda convertirse en un "lead" con objetivos de negocio, existe la metodología "inbound", el marketing de atracción, siendo uno de sus pilares el denominado "social media marketing", con una influencia directa sobre el posicionamiento online. Las redes sociales forman parte de los denominados "medios sociales", junto a blogs y foros de referencia. En numerosas ocasiones **es más sencillo tener posicionamiento y visibilidad internacional en determinados entornos a través de las redes** que pretender estar en los primeros resultados del buscador de referencia...El posicionamiento SEO internacional en los buscadores de referencia por país requiere de un trabajo específico y muchas veces es demasiado costoso y complejo.



## “Social selling” y redes:

---

Esta demostrado que las redes sociales tienen una influencia directa sobre la venta, y no sólo a través de un ecommerce, sino que hay que medir también cómo influyen en las ventas realizadas fuera de Internet, **las opiniones cuentan**. Cada vez más decidimos comprar en base a las recomendaciones de familia, amigos y demás personas y profesionales que comparten sus experiencias en las redes.

**¿Sabías que hay aplicaciones de comercio electrónico para que tengas tu tienda virtual en redes como Facebook?** Por ejemplo, BEETAILER.

## ¿Cómo facilitan la internacionalización las redes sociales?:

---

### ❖ **Para profesionales, permiten:**

- Tener nuestro CV permanentemente actualizado, pudiendo compartir proyectos a tiempo real que refuercen nuestra marca y aporten valor a nuestras empresas.
- Localizar contactos y empresas en múltiples entornos, conocerles y contactarles.
- Tener un archivo de contactos de interés accesible online y en la nube.
- Organizar información relevante para nuestra formación y desarrollo profesional
- Investigar, en el más amplio sentido del término
- Trabajar nuestro “personal branding”
- Promocionar nuestra actividad, marca, etc.
- Comunicarnos y comunicar
- Compartir contenidos de utilidad y valor
- Buscar y encontrar empleo en todo el mundo
- Formarnos e informarnos a través de contenidos compartidos por otros profesionales
- Contactar con grupos de profesionales con formación similar e intereses comunes, y en todo el mundo

### ❖ **Para empresas:**

- Apoyan la construcción de marca internacional
- Son fuente de inteligencia competitiva y de benchmarking
- Son capaces de presentarnos oportunidades a través de la interacción
- Facilitan la localización de prescriptores
- Permiten la comunicación corporativa internacional
- Mejoran la comunicación con clientes
- Son un medio de difusión internacional
- Facilitan el cross-cultural y la negociación internacionales
- Permiten segmentación de contenidos en la comunicación

- Tienen unos costes de publicidad todavía reducidos frente a medios tradicionales
- Las campañas de posicionamiento SEM en redes permiten un nivel de segmentación muy superior. Recordemos que todas las redes son inmensas bases de datos...
- Son uno de los pilares del "inbound marketing" o marketing de atracción
- El social media marketing favorece el posicionamiento SEO en buscadores
- Permiten integrar aplicaciones para la venta, "social selling"

## ¿Qué errores debo evitar?

---



Sobre todo, **considerar las redes sociales como un fin**. Son un medio y necesitan estrategia y objetivos. Nada de estar por estar. Otros errores frecuentes son no medir, no analizar, no procesar datos correctamente, generar contenidos que sólo gustan a la marca, traducir contenidos locales, confiar su gestión a no profesionales y **pensar que son gratis...**

- **Reglas del juego en las redes para la internacionalización:**

- ✓ La inteligencia es previa a cualquier toma de decisión.
- ✓ Cada mercado es un mundo, también en las redes.
- ✓ El marketing de contenidos es su columna vertebral.
- ✓ Traducir no significa localizar ni adaptar contenidos.
- ✓ Sin un CRM no es posible optimizar sus oportunidades.
- ✓ La reputación online en redes afecta a la construcción de marca internacional

***"Integra las redes en tu estrategia y desarrollarás tu negocio con un enfoque de internacionalización 360°"***



## Lecturas recomendadas del autor:

---

- Redes sociales e internacionalización, Carmen Urbano, Moneda Única: <http://revista.monedaunica.net/entrevistas/5926-carmen-urbano.html>
- El Blog de Carmen Urbano, Internacionalización 360°:
  - Inbound marketing internacional y la internacionalización de pymes: <http://carmenurbanomarketinginternacional.blogspot.com.es/2014/03/inbound-marketing-online-internacional.html>
- Portal Movistar para pymes, Internacionalización:
  - Twitter y la internacionalización: <http://www.contunegocio.es/internacionalizacion/twitter-internacionalizacion/>

- Redes verticales y la internacionalización:  
<http://www.contunegocio.es/internacionalizacion/redes-verticales-e-internacionalizacion/>
- Marketing de atracción internacional:  
<http://www.contunegocio.es/internacionalizacion/marketing-de-atraccion-para-pymes/>

## Webgrafía:

---

- Social networks in the world ranked by nr of users (march 2015):  
<http://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Statistics and facts about social networks (EN):  
<http://www.statista.com/topics/1164/social-networks/>
- Future use of social media among marketers worldwide (EN)  
<http://www.statista.com/statistics/258974/future-use-of-social-media-among-marketers-worldwide-by-platform/>
- Top 500 Global sites (EN) <http://www.alexa.com/topsites> (also by country and category)
- Inbound Marketing (EN): [www.hubspot.com](http://www.hubspot.com)



### Carmen Urbano

BSSC Romareda  
Eduardo Ibarra, 6  
50009 Zaragoza   
Tel:+34 976 794 371  
[gestion@carmenurbano.com](mailto:gestion@carmenurbano.com)



Marketing Internacional  
Estrategias Online  
Comercio Exterior  
Formación

[www.internacionalizacion360.es](http://www.internacionalizacion360.es)

Síguenos en:

