

CincoDías	Cinco Días http://cincodias.com/cincodias/2015/04/27/pyme/1430133513_149987.html?ref=rss&format=simple&link=link
	Lunes, 27 de abril de 2015
Sección: Territorio Pyme	
Difusión: 52.000	

LA MITAD DE LAS PYMES NO TIENE ÁREA DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

- Las pequeñas y medianas empresas en España no invierten lo mismo en marketing y comunicación. Casi la mitad no cuenta con un departamento específico. Sin embargo, las startups le dan mucha importancia y algunas de ellas contratan a más de un profesional para que ocupe de este área.

+ El e-mail marketing sigue siendo el rey

LUCÍA VERA HERVÁS | Madrid | 27-04-2015 15:06 0



Sólo el **55%** de las pequeñas y medianas empresas cuenta con un departamento específico de comunicación y marketing. Esta es la principal conclusión de un estudio realizado por **Oak Power** y publicado por la **agencia EFE**. Por tanto, casi la mitad de las **pymes** incluidas en el estudio no tiene un departamento de comunicación y marketing.

Poca importancia por parte de los empresarios

Los **empresarios** no dan demasiada importancia a las áreas de **comunicación y marketing**, ya que tan solo la valoran con un 6,4 sobre 10 puntos, y sólo el 45% invierte parte del **presupuesto** de la empresa en este departamento. Las razones para ello son, fundamentalmente dos: la falta de **capital** (para el 29%) y la creencia de que no es necesario (para el 24%).

Las startups sí apuestan por el marketing y la comunicación

En cambio, las **empresas de nueva creación** sí confían en el marketing y la comunicación para darse a conocer, **conseguir clientes, crecer o mantenerse en el mercado**. La directora general de Oak Power, María Asenjo, ha subrayado que en prácticamente el **100% de las startups** cuenta con departamento de marketing y que, de hecho, “el 34% de los departamentos cuenta con más de tres profesionales, el 14% con tres, el 17% con dos y el resto con uno”, lo que demuestra que no sólo tienen departamento específico, sino que en ocasiones se contrata a **varios empleados** para llevarlo.

Solo el 54% tienen presencia en redes sociales

Además, las **pymes** encuestadas aseguran que no tienen mucha relación con los **medios de comunicación**. El 67% no desarrolla relaciones con la prensa “de manera organizada y profesional”, según Asenjo, quien añade que este hecho **resta competitividad a las pymes**. Además, solo el 54% tiene presencia en **redes sociales**, una de las herramientas de **marketing online** más frecuente y efectiva en los últimos años.

Sanidad, industria y sector inmobiliario, los más bajos

Las preferencias de las **pymes** en cuanto a **marketing y comunicación** varía en función del **sector** al que pertenezca la empresa. **Cultura** y Espectáculos, **Turismo** y **Hostelería** y **Automoción** son los sectores que más invierten en departamentos de marketing y comunicación. Por el contrario, la **sanidad**, el sector **industrial** y el **inmobiliario** son los que menos.