

Soy una PYME... ¿Para qué quiero una RP?

Se necesita de una estrategia de trajes a la medida, accesibles y originales: Canacope

DARINKA RODRÍGUEZ

La fuerza del crecimiento económico corre por las venas de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) de México quienes, de acuerdo con la **Secretaría de Economía**, son el 99 por ciento de la fuerza productiva del país y generan el 52 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB).

No obstante, los recursos de los que echan mano son siempre escasos, razón por la cual muchos de estos negocios lo piensan dos veces antes de invertir en una estrategia de Relaciones Públicas (RP). Gerardo López Becerra, presidente de la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo en Pequeño de la Ciudad de México

(Canacope) indicó que del lado del negocio es importante pensar que la comunicación debería de ser uno de los activos más importantes, pero no necesariamente imprescindible.

“Por nuestra parte vemos modelos de comunicación que no son accesibles, siempre hay paquetes que ofrecen cosas caras y que no necesariamente llegan a las personas que el pequeño empresario necesita: hace falta una estrategia de trajes a la medida, que sean accesibles y que no se copien, pues los modelos que asume una Pyme suelen ser los más tradicionales”, indicó en entrevista.

Por su parte, Ricardo Navarro, presidente de la Canaco ciudad de México, señaló que los recursos para las Pymes son siempre escasos y por eso los que existen deben cuidarse de manera muy escrupulosa, porque la posibilidad de que esas pequeñas empresas quiebren es muy alta, cualquier decisión equivocada las lleva a cerrar la cortina.

“Una de las razones por las que surgen las RP, es para que las empresas se consoliden con una imagen fuerte y una reputación de alto nivel”, afirmó Navarro.

ENTONCES, PARA QUÉ SE NECESITAN

Quetzalli Rios, vicepresidente de marcas de consumo de Edelman México, indicó que más del 80 por ciento de las Pymes no cuenta con una estrategia de comunicación, por lo que el primer paso para estos empresarios consiste en entender que las RP no sólo es hablar con los medios de comunicación, sino ver la parte del contenido.

“Qué historia tienes que contar y qué tan útil puede ser para tus públicos. Hay tendencias que van relacionadas con lo que tu negocio como Pyme provee, hablando de lo que podemos encontrar en una cuadra, como el Do-it-yourself para ferreterías”, precisó. En torno a ello, aseguró que un pequeño negocio busca, valerse de líderes de opinión locales y alianzas que no requieren un gran costo. Además, generar una buena percepción para las personas que le interesan a la pequeña empresa, es vital para una buena estrategia.

De acuerdo con Carla Gavito, directora general de Ink PR, es de suma importancia establecer objetivos de comunicación para cada empresa y cómo quieren ser percibidas por las audiencias que desean conquistar.



-IMAGEN-
ES IMPORTANTE
GENERAR
UNA BUENA
REPUTACIÓN

