

Capítulo 2

# La empresa en Facebook



# Contenido

1. Introducción
2. Requisitos para darse de alta. Ventajas de hacerlo
3. Empresas que deben estar en Facebook
4. Conceptos básicos de Facebook
5. Pasos a seguir para dar de alta una página de empresa en Facebook
6. Personalización de la página de empresa
7. Consejos y sugerencias para promocionar la página de empresa
8. Resumen

## 1. Introducción

Una vez se han visto la importancia y los beneficios que aporta la presencia de la empresa en el mundo digital, se procederá a comentar cada una de las redes sociales y aplicaciones en las cuales se aconseja abrir un perfil de usuario como empresa.

En primer lugar, se empezará hablando de la red social por excelencia: Facebook. Esta red social fomenta las relaciones personales entre sus usuarios, lo cual es una herramienta de gran potencial de cara a la empresa, puesto que permite una relación mucho más cercana con los clientes. Se podría definir como una red que conecta personas con personas.

Esta red social permite buscar amigos que tengan un perfil también e interactuar con ellos, dándoles información acerca de uno mismo, compartiendo recursos, etc.

Facebook fue creada en el año 2004 por Mark Zuckerberg, en principio como una red para los estudiantes de Harvard, y se fue expandiendo paulatinamente al resto de Estados Unidos. En el año 2007, se lanzaron las versiones en español, alemán y francés, lo cual permitió la expansión global de la red social hasta los 1.390 millones de usuarios que tiene hoy día.

A continuación, se detallarán los requisitos y pasos que debe seguir una empresa para tener un perfil de usuario en Facebook, destacando las ventajas que la presencia en este sitio web proporcionará desde el punto de vista del *marketing*.

## 2. Requisitos para darse de alta. Ventajas de hacerlo

Para abrir una página de empresa en Facebook, se debe tener en cuenta que esta red social diferencia entre los perfiles personales y las páginas de empresa. Este aspecto es importante, puesto que, al abrir una página de empresa como perfil personal, Facebook se reserva el derecho de cerrarla, puesto que no se cumplirían sus condiciones legales.



*Logo de Facebook*

El único requisito que se necesita para dar de alta una página de empresa en Facebook es que dicha página o perfil esté asociado a un perfil de usuario personal de esta red social. Por lo tanto, se puede asociar la página de empresa a un perfil de usuario ya existente, o bien crear uno con dicho propósito.

Antes de abrir una página de empresa, es aconsejable que se haya realizado una serie de tareas que facilitarán el proceso de creación de la página.

Estas tareas a realizar por parte de la persona o personas encargadas de abrir la página de empresa, serían:

- **Tener una cuenta de correo electrónico** con la que crear el perfil de usuario, puesto que, como se ha dicho anteriormente, la página de empresa ha de estar vinculada a un perfil de usuario.
- **Pensar en un nombre para la página**, que sea fácilmente asociable a la empresa o negocio por parte de los usuarios.



## Definición

---

### **Páginas**

Los perfiles creados por empresas, marcas, organizaciones o personajes famosos, reciben el nombre de páginas. De esta forma, las empresas pueden mantenerse en contacto con sus seguidores y clientes.

---

Para la elección del nombre de la página, se recomienda una serie de directrices:

- No elegir un nombre demasiado largo. Aunque Facebook permite nombres de hasta setenta caracteres, es aconsejable no elegir un nombre demasiado largo, que sea fácil de buscar por parte del resto de usuarios.
- Poner espacios entre las palabras y no escribirlo todo seguido. Por ejemplo, si se trata de un negocio cuyo nombre es *Restaurante “La casa del gourmet”*, la opción más adecuada sería elegir como nombre de la página *“La casa del gourmet”*; y una inadecuada, *“Lacasadelgourmet”*.
- No añadir al nombre de la página la extensión del dominio de internet, por ejemplo, el .com o .es.

Hay que tener en cuenta que la elección del nombre de la página es una tarea muy importante, porque será la forma que tengan los usuarios de encontrar la empresa dentro de la red social.



### Nota

---

Facebook permite el cambio de nombre de la página a través del panel de administración de la página: en la pestaña *Editar la página*, en la sección *Información de la Página*, siempre que se cuente con menos de 200 *Me gusta*. En caso de contar con más de dicha cantidad, habrá que solicitar permiso a Facebook para realizar dicho cambio.

---

Por todas estas razones, la elección del nombre de la página es una tarea a la cual habrá que dedicar un tiempo, barajando varias opciones, puesto que hay que tener en cuenta que dicho nombre pudiera estar ocupado por otro usuario.



## Actividades

---

1. Visite varias páginas de empresas en Facebook de grandes marcas. Fíjese en si cumplen con las directrices que se recomiendan a la hora de escoger un nombre para la página.
  2. En caso de que los nombres de las páginas de empresas del ejercicio anterior no cumplan con las directrices recomendadas, proponga un nombre para cada página donde sí las cumpla.
- 

- **Elegir una foto de perfil.** La foto de perfil es la imagen que verá el resto de usuarios junto al nombre de la página. Debe tener al menos 180 píxeles de ancho.

Una buena opción para elegir la foto de perfil puede ser poner el logo de la empresa; pero hay que tener en cuenta que la dimensión ha de ser de 180 × 180 píxeles, por lo que se aconseja ver cómo queda con esas dimensiones si se trata de un logo más alargado.

La foto de perfil siempre será pública.

- **Elegir una foto de portada.** La foto de portada es la imagen que aparecerá situada en la parte superior de la página. El tamaño es superior al de la de perfil. Debe tener 720 píxeles de ancho como mínimo.

La foto de portada es pública; esto quiere decir que cualquier persona que visite la página podrá verla. Tal y como se especifica en Facebook en sus *Condiciones legales*, las portadas no podrán ser engañosas ni infringir los derechos de autor de otras personas.



## Aplicación práctica

---

Se está creando la página de empresa de un restaurante japonés. Para la foto de perfil, se ha elegido el logo del restaurante, y ahora hay que escoger la foto de la portada. ¿Qué imagen utilizaría?

### SOLUCIÓN

Se recomienda el uso de una imagen exclusiva que represente bien al restaurante japonés. Podría utilizarse la foto de la fachada del local o alguna foto de los platos más representativos del restaurante.

---

## Ventajas de crear una página de empresa

La creación de un perfil de empresa en la red social más utilizada a nivel global proporciona una serie de ventajas desde el punto de vista comercial y de *marketing*:

- **El número de usuarios de la red social asciende a 1.390 millones de usuarios**, repartidos en públicos de todas las edades y de ambos sexos de forma bastante equitativa. Al crear un perfil público de empresa, cualquier usuario de internet puede acceder a la página, aunque no tenga cuenta de Facebook, a través de los buscadores. Todo esto hace ver que se puede llegar a una gran cantidad de público.
- **La posibilidad de estar en contacto permanente y cercano con el cliente.** Permite estar en el mismo lugar que el cliente.
- **Es una fuente de información e interacción con los clientes**, tanto actuales como potenciales, que permite saber sus opiniones y monitorizar, a través de las herramientas que Facebook proporciona, lo que más gusta y lo más visitado de la página, mediante los *Me gusta* y los comentarios.
- **Permite realizar promociones** tanto para clientes actuales como para la captación de nuevos, ya sea a través de cupones descuento u otras formas de fidelización del cliente.

- En caso de disponer de página web corporativa, **mejora el tráfico de dicho sitio web**, puesto que existe la posibilidad de enlazar la web de la empresa con la página de empresa en Facebook.
- **Mejora la presencia de la empresa en internet**, ya que permite una rápida indexación por parte de Google y un mejor posicionamiento de la página de empresa.



### Sabía que...

---

Indexar hace referencia a la acción de agregar una o más páginas web a las bases de datos de los buscadores de internet para que estas aparezcan en sus resultados de búsqueda.

---



### Actividades

---

3. Enumere las ventajas de crear una página de empresa. Si se le ocurre alguna más, añádala.
  4. Ordene, de mayor a menor importancia, las ventajas de crear una página de empresa en Facebook de su negocio.
- 

## 3. Empresas que deben estar en Facebook

Dado que Facebook se trata de la red social con más usuarios del mundo y debido a su naturaleza, es una herramienta ideal para tener una relación cercana con los clientes, permitiendo hacerles llegar cualquier tipo de información que sea relevante, así como conocer sus opiniones y demandas que permitan mejorar el negocio.

El número de usuarios de esta red social está dividido bastante equitativamente entre hombres y mujeres (46 y 54 %, respectivamente); en cuanto a rango etario, los usuarios abarcan todas las edades, con lo cual se puede ver que a través de Facebook se puede llegar a todo tipo de público.

Esta amplia audiencia la hace ideal para todo tipo de empresas, puesto que, una vez que un usuario se haya conectado a la página de la empresa, se tiene una gran oportunidad de proveerle de información interesante acerca de la misma o de los servicios que ofrece, y también se puede usar la página como una herramienta para realizar tareas de atención y servicio a los usuarios.

Por todo lo expuesto anteriormente, se recomienda el uso de Facebook para cualquier tipo de empresa, sea cual sea su actividad o magnitud. En Facebook tienen cabida todas las empresas, desde la gran multinacional de ropa al pequeño taller mecánico, puesto que se trata de la red social que tiene más usuarios y en la que se demanda todo tipo de información.

Por ejemplo, para empresas que se dediquen **a la restauración y hostelería**, se puede hacer un uso de Facebook manteniendo la página activa, incluyendo ofertas, fotos del local, de los clientes, etc. Este mismo uso se recomienda también para **centros de estética y peluquerías**. El objetivo ha de ser promocionar los servicios que se ofrecen, a la vez que se crea una relación más cercana con los clientes.

Sin embargo, para otro tipo de empresas, como por ejemplo los **comercios de ropa, complementos, muebles, de alimentación**, etc., el objetivo será el de promocionar los productos, ofreciendo contenido interesante relacionado con ellos y ventajas para los seguidores de la página.

Empresas como **centros de enseñanza, clínicas dentales, asesorías, gestorías o talleres mecánicos** deben usar Facebook como una vía para presentar la empresa y mejorar la imagen. En estos casos, se recomienda que las páginas ofrezcan más información acerca de la empresa, ofreciendo contenidos relacionados con las actividades de sus respectivos sectores.



## Aplicación práctica

---

**Se le ha propuesto crear una página de empresa en Facebook de los siguientes negocios: restauración, hostelería, comercio de ropa, centro de enseñanza, y taller mecánico. ¿Qué uso y objetivos deberá tener la página de empresa?**

### SOLUCIÓN

Para empresas que se dediquen a la restauración y la hostelería, se puede hacer un uso de Facebook manteniendo la página activa, incluyendo ofertas, fotos del local, de los clientes, etc. Se recomienda promocionar el negocio e interactuar con el resto de usuarios.

Sin embargo, para el comercio de ropa, el objetivo será el de promocionar los productos, ofreciendo contenido interesante relacionado con los mismos y ventajas para los seguidores de la página.

Para el centro de enseñanza y el taller mecánico, se recomienda el uso de Facebook como una vía para presentar la empresa y mejorar la imagen. En estos casos, se recomienda que las páginas ofrezcan más información acerca de la empresa, ofreciendo contenidos relacionados con las actividades de sus respectivos sectores.

---

## 4. Conceptos básicos de Facebook

Antes de empezar a describir los pasos necesarios para darse de alta en esta red social, en este apartado se explicará una serie de conceptos básicos que ayudarán a un mejor conocimiento de la misma.

Cuando se comienza a usar Facebook, es bastante habitual encontrar una serie de términos con los cuales el usuario no está familiarizado y que, en mayor o menor medida, pueden ser de difícil comprensión. A continuación se pasan a definir estos términos o vocabulario básico de Facebook.

### Perfil

Se refiere a cada cuenta de usuario perteneciente a una persona que usa Facebook. También se habla de perfil cuando se habla de la biografía de ese perfil.

## **Página**

Los perfiles creados por empresas, marcas, organizaciones o personajes famosos, reciben el nombre de Páginas. De esta forma, las empresas pueden mantenerse en contacto con sus seguidores y clientes. En el apartado siguiente, se explicará detalladamente cómo crear una página de empresa.

## **Biografía**

Es el conjunto de fotos, historias y actualizaciones que componen los perfiles de usuario de cada persona. También está compuesto de una foto de portada y una de usuario.

## **Foto de perfil**

Es la foto que aparece junto a la biografía. Aparecerá en miniatura al lado de los comentarios.

## **Muro**

Es el espacio de cada perfil de usuario donde aparecen sus actualizaciones, las de sus amigos y los contenidos que comparte con otros usuarios.

## **Amigo**

Cada contacto que se acepta como conexión en Facebook, y con el que se comparte la actividad. Se considera amigo a toda persona que se acepta como contacto en Facebook, independientemente del lazo personal que una a ambas personas.

## **Actualización**

Se considera una actualización a cualquier tipo de información nueva, ya sea una frase, una foto, un vídeo, etc. que un usuario realiza en su cuenta.

### Me gusta

Es un botón que permite hacer un comentario positivo sobre un contenido que agrada al usuario que lo pulsa. Es la forma que se tiene en Facebook de mostrar interés por un tema o contenido.

### Listas

Son una forma de agrupar los contactos o intereses en Facebook. Se puede hablar de lista de amigos, que permite agrupar los contactos, y de lista de intereses, que agrupa temas y noticias de interés. Estas listas permiten una mejor organización de la cuenta y una forma más fácil de agrupar tanto amigos como contenidos.



### Consejo

---

#### Consejo

Se recomienda hacer diferentes listas en la página de empresa para agrupar los distintos tipos de fans de la misma, y, de esta forma, poder hacerle llegar la información a quien se desee.

---

### Administrador

Es la persona que se encarga de crear las páginas de empresas, marcas u organizaciones y gestionar sus contenidos. Una misma página puede tener varios administradores, siempre que tengan el permiso correspondiente.

### Etiqueta

Una etiqueta es la forma de identificar a una persona, página o lugar en alguna publicación o actualización. Suele usarse en fotos o vídeos, pero también puede usarse desde el punto de vista de las páginas de empresa para mencionar algún negocio o local comercial.

## **Mensajes**

Es el lugar donde se guardan las conversaciones entre los usuarios en Facebook. Pueden ser mensajes privados, mensajes de texto o correos electrónicos entre los usuarios.

## **Noticias**

Es el conjunto de actualizaciones, compuesto por fotos, vídeos y noticias, publicados tanto por los amigos como por las páginas que sigue el usuario. Aparecen en la columna central de la pantalla, al iniciar sesión.

## **Eventos**

Es el conjunto de actividades que un usuario puede crear, o a las cuales es invitado, y que le permiten mantenerse al día de las actividades de otros usuarios o páginas.

## **Suscripción**

Es la forma de recibir noticias de otro usuario o página. No es necesario ser amigo de ese usuario o página para estar suscrito a su contenido. Se puede realizar dicha función a través del botón *Suscribirme*.

## **Configuración de la cuenta**

Es el apartado en el que se configuran las preferencias básicas de la cuenta.

## **Registro de actividad**

Permite gestionar toda la actividad y lo que se comparte en Facebook.

## **Notificaciones**

Es la forma que tiene Facebook de informar acerca de cualquier actualización o novedad en el perfil de un usuario o de una página que se siga.

## **Bloquear**

Bloquear a un usuario es impedirle ponerse en contacto, añadirle como amigo o dejarle ver el perfil.

## **Selector de audiencia**

Es la función que permite gestionar qué usuarios pueden ver los diferentes contenidos, así como qué contenido puede ver cada usuario.

## **Insignias**

Son elementos que contienen información o contenido, y que se pueden enlazar desde el propio perfil de Facebook o desde otros sitios, como un blog, otras páginas o perfiles en otras redes. Permiten acceder a la página de empresa desde todos estos sitios.

## **5. Pasos a seguir para dar de alta una página de empresa en Facebook**

En este apartado, se explicarán paso a paso las pautas a seguir para la creación de una página de empresa en Facebook.

### **5.1. Creación de perfil personal**

Como se ha mencionado en apartados anteriores, el primer paso para crear una página de empresa en Facebook es vincularla a un perfil personal.

En caso de disponer ya de un perfil personal en Facebook, se omitirá este punto 5.1.

En caso contrario, se introducirá en la barra de direcciones del navegador la siguiente dirección: [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

Se muestra en pantalla la página de inicio, que permite comenzar a crear el perfil de usuario:

**facebook**

Correo o teléfono  Contraseña

No cerrar sesión ¿Has olvidado tu contraseña?

**Registrarte**

Es gratis y lo será siempre.

**Fecha de nacimiento**

¿Por qué tengo que dar mi fecha de nacimiento?

Mujer  Hombre

Al hacer clic en Terminado, aceptas las Condiciones y que has leído la Política de uso de datos, incluido el Uso de cookies.

Crear una página para un personaje público, un grupo de música o un negocio.

Español (España) Català English (US) Français (France) Română Italiano Galego Deutsch Português (Brasil) العربية ...

Registrarte Entrar Móvil Buscar amigos Insignias Personas Páginas Lugares Juegos  
Lugares Información Crear anuncio Crear página Desarrolladores Empleo Privacidad Cookies Condiciones  
Ayuda

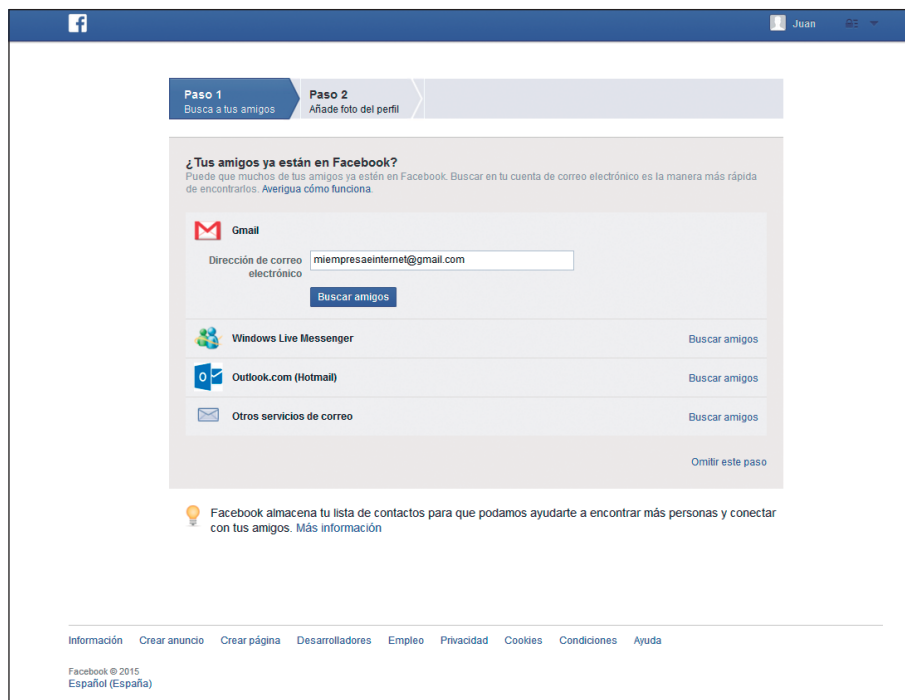
Facebook © 2015  
Español (España)

Creación de perfil de usuario

En primer lugar, se solicita una serie de datos personales que permiten crear el perfil de usuario. Dichos datos personales son:

- Nombre y apellidos.
- Dirección de correo electrónico.
- Contraseña (la elegida para el perfil en Facebook).
- Fecha de nacimiento.
- Sexo.

Una vez se han rellenado todos los datos personales correctamente, se hace clic sobre el botón *Terminado* y aparece la siguiente pantalla:



*Importación de contactos de otras cuentas de correo electrónico*

En este apartado, se ofrece la posibilidad de agregar como amigos a los contactos que se tengan en la cuenta de correo electrónico con la que se ha dado de alta el perfil de usuario, así como de vincular el perfil con otras cuentas de correo electrónico, importando los contactos de dichas cuentas de correo que dispongan de una cuenta de Facebook.

En la parte inferior derecha de la pantalla, aparece la opción de *Omitir este paso*, con lo cual no se agregaría ningún amigo (existe la posibilidad de hacerlo posteriormente).

Una vez se han terminado de agregar los amigos u omitir la posibilidad de hacerlo, se ofrece la posibilidad de agregar una imagen al perfil de usuario, tal y como indica la figura siguiente.



*Elección de imagen para el perfil de usuario*

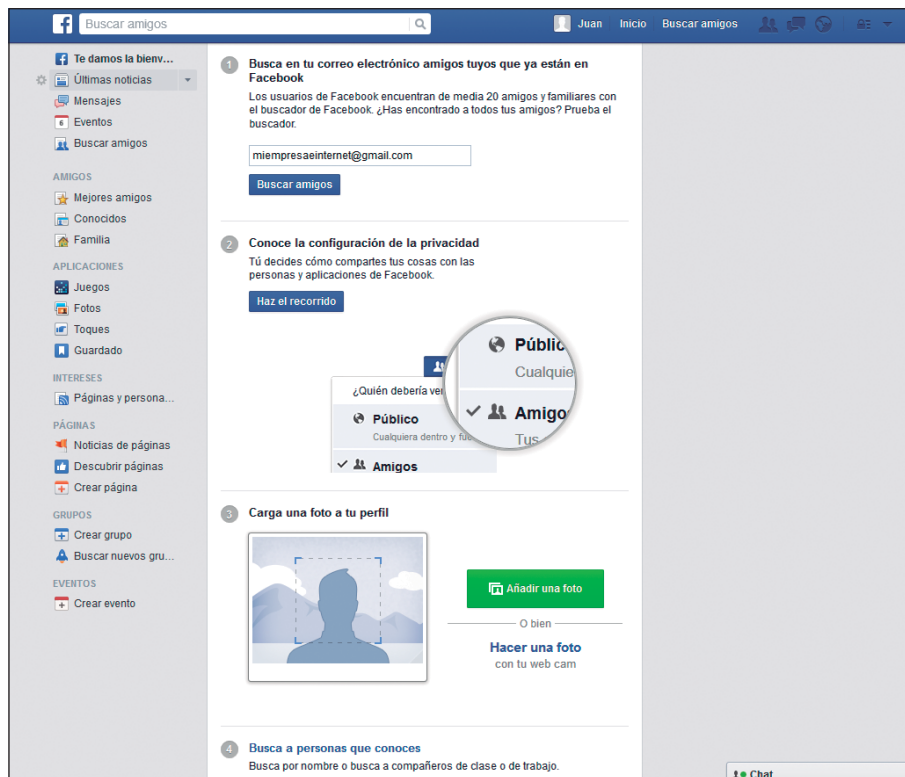


## Actividades

---

5. Vincule el perfil que está creando en Facebook con otras cuentas de correo electrónico, e importe los contactos de dichas cuentas para tener un mayor número de usuarios en el perfil.
- 

Ya se puede acceder al perfil de usuario, que ha sido creado y que permitirá vincular dicho perfil personal con la página de empresa, tal y como puede apreciarse en la figura siguiente.



*Página de perfil de usuario*



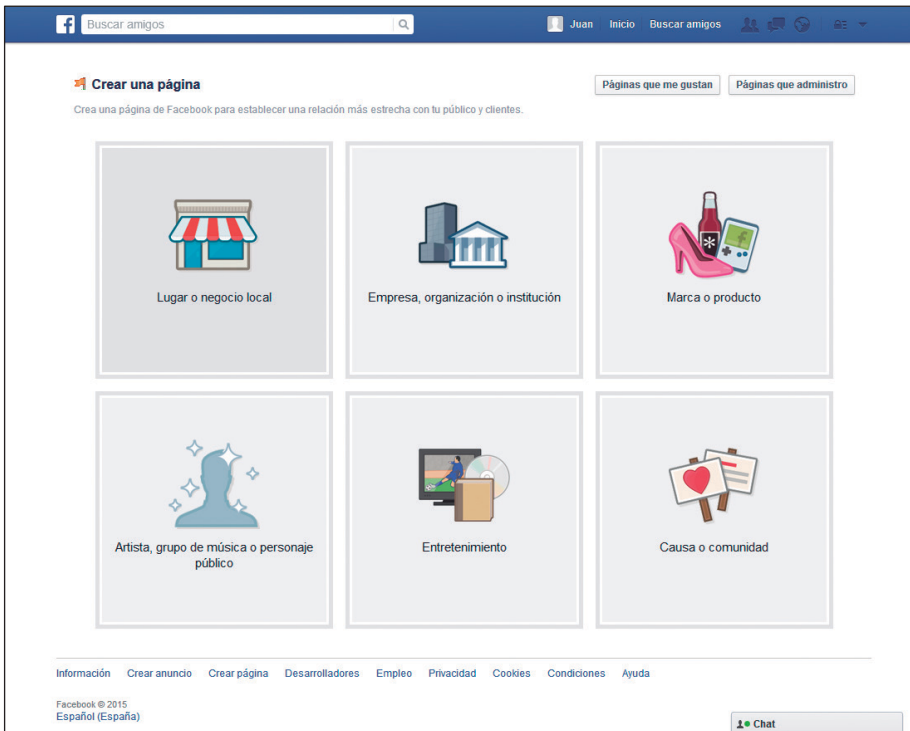
### Recuerde

La foto de perfil debe tener una dimensión de 180 × 180 píxeles, y siempre será pública.

## 5.2. Creación de perfil de empresa

Para crear la página de empresa, se accede al siguiente *link*:  
<http://es-es.facebook.com/pages/create.php>

Y, tal como se observa en la figura siguiente, se ofrece la posibilidad de crear diferentes tipos de página, dependiendo del uso que se le quiera dar.

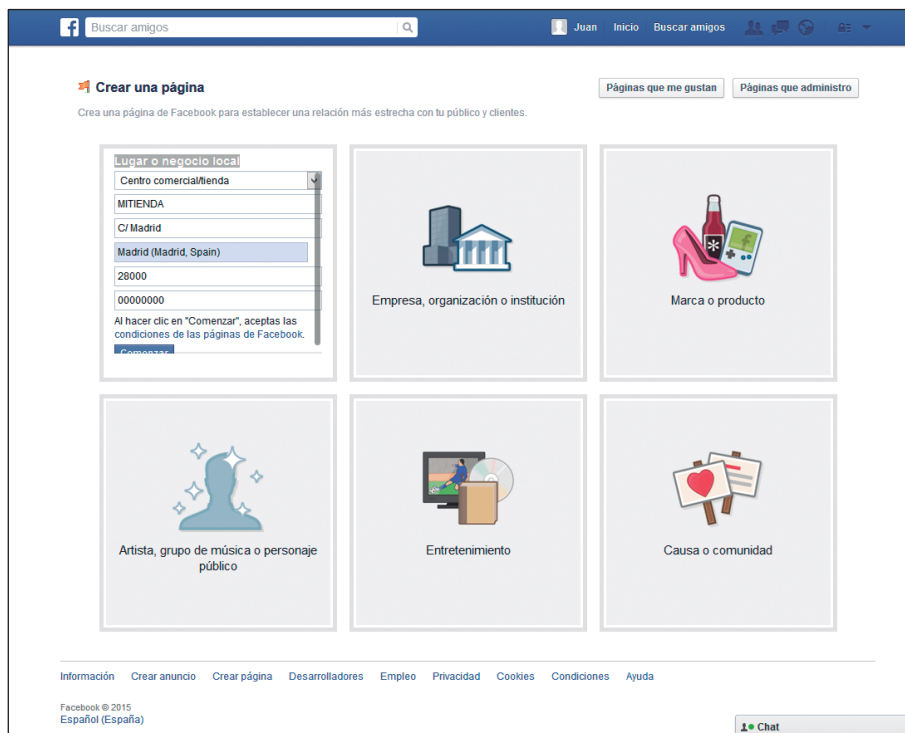


*Crear página de empresa*

Si fuera una empresa o negocio de tipo local, como en el caso del tipo de lector al que va dirigido este libro, se selecciona la primera opción, que aparece con el epígrafe *Lugar o negocio local*.

Aparecerá un desplegable que solicita una serie de datos de la empresa, tales como categoría, nombre del negocio, dirección, ciudad, código postal y teléfono.

Para realizar el proceso de alta, se han rellenado los diferentes campos con los siguientes datos, totalmente ficticios:



*Datos de la empresa cumplimentados*

Una vez se han cumplimentado debidamente todos los datos de la empresa, se hace clic en el botón *Comenzar*.



### Importante

Al hacer clic sobre el botón *Comenzar*, el creador de la página acepta las *Condiciones y Política de uso de datos* y la *Declaración de derechos y responsabilidades* que se aplican a todas las páginas de Facebook.

En este caso, se ha escrito el nombre del negocio en mayúsculas como **MITIENDA**, y Facebook recomienda que el nombre del negocio no se escriba todo en mayúsculas, por lo que aparece un mensaje de aviso, que sugiere el nombre **Mitienda**, tal y como aparece en la siguiente figura:

The screenshot shows the Facebook 'Crear una página' (Create a Page) interface. At the top, there is a search bar and navigation links for 'Juan', 'Inicio', and 'Buscar amigos'. Below this, the main heading is 'Crear una página' with a subtext: 'Crea una página de Facebook para establecer una relación más estrecha con tu público y clientes.' To the right of the heading are two buttons: 'Páginas que me gustan' and 'Páginas que administro'.

A prominent red error message box is displayed, stating: 'El nombre "MITIENDA" no es válido. Te sugerimos usar "Mitienda". Más información.' Below this message is a form for creating a page. The form is divided into several sections:

- Lugar o negocio local:** This section contains a dropdown menu set to 'Centro comercial/tienda', a text input field with 'Mitienda', another text input field with 'C/ Madrid', a dropdown menu set to 'Madrid (Madrid, Spain)', a text input field with '28000', and another text input field with '900000000'. Below these fields is a warning: 'Al hacer clic en "Comenzar", aceptas las condiciones de las páginas de Facebook.' followed by a 'Comenzar' button.
- Empresa, organización o institución:** Represented by an icon of a classical building.
- Marca o producto:** Represented by an icon of a red high-heeled shoe, a red bottle, and a smartphone.
- Artista, grupo de música o personaje público:** Represented by an icon of a person's silhouette with four small blue stars around it.
- Entretenimiento:** Represented by an icon of a television set and a CD/DVD.
- Causa o comunidad:** Represented by an icon of a red heart and two white cards on wooden sticks.

At the bottom of the page, there is a horizontal navigation bar with links: 'Información', 'Crear anuncio', 'Crear página', 'Desarrolladores', 'Empleo', 'Privacidad', 'Cookies', 'Condiciones', and 'Ayuda'.

*Mensaje de error por nombre incorrecto de la página*

Ya se han completado los datos solicitados para crear la página. Ahora se procederá a configurar la página del negocio, proceso que se realizará en cuatro pasos.

### Configurar Mitienda

1 Información   2 Foto del perfil   3 Añadir a favoritos   4 Llega a más personas

Añada categorías, una descripción y un sitio web para que mejore la clasificación de tu página en la búsqueda.  
Los campos marcados con un asterisco (\*) son obligatorios.

tienda de ropa para mujer; aquí iría una pequeña descripción de mi tienda o negocio; dirección web

Añade unas frases para contarle a los demás de qué trata tu página. De esta forma, se mostrará en los resultados de búsqueda adecuados. Puedes añadir más detalles más adelante en la configuración de la página.

Descripción breve sobre a qué se dedica mi negocio. En este caso, qué tipo de ropa se vende, para qué tipo de público, ciudad, etc. Máximo 155 caracteres. <sup>1</sup>

Sitio web, usuario de twitter, yelp...

¿Es Mitienda un establecimiento, una empresa o una sala real?  Sí  No  
Esto ayudará a que otras personas encuentren este establecimiento, negocio o instalación más fácilmente en Facebook.

¿Mitienda será la representación autorizada y oficial de este establecimiento, empresa o sala en Facebook?  Sí  No  
Es una declaración vinculante legalmente en relación con la autenticidad y la representación de esta página.

[¿Necesitas ayuda?](#)

Información básica del negocio

El primer paso para configurar la página de empresa consta de los siguientes apartados, tal y como puede verse en la figura anterior:

- Añadir categorías, breve descripción y un sitio web (si se tiene), para mejorar la clasificación de la página en la búsqueda. En este caso, se ha seleccionado una tienda, y como categoría se elige *Compras al por menor*.
- Describir en algunas frases de qué trata la página, para que, de esta forma, se aparezca en los resultados de búsqueda adecuados. Dicha descripción debe constar como máximo de 155 caracteres. Asimismo, se solicita información de un sitio web y de otras redes sociales, que permitan vincular los perfiles que se tienen en diferentes sitios web.
- Se pregunta si la página es para un establecimiento, empresa o sala real, con lo cual en este caso se seleccionaría *Sí*.
- Se pregunta si la página es la representación oficial y autorizada de la empresa en Facebook, y también en este caso habría que seleccionar la opción afirmativa.



## Aplicación práctica

---

**Está creando una página en Facebook de una empresa de mantenimiento que se dedica a realizar reparaciones a domicilio, por lo que el negocio no tiene una localización física a la que los clientes puedan acceder. ¿Qué tipo de perfil de empresa se adapta a sus necesidades? ¿Se le ocurren más casos por los que elegir este tipo de perfil?**

### SOLUCIÓN

Se tendría que elegir el perfil *Empresa, organización o institución*.

Además de en este caso (donde el negocio no tiene una localización en la cual los clientes puedan acceder para adquirir los productos o servicios), este perfil sería válido para cadenas o franquicias, las cuales no tienen una sola localización, y también si el negocio es una tienda *online*.

---

Se hace clic en el botón *Guardar información* y se pasa al siguiente apartado, en el que se solicita añadir la foto de perfil, para lo cual es aconsejable elegir una foto que identifique fácilmente la página con el negocio o empresa, tal y como se indicaba en un apartado anterior.

Se ofrece la posibilidad de subir la foto desde el ordenador o importarla desde un sitio web.

Una vez elegida la foto, se hace clic en *Guardar foto* y ya se tiene cargada la foto en el perfil de empresa. En el caso del ejemplo, no se ha seleccionado ninguna foto.



Foto de perfil



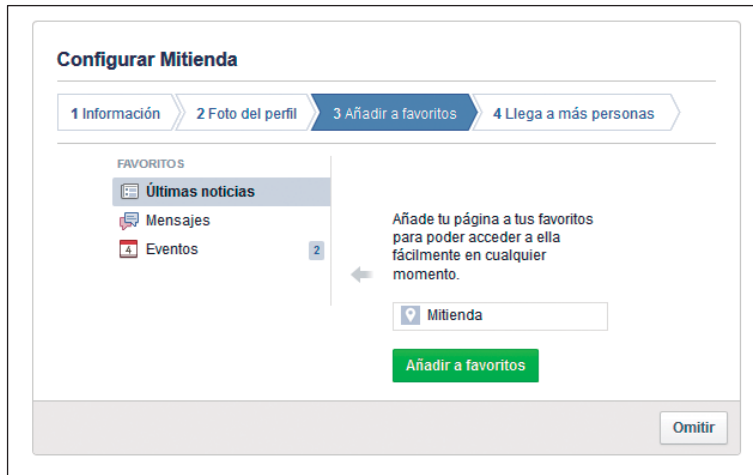
## Recuerde

---

Durante el proceso de configuración de la página de empresa, siempre existe la posibilidad de omitir el paso y complimentarlo en otro momento en el menú de Configuración. Para realizar esta acción, se debe hacer clic en Omitir.

---

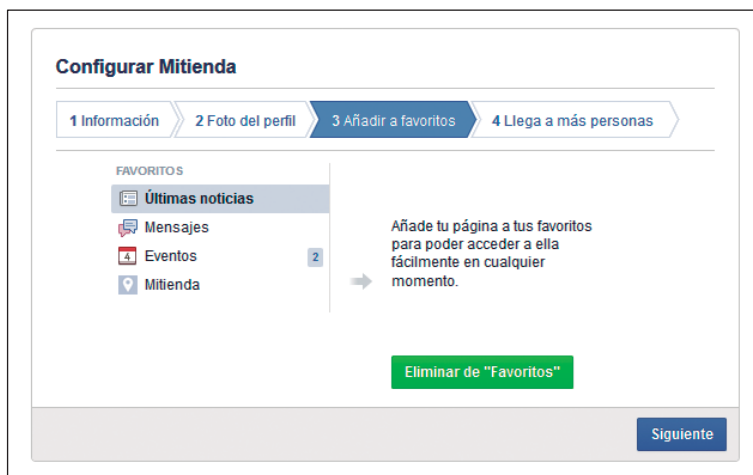
A continuación, se añadirá la página a favoritos, lo que permitirá acceder a ella fácilmente en cualquier momento. Para ello, se pulsará sobre el botón *Añadir a favoritos*.



*Añadir a favoritos*

Quando se ha hecho clic sobre el botón *Añadir a favoritos*, aparece la siguiente pantalla:

Se hace clic en el botón *Siguiente* y se llega al último apartado del proceso de configuración, en el cual se ofrece la posibilidad de añadir un método de pago para anunciarse en Facebook y, de este modo, dar a conocer la empresa a más gente.



*Añadido como favorito*



## Consejo

Se recomienda darse de alta en este servicio a aquellas empresas que quieran hacer una campaña de *marketing* en la red mediante el uso de redes sociales y destinen un presupuesto a dicho fin.

Posteriormente se comentará de forma breve esta opción, nombrando esta posibilidad sin entrar en profundidad, puesto que este apartado queda fuera del ámbito del manual.



Opción de añadir método de pago

Se omite este paso pulsando el botón *Omitir*, y con esto queda completado el proceso de configuración de la página.

Ya se puede acceder a la página de empresa, y en la página de inicio lo primero que aparece es la información general de la empresa o negocio. Aquí se seleccionará, si no se ha elegido anteriormente, la categoría más adecuada para la empresa, así como una subcategoría que facilite al resto de usuarios el encontrar la página.



Selección de categoría en página de información general



## Actividades

6. Cree su perfil de empresa en Facebook y enmárquela dentro de la categoría a la que pertenece.
7. Rellene todos los datos necesarios para darla de alta.
8. Visite varios perfiles en Facebook de empresas que pertenezcan al sector de la suya y fíjese en qué foto han seleccionado para el perfil de la página.
9. Seleccione una foto que represente al negocio y súbala como foto de perfil de empresa.

Una vez se ha seleccionado la categoría, se muestra la información general de la tienda que podrá ver el resto de usuarios. En este caso, al tratarse de una tienda, se selecciona la categoría de *Compras al por menor*.

Se hace clic sobre el botón *Guardar* y, como se puede observar en la figura posterior, aparece la breve descripción del negocio que se ha realizado

anteriormente en el proceso de configuración, así como la ubicación de la empresa por medio de un plano detalle.

### Acerca de Mitienda

#### Información general

Información de la página



C/ Madrid  
Madrid

900 00 00 00

Añadir horario

Añadir intervalo de precios

Añade tu sitio web

Descripción breve sobre a qué se dedica mi negocio. En este caso, qué tipo de ropa se vende, para qué tipo de público, ciudad, etc. Máximo 155 caracteres.

*Información general de la empresa*



### Consejo

---

Es importante rellenar todos los datos que aparecen, como por ejemplo: dirección, teléfono, el horario de apertura, el intervalo de precios de los productos o servicios que se ofrecen o la dirección del sitio web de la empresa.

---

Si se selecciona el botón *Información de la página*, se muestra toda la información referente al negocio o empresa.

**Acerca de Mitienda**

Información general

**Información de la página**

INFORMACIÓN DE LA PÁGINA	
Categoría	Negocio local: Centro comercial/tienda
Nombre	Mitienda
Subcategorías	Elige un máximo de tres subcategorías
Dirección web de Facebook	Introduce una dirección web de Facebook
Dirección	C/ Madrid, 28000 Madrid
Información de inicio	Se unió a Facebook
Horas	+ Introducir horario comercial
Descripción breve	Descripción breve sobre a qué se dedica mi negocio. En este caso, qué tipo de ropa se vende, para qué tipo de público, ciudad, etc. Máximo 155 caracteres.
Créditos	Introducir créditos de la página
Descripción larga	Escribe una descripción larga de tu página
Precios	+ Introduce el intervalo de precios
Aparcamiento	+ Introducir tipo de estacionamiento disponible
Teléfono	900000000
Correo electrónico	Introduce tu dirección de correo electrónico
Sitio web	Introduce tu sitio web
Página oficial	Indica la marca oficial, el personaje público o la organización de la que trata tu página
Identificador de página de Facebook	1553356384905666

Información de la página

Como se puede observar en la figura de arriba, se muestra la siguiente información de la página:

- **Categoría:** la categoría de Facebook que más se adapte a las características de la empresa. En el ejemplo es *Negocio local: Centro comercial/tienda*.
- **Nombre:** el nombre de la página. En el ejemplo: *Mitienda*.
- **Subcategorías:** se pueden seleccionar hasta tres subcategorías para especificar más el tipo de negocio.

- *Dirección web de Facebook*: se ofrece la posibilidad de crear una dirección web personalizada para la página, que facilitará la tarea de promocionar la presencia en Facebook.

Se aconseja crear esta dirección personalizada. Para ello, se hace clic sobre el enlace *¿Quieres crear una dirección web para esta página?*

Si se está trabajando desde el perfil personal, se podrá continuar con el proceso. Sin embargo, si se está trabajando desde el perfil de empresa, se muestra el siguiente mensaje, que requiere entrar a la aplicación con el perfil de usuario.



Creación de una dirección web de Facebook

Se hace clic sobre el botón *Continuar como [nombre de usuario]* y la aplicación solicitará un número de móvil para que se envíe un SMS para la verificación del usuario.



Solicitud de número de móvil para la creación de una dirección web de Facebook

Se hace clic sobre el botón *Continuar* y se muestra en pantalla una ventana emergente, en la que se solicita que se introduzca el número de móvil. Ofrece la posibilidad de recibir un SMS o una llamada telefónica.

Antes de elegir un nombre de usuario tienes que verificar tu cuenta.  
Si tienes un teléfono móvil en el que puedes recibir SMS, puedes hacer la verificación a través del teléfono móvil. Si no, por favor intenta registrar tu nombre de usuario en otro momento.

Continuar

Crear página Desarrolladores Empleo Privacidad Cookies Condiciones Ayuda

**Confirma tu número de teléfono**

Código del país **España (+34)**

Número de teléfono

Confirmar el número de la siguiente forma  
 Enviándome un SMS  
 Llamándome por teléfono

Ve a tu biografía para elegir con quién quieres compartir tu número de teléfono. Para obtener más información sobre cómo se usa la información de tu biografía, visita nuestra Política de privacidad.

Continuar Cancelar

*Introducción de número de móvil para crear la dirección web de Facebook*

Se introduce el número de teléfono y se hace clic sobre *Continuar*. Aparece otra ventana emergente, en la cual, por motivos de seguridad, se solicita la contraseña con la que se accede a la cuenta de Facebook.

Por favor, vuelve a introducir tu contraseña

 **Juan Pérez**

Por tu seguridad, tienes que volver a introducir tu contraseña para continuar.

Contraseña:

¿Olvidaste tu contraseña?

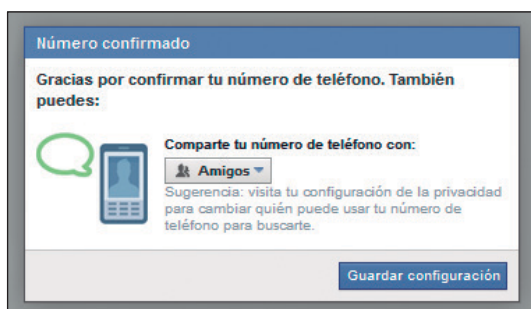
Cancelar Enviar

*Solicitud de contraseña de usuario*

Una vez introducida la contraseña, se pulsa el botón *Enviar* y aparecerá un mensaje en pantalla que solicita el código de confirmación que habrá llegado al teléfono anteriormente facilitado.

Se introduce dicho código de confirmación y se hace clic sobre el botón *Confirmar*.

A continuación, se muestra una ventana emergente en la que se ofrece la posibilidad de hacer público este número de teléfono, de compartirlo con los amigos o de mantenerlo en privado.



*Compartir número de teléfono*



### Nota

---

Si se ha usado un número de teléfono de empresa o se desea que todo aquel que tenga ese número de teléfono tenga la posibilidad de hacerse automáticamente fan de la página, se elija la opción de *Público* o *Amigos*. En caso de haber elegido un número de teléfono que se quiera mantener como privado, se seleccionará la opción *Solo yo*.

---

Se elige la opción que se desee y se pulsa sobre *Guardar configuración*.

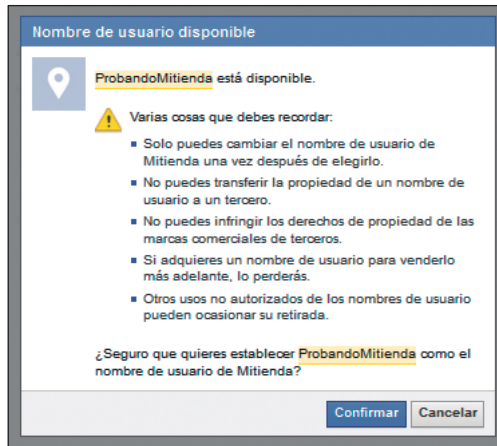
Se muestra en pantalla la siguiente ventana, en la que se crea la dirección web que permitirá dirigir fácilmente a los usuarios a la página de empresa.

The screenshot shows the Facebook user interface. At the top, there is a search bar with the text 'Buscar amigos' and a profile picture of 'Juan'. Below the search bar, a dialog box titled 'Crea tu dirección web de Facebook' is displayed. The dialog contains the following text: 'Elige un nombre de usuario para dirigir fácilmente a tu página. Después de elegir un nombre, solo podrás cambiarlo una vez.' Below this text, there is a dropdown menu for 'Página:' with 'Mitienda' selected. Underneath, there is a text input field for 'Dirección web de Facebook:' containing the URL 'www.facebook.com/ProbandoMitienda'. To the right of the input field is a blue button labeled 'Comprobar disponibilidad'. Below the dialog box, there is a link: 'Más información acerca de los nombres de usuario de Facebook.' At the bottom of the page, there is a navigation bar with links: 'Información', 'Crear anuncio', 'Crear página', 'Desarrolladores', 'Empleo', 'Privacidad', 'Cookies', 'Condiciones', and 'Ayuda'. In the bottom left corner, it says 'Facebook © 2015' and 'Español (España)'.

*Elección de nombre para la página de Facebook*

Se elige la dirección web para la página y se hace clic sobre el botón *Comprobar disponibilidad*. En caso de estar ya ocupada la dirección web que se elija para la página, aparecerá un mensaje de error, solicitando otra dirección.

Una vez que se ha seleccionado una dirección correcta, se muestra la siguiente ventana emergente, confirmando que el nombre de usuario elegido está disponible y en la que se recuerda una serie de requisitos para el establecimiento del nombre de usuario elegido como página de la empresa.



Confirmación del nombre de usuario

Entre estos requisitos, cabe destacar los siguientes:

- Sólo se puede cambiar el nombre de usuario una vez después de elegirlo.
- No se puede transferir la propiedad de un nombre de usuario a un tercero, ni infringir los derechos de propiedad de las marcas comerciales de terceros.
- Quedan prohibida la venta del nombre de usuario y otros usos no autorizados, que ocasionarán su retirada.

Se hace clic sobre el botón *Confirmar* y, con esto, finaliza el proceso de elección de nombre de usuario para la dirección web de Facebook de la página de empresa.



Nombre de usuario elegido

Como puede observarse en el ejemplo, la dirección web en este caso sería: [www.facebook.com/ProbandoMitienda](http://www.facebook.com/ProbandoMitienda)

- *Dirección*: la ubicación física de la empresa o negocio.
- *Información de inicio*: se puede elegir el tipo de información que aparece en la página de inicio:
  - Nacimiento.
  - Fundación.
  - Se inició.
  - Se abrió.
  - Fecha de creación.
  - Lanzamiento.
- *Horas*: el horario comercial del negocio.
- *Descripción breve*: para describir brevemente a qué se dedica la empresa.
- *Créditos*: este apartado no es necesario en España.
- *Descripción larga*: una descripción más extensa y completa sobre a qué se dedica la empresa o el negocio y la información que se quiere mostrar a los seguidores y al resto de usuarios.
- *Precios*: intervalo de precios de los productos o servicios que ofrece el negocio.
- *Aparcamiento*: el tipo de estacionamiento disponible.
- *Teléfono*: teléfono de la empresa.
- *Correo electrónico*: correo electrónico de la empresa. No es obligatorio que sea el correo con el que se ha dado de alta la página.
- *Sitio web*: el sitio web de la empresa o negocio.
- *Página oficial*: sitio web oficial de la empresa o negocio.
- *Identificador de página de Facebook*: código interno de Facebook para identificar la página.



## Actividades

---

10. Enumere, al menos, dos requisitos que exija Facebook para confirmar la creación de una dirección web para la página de empresa.
  11. Enumere todos los datos que se deben introducir en Información de la página de empresa.
  12. Rellene todos los datos en Información de la página de su negocio en Facebook.
- 

## 6. Personalización de la página de empresa

En el apartado anterior, se ha visto cómo crear la página de empresa a partir de un perfil de usuario personal. En este apartado se explicarán las tareas básicas que se pueden realizar en la página de empresa y su personalización.

Para acceder a la página de empresa una vez se ha creado el perfil, se seguirán los siguientes pasos:

- Se introduce en la barra de direcciones la *URL*: [www.facebook.com](http://www.facebook.com).
- Se accede al perfil de usuario con el correo electrónico y la contraseña con la que se dio de alta la página de empresa. Se hace clic sobre el botón *Entrar*.

facebook

Correo o teléfono  
mpresainet@gmail.com

Contraseña  
\*\*\*\*\*

Entrar

No cerrar sesión

[¿Has olvidado tu contraseña?](#)

¿Vas a salir? Sigue en contacto  
Visita facebook.com en tu móvil

Descubre Facebook Móvil

## Regístrate

Es gratis y lo será siempre.

Nombre

Apellidos

Correo electrónico o número de móvil

Vuelve a introducir el correo electrónico o el nú...

Contraseña nueva

Fecha de nacimiento

Día  Mes  Año

[¿Por qué tengo que dar mi fecha de nacimiento?](#)

Mujer  Hombre

Al hacer clic en Regístrate, aceptas las [Condiciones](#) y confirmas que has leído nuestra [Política de datos](#), incluido el [Uso de cookies](#).

**Regístrate**

[Crea una página](#) para un personaje público, un grupo de música o un negocio.

Español (España) Català English (US) Français (France) Română Italiano Galego Deutsch Português (Brasil) العربية ...

Regístrate Entrar Móvil Buscar amigos Insignias Personas Páginas Lugares Juegos  
Lugares Información Crear anuncio Crear página Desarrolladores Empleo Privacidad Cookies Condiciones  
Ayuda

Facebook © 2015  
Español (España)

Accediendo a la cuenta

- Se selecciona la página de empresa creada, haciendo clic en la parte superior derecha de la pantalla, tal y como se muestra en la figura. En el apartado *Usar Facebook como*, se selecciona el nombre de la página de empresa (en el ejemplo, *Mitienda*).



Accediendo a la página de empresa

De esta forma, ya se accede a la página de empresa en su página de inicio. Tal y como se muestra en la figura, en este caso, se solicita que se añadan una foto de perfil y una foto de portada, puesto que no se han añadido anteriormente. Es muy importante que la elección de estas fotos sea representativa de la empresa.



### Nota

Siempre que se quiera acceder a la página de empresa, se hará a través del perfil de usuario al que esté vinculada la página.

Como se puede observar en la parte superior de la página, justo debajo de donde aparece el nombre de la misma, aparece un menú con cinco apartados:

- Página.
- Actividad.
- Configuración.

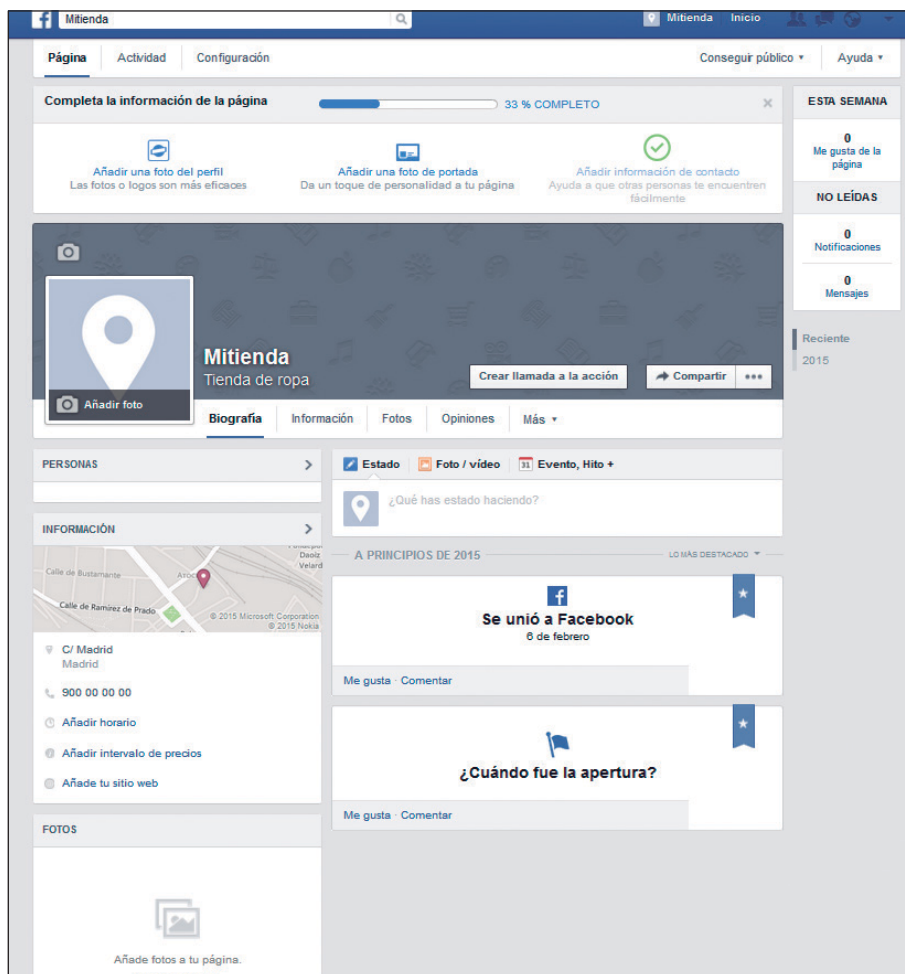
- Conseguir público.
- Ayuda.

A continuación, se procederá a explicar cada uno de estos apartados, especificando qué se puede hacer en cada uno de ellos.

### **Página**

Se subdivide en cinco apartados:

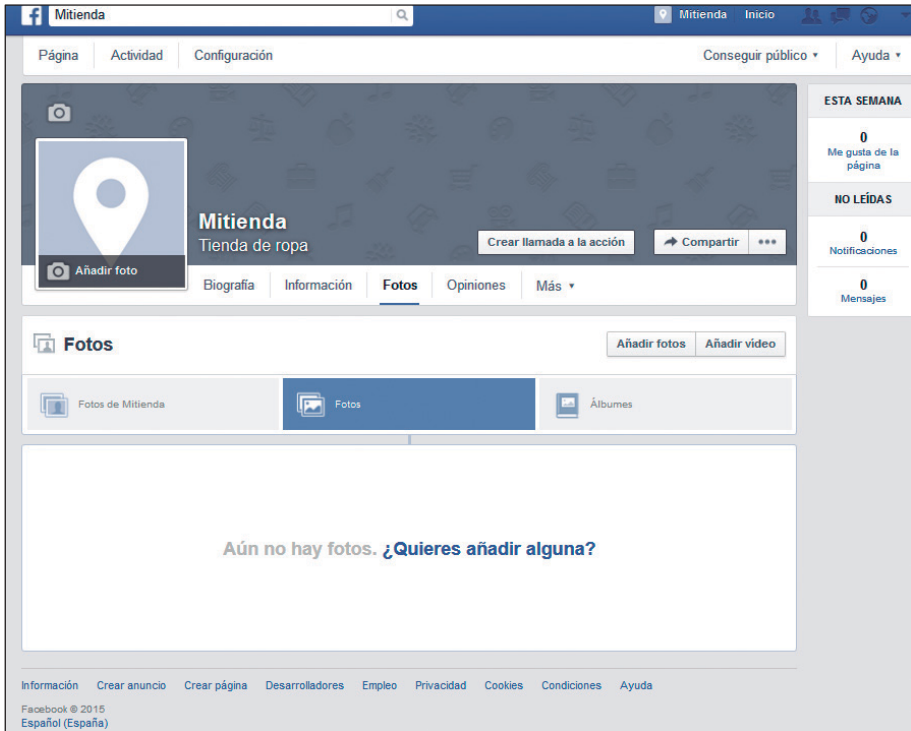
- **Biografía:** es una imagen de la empresa en Facebook. Aquí aparece la información acerca de cuándo se unió el usuario a Facebook y cuándo se creó la página. Conforme se vaya añadiendo información (fotos, vídeos, publicaciones, etc.), aparecerá en esta página.



Página de empresa. Biografía

- **Información:** como se comentó en el apartado anterior, se subdivide en *Información de la empresa* e *Información de la página*.
- **Fotos:** Tal y como puede apreciarse en la siguiente figura, se subdivide en tres apartados:
  - *Fotos de la página:* aquí aparecerán las fotos que se vayan subiendo a la página.

- **Fotos:** en este caso, no se han añadido fotos, y se ofrece la posibilidad de añadir alguna. Tal y como se ve en la figura, se pueden añadir fotos o vídeos.
- **Álbumes:** se pueden crear álbumes de fotos referentes a un tema concreto y tenerlas agrupadas.



Página de empresa. Fotos



## Ejemplo

Una empresa dedicada a la decoración del hogar puede agrupar sus fotos en diferentes álbumes: ropa de cama, almacenaje para baños, accesorios para interiores, textiles, etc.

## Promoción de la empresa en internet y redes sociales



*Página de empresa. Opiniones*

- **Opiniones:** Aquí aparecerán las opiniones que realice el resto de usuarios sobre la página de empresa.



*Página de empresa. Otros apartados*

- **Más:** en este apartado, se agrupa el resto de campos que componen la página de empresa. Si se hace clic sobre el enlace *Más*, aparecerá un desplegable con los siguientes campos:

- *Me gusta*: aquí aparecerá el número de usuarios que han seleccionado la opción *Me gusta* en los contenidos de la página. Cuantos más *Me gusta* reciban los contenidos de la página, más visibilidad tendrá.
- *Videos*: aparecerán los vídeos que se hayan subido a la página.
- *Administrar pestañas*: permite cambiar el orden en que se muestran los apartados expuestos de la página de inicio.



Actividad. Notificaciones



## Nota

Los apartados que aparecen en la página de inicio de empresa se pueden cambiar según quiera el administrador. Siempre aparecerán cuatro apartados en pantalla.

## Actividad

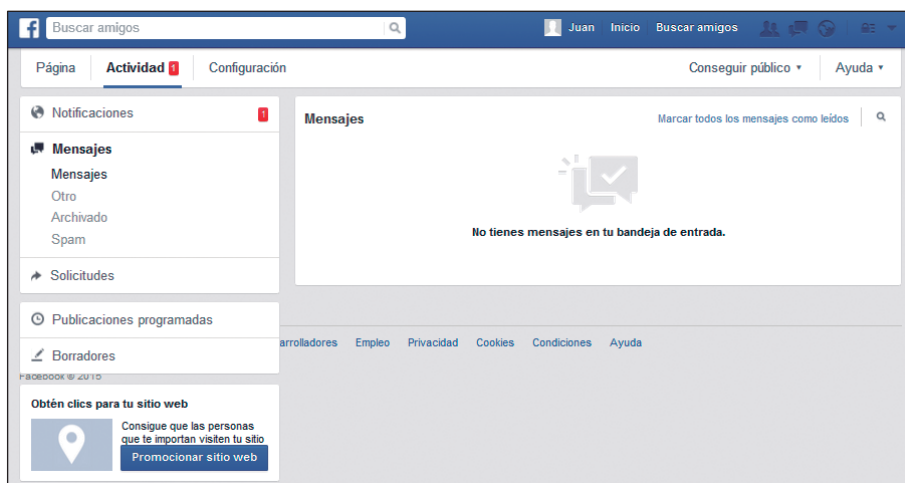
Este apartado se subdivide en cinco subapartados, tal y como puede observarse en el menú de la izquierda de la siguiente figura.

- **Notificaciones:** aquí se notificarán los *Me gusta* recibidos y otro tipo de información que sea de interés. En la parte superior derecha del menú, también podrán verse las notificaciones para las solicitudes de amistad y los mensajes y el resto de notificaciones, que aparecerán sobre el icono del globo.

Si se tienen notificaciones pendientes, aparecerá un pequeño icono con el número de notificaciones nuevas que se han recibido.

- **Mensajes:** en este apartado se podrán ver todos los mensajes que se han recibido en la cuenta, ya sean privados, públicos o por correo electrónico, etc.

Se pueden almacenar y organizar de igual manera que en un servidor de correo tradicional.



Actividad. Mensajes

- **Solicitudes:** apartado donde se registran las solicitudes de amistad recibidas.

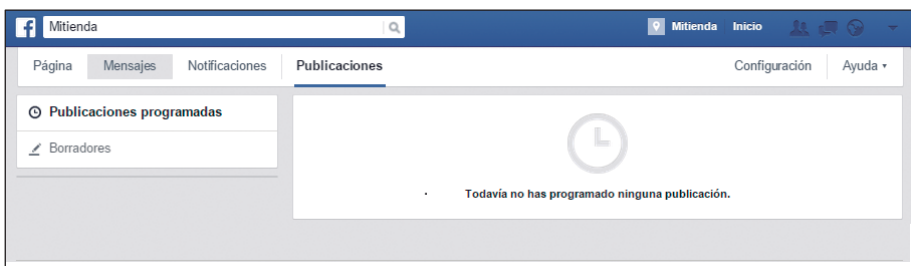


Actividad. Solicitudes

- **Publicaciones programadas:** Facebook permite la opción de editar, publicar o eliminar publicaciones.

Estas publicaciones pueden ser editadas por el administrador o administradores de la página.

También se puede promocionar el contenido en el momento de publicarlo, de forma que aparezca en la parte superior de la sección de noticias. Este servicio tiene un coste, que dependerá del número de personas a las que se quiera llegar.



Actividad. Publicaciones programadas



## Actividades

13. Enumere los pasos a seguir para acceder a la página de empresa de Facebook.
14. Añada varias fotos de los productos o servicios que ofrece su negocio y clasifíquelas dentro de álbumes.
15. Recuerde qué es una página de empresa.

- **Promocionar sitio web:** tal y como puede observarse en las figuras anteriores, este último botón aparece en la parte izquierda de la página.

Se trata de una opción que ofrece Facebook de crear anuncios de forma rápida, que aparecerán en la sección de noticias y en la columna del lateral derecho de Facebook. Dicho servicio tendrá un coste, por lo que se recomienda para aquellas empresas o negocios que quieran invertir una cantidad de dinero en promocionar su negocio en esta red social.

Promocionar página o sitio web

A continuación se detallarán brevemente los pasos necesarios para crear anuncios a través de Facebook y, de esta forma, promocionar la página.



## Nota

También se puede acceder a la creación de anuncios y a la promoción del sitio web a través del enlace *Crear anuncios*, en el menú de la esquina superior derecha de la página de empresa.

### 1. Elegir objetivo publicitario.

**Anúnciate en Facebook**

PASO 1: CREA TU CAMPAÑA

**Elige el objetivo de tu campaña** [Ayuda: selección de un objetivo](#)

- Promocionar tus publicaciones
- Promocionar tu página**
- Atraer personas a tu sitio web
- Aumentar las conversiones en tu sitio web
- Aumentar las instalaciones de tu aplicación
- Incrementar la interacción en tu aplicación
- Aumentar los asistentes a tu evento
- Conseguir que las personas soliciten tu oferta
- Aumentar las reproducciones de vídeo

**Me gusta de la página**  
Conecta a más personas con tu página.

Mitienda

**Continuar**

*Elegir objetivo publicitario para la campaña*

En primer lugar, se define el objetivo de la campaña, entre las siguientes opciones:

- *Promocionar tus publicaciones*: el objetivo es interactuar con la publicación de la página para promocionar la publicación.
- *Promocionar tu página*: el objetivo son las personas a las que le gusta la página, para promocionarla.
- *Atraer personas a tu sitio web*: el objetivo es el número de clics en el sitio web, para enviarlas al mismo.
- *Aumentar las conversiones de tu sitio web*: el objetivo es atraer las personas al sitio web para que realicen una opción concreta, como por ejemplo, suscribirse a un boletín.
- *Aumentar las instalaciones de tu aplicación*: el objetivo es atraer clientes a que puedan comprar una determinada aplicación que se quiera promocionar.
- *Incrementar la interacción en tu aplicación*: el objetivo es conseguir que más personas usen la aplicación.
- *Aumentar los asistentes a tu evento*: el objetivo es promocionar un evento en Facebook, para que más personas asistan al mismo.
- *Conseguir que las personas soliciten tu oferta*: se realizan ofertas o descuentos puntuales que las personas pueden usar en el negocio o establecimiento.
- *Aumentar las reproducciones de vídeo*: de esta forma, se promocionan vídeos de lanzamiento de productos, o cualquier tema que se quiera destacar del negocio, para impulsarlo.



### Nota

---

Para poder promocionar una oferta se necesitan, al menos, cincuenta Me gusta en la página.

---

Dependiendo del tipo de campaña que se quiera realizar, se elegirá un objetivo u otro. Para el usuario de este libro, se recomiendan las tres primeras opciones, o también las de *Aumentar los asistentes a un evento* o *Conseguir que las personas soliciten tu oferta*, puesto que serían buenas formas de promocionar el negocio a través de esta red social.

2. **Crear anuncio.** Definir el texto y la imagen del anuncio. Conforme se vaya creando, se verá una vista previa del mismo.
3. **Elegir el público.** Se identifica el tipo de público objetivo idóneo para la campaña o anuncio. Se puede elegir por sexo, edad, lugar, aficiones, etc.
4. **Seleccionar el conjunto de anuncios, la campaña, el presupuesto y el calendario.** En este apartado, se eligen el nombre de la campaña y el conjunto de anuncios que la componen.

También se selecciona el presupuesto a gastar en la campaña, que dependerá, por una parte, de la cantidad de público al que vaya dirigida la campaña, y por otra parte, se puede elegir entre un presupuesto diario o por un determinado período de tiempo.

5. **Elegir cómo pujar por los anuncios.** Se elige si se desea pujar por clics o por impresiones.

La diferencia está en que la puja por clics (CPC) se refiere al coste por clic (que incluye los comentarios, los *Me gusta* y las veces que se comparte el contenido). Si se paga por clic, Facebook publicará los anuncios entre las personas que se hayan definido entre el público objetivo.

Por su parte, la puja por impresiones CPM, se refiere al coste por mil impresiones.



### Nota

---

Puede llevar el control del rendimiento de sus anuncios en el *Administrador de anuncios*; así, podrá tomar decisiones más acertadas sobre a qué dedicar su presupuesto, mejorar los resultados y aumentar el retorno de la inversión en publicidad.

---



## Aplicación práctica

---

Dispone de una peluquería de señoras especializada en tintes y coloración. Su objetivo publicitario es dar mayor difusión local, para llegar a las personas que se encuentren cerca del negocio. ¿Qué información sería imprescindible rellenar para identificar el tipo de público objetivo para su anuncio?

### SOLUCIÓN

Sería necesario marcar la opción *Mujeres*, puesto que se trata de una peluquería para señoras; y es imprescindible añadir la dirección del negocio, para que llegue a personas que se encuentren cerca de él, tal y como marca el objetivo publicitario.

---

## Configuración

En este apartado, se puede editar y definir toda la configuración de la página. Se trata de su panel de control, en el que el administrador o los administradores deberán perfilar las diferentes opciones, según crean conveniente.

The screenshot shows the Facebook page configuration interface for a page named 'Mitienda'. The interface is in Spanish and features a navigation bar at the top with 'Página', 'Actividad', and 'Configuración' tabs. The 'Configuración' tab is active, displaying a list of settings on the left and a table of configuration options on the right. The settings on the left include 'General', 'Información de la página', 'Atribución de publicación', 'Notificaciones', 'Roles de página', 'Aplicaciones', 'Modificaciones sugeridas', 'Destacado', 'Móvil', 'Usuarios bloqueados', and 'Registro de actividad'. The configuration table on the right lists various settings such as 'Visibilidad de la página', 'Autorización para publicar', 'Segmentación y privacidad de publicaciones', 'Mensajes', 'Autorización para etiquetar', 'Restricciones de país', 'Restricciones de edad', 'Moderación de la página', 'Filtro de groserías', 'Sugerencias de páginas parecidas', 'Clasificación de comentarios', 'Fusionar páginas', and 'Eliminar página'. Each setting includes a description and an 'Editar' (Edit) button.

Configuración	Estado	Acción
Visibilidad de la página	Página publicada	Editar
Autorización para publicar	Cualquiera puede publicar en la biografía de mi página Cualquiera puede añadir fotos y vídeos a la biografía de mi página	Editar
Segmentación y privacidad de publicaciones	La segmentación y la privacidad de las publicaciones están desactivadas para mi página	Editar
Mensajes	Otras personas se pueden poner en contacto con mi página de forma privada.	Editar
Autorización para etiquetar	Solo las personas que ayudan a administrar mi página pueden etiquetar las fotos publicadas en ella.	Editar
Restricciones de país	La página es visible para todos.	Editar
Restricciones de edad	La página se muestra a todos.	Editar
Moderación de la página	No se bloquea ninguna palabra de la página.	Editar
Filtro de groserías	Desactivada	Editar
Sugerencias de páginas parecidas	Elige si quieres que se recomiende tu página a otras personas	Editar
Clasificación de comentarios	La clasificación de comentarios está activada en mi página.	Editar
Fusionar páginas	Fusionar las páginas duplicadas	Editar
Eliminar página	Eliminar tu página	Editar

At the bottom of the page, there are links for 'Información', 'Crear anuncio', 'Crear página', 'Desarrolladores', 'Empleo', 'Privacidad', 'Cookies', 'Condiciones', and 'Ayuda'. The footer includes 'Facebook © 2015' and 'Español (España)'.

Configuración de la página

Se divide en los siguientes campos o apartados:

- **General:** aquí se pueden configurar todos los aspectos referentes a la visibilidad de la página, las personas que pueden publicar, quién puede ponerse en contacto con la página, las restricciones, filtro de groserías, etc.
- **Información de la página:** este apartado actualmente está desactivado, y puede accederse a él a través de la pestaña *Información*.
- **Atribución de publicación:** puede definirse a quién se atribuyen las diferentes publicaciones que se realicen. En este caso, se atribuyen a la propia página de empresa.
- **Notificaciones:** se elige cuándo y sobre qué temas se recibirán las notificaciones, ya sea en el propio Facebook o a través del correo electrónico.
- **Roles de página:** aquí se pueden definir las diferentes funciones que realicen las diferentes personas que trabajen en la página: una como administrador, otra como editor, etc.



## Sabía que...

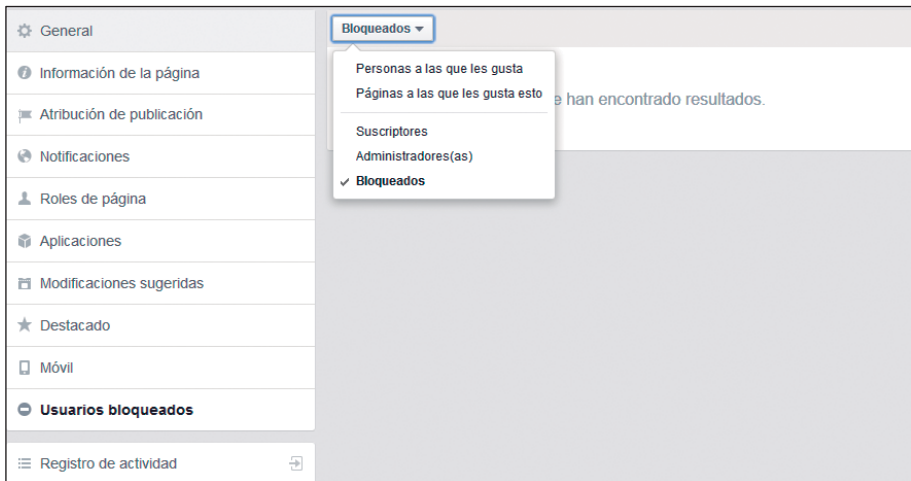
---

Existen cinco tipos diferentes de roles para las personas que administran páginas (administrador, editor, moderador, anunciante y analista). Los administradores son los únicos que pueden cambiar el rol de una persona.

---

- **Aplicaciones:** se sugieren algunas aplicaciones que ofrece Facebook, como *Eventos*, que resulta muy interesante de cara a organizar actos o eventos a los cuales se quiere invitar a los seguidores de la página, o también *Notas*, que permite hacer una especie de *blog*, de modo que los fans de la página puedan seguirlo.
- **Modificaciones sugeridas:** es una opción muy interesante de cara a la interacción con el resto de usuarios, puesto que este apartado permite gestionar las sugerencias que envíe el público de la página para mejorar su información.
- **Destacado:** aquí se puede ver un listado de otras páginas sobre las que se haya hecho clic en el botón *Me gusta* y que se hayan destacado.
- **Móvil:** en este apartado se nombran tres formas diferentes de acceder a la aplicación: mediante móvil, mediante iPhone y mediante el correo electrónico para móvil (pero esta última funcionalidad no permite subir fotos o crear publicaciones).
- **Usuarios bloqueados:** se puede ver una lista de usuarios con las siguientes características:
  - *Bloqueados:* personas o páginas que no se quiere que puedan realizar ninguna actividad en la página ni acceder al perfil.
  - *Personas a las que les gusta:* personas que han hecho clic en *Me gusta* en la página de empresa.

- *Páginas a las que les gusta esto*: exactamente igual que en el apartado anterior, pero en este caso páginas, en lugar de personas.
- *Suscriptores*: aparecerán todas las personas que se hayan suscrito a la página.
- *Administradores(as)*: una relación de los administradores de la página.



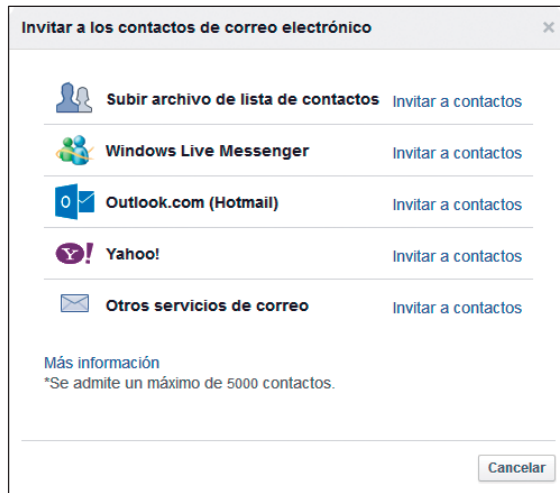
*Usuarios bloqueados*

- **Registro de actividad**: aquí se tiene acceso a toda la actividad de la página, dividiendo la información que se ha publicado, los eventos, etc.

## Conseguir público

Si se selecciona esta opción, se abrirá un desplegable con tres apartados diferentes:

- **Invitar a los contactos de correo electrónico**: cuando se hace clic en este enlace, se abre una ventana emergente en la que se da la opción de invitar a los contactos de diferentes cuentas de correos electrónicos, tal y como se muestra en la figura.



Invitar a contactos de correo electrónico

- **Promocionar sitio web:** es otra forma de acceder al apartado que permite promocionar el sitio web, que ya ha sido explicado anteriormente.
- **Usar el administrador de anuncios:** es el lugar donde se gestionan los anuncios de Facebook. En él se podrá ver un completo resumen de las campañas y anuncios que se han publicado y del gasto asociado a cada una de ellas.

Administrador de anuncios

Inicio Crear anuncio

Todas las campañas

Notificaciones Gasto diario ? Ver la actividad de facturación

No tienes notificaciones. No has tenido ningún gasto en los últimos 5 días

6 de febrero de 2015 - 5 de marzo de 2015

Campañas Conjuntos de anuncios Anuncios Todas excepto las eliminadas Editar campañas Ver informe Ver historial 0 resultados

Estado ?	Nombre de la campaña ?	Entrega ?	Resultados ?	Coste ?	Alcance ?	Gasto de hoy ?	Gasto total ?	Fecha de inicio ?	Fecha de finalización ?
----------	------------------------	-----------	--------------	---------	-----------	----------------	---------------	-------------------	-------------------------

Administra tus anuncios

No has creado ninguna campaña. Cuando creas una campaña y está activa, puedes realizar el seguimiento de su rendimiento desde aquí. Si todavía no has empezado a anunciarte, crea un anuncio ahora.

[Crear anuncio](#)

0 resultados

Administrador de anuncios

## Ayuda

Haciendo clic en este enlace, se puede acceder a la completa ayuda de Facebook, que permite cuatro opciones diferentes: hacer la búsqueda por temas, enviar un comentario, acceder al foro o hacer un recorrido por las principales funcionalidades de la página, explicando cada una de ellas.



## Actividades

---

16. Visite algunos anuncios en Facebook e identifique el objetivo que persiguen dichas campañas publicitarias.
  17. Cree una campaña para su negocio cuyo objetivo sea el de promocionar su página.
  18. Modifique la privacidad de su página de Facebook para permitir al mayor número de usuarios el acceso a ella.
- 

## 7. Consejos y sugerencias para promocionar la página de empresa

Uno de los objetivos al crear una página de empresa en Facebook, tal y como se ha visto anteriormente, es su uso como herramienta de *marketing*, de forma que se mantengan un vínculo y una forma directa de información con los clientes y, por otra parte, la posibilidad de hacer visible el negocio para un público potencial.

A continuación, se recomiendan una serie de consejos y medidas a realizar para que la página de empresa tenga éxito, es decir, para que su visibilidad y su viralidad aumenten:

- **Publicar regularmente y mantener actualizada la página.**

Esta es la regla de oro de las redes sociales. En la medida de lo posible, intentar mantener actualizada y publicar regularmente en la página de empresa. Una página no actualizada o en la que nunca se publique nada puede influir, en lugar de positivamente, negativamente en el negocio, porque de cara al usuario o posible cliente, se tratará de algo “muerto”.

■ **Configuración de la privacidad.**

Este aspecto es muy importante de cara al éxito de la página de empresa. Se trata de permitir al mayor número de usuarios que interese el acceso a los diferentes contenidos de la página.



**Consejo**

---

Hay que tener especial cuidado si se ponen demasiadas restricciones en la página, puesto que esto podría ser muy perjudicial para el objetivo que se persigue con su creación.

---

La privacidad de la página se configura a través del menú *Configuración* en la parte superior derecha de la página, en el apartado *General*. Ahí se podrá gestionar qué personas pueden publicar en la biografía, la visibilidad de la página, etc.

■ **Crear sorteos, promociones o concursos.**

Se aconseja el uso de Facebook para crear concursos o sorteos en los cuales se pida a los fans de la página que suban fotos o vídeos, o algún otro tipo de información, que hagan que despierte el interés de los usuarios por participar y, de este modo, incrementar el tráfico de la página, así como el número de seguidores.

■ **Vincular la cuenta al resto de redes sociales, como Twitter, Instagram, etc.**

Como se está viendo en este manual, es importante para las empresas su presencia en diversas redes sociales. De esta forma, se podrá crear un flujo de información entre ellas, de modo que se pueda acceder a diferentes tipos de usuarios, que puede que usen más una red social que otra.

Por todo esto, es una buena práctica el Twittear con regularidad acerca de los contenidos que se suban a Facebook, o el subir a Instagram alguna foto que también pueda asociarse a la página de empresa de Facebook. Si se tiene un *blog* corporativo, también es aconsejable publicar en Facebook cualquier nueva entrada.

■ **Incluir invitaciones, tanto en la página web como en los emails, para unirse a la página de empresa.**

Es muy importante para la promoción de la página de empresa en Facebook el poner en conocimiento del mayor número de personas posible su existencia. Para ello, si se dispone de página web, es imprescindible crear un *link* que remita al visitante de la página web a hacerse amigo de la página en Facebook, y también es aconsejable, en los correos electrónicos que se envíen a clientes, proveedores, etc., una invitación a que se unan a la página en Facebook.

■ **Publicar contenido de interés y regularmente.**

Se recomienda un uso continuado de la página, es decir, realizar publicaciones de forma continua y constante. No es necesario que se publique todos los días, ni publicar cualquier contenido por el hecho de hacerlo, pero sí que se debe publicar de manera habitual, para no dar una imagen de abandono en la página. De esta forma, se fidelizará a los fans de la página.

Por otra parte, el contenido que se publique se recomienda que sea de interés, y que no sea siempre referente a la empresa, sino que también se hagan publicaciones referentes a otros temas relacionados con la actividad del negocio o empresa y que puedan resultar interesantes al resto de usuarios.



**Consejo**

---

No se trata de ser excesivamente serio en el contenido que se publica; de hecho, se recomienda un uso variado de la página, en la cual se mezcle información del negocio con contenido un poco más ameno y diverso.

---

■ **Publicar fotografías y vídeos.**

Se aconseja la publicación de imágenes y vídeos en la página de empresa, de forma que el usuario vaya familiarizándose con lo que la empresa realiza o los actos que organiza, etc.

### ■ Trato cercano con el resto de usuarios y fans de la página.

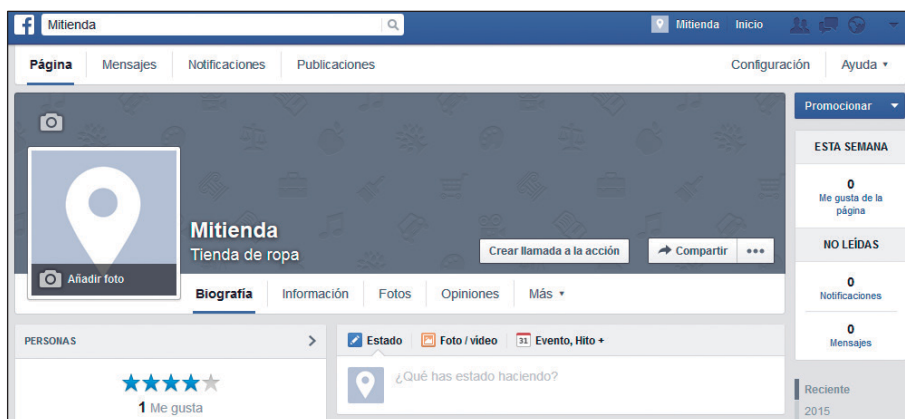
Se recomienda fomentar la participación por parte de los usuarios de la página mediante un trato directo y cercano con los fans, es decir: contestar preguntas, o incluso formularlas para sondear la opinión de los usuarios.

De esta forma, se convertirá Facebook en un foro en el cual se podrá interactuar de una forma directa y rápida con los clientes o personas interesadas en la empresa.

### ■ Añadir un botón de llamada a la acción a la página.

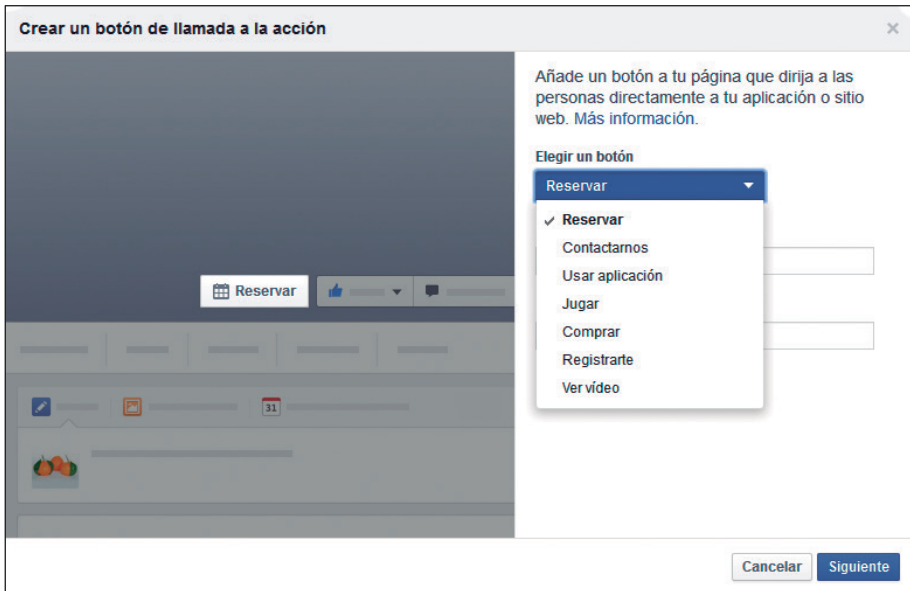
Esta es una opción que ofrece Facebook para que los usuarios puedan realizar acciones relevantes para su negocio. Cabe destacar que no tiene ningún tipo de coste adicional.

Para añadir un botón, se hace clic en el botón *Crear llamada a la acción*, situado en la parte de debajo de la foto de portada en la página de empresa, tal y como puede observarse en la figura.



*Crear botón de llamada a la acción*

Una vez se ha hecho clic en dicho botón, se abrirá una ventana emergente en la que se puede seleccionar la acción que muestre el botón y la dirección web a la que se quiere que se redirija al usuario que pulse dicho botón.



Crear llamada a la acción. Selección de botón

Entre las diferentes acciones que pueden asignarse al botón, se encuentran las siguientes:

- **Reservar.** Ideal para empresas relacionadas con la hostelería o que ofrezcan un servicio en sus instalaciones para el cual se pueda pedir cita.
- **Contactarnos.** Se puede crear este botón si lo que se quiere es facilitar a los usuarios una forma de ponerse en contacto con la empresa de un modo directo.
- **Usar aplicación.** Por si se tiene algún tipo de aplicación que se quiera que el usuario pueda usarla. En principio, no es de interés para *pymes*.
- **Jugar.** Si se quiere que los usuarios lo usen para acceder a juegos.
- **Comprar.** Ideal si se vende algún tipo de producto; se puede crear un acceso directo al sitio que le permita realizar la compra. Para empresas o negocios que vendan algún tipo de producto.
- **Regístrate.** Ofrece a los usuarios la posibilidad de registrarse en el sitio web la empresa, por ejemplo.
- **Ver vídeo.** Dirige al usuario a visionar un vídeo.

Se selecciona una acción y se introduce la dirección web a la que se quiere que se redirija directamente al usuario que pulse este botón. Se selecciona también la dirección web para móviles y se hace clic sobre el botón *Siguiente*.



Crear llamada a la acción. Acción para iOS

A continuación, aparecen otras ventanas emergentes en la que se pregunta si se quiere redirigir a los usuarios de iPhone o iPad a la dirección web o a una aplicación. Y, posteriormente, lo mismo para Android. Se hace clic sobre el botón *Crear* y ya está listo el botón con la funcionalidad asignada, tal y como puede observarse en el ejemplo, en el que se ha elegido la acción *Reservar*.



Botón de llamada a la acción creado

Para saber el número de personas que han utilizado el botón, puede hacerse de dos formas:

- Pasando el cursor por encima del botón de *Llamada a la acción* y, a continuación, por encima de *Ver estadísticas*. De esta forma, se podrá saber cuántos clics se han recibido en la última semana.
  - Ir a *Esta semana*, en la parte derecha de la página, y luego a *Clics de llamada a la acción*, para consultar el número de personas que han usado el botón en los últimos siete días.
- **Considerar el promocionar una publicación o la página.**  
 Como se ha explicado anteriormente, Facebook dispone de servicios de pago que permiten crear anuncios que harán que se llegue a un mayor número de personas.  
 Estos anuncios aparecerán en la parte derecha del perfil de los usuarios de Facebook, y podrán ver a qué amigos suyos ya les gusta la página de empresa.  
 La ventaja de la publicidad en esta red social es que permite a un negocio o empresa optimizar su presupuesto, permitiendo llegar a una gran cantidad de público. Será decisión del empresario o de la persona encargada del *marketing* de la empresa el valorar si el uso de dicha herramienta es beneficioso para el negocio.
  - **Creación de una insignia.**  
 La inclusión de una insignia en la página web de empresa, o en un *blog* o similar, será una buena forma de conseguir un mayor número de seguidores en Facebook.



La insignia es un elemento que contiene información o contenido y que se puede enlazar desde el propio perfil de Facebook o desde otros sitios (como un *blog*, otras páginas o perfiles en otras redes). Permite acceder a la página de empresa desde todos estos sitios.

Para incluir la insignia, se introduce en la barra de direcciones:

<https://www.facebook.com/badges/page/>

Se inicia sesión con el usuario y contraseña, si no se ha hecho antes, y aparece en pantalla la siguiente imagen:



Creación de una insignia de Facebook

Si se hace clic en el enlace que aparece en la parte derecha de la página, se puede personalizar la insignia.

Para incluir la insignia en la página web de empresa, se hace clic sobre el botón *+Other* y se indica que se copie un trozo de código que aparece en pantalla y se pegue en el sitio web.



## Actividades

---

19. ¿Qué acciones nos permite hacer el botón de llamada a la acción?
  20. Cree una insignia en la página web de su empresa e indique los pasos a seguir para crearla.
- 



## Aplicación práctica

---

**Suponga que un centro de estética quiere gestionar las citas con los clientes a través de su página de Facebook. Teniendo en cuenta que en su página web se puede pedir cita para el negocio, ¿cómo podría gestionar las citas a través de su página de empresa de Facebook?**

### SOLUCIÓN

Debería crear un botón de llamada a la acción que redirigiera a los usuarios de la página de empresa de Facebook a la dirección web donde puedan pedir cita en el centro de estética.

Para ello, se inicia sesión con el usuario con el que se ha creado la *página de empresa* y se accede a Página de empresa. Para crear el botón de llamada a la acción, se hace clic en el botón *Crear llamada a la acción*, situado en la parte de abajo de la foto de portada en la página de empresa.

Una vez se ha hecho clic en dicho botón, se selecciona en la ventana emergente que se abre la opción de *Reservar* y se introduce la *URL* de nuestra página web donde los clientes pueden pedir cita. Se selecciona también la dirección web para móviles y se hace clic sobre el botón *Siguiente*.

Por último, se hace clic sobre el botón *Crear* y ya queda creado el botón que permitirá a los seguidores de la página de Facebook pedir cita en nuestro centro de estética.

---

## 8. Resumen

Para dar de alta una página de empresa en Facebook, es necesario que dicha página o perfil esté asociado **a un perfil de usuario personal** de esta red social.

Las **ventajas** de crear una página de empresa en Facebook son:

- El gran número de usuarios que tiene, pues asciende a 1.390 millones.
- La posibilidad de estar en contacto permanente y cercano con el cliente.
- Es una fuente de información e interacción con los clientes.
- Permite realizar promociones, tanto para clientes actuales como para la captación de nuevos.
- Mejora el tráfico de nuestra web corporativa, enlazándola a la página de empresa.
- Mejora la presencia de la empresa en internet.

A la hora de poner un **nombre a la página de empresa** en Facebook, hay que tener en cuenta:

- No elegir un nombre demasiado largo.
- Poner espacios entre las palabras y no escribirlo todo seguido.
- No añadir al nombre de la página la extensión del dominio de internet (.com, .es).

La dimensión de la **foto de perfil** ha de ser de 180 × 180 píxeles, y siempre será pública.

La **foto de portada** debe tener 720 píxeles de ancho como mínimo, y es la imagen que aparecerá situada en la parte superior de la página.

**Consejos** para promocionar la página de empresa:

- Publicar regularmente y mantener actualizada la página.
- Configuración de la privacidad que permita acceder al mayor número de usuarios posible.

- Crear sorteos, promociones o concursos.
- Vincular la cuenta al resto de redes sociales.
- Incluir invitaciones, tanto en la página web como en los emails, para unirse a la página de empresa.
- Publicar contenido de interés y regularmente.
- Publicar fotografías y vídeos.
- Trato cercano con el resto de usuarios y fans de la página.
- Añadir un botón de llamada a la acción a la página.
- Promocionar una publicación o la página.
- Crear una insignia en la página web de empresa.

