

Las redes sociales se expanden imparable por el mundo. En España, pequeñas empresas tratan de hacerse hueco en un mercado imprevisible

# Emprender en tiempos de Facebook

ÁLVARO GARCÍA  
MADRID

Uno de cada seis minutos de internet se usa en redes sociales. El 89% de las empresas opinan que estos medios serían una pieza clave del marketing. Facebook ingresará unos 4.000 millones de euros en publicidad este año. Según un estudio de la compañía Regus, un 38% de las empresas españolas consiguen clientes gracias a las redes sociales, mientras que el 38% de estas destinan hasta un 20% de su presupuesto en marketing dentro de las redes.

Ante estas cifras, no resulta extraño que las redes sociales se encuentren en

su momento de mayor extensión. Miles de redes de todo tipo surgen de forma diaria, pero muy pocas logran estabilizarse y crear tendencia.

En España, muchas empresas han visto en estos puntos de encuentro de personas con intereses en común, una oportunidad para proponer sus productos. Estos medios también pueden resultar una herramienta imprescindible para la cooperación entre empresas o la comunicación con sus empleados y clientes. A pesar de las dificultades que supone superar al gigante de Facebook, muchos emprendedores se lanzan a la aventura de crear estas nuevas redes soci-



**Grera**  
[www.grera.net](http://www.grera.net)

Josep Alberti tiene su hábitat natural en el mundo de la consultoría. Por eso detectó de forma rápida el gran nicho de mercado que había en el campo de las redes sociales. «Existía una gran necesidad de las microempresas para conectarse entre sí», apunta el creador de «Grera.net». Su funcionamiento es muy sencillo y similar a otras redes: se sube a la página el perfil de la empresa —son muy rigurosos y examinan a cada nuevo usuario de forma exhaustiva— y los ponen en contacto siguiendo la ley de la oferta y la demanda. «Si una empresa de Barcelona necesita un producto que fabrica otra en Bilbao, nosotros les ponemos en contacto», explica Josep Alberti. Este verano hará tres años que comenzó a pensar en una idea que ahora cuenta con 3.000 empresas registradas y un año de existencia. Esta misma semana salió la nueva versión, preparada para dar el salto al extranjero y conectar empresas, pymes y autónomos de todo el mundo.

## PEQUEÑAS REDES EN ESPAÑA

### Sigojoven

[www.sigojoven.com](http://www.sigojoven.com)

Hace dos años y medio, ante la avalancha de redes sociales que surgían, el veterano presidente de la Confederación Española de Organizaciones de Mayores (ICEOMA), Luis Álvarez, y el aún muy joven Jesús Miguel Gutiérrez-Burguín coincidieron en que era necesario crear un espacio en la red para que las personas mayores se sintieran a gusto y cómodas. De esas ideas surgió «Sigojoven», una red social donde la edad misma aconsejada es de cuarenta años, la llamada «Generación 40+», para personas intelectualmente activas e interesadas en compartir ocio y cultura. «Al principio nació como un producto muy sencillo para que los usuarios fueran pidiendo más actividades y secciones según fuéramos creciendo», afirma su director general, Jesús Miguel. Al año, la página ya contaba con alrededor de 300.000 usuarios mensuales. «No es imprescindible ser mayor de cuarenta», indica Jesús, «aunque otros usuarios se pueden sentir perdidos, de 40 a 60 son los más indicados para disfrutar la página». En esta red, la gente mayor aprovecha para contactar con

antiguos compañeros de trabajo. Los concien suponen más del 30% iniciativa, con un caj actividad centrada en apenas marketing, co está siendo muy bien de Latinoamérica, com Venezuela y México. Si terminar el año con me en 2012 alcanzar los tr

### Comuto

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

Tras seis años de vida en F llegó a España hace año y r noche de Navidad en la qe creador de la red, no logró a tren ni de autobús para volv de «comuto» se percató de q sitios libres en los coches par sumergió en el mundo del «s en coche compartido», algo h lugares del mundo. También f