



Reporte de Impacto Económico

México 2018

Contenido

- 2 Introducción
- 3 Números nacionales
- 5 ¿De dónde obtenemos los números?
- 8 Herramientas para negocios
- 12 Historias de éxito

"Internet está dando resultados a las empresas mexicanas, y Google está ayudando"

Aún recuerdo mi primera búsqueda en Google. En la sorpresa que me provocó saber que alguien se había adelantado a mi pregunta creando una respuesta en una página web para lo que buscaba. También en la magia tecnológica que me permitía obtener la respuesta a mi pregunta.

En el tiempo que hemos estado en México, esta misma experiencia se ha extendido a millones de personas en un proceso que ha crecido a la par de la evolución tecnológica de Google. Nuestro buscador es hoy una poderosa herramienta que ofrece la posibilidad de transformar nuestras vidas como nunca antes. Igual sirve para acercar conocimiento a los estudiantes, ideas para nuevos negocios a los emprendedores, mercados más amplios para las PyMEs o un mejor entendimiento de los consumidores a las grandes empresas.

Esta inteligencia de datos, ahora impulsada por Inteligencia Artificial y el Aprendizaje Automático, es la que nos permite llevar todos los meses millones de visitas a sitios de empresas en todo el mundo y a crear miles de millones de conexiones directas, como enlaces, reservas en línea y visitas a sitios de comercio electrónico o tiendas físicas. Es por esto que entendemos el acceso a la información como un asunto crítico para el crecimiento del país.

A través de la plataforma Google Station, que ofrece WiFi de alta calidad sin costo en lugares públicos, tenemos presencia en más de 113 ubicaciones en México que planeamos continuar expandiendo con el objetivo de proporcionar conectividad de alta calidad a más mexicanos.

Con nuestra iniciativa Crece con Google, que pone foco en proporcionar habilidades digitales a los mexicanos, inspirar a las mujeres a tomar decisiones de negocio y capacitar a emprendedores. En el 2018, llegamos a 11,000 mexicanos. También, a través de Google News Initiative, hemos capacitado hasta ahora a más de 5,000 periodistas en México, enseñándoles a sacar ventaja de la tecnología en su trabajo diario, apoyándolos en los procesos de verificación de datos y enseñándoles cómo proteger mejor su información.

Gracias a la colaboración entre diferentes instituciones culturales en el país y Google Arts and Culture, hemos acercado al mundo un mayor conocimiento del legado cultural de México a través de la digitalización y exhibición en línea del patrimonio de museos, galerías, sitios arqueológicos y de extensas colecciones digitales alrededor de referentes culturales del país como lo es Frida Kahlo o la ceremonia del Día de Muertos.

Por último, en 2018 trabajamos en México con diferentes organizaciones sin fines de lucro y con la sociedad civil apoyando en proyectos diversos. A través de Google.org, nuestro brazo filantrópico, buscamos acercarlos a la tecnología para atender mejor sus retos. Desde la creación de manuales para ayudar a la ciudadanía a ayudarse de la tecnología para enfrentar desastres naturales, hasta la reconstrucción de áreas afectadas en los terremotos del 2017.

En esta edición del Informe de Impacto Económico, hecho a partir de una metodología creada por Hal Varian, economista jefe de Google, hicimos un esfuerzo para mapear el impacto que una parte relevante de nuestros productos tienen en la economía mexicana, al estimar el retorno de la inversión de publicidad hecha por nuestros clientes.

Google México está presente en el país desde 2005 y México es ya un mercado prioritario para Google. Google México emplea directamente a más de 200 personas que aprovechan la innovación tecnológica para desarrollar proyectos de impacto económico, social y cultural. Además, hoy México figura entre los países con mayor uso de nuestras ocho plataformas que poseen más de mil millones de usuarios, el Buscador, YouTube, Google Maps, Gmail, Google Play, Drive, Android y Chrome.

Google se ha comprometido a continuar utilizando sus plataformas y herramientas para ayudar a las empresas mexicanas a crecer, ofreciendo una contribución relevante a la economía al conectar a emprendedores de todas las regiones del país con potenciales consumidores (conocerán algunas de estas historias en el reporte). Al hacer esto, ayudamos a nuestros clientes a centrarse en lo que importa: encontrar formas creativas y eficientes para crecer sus negocios.

¡Buena lectura!



María Teresa Arnal
Managing Director, Google México.





Números nacionales

México 2018

Internet está dando resultados a las empresas mexicanas y Google está ayudando.

Las herramientas de búsqueda y publicidad de Google ayudaron a generar actividad económica en México durante 2018.

Consulta más información en <https://impactoeconomico.withgoogle.com>

\$47 mil millones de pesos en impacto económico

Las herramientas de búsqueda y publicidad de Google ayudaron a empresas, editores de sitios web y organizaciones sin fines de lucro a generar más de \$47 mil millones de pesos en actividad económica durante 2018.

Más de 40 mil empresas

Editores de sitios web, organizaciones sin fines de lucro y 40 mil empresas en el país se beneficiaron del uso de las herramientas de publicidad de Google Ads y AdSense en 2018.

Más de 11 mil personas

Durante 2018, más de 11,000 personas han sido capacitadas a través del programa Crece con Google.





| ¿De dónde obtenemos los números?

México 2018



¿Cómo calculamos el impacto económico de Google?

Obtenemos una estimación conservadora del impacto económico de Google en el país al examinar el valor económico proporcionado por el buscador de Google, Google Ads, Google AdSense y Google Ad Grants en 2018.

Visita la página de las herramientas de búsqueda y publicidad para obtener más información sobre estos programas.

Buscador de Google y Google Ads

Para estimar el impacto económico del buscador de Google y Google Ads, nos basamos en dos premisas conservadoras y basadas en investigación. Primero, que las empresas generalmente obtienen en promedio entre \$1.5 y \$3 en ingresos por cada peso que gastan en Google Ads. Nuestro economista en jefe, Hal Varian, desarrolló esta estimación basada en la actividad observada de costo por clic mediante el análisis de una muestra amplia de nuestros anunciantes; su metodología se publicó en mayo de 2009 en American Economic Review. La segunda premisa es que las empresas en general reciben un promedio de 5 clics en sus resultados gratuitos de búsqueda por cada clic en sus anuncios. Esta estimación fue desarrollada por los investigadores académicos, Bernard Jansen y Amanda Spink, con base en datos de registro de búsqueda de muestra, y fue publicada en 2009 en el International Journal of Internet Marketing and Advertising. Si los clics gratuitos de los resultados de búsqueda generan tantos ingresos para las empresas como los clics pagados, la combinación de estas dos premisas implicaría que las empresas reciben entre \$8 y \$17 en ganancias por cada peso que gastan en Google Ads.

Esto se debe a que, si los anunciantes reciben 1.5 y 3 veces más valor de Google Ads de lo que gastan en él, y reciben 5 veces más valor del buscador de Google que de Google Ads, entonces el beneficio total que reciben es 8 a 17 veces mayor que lo que gastan, o

$$(1.5 \text{ a } 3) (\text{inversión}) + 5 \times (1.5 \text{ a } 3) (\text{inversión}) - (\text{inversión}) = (8 \text{ a } 17) (\text{inversión})$$

Sin embargo, los clics gratuitos en los resultados de búsqueda pueden no ser tan valiosos comercialmente como los clics en los anuncios, por lo cual queremos ser conservadores: estimamos que los clics gratuitos son aproximadamente 70% tan valiosos como los clics en los anuncios. Esto significa que los anunciantes en general reciben entre 5.75 y 12.5 veces la ganancia de lo que gastan en Google Ads, o

$$(1.5 \text{ a } 3) (\text{inversión}) + 0.7 \times 5 \times (1.5 \text{ a } 3) (\text{inversión}) - (\text{inversión}) = (5.75 \text{ a } 12.5) (\text{inversión})$$

Por lo tanto, estimamos de manera conservadora que por cada peso que una empresa gasta en Google Ads, recibe entre \$5.75 y \$12.5 pesos en ganancias a través de el buscador de Google y Google Ads.

Estimación del valor de Google Ads y el Buscador de Google

Este es un ejemplo de cómo estimamos el valor del buscador de Google y Google Ads para los anunciantes.

Google Ads: Estimación del valor de los clics en los anuncios.

Supongamos que tenemos un sólo anunciante que hace una oferta de \$5 por clic. De acuerdo con las reglas de la subasta de Google, este anunciante sólo paga el monto mínimo necesario para conservar su posición en la subasta, que asumiremos es de \$4 por clic. Para la oferta de \$5, supongamos que el anunciante obtiene 400 clics por semana, lo que arroja un costo total de \$1600 por semana. Si el valor por clic del anunciante es "v", su excedente total de uso de Google Ads es $400v - 1600$. Esta fórmula se resume en la primera fila de esta tabla:

valor	oferta	CPC	clics	costo	excedente
v	\$5	\$4	400	\$1600	$400v - 1600$
v	\$2	\$1	300	\$300	$300v - 300$

El anunciante podría reducir su oferta a \$2. Podemos usar el Simulador de ofertas de Google para hacer este ejercicio. Los valores posibles se muestran en la segunda línea de la tabla.

Si el anunciante decide elegir las ofertas para maximizar su excedente, entonces el excedente asociado con la oferta realmente elegida debe ser mayor que el excedente asociado con alguna oferta más baja que no se eligió. Esto significa:

$$400v - 1.600 > 300v - 300$$

Resolver esta desigualdad muestra que el valor por clic del anunciante es de al menos \$13. Por lo tanto, el valor total que el anunciante obtiene de Google Ads es de al menos $\$13 \times 400 = \5200 . Dado que el anunciante sólo paga \$1600 por estos clics, obtiene un excedente neto de \$3600.

Hicimos cálculos como este para una gran muestra aleatoria de anunciantes de Google Ads y descubrimos que, en promedio, el valor total de los clics era aproximadamente el doble del costo de esos clics. Claro que esto es sólo una estimación. Se basa en el supuesto de que los anunciantes intentan maximizar sus ganancias (excedentes) de los anuncios de Google, y que el Simulador de ofertas ofrece buenas estimaciones de lo que sucedería si un anunciante cambiara su oferta.

Dado que el valor bruto de los clics de anuncios es aproximadamente el doble del costo de los clics, el valor neto, el "excedente" que el anunciante obtiene con los clics, es igual al costo de los clics. Como se mencionó antes, esta metodología de Hal Varian fue publicada en Mayo de 2009 por Hal Varian, economista en jefe en Google, en American Economic Review.

Buscador de Google: estimación del valor de los clics gratuitos en la búsqueda

Pero este no es el final de la historia: los anunciantes también obtienen una cantidad sustancial de clics gratuitos de los resultados del buscador de Google. Según los investigadores académicos, Bernard Jansen y Amanda Spink, hay aproximadamente 5.3 veces más clics de búsqueda que de anuncios cuando se muestran enlaces de búsqueda y de anuncios en una misma página de resultados. Para ser conservadores, redondeamos esto a cinco.

Por supuesto, los clics gratuitos del buscador pueden no ser tan valiosos comercialmente como los clics en los anuncios. Una vez más, supondremos de forma conservadora que los clics de búsqueda son aproximadamente 70% tan valiosos como los clics de anuncios

La conclusión es que los clics de búsqueda más los de anuncios crean un valor neto para el anunciante de entre 5.75 y 12.5 veces el costo de dichos clics.

Claro, esto no es puro valor incremental. Si los motores de búsqueda no existieran, los anunciantes encontrarían otras formas de anunciar sus productos y llevar a los consumidores a sus tiendas y sitios web; sin embargo, en la economía real en línea, el valor para los anunciantes de los clics de anuncios y búsqueda que se producen en Google parece ser bastante sustancial.

A man with short dark hair, wearing a black polo shirt and a watch, is focused on working on a bicycle frame. He is holding a black frame section with orange components. In the background, there is a workshop setting with various tools and equipment, including a large metal frame repair stand on a wooden workbench. The lighting is soft and professional.

Herramientas para negocios

México 2018

Herramientas para negocios.

Además de ser un motor de búsqueda conocido, Google también es una exitosa empresa de publicidad que obtiene la mayor parte de sus ingresos a partir de los anuncios que se muestran junto a los resultados de búsqueda, en otros sitios web y en páginas de sus socios. Mediante estas herramientas, también ayuda a negocios a beneficiarse del poder del internet. Este informe presenta una estimación conservadora del impacto económico de Google en las empresas, editores de sitios web y organizaciones sin fines de lucro en México, con base en tres partes principales del negocio de Google: el buscador de Google y Google Ads, Google AdSense y Google Ad Grants.

Google Ads

Google dirige a muchos clientes potenciales hacia los negocios de forma gratuita a través de los resultados de búsqueda. Gracias a un programa llamado Google Ads, también dirige clientes potenciales a los negocios mediante enlaces patrocinados que se encuentran arriba y debajo de los resultados de búsqueda. Para utilizar Google Ads, los negocios crean anuncios de texto cortos y ofertan en una subasta en línea para aparecer frente a sus potenciales clientes que están buscando por los productos o servicios que ofrece. Una tienda de cerámica, por ejemplo, podría promover la frase "cerámica hecha a mano"; cuando alguien escribe esas palabras en Google, verá el anuncio de la tienda encima o debajo de los resultados de búsqueda. La tienda de cerámica sólo paga cuando alguien hace clic en el anuncio para visitar su sitio web; en otras palabras, cuando su publicidad está funcionando.

Conoce más sobre Google Ads:
<https://ads.google.com>

Google AdSense

AdSense es un programa que los editores de sitios web pueden utilizar para publicar anuncios en sus sitios y ganar dinero con su contenido. Por ejemplo, si un blogger de alimentos usa AdSense, sus lectores pueden ver un anuncio de productos relacionados con alimentos -como utensilios de cocina- junto a su contenido. Los editores de sitios web, grandes y pequeños, reciben la mayor parte de los pagos por cada anuncio mostrado, lo cual se convierte en una importante fuente de ingresos para ellos.

Conoce más sobre Google AdSense:
https://www.google.com/intl/es_es/adsense/start

Google Ad Grants

El programa Google Ad Grants ofrece publicidad gratuita a organizaciones sin fines de lucro. Los beneficiarios de Ad Grants pueden gastar hasta 10 mil dólares al mes en anuncios para recaudar fondos, educar al público y más. Desde que comenzó el programa en 2003, Google ha apoyado a organizaciones sin fines de lucro en más de 50 países con más de 8 mil millones de dólares en publicidad.

Conoce más sobre Google Ad Grants:
<https://www.google.com.mx/intl/es-419/grants/>

Además de las herramientas de búsqueda y publicidad, Google ofrece otros productos para ayudar a las empresas a tener éxito en línea y crecer, como Google Analytics, G Suite y Google Mi Negocio.

Google Analytics

Google Analytics es una herramienta gratuita que los negocios pueden utilizar para comprender mejor a sus clientes. Les ayuda a obtener valiosos aprendizajes a partir de sus datos y tomar acción, para posteriormente, con base en esos conocimientos, generar resultados. Una tienda en línea, por ejemplo, puede usar Google Analytics para ver cuántos visitantes del sitio web agregan algo a su carrito de compras, pero no completaron la compra. La tienda puede usar esta información para probar los cambios en el proceso de compra y mejorar su tasa de conversión.

Conoce más sobre Google Analytics:
<https://marketingplatform.google.com/about/analytics/?hl=es>

G Suite

G Suite es un conjunto de aplicaciones integradas que ayudan a las empresas de todos los tamaños a ser más productivas, colaborativas y seguras; Gmail conecta a las personas con compañeros de trabajo y clientes sin importar dónde se encuentren en el mundo; documentos, hojas de cálculo y presentaciones de Google pueden compartirse y agilizar la colaboración; Drive proporciona un lugar seguro y de fácil acceso para almacenar archivos; y el Calendario facilita la planificación, de modo que las empresas dediquen menos tiempo a planear y más tiempo a crear.

Conoce más sobre GSuite:
https://gsuite.google.com/intl/es-419_mx/

Google Mi Negocio

Google Mi Negocio es una herramienta gratuita y simple que los negocios pueden utilizar para destacarse en la Búsqueda de Google y Maps. También pueden editar su perfil comercial en línea con horarios e información actualizada, interactuar con los clientes respondiendo a las reseñas y a las preguntas más frecuentes, y destacar lo que los hace especiales mediante fotos y publicaciones. Los negocios también pueden usar su perfil comercial para crear un sitio web gratuito en minutos, lo cual les permite encontrar y conectar con los clientes.

Conoce más sobre Google Mi Negocio:
<https://www.google.com.mx/business>

En Google, vemos cómo el poder de la web trabaja para las personas todos los días. Para hacer nuestra parte y asegurarnos de que la tecnología ofrece oportunidades para todos, creamos Crece con Google, una iniciativa que se basa en nuestros 21 años de historia en la construcción de productos, plataformas y servicios que ayudan a las personas y a las empresas a crecer. A través de Crece con Google, nuestro objetivo es ayudar a que todos en México puedan acceder a lo mejor de la capacitación y de las herramientas de Google para aumentar sus habilidades, carreras y negocios. A continuación, se detallan algunos de los programas que ofrecemos a negocios, emprendedores y nuevas empresas.

Crece con Google

Una iniciativa que lleva a múltiples ciudades de México conferencias y talleres gratuitos para desarrollar las habilidades digitales de profesionales, estudiantes y negocios. Durante 2018, el programa ha entrenado a más de 11 mil personas en Mérida, Monterrey y Guadalajara.

<https://events.withgoogle.com/crece-con-google-2019>

Google Station

Es un programa de acceso a internet gratuito, seguro y de alta velocidad en puntos públicos que Google y Sitwifí habilitan para facilitar que más personas se conecten a internet fuera de casa. Hoy en día hay más de 130 Google Stations en el país, incluyendo plazas, parques, centrales de autobús y aeropuertos.

station.google.com

Launchpad

Un programa de Google enfocado a ayudar construir y escalar negocios acercándoles lo mejor de Google, su red, gente y tecnología. Este programa contribuye al crecimiento de emprendimientos y desarrolladores, mediante mentorías, acceso a tecnología y mejores prácticas.

developers.google.com/programs/launchpad/accelerators

Google Garage Digital

Un programa educativo en línea ofrecido por Google que brinda cursos y capacitaciones personalizadas a profesionistas que necesiten aprender más de marketing digital y aprovechar al máximo la tecnología a favor de su negocio.

learndigital.withgoogle.com/garagedigital

womenwill

Es una iniciativa de Google que se enfoca en programas digitales, talleres, pláticas y programas de empoderamiento económico para mujeres alrededor del mundo.

<https://www.womenwill.com/intl/pt-BR/countries/mexico/>



Historias de éxito

México 2018

Los negocios aquí presentados son sólo algunos ejemplos de las miles de historias de éxito en las diferentes regiones del país.

Pacífico:
Conformada por los estados de Baja California Norte, Baja California Sur, Sonora, Sinaloa y Nayarit.

Bajo:
Conformada por los estados de Aguascalientes, Michoacán, Colima, Guanajuato y Jalisco.

Valle de México:
La CDMX y su área Metropolitana.

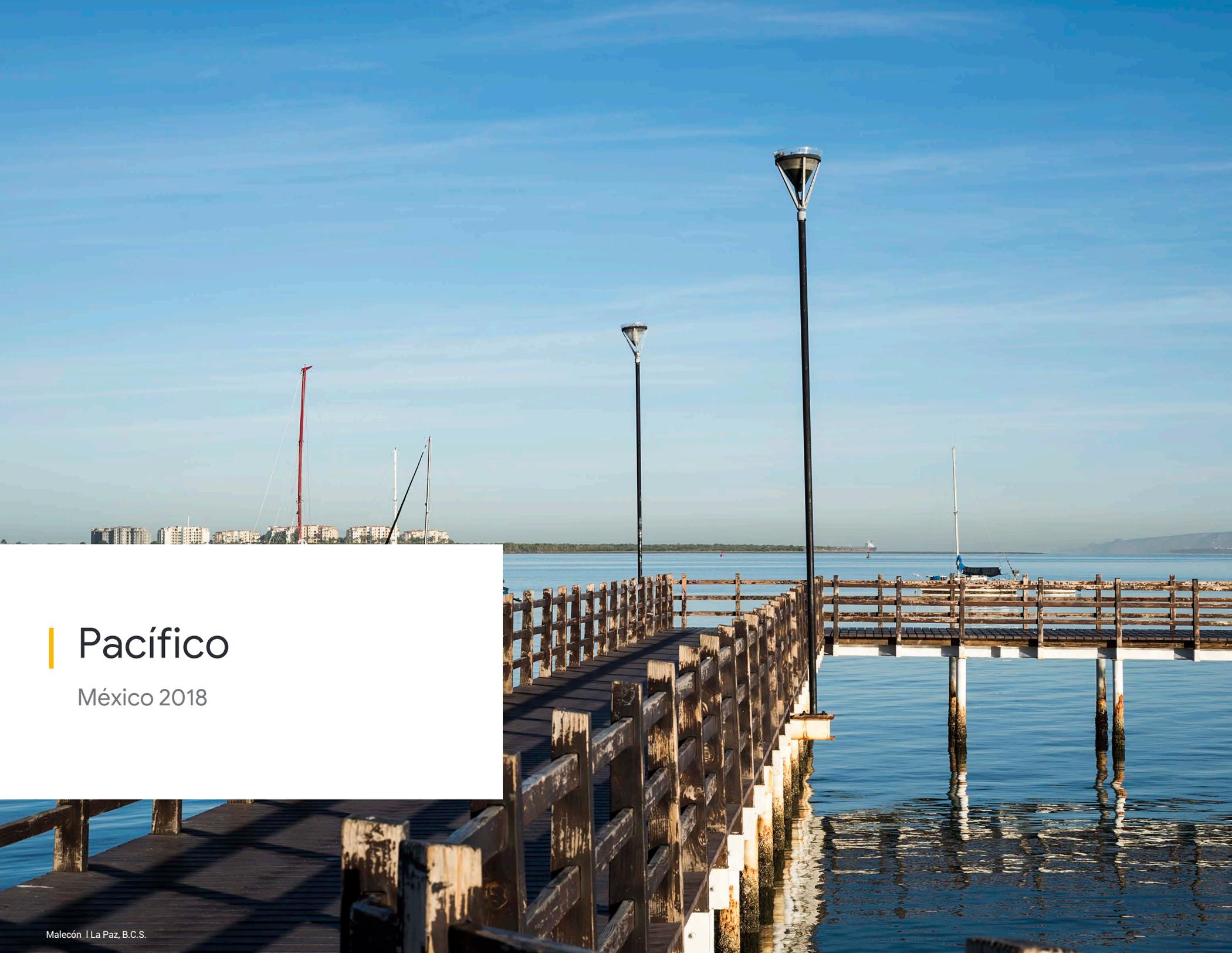
Centro:
Conformada por los estados de Hidalgo, Querétaro, Morelos, Tlaxcala, Estado de México, Guerrero y Puebla.

Norte:
Que representa a los estados de Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Tamaulipas, Durango, Zacatecas y San Luis Potosí.

Sureste:
Formada por los estados de Chiapas, Campeche, Yucatán, Quintana Roo, Veracruz, Tabasco y Oaxaca.



Tlayacapan | Morelos



| Pacífico

México 2018



“Poder escoger palabras clave ha sido de gran ayuda para que se conozcan los distintos servicios que se ofrecen en Cure Wellness Center”.

FELIPE ASCENCIO

Cure Wellness Center

<https://www.curewellnesscenter.com/>

Vender lápices, tareas y juguetes viejos durante su infancia fue una práctica común para Felipe Ascencio, cuyo temprano interés por generar ingresos y negocios propios fue secundado tiempo después por su mejor amigo y socio, Richard Cotera. Juntos, hacia finales de 2017, inauguraron Cure Wellness Center, spa dedicado a la salud y al bienestar integral, que ofrece masajes, vapor, sauna, consultoría de imagen, estética, asesoría nutricional, así como tratamientos faciales y corporales.

Desde el inicio tenían claro que su negocio debía estar en internet, especialmente para atraer más clientes; por consiguiente confiaron en las Redes Sociales y en las herramientas de Google. Fue así que pudieron incrementar su cartera de clientes, tanto con habitantes de La Paz como con turistas que visitan la ciudad. Felipe recuerda: “quería tener algo relacionado con mi carrera de nutrición y que ofreciera servicio integral y de calidad diferente a todo lo que hay en La Paz”.

Según Felipe, el mayor problema que enfrenta su spa es el estigma de que asistir a uno es un lujo innecesario; por eso el nombre de su negocio no es accidental: “Cure es por curar, y eso es lo que hacemos aquí: damos un servicio integral para que la gente esté consciente de que el cuidado del cuerpo es salud”, declara Felipe.



REGIÓN PACÍFICO

Cure Wellness tiene 12 empleados.

Como parte de sus estrategias para crecer su negocio, ha establecido alianzas con hospitales y doctores, aunque reconoce que le ha resultado más útil crear perfiles en distintos portales digitales, así como hacer campañas con Google Ads y estar en Google Maps: “lo mejor de Google es que atrae clientes extranjeros que no conocen La Paz y que buscan alguno de nuestros servicios”, reconoce Felipe y por eso invierte más en campañas de Google Ads en temporadas altas, cuando hay más flujo de turistas; así ha podido aumentar, en promedio, un 65% en su facturación. Añade Felipe: “poder escoger palabras clave ha sido de gran ayuda para que se conozcan los distintos servicios que se ofrecen en Cure Wellness Center”.

Aunque el negocio es reciente y por ahora sólo cuenta con 12 empleados, cifra que en temporadas altas asciende a 20, su crecimiento ha sido constante y la visión a futuro es alentadora. Parte de los planes de Felipe y Richard es destinar el 40% de las ganancias de Cure Wellness Center para expandirse y abrir otro local en Los Cabos, otra ciudad con alta afluencia turística, para lo cual confían en el potencial de las distintas herramientas de Google.



“Hemos crecido y aprendido mucho; ahora me entusiasmo con el número de clics y no sólo con las personas que tocan la puerta”.

CLEMENTE GARRIDO

Jardines Santa Fe México

<https://jsfdemexico.com/>

Clemente Garrido tenía sólo 12 años cuando viajó a La Paz y comenzó a trabajar en el vivero de sus hermanos. Posteriormente, el negocio se fragmentó y él se aferró a que su parte creciera. Después de tocar varias puertas, el diseño del paisaje que hizo en las instalaciones de un hotel de renombre en Los Cabos, generó la popularidad de su empresa Jardines Santa Fe México que actualmente ofrece mantenimiento, diseño, sistema de riego y construcción de jardines, hidrosiembra, rescate de plantas y trituración. Su crecimiento abarcó Sayulita, Los Cabos y Cancún, donde Jardines Santa Fe México cuenta con viveros; “al inicio éramos poquitos y plantábamos las palmeras con las manos, como egipcios”, recuerda Clemente con gracia. Ahora cuentan con maquinaria especial, 50 empleados en nómina que pueden ascender a 300 en proyectos especiales, y su facturación anual ha alcanzado los 90 millones de pesos.

En 2018, Clemente decidió renovar su apariencia online, tarea que confió al experto en marketing digital Argel M. Ruiz, quien mencionó que Google Ads es una de sus herramientas favoritas, junto con Google Mi Negocio así como Google Analytics y que gracias a ellas han logrado comunicar la esencia y los servicios del negocio para darse a conocer.



REGIÓN PACÍFICO

Jardines Santa Fe México tiene 50 empleados.

“Clemente me dijo que quería presumir todo lo que habían hecho, pero desde que le dimos empuje digital a Jardines Santa Fe México no sólo logramos eso, ahora nos comunicamos con quien necesita escucharnos; las ventas incrementaron y tenemos más proyectos en otros estados”, declara Argel. El equipo de marketing digital de Jardines Santa Fe México modifica sus campañas de Google Ads de acuerdo con sus necesidades. “Google Ads nos ha posicionado, le ha dicho a México quiénes somos y deja claro que no sólo somos un vivero”, afirma Argel.

Como parte de sus recuerdos, Clemente comparte: “hemos crecido y aprendido mucho; ahora me entusiasmo con el número de clics y no sólo con las personas que tocan la puerta”. En un futuro cercano él planea abrir oficinas corporativas en la Ciudad de México, crear una submarca llamada Jardines Santa Fe Personal Space, especializada en landscape residencial, y en un par de años, expandirse a Costa Rica y Estados Unidos con oficinas que serán administradas por su hija, aspecto que hará sentir al fundador de Jardines Santa Fe México confiado y orgulloso de que su legado prevalezca.



Bajío

México 2018

FRANCISCO JAVIER CAMBOA
VALENTIN GOMEZ FARTAS
JOSE JUSTO CORRO
MARIANO OTERO
IGNACIO L VALLARTA
PEDRO OGAZON
MATIAS MOTA PADILLA
ANDRES CAVO
LUIS PEREZ VERDIA

FIDURIA Y FORTALEZA CUSTODIAN A ESTA LEAL

ESPAZCO
CONSERVADO POR
EL
MUNICIPIO
DE
HERRADURA



“Desde que hice la primera campaña seleccionando las palabras y la temporada, la clientela subió en un 40%”.

DANIEL TESSIER

Café Oro Maya

<https://oromayagdl.com>

En 2011 Daniel Tessier vio una oportunidad de negocio en vender bolsas de granos de café de gran calidad. Con el paso de los años, los clientes demandaron un lugar para sentarse a disfrutar su bebida. Fue así que, en octubre del 2015, él y su hijo Daniel, ingeniero ambiental, reubicaron el expendio y consolidaron en una vieja casona de Guadalajara a Café Oro Maya con la esencia de la Finca Irlanda, su principal y único proveedor, reconocida por sus técnicas de riego, cultivo sustentable y comercio justo, los cuales, asegura Daniel hijo, han contribuido al éxito y sello personal del negocio.

Café Oro Maya tuvo meses complicados. La reubicación del expendio dispersó a sus clientes y representó un desafío captarlos nuevamente, imprimieron carteles, repartieron folletos y utilizaron Redes Sociales; sin embargo, no fue suficiente. Daniel cansado de no obtener los resultados esperados, descubrió Google Ads, “piedra angular para su cafetería” -como él la considera-, que le ha permitido escoger a la audiencia para sus anuncios y seguir de cerca los hábitos de consumo de sus clientes.



REGIÓN BAJÍO

Café Oro Maya tiene 2 empleados.

“Estar en Google es mucho más profesional que en una red social. Ads nos cambió el paradigma, desde que hice la primera campaña seleccionando las palabras y la temporada, la clientela subió en un 40%; es increíble lo mucho que hace a un precio accesible”, declara Daniel.

Desde entonces, han mantenido un crecimiento constante y equitativo; continúa la venta de bolsas de café con las cuales inició el negocio y en menos de un año han posicionado con éxito su marca de cold brew, llamada Dan's Brew; sumado a estos logros, las catas de café organizadas y dirigidas por Daniel hijo han recibido excelentes reviews.

Respecto a sus próximos planes, padre e hijo quieren darle un empuje mayor a su negocio: a mediados de 2019 contemplan ampliar el local, contratar más meseros, vender más café envasado y, con planeación y una estrategia en un futuro a mediano plazo, convertir a Café Oro Maya en una franquicia que siga respetando los valores de origen.



“Con las campañas de Google Ads pasamos de ser un pequeño local a estar en tres estados de México con nueve sucursales, cuatro centros de distribución y 47 empleados”.

RUBÉN SÁNCHEZ

Río Pescadería

<http://riopescaderia.com/>

Durante su niñez, Rubén pasó largas horas en el pequeño local de su madre La Pescadería de Guille. En 2006, tomó el liderazgo del negocio familiar y le cambió el nombre a Río Pescadería, que consideró más competitivo y acorde al giro de su empresa. “Sabía que, si iba a seguir con el negocio, lo quería hacer en grande”, menciona Rubén enfatizando en su necesidad y deseo de ver crecer su negocio de una manera escalada. Los primeros meses no fueron sencillos porque Rubén realizaba varias actividades relacionadas con el comercio de pescados y mariscos, pero que no involucraban el crecimiento de Río Pescadería, fue así que él se concentró en atraer más clientes para que su negocio obtuviera el prestigio que goza hoy en día como un importante centro de distribución de pescados y mariscos del Bajío.

En 2008, Rubén quiso que su pescadería fuera vista y anunciada en Google, así que después de investigar un poco, descubrió Google Ads. Si bien Rubén asegura que la clave para un negocio exitoso es no tener miedo, también está convencido de que fue el impulso de la tecnología es lo que llevó a Río Pescadería a sus cifras actuales.



REGIÓN BAJÍO

Río Pescadería tiene 47 empleados.

“Con las campañas de Ads pasamos de ser un pequeño local a estar en tres estados de México con nueve sucursales, cuatro centros de distribución y 47 empleados”, menciona Rubén, quien recuerda con entusiasmo que desde que usa Google Ads el crecimiento ha sido exponencial; antes la facturación en un sólo local era de 10 mil pesos diarios y ahora oscila entre 3 y 4 millones de pesos por mes. “La inversión que hacemos en las campañas de Google Ads es muy baja comparada con todos los beneficios que nos da”, apunta Rubén.

Como todos los años, el plan de trabajo anual está listo: para 2019 pretende abrir otras dos sucursales de Río Pescadería y hacia finales de año, como parte de las proyecciones y metas cada vez más ambiciosas, en las cuales Google Ads seguirá siendo su aliado, Rubén espera expandir su red de franquicias e inaugurar una sucursal en Punta Cana, en República Dominicana, y entrar así en el mercado internacional.



Valle de México

México 2018



“Nunca imaginé que podríamos alcanzar tantos lugares ni tanta gente. Los talleres convocan a personas de México, Costa Rica, Colombia, Brasil y España”.

LILIANA RETANA

Zertú

<https://zertu.mx/>

La adopción de una vida espiritual permitió a Vanessa Serrano superar una crisis existencial. Motivada por esta experiencia, escribió un libro de superación personal cuya respuesta fue tan buena que la alentó a crear un espacio en línea que acercara a sus seguidores. Fue entonces que en 2016 su buena amiga Liliana Retana -experta en marketing digital- se convirtió en cofundadora y socia de Zertú: una plataforma digital que promueve cursos y talleres online y offline, dedicados a brindar bienestar holístico por medio de la meditación, buena alimentación, yoga y autoconciencia. “La misión de Zertú es empoderar [a las personas] y ayudarlas a que encuentren el balance y mejoren su estado de ánimo. Zertú viene de ser tú mismo”, menciona Vanessa.

Una afortunada casualidad presentó a miembros de Google con el equipo de Zertú y posteriormente, la compañía impartió un curso sobre el uso de Google Ads al personal de la plataforma. Gracias a ello Zertú aumentó su visibilidad y el negocio mejoró: “Google Ads, bien empleado, nos ayudó a ver que las palabras clave le dan claridad a las personas de qué es lo que hacemos en Zertú”, afirma Liliana.

Zertú ha tenido un crecimiento constante gracias a la excelente planeación de mercado. Las estrategias digitales, el uso de herramientas como las Redes Sociales y Google, junto con la necesidad de curar o atenuar sentimientos como la desesperanza y la soledad, propios de las dinámicas de vida del mundo actual, se han traducido para Zertú en un crecimiento constante.



REGIÓN VALLE DE MÉXICO

Zertú tiene 16 empleados.

Actualmente cuentan con 16 personas trabajando a tiempo completo, pero el número puede aumentar a 35 cuando hay gran demanda por los talleres impartidos online y offline. En poco más de dos años, Zertú aumentó sus seguidores de forma exponencial, una muestra de ello es que en 2018 uno de sus talleres congregó a 53 personas de forma presencial y a más de 8 mil online. “Gracias a Google somos vistos y llegamos a lugares y a un número de personas que no me imaginé podríamos alcanzar” afirma Liliana. Los talleres convocan a personas de diversos estados de México, Costa Rica, Colombia, Brasil, Estados Unidos y España. Liliana describe a Google como: “los ojos más grandes. Si necesitas ser visto o saber algo, Google seguro tendrá algo que decirte”.

El futuro para Zertú es prometedor: Liliana y su socia esperan abrir una sucursal más en el 2020 para que la comunidad, los cursos online y el mensaje de bienestar que difunden tengan un alcance mayor. Liliana afirma que: “GoogleAds fue un gran impulso, las campañas y el esquema que tienen no parecen publicidad comprada, por lo que todo se siente muy orgánico”.



“Es muy difícil que algo salga mal si sabes usar internet. Google y las Redes Sociales son una maravilla, sólo hay que ser analítico”.

ALEJANDRO HERNÁNDEZ

Meditip

<https://www.meditip.lat/>

Durante muchos años Luis Nieto trabajó en publicidad y mercadotecnia para el sector salud, y Alejandro Hernández emprendió distintos negocios especializándose en el lenguaje digital. Con más de 30 años de amistad y 12 como socios, Luis y Alejandro han hecho realidad lo que empezó como un sueño lejano: “desde chicos soñábamos con tener un negocio juntos y creamos Nueva Era Marketing. Un día, platicando, nos dimos cuenta que en internet hay muchos vacíos o información falsa y alarmista en temas de salud y que las personas necesitaban un espacio confiable al cual acudir. Eso nos impulsó a fundar también Meditip”, mencionó Alejandro respecto al nacimiento del portal digital que brinda tips e información relevante sobre salud, con especial énfasis en la prevención.

Meditip pasó por distintas etapas: hobby, experimentación, y finalmente, en 2016, por lo que ellos llaman “formalización”, periodo en el que Luis y Alejandro renunciaron a sus trabajos, se instalaron en unas oficinas de co-working y con algunas altas y bajas sortearon los problemas de un negocio que recién empieza, como: falta de clientes, presupuestos apretados, darse a conocer y conseguir aliados para redactar contenido. Cuando los números parecían bajos, Alejandro confió en las herramientas digitales: “es muy difícil que algo salga mal si sabes usar internet. Google y las Redes Sociales son una maravilla, sólo hay que ser analítico”.



REGIÓN VALLE DE MÉXICO

Meditip tiene 9 empleados.

Así, gracias a la información que les suministran las estadísticas de Google Analytics se han mantenido informados sobre los requerimientos e inquietudes de la población respecto a temas de salud, estilo de vida, brotes epidémicos, mitos y realidades de medicamentos o prácticas alternativas, lo que le da a su portal contenido actualizado que responde a las necesidades de los usuarios. Actualmente Meditip cuenta con nueve empleados de nómina y aproximadamente 28 trabajadores independientes encargados de redactar el contenido.

Alejandro se considera un pionero en el uso de Google Ads: “el primer contacto que tuve con Ads fue en 2002, he seguido de cerca las actualizaciones; una vez que entiendes, se nota la diferencia”, menciona Alejandro, cofundador de Meditip. Desde que abrieron Meditip, crearon campañas en Google Ads que generaron el posicionamiento de su empresa así como la visibilización de sus servicios de manera eficaz. Atribuyen a Google Ads más del 63% de las visitas a su portal.

Respecto al futuro, Alejandro expresa: “esperamos seguir creciendo como lo hemos hecho, estamos listos para seguir ayudando a las personas y que nuestro equipo se sienta feliz de colaborar en algo que impacta positivamente la vida de los demás”.



“Google Ads y Google Mi Negocio han sido de mucha ayuda; muestran lo mejor de nosotros”.

ANDROSS MORALES

Andross.mx

<https://www.andross.mx/>

En 2006 la casualidad y la visión emprendedora de Andross Morales, un estudiante de ingeniería industrial, dio inicio a la empresa Andross.mx, dedicada al diseño y a la construcción de mobiliario, islas y kioscos para tiendas de distintos giros (especialmente las departamentales), restaurantes y hoteles. Un año después, Andross se alió con Fernando, quien ha sido su amigo y socio desde entonces.

A pesar de las crisis económicas que afectaron o dejaron en la quiebra a algunos de sus mejores clientes, los problemas de espacio y las reestructuraciones del personal y el reciente terremoto de la Ciudad de México que devastó las oficinas de Andross.mx; la empresa ha confiado en los valores de su marca y en la tecnología para salir adelante.

Andross asegura que en la ingeniería industrial, la arquitectura y el interiorismo en México es difícil sobresalir, ya que los clientes no confían en nuevos proveedores y tienen dificultades para innovar. Por ello, es muy importante estar visible todo el tiempo, aspecto que se traduce a estar presente en internet y hacer uso de las herramientas de Google y Redes Sociales, las cuales han sido aliados fundamentales que brindan validez, seriedad y calidad a Andross.mx: “desde 2014, que usamos con más énfasis las herramientas de Google, recibimos 20 veces más preguntas y solicitudes e incluso nos preguntan si tenemos vacantes de trabajo”, señala Andross.



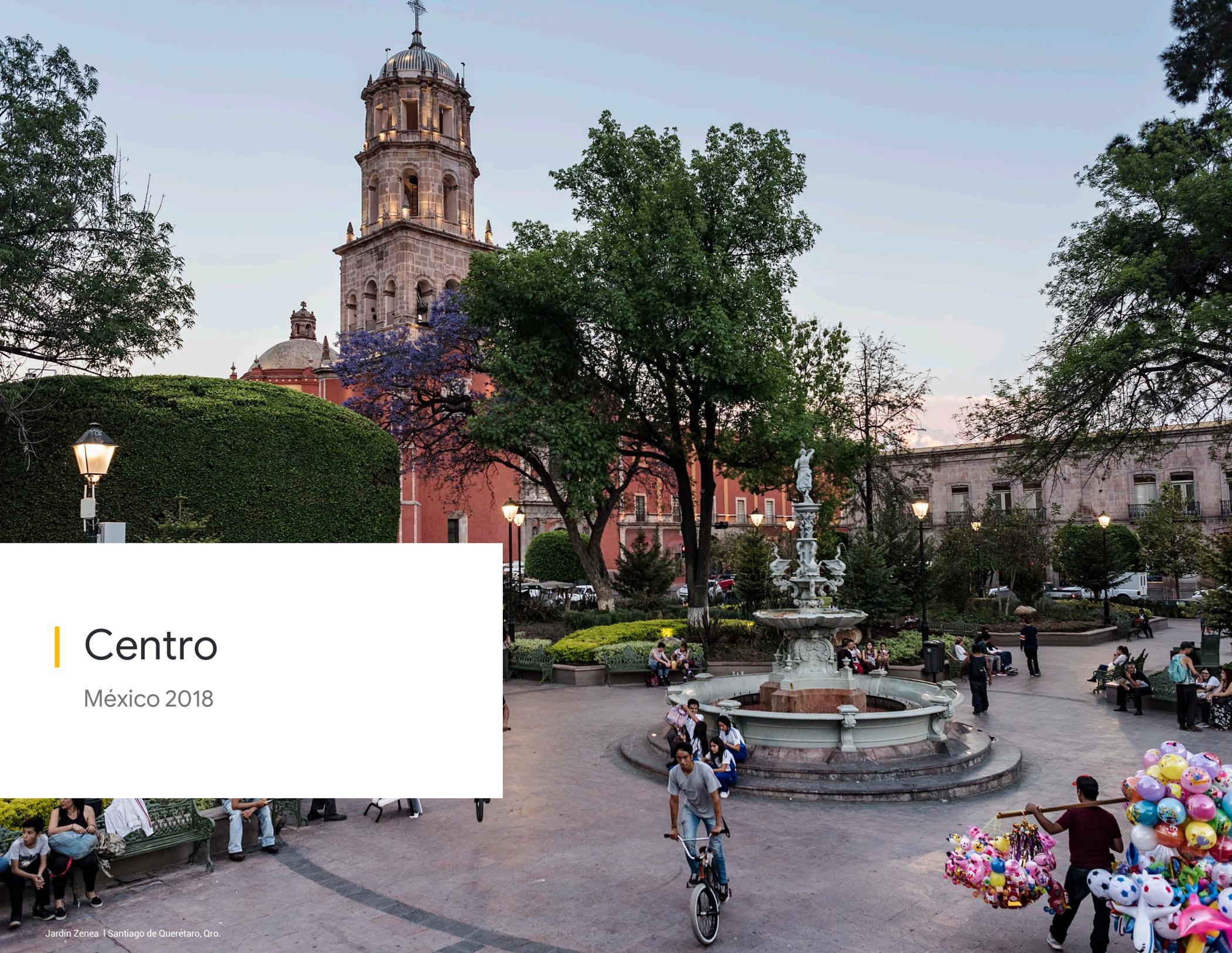
REGIÓN VALLE DE MÉXICO

Andross.mx tiene 7 empleados.

“Google Ads y Google Mi Negocio han sido de mucha ayuda; muestran lo mejor de nosotros, dicen nuestra ubicación, ofrecen servicios por región y agilizan la comunicación con nuestros clientes. Es como tener un supervendedor que conoce perfecto el mercado a un precio aceptable. Es lo que necesitamos para seguir creciendo”, señala Andross, quien está convencido de que una parte del éxito de la empresa se ha debido a la recomendación de boca en boca de clientes satisfechos; sin embargo, cree que de no existir Google la historia no sería la misma y habrían tenido que destinar parte de los ingresos a la publicidad análoga, que considera obsoleta, a menos que se haga una fuerte inversión que logre un verdadero alcance al público.

Actualmente Andross.mx tiene siete empleados de planta y en temporadas altas, cuenta hasta con 40 trabajadores para tener a tiempo los proyectos solicitados por sus clientes, entre los cuales se encuentran: Krispy Kreme, KFC, Microsoft, Pizza Hut, Walmart, Puma y Volkswagen.

Confiados en la calidad de sus servicios, junto con la visibilidad que obtiene con Google Ads, Andross y Fernando tienen en la mira ampliar la cartera de clientes de Andross.mx e incrementar el número de proyectos que realizan dentro y fuera del país.



| Centro
México 2018



“Necesitas estar ahí para que te vean, pero no sabía que podías llegar a crear y pertenecer a una comunidad que comparte los mismos intereses”.

OMAR GIL

Cadencia.mx

<https://cadencia.mx>

“Me hubiera gustado que alguien hiciera por mí lo que Cadencia.mx hace por apoyar el deporte en México”, menciona Omar Gil, ciclista apasionado que, en 2014, convencido de que dedicaría su vida a este deporte, creó un establecimiento en donde los ciclistas pudieran encontrar los mejores equipos, marcas y consejos de expertos para mejorar su desempeño. Al poco tiempo se percató de que, para aumentar y tener mayor alcance en sus ventas e impulsar esta práctica, debía reformular su proyecto; fue así que decidió concebirlo como un espacio online.

En 2017, luego de varios intercambios de ideas y consejos de ciclistas con intereses similares a los suyos, Omar, junto con su esposa y Rodrigo -un amigo y ciclista que estuvo con él desde el principio-, iniciaron Cadencia.mx, con la esperanza de ampliar la comunidad de deportistas y que esta nueva modalidad online le permitiera pasar más tiempo con su familia; “necesitas estar ahí para que te vean y se pueda crear comunidad”, afirma Omar.

Las Redes Sociales y Google han sido un factor importante para el constante crecimiento de Cadencia.mx. Entre las herramientas más usadas destacan Google Mi Negocio, Analytics y Ads, y quienes visitan el perfil son el tipo de clientes que ellos buscan; Omar asevera: “si estás en Google, existes para todos. Te permite dar tu mensaje a quien lo necesita; además de que las palabras clave de Google Ads nos permiten generar rotación de productos cuando es necesario”.



REGIÓN CENTRO

Cadencia.mx tiene 3 empleados.

Su futuro es alentador: la comunidad online ha crecido, el chat con los clientes siempre está activo y recientemente un doctor especialista en nutrición del deporte se ha unido a su comunidad, lo que les ha dado mayor empuje. Por otra parte, además de tener como meta seguir ofreciendo productos y servicios de calidad, depositan buena parte de sus esperanzas y energía para que alguno de los ciclistas que patrocinan (con un porcentaje de sus ganancias) pueda llegar a las siguientes Olimpiadas, aspecto que sería una clara muestra de que Cadencia.mx es mucho más que una tienda online para quienes buscan una mejor experiencia al rodar, sino que es además una empresa comprometida con el ciclismo y sus grandes exponentes en México. “Queremos seguir haciéndole honor a nuestro nombre: en deporte, cadencia es el ritmo que permite avanzar; y con constancia y cadencia queremos continuar creciendo el negocio y apoyando al ciclismo en México”, afirma Omar.



“Todos los empresarios que apostamos a que nuestro negocio crezca deberíamos usar Google Ads, es sencillo, económico y nos ofrece muchos beneficios”

MELISSA DESSAVRE

Vive Puebla

<https://www.vivepuebla.mx>

En 2017, la posición geográfica, historia e infraestructura de la ciudad de Puebla adquirieron un nuevo significado para un conjunto de personas dedicadas al giro hotelero y de turismo, quienes vieron una oportunidad de negocio que les permitiera no sólo diversificarse, sino que, al mismo tiempo, diera a la metrópoli poblana un sentido de turismo único. Fue así como nació Vive Puebla, una iniciativa privada que además de promover principalmente por medio de plataformas digitales, la riqueza cultural de la ciudad, brinda la posibilidad de conocerla como un destino ideal para llevar a cabo de forma satisfactoria reuniones, congresos y cualquier otro evento que congregue a grandes grupos de personas.

Desde que comenzó Vive Puebla, se pensó positivo y en grande. “Se necesitaba ser vistos y rápidamente. Requeríamos estar en internet, en Google”, coincidió el consejo de hoteleros que no tardaron en contratar a un grupo especializado en mercadotecnia digital para posicionar su proyecto. El uso de herramientas digitales ha sido un factor clave para el crecimiento constante: con una planta integrada por sólo cuatro personas encargadas del manejo digital y de Redes Sociales de Vive Puebla, en pocos años han aumentado considerablemente el número de hoteles asociados y de proveedores. El equipo digital estima que más de la mitad de sus proveedores han llegado por palabras clave de Google Ads; además, “reconoce como uno de sus mayores aciertos, la creación de una página web que incluye un cotizador digital que agiliza la comunicación entre el cliente y los servicios que ofrecen.



REGIÓN CENTRO

Vive Puebla tiene 4 empleados.

El equipo de Vive Puebla asegura que, de no ser por Google, su página sería bonita, pero no funcional; estar en Google brinda seriedad, profesionalismo y la visibilidad necesaria para que sus clientes potenciales conozcan el proyecto; por otra parte, el equipo valora la flexibilidad de las campañas de Google Ads, las mantiene activas y las modifica siempre que se necesita darle mayor empuje a un producto o servicio. El grupo de Vive Puebla está tranquilo y confía en que su proyecto seguirá brindando frutos, ya que corrobora mes con mes que el negocio avanza gracias a los beneficios del mundo digital.

Respecto a los planes a futuro, el equipo de Vive Puebla pretende continuar expandiendo su red de colaboradores; para finales de 2020 espera que la metrópoli poblana sea fácilmente reconocida dentro y fuera de México, como un destino turístico referente de reuniones, convenciones y eventos de cualquier giro.



Sureste

México 2018



“Si no hubiera sido por la venta en línea y el alcance de Google, hoy no estaríamos aquí”.

DORIS CANSECO

Flores de Oaxaca

floresdeoaxaca.com

Doris, creativa, con espíritu aventurero e innovador desde pequeña, soñaba con algún día generar ingresos propios. En 2004, tras incursionar en el mundo de las manualidades y los eventos, logró unir sus dos pasiones: las flores y crear un patrimonio. “Las flores son lo más hermoso, están llenas de emoción y los arreglos florales no pasan de moda. Decidí que quería tener mi propia florería y estar en donde todos me vieran, en internet”, menciona Doris.

En poco tiempo, Flores de Oaxaca adquirió fama; sus diseños, la calidad y el sistema de envío dieron una personalidad única a la florería. Doris, sus hijos y su yerno Gibrán han superado varios obstáculos, como correr el riesgo de ser copiados por subir fotos de sus diseños a internet, la falta de compromiso de algunos trabajadores, las empresas fraudulentas que han intentado estafarlos, oleadas de violencia en el estado y la migración, todos esos momentos de crisis los han visto como oportunidades y al respecto, recuerda Doris: “ha sido un proceso de mucho aprendizaje: quitarse el miedo a que te copien y confiar en nuestra calidad, verificar bien con quién podemos colaborar, inculcarle a nuestros empleados los valores de la marca y apostarle a la venta en línea y a los beneficios que da internet”.

Doris siente especial afecto por Google: “cuando yo empecé, Google era el rey de internet. En 2006 no había gente en las calles de Oaxaca. Si no hubiera sido por la venta en línea y el alcance de Google, hoy no estaríamos aquí”, afirma Doris.



REGIÓN SURESTE

Flores de Oaxaca tiene 18 empleados.

Las campañas de Google Ads les aseguran registro de las búsquedas, clics, horarios de mayor afluencia, estadísticas del perfil de los posibles clientes. “Es como tener un estudio de mercado las 24 horas que te ayuda a saber cosas que tú solo no te das cuenta”, añade Doris. También les permite rebasar fronteras: “no importa que quien regala flores viva en Estados Unidos y su mamá en un pueblo de Oaxaca, nosotros llevamos las flores y le enviamos al hijo la foto del momento en que las recibe y así logramos transmitir la emoción que causa la flor”, afirma Gibrán.

En 15 años, Flores de Oaxaca pasó de ser un local atendido únicamente por su propietaria, a un negocio sólido y reconocido, con una nómina de 18 empleados que ascienden a 30 en temporada alta. Sus ventas en línea representan entre el 60% y el 85% de la facturación. Sus proveedores se encuentran en países como Amsterdam, Estados Unidos y Canadá, y se le han afiliado florerías en la Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara.

Próximamente planean expandir su superficie de trabajo para tener capacidad de abastecer el servicio de florería en eventos como bodas o quince años.



| Norte

México 2018



“Estar anunciado en Google trae puros beneficios”

PABLO DÍAZ

Gineco-Obstetricia Integral

<https://www.ginintegral.com>

Desde que el doctor Pablo Díaz comenzó a estudiar medicina y tras concluir su especialización en ginecología y biología de la fertilidad, tuvo el firme propósito de que cualquier paciente suya fuera atendida de forma integral y con calidad. En 2006 se volvió socio y parte fundamental de Gineco-Obstetricia Integral, un centro médico ubicado en la ciudad de Monterrey con más de cuarenta años de experiencia en medicina materno-fetal, biología reproductiva, ginecología y cualquier otra especialización médica relacionada con la mujer en las diferentes etapas del ciclo biológico.

Con 16 doctores especializados, 22 personas en el área administrativa y más de 1500 pacientes al mes, en Gineco-Obstetricia Integral todos trabajan en equipo para que a ninguna de sus pacientes le falte atención. El esquema ha funcionado bien porque sus pacientes frecuentes confían en ellos y cada día llegan nuevas; además las Redes Sociales y la tecnología han contribuido mucho en esta labor.



REGIÓN NORTE

Gineco-Obstetricia Integral tiene 38 empleados

Respecto al uso de las herramientas digitales para su promoción, Gineco-Obstetricia Integral experimentó una evolución impulsada por los doctores más jóvenes: el centro ya contaba con una página web que según ellos “requería de una buena remodelación”; hablaron con los doctores de mayor edad sobre los beneficios de posicionarse en internet, en las Redes Sociales y específicamente en Google; luego buscaron a una empresa especializada en estrategias digitales cuyo plan los convenció y desde entonces todo el equipo de doctores ha reconocido que Google Ads, por medio de las palabras clave informa claramente los servicios que ofrece el centro; agiliza la comunicación y programación de citas; Google Maps permite su fácil localización y con el número de clics pueden corroborar que su inversión es productiva.

Los planes a futuro para Gineco-Obstetricia Integral son contratar a otros doctores especializados para ampliar los servicios que ofrecen y abarcar desde medicina preventiva hasta pediatría, para dar así servicio integral y de calidad tanto a las mujeres como a sus hijos. “Queremos que el centro siga creciendo y que todas las pacientes que vengan aquí, sean mamás o no, se sientan bien atendidas” menciona el doctor Díaz.



“Los medios tradicionales no son tan efectivos como antes, lo de hoy es internet”.

RICARDO TORRES

Avanti

<https://mueblesavanti.com.mx/salas-sc>

Ricardo Torres, miembro de la tercera generación de una familia de muebleros, desde muy joven se planteó ser exitoso y para lograrlo le apostó al negocio familiar. Todo comenzó en la ciudad de Monterrey a principios de los ochenta con un pequeño taller en donde fabricaban muebles sencillos; después, en 1984, inauguró R Torres, especializada en muebles de lujo. En 2003, para continuar expandiéndose y darle al negocio un giro más moderno y contemporáneo, abrió la primera sucursal de Avanti dedicada a la venta de recámaras, salas, mesas y artículos decorativos, que en conjunto, eran reconocidos por sus diseños únicos y modernos.

La evolución de Avanti ha sido constante: “para tener éxito se necesita interés, intención, pero sobre todo conocimiento”, afirma Ricardo, quien gracias a su mirada fresca e innovadora ha creado estrategias para contribuir con el crecimiento de su empresa usando internet y las Redes Sociales como sus principales aliados para ventas y publicidad. “Tengo más de 60 años pero sé que hay que estar a la vanguardia si quieres avanzar y seguir en este juego. Los medios tradicionales no son tan efectivos como antes, lo de hoy es internet; un negocio que se rehúse a verlo es muy probable que se pierda en el camino”, afirma convencido Ricardo.



REGIÓN NORTE

Avanti tiene 300 empleados

En 2008 Ricardo hizo sus primeras inmersiones en Google y desde entonces lo ha considerado como un gran apoyo para que Avanti siga creciendo. Hace casi un año contrató a Hugo, un especialista en marketing digital, y junto con él mantienen la publicidad online, la página web y la imagen de Avanti y R Torres en Redes Sociales. Ambos reconocen el impulso, profesionalismo e imagen actual que Google y sus distintas herramientas han aportado al negocio; entre ellas destacan las campañas de Google Ads y los reportes e información relevante que ofrecen sobre sus clientes. Este aspecto les permite escoger mejor sus palabras clave para hacer una publicidad acertada.

Entre R Torres y Avanti suman 11 sucursales, con 300 empleados trabajando en las mueblerías y en el taller. Con estas cifras, el futuro para Avanti pinta muy bien: entre sus próximos planes está impulsar y perfeccionar su venta on line, y la intención de abrir una sucursal Avanti en la Ciudad de México y otras en Monterrey.

Google