



Irene Cano,
Directora General de Facebook
España y Portugal

“Facebook ha democratizado el marketing para que sea accesible a todo el mundo”



En la era de la transformación digital, Facebook se ha convertido en el puente hacia la nueva economía móvil para empresas de todos los tamaños, asegura Irene Cano. A través de sus aplicaciones, pueden encontrar nuevos clientes, contratar personal y mantener el contacto con su comunidad de seguidores, convirtiéndose en un gran aliado para su negocio.

Solunion: ¿Qué suponen hoy en día las redes sociales para cualquier empresa? ¿Por qué deberían tener un perfil en Facebook?

Irene Cano: Vivimos una era de transformación digital que está vinculada a la movilidad. Las personas están en las plataformas sociales y se conectan sobre todo a través del móvil, por lo que Facebook se ha convertido en el puente hacia la nueva economía móvil, permitiendo a las empresas llegar a sus clientes allá donde estén, en cualquier momento y lugar. Más del 85% de las personas en España están conectadas a través de Facebook con al

menos una pyme española y el 61% de las empresas españolas que tienen presencia en Facebook dicen que han aumentado sus ventas gracias a la plataforma. Estas cifras son la prueba de que realmente Facebook es un gran aliado en la estrategia de negocio.

S: ¿Cuál ha sido la gran revolución de Facebook en la comunicación empresarial?

I.C: La posibilidad de conectar y comunicarse de forma directa, sencilla y cercana con los clientes, y el hecho de poder hacerlo independientemente del tamaño que tenga tu empresa. Crear una página en Facebook es muy fácil y además es gratis, lo que permite que lo puedan hacer todas las empresas, incluidas las más pequeñas, que quizá cuentan con un menor presupuesto. A partir de ahí, la inversión que puedas hacer en una campaña extra de marketing, también puedes ajustarla al presupuesto que tengas. Facebook ha democratizado el marketing para que sea accesible a todo el mundo. Otra ventaja para las empresas es que les facilitamos la gestión de campañas de marketing y comunicación simultáneamente en todas nuestras aplicaciones -Facebook, Instagram y WhatsApp- cada una adaptada a un tipo de audiencia determinada.

S: Cada vez son más las empresas que utilizan las aplicaciones de Facebook para encontrar nuevos clientes, contratar personal o mantener el contacto con su comunidad de seguidores. ¿Existe un límite para sus posibilidades?

I.C: Efectivamente cada vez hay más empresas en nuestra plataforma -más de 140 millones en todo el mundo- y más de 2.800 millones de personas utilizan Facebook, así que imagínate la cantidad de oportunidades que esto supone para las empresas, que con sus campañas pueden llegar a todas estas personas independientemente del lugar donde se encuentren. Las herramientas de marketing de Facebook están en constante evolución para mejorar, y tenemos también cursos gratuitos online que se van actualizando, donde explicamos las posibilidades que ofrece la plataforma, con apoyo a todos los niveles, incluso en la parte creativa. En la nueva economía digital no hay fronteras.

S: ¿Cómo acompañan a las pymes en su viaje hacia la economía digital?

I.C: En España nuestro tejido empresarial está formado principalmente por pymes y nuestro foco principal es trabajar mano a mano con ellas, ayudándolas a digitalizarse. Las pymes normalmente

tienen más dificultades y menos recursos a la hora de desarrollar una estrategia de marketing, y por eso es importante acompañarlas en el camino. Desde 2011, en todo el mundo hemos invertido más de 1.000 millones de dólares en apoyar a las pequeñas y medianas empresas y en total Facebook ya ha proporcionado formación a más de 2,5 millones de pymes.

S: ¿En qué consiste el programa Women 360?

I.C: Women 360 es una iniciativa dirigida a las mujeres, que promueve la diversidad y la igualdad de oportunidades y que se lleva a cabo en Zona from Facebook, nuestro espacio dedicado a ayudar a las personas a adquirir las competencias que necesitan en esta nueva sociedad digital. Women 360 está compuesta de diversos programas que ayudan a las mujeres en las áreas de emprendimiento, desarrollo profesional en la ciencia y la tecnología, y protección en el entorno digital. Estamos muy ilusionados con esta iniciativa, este año hemos formado a 4.000 mujeres y seguiremos desarrollando más actividades durante el 2020. En Facebook somos conscientes de que, aunque la brecha de género entre los empresarios está disminuyendo a nivel mundial, hay que acelerar el proceso.

S: ¿Cuáles son los pilares de su estrategia para garantizar la seguridad de los usuarios que utilizan la plataforma?

I.C: Nuestra visión a largo plazo es una plataforma social centrada en la privacidad, como ha destacado Mark Zuckerberg en varias ocasiones, y ya

hemos realizado algunos cambios fundamentales como empresa para avanzar en este sentido. En los últimos dos años hemos subrayado la importancia de nuestra responsabilidad a la hora de proteger a las personas y estamos tomando medidas para mejorar su privacidad y seguridad. Por ejemplo, tenemos un equipo de más de 35.000 personas trabajando en seguridad en toda la empresa, hemos simplificado las herramientas de privacidad, somos más transparentes sobre qué información recoge Facebook y ofrecemos a las personas más control sobre su información.

S: ¿Qué ha supuesto el móvil para Facebook, WhatsApp e Instagram?

I.C: La mayoría de las personas -y empresas- que utilizan redes sociales, acceden a ellas a través del móvil, de modo que hace ya algunos años en Facebook dimos el cambio hacia una estrategia basada fundamentalmente en el móvil, ya que está definiendo nuevos parámetros a todos los niveles, cultural, creativo... y también de negocio. Nuevas ideas, incluso nuevas compañías, son creadas a una velocidad que no era posible antes de la telefonía móvil. En esta nueva realidad, Facebook tiene el potencial de ayudar a convertir cualquier buena idea en una gran oportunidad. Nuestras soluciones móviles permiten a las empresas una gestión rápida y sencilla de su estrategia de marketing y comunicación, y el poder llegar a sus clientes allá donde están, en cualquier momento y en cualquier lugar del mundo.

Un mundo permanentemente conectado

Desde junio de 2012, Irene Cano es directora general de Facebook España y Portugal. Su trayectoria en la red social comenzó dos años antes como directora comercial y de desarrollo de negocio, tras más de una década de experiencia en otras empresas tecnológicas (Google, Yahoo! y Orange España). También formó parte del equipo de marketing de Volvo CE en Reino Unido. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Oviedo, Irene es una activa defensora del papel de la digitalización en el futuro de las organizaciones y ha sido reconocida como una de las mujeres más influyentes de España.

“Vivimos en un mundo permanentemente conectado, por lo que ya es difícil distinguir entre estar online y offline”, manifiesta Irene. “En general -añade-, Facebook es un lugar pensado para fomentar interacciones significativas entre las personas y tener acceso a temas que son importantes para ti. Y es justo eso para lo que yo lo suelo utilizar en mi vida diaria, para informarme de lo que ocurre a mi alrededor, seguir a personas o empresas que me inspiran o compartir experiencias con amigos, familiares o compañeros de trabajo”.

