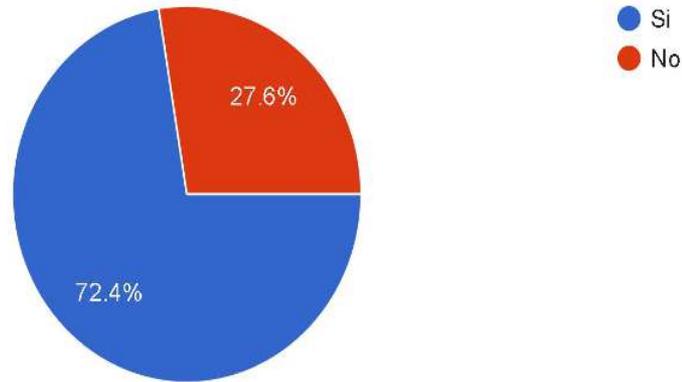

Encuesta de Redes Sociales 2021

Realizada por CAFARA 2021.

Principal rubro de la ferreterías

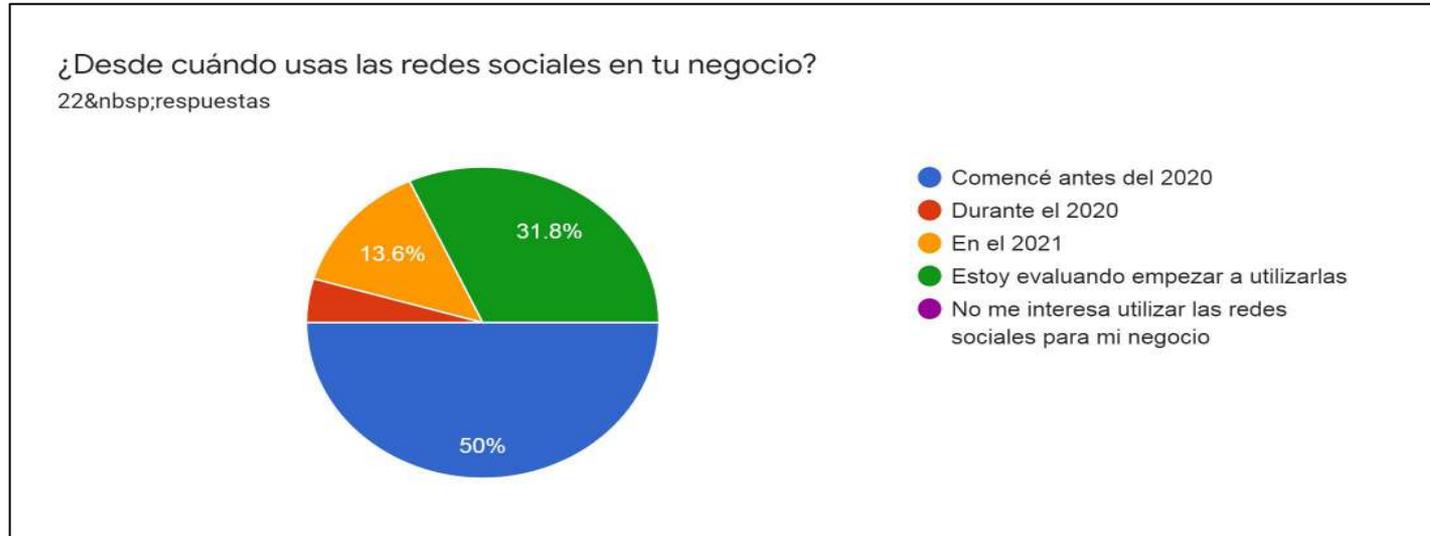
¿Tu negocio ha implementado el uso de las redes sociales?

29 respuestas



Del total de la muestra el 62% son ferreterías barriales y el 26.8% ferreterías industriales.

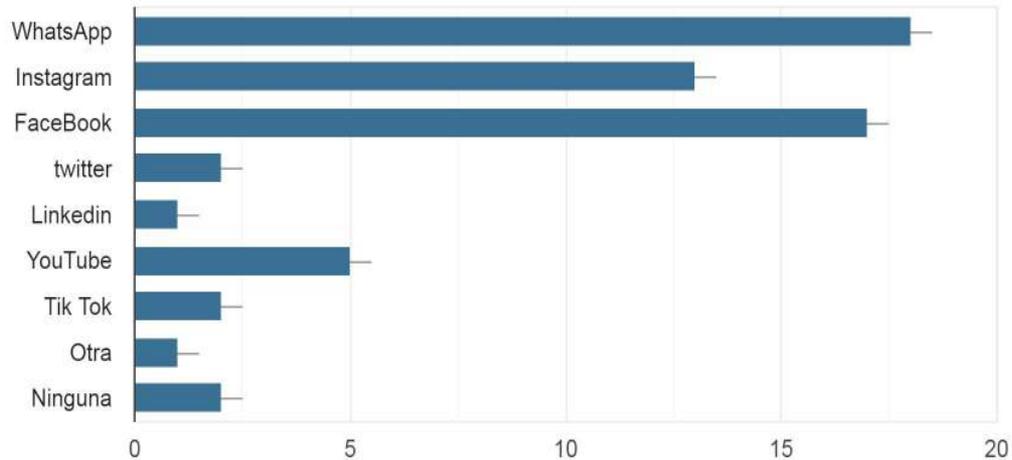
Redes sociales. Año de Incorporación de las redes sociales en los negocios de ferreterías.



El 50% de las ferreterías incorporaron redes sociales antes del año 2020 y 31.8 está evaluando incorporarlas. Es interesante observar que no tuvo un incremento exponencial en el año 2020 y esto puede deberse a que las ferreterías fueron consideradas esenciales y no tuvieron que diseñar como otros rubros estrategias digitales.

¿Cuáles son las redes sociales que utilizas?

22 respuestas

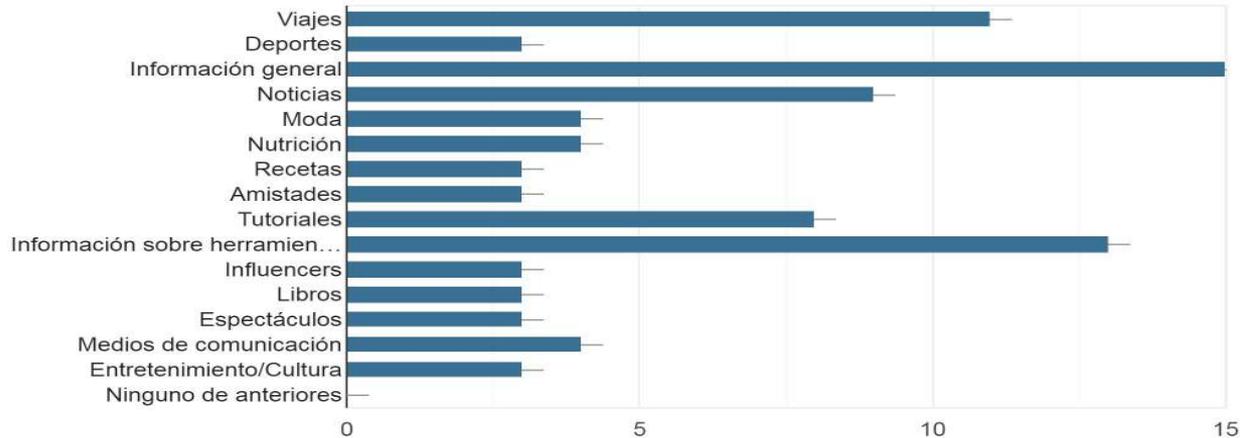


Del total de la muestra, la red social más utilizada en el sector es WhatsApp seguida de Facebook. Con respecto a WhatsApp los clientes de ferretería la utilizan para realizar consultas de productos antes de ir al local. Por otro lado, las ferreterías la utilizan para solicitud de pedidos a proveedores, consulta rápidas de producto y pedidos de clientes.

Contenidos

¿Qué contenidos buscas en las redes sociales?

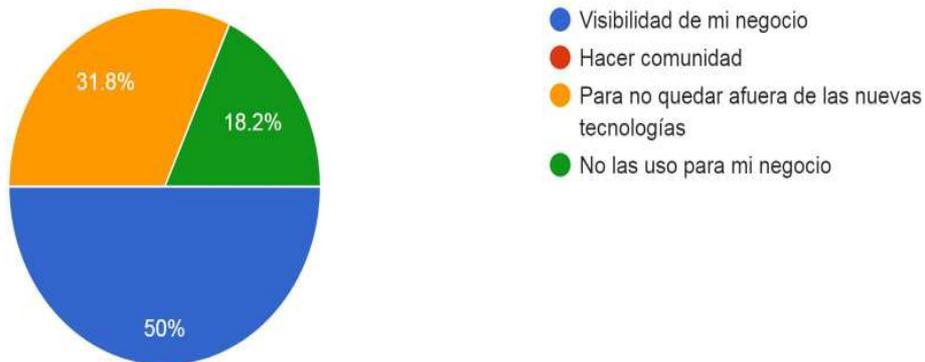
22 respuestas



En la búsqueda de contenidos de relevancia para el sector son las noticias generales seguidas de información de máquinas y herramientas-

Opinión sobre la función que cumplen las redes sociales para las ferreterías.

Uso las redes sociales para:
22 respuestas

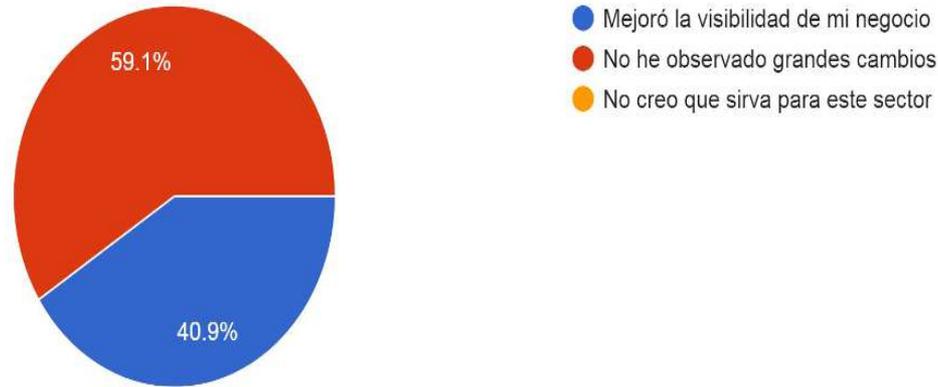


El 51% de los negocios de ferreterías consideran que las redes funcionan para visibilizar los negocios y el 31.8% incorporó estrategias digitales con el objetivo de adaptarse a los cambios tecnológicos. Al respecto el tema de la visibilización a través de las redes funciona como una estrategia digital de presencia de marca.

Impacto de redes sociales en los negocios de ferreterías

¿Cómo han impactado las redes sociales en tu negocio?

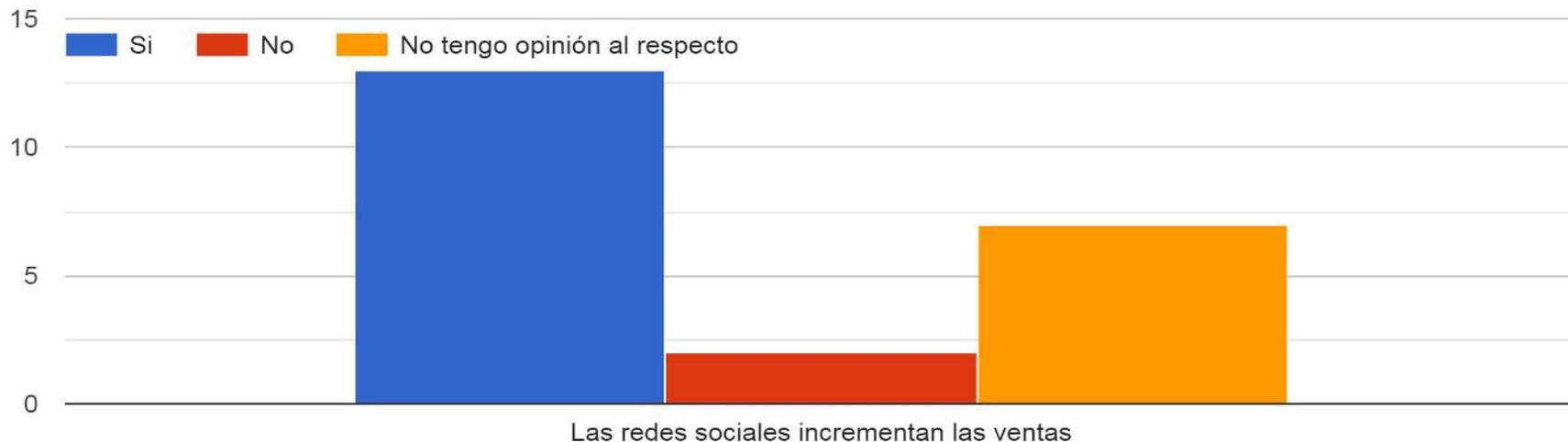
22 respuestas



Con respecto a este punto, lo relacionamos con la pregunta anterior sobre la función de las redes donde el 50% considera que funcionan para visibilizar los negocios. En esta pregunta indagamos sobre el impacto de las redes y el 59.1% considera que las redes sociales no impactaron sustantivamente contra el 40.9 que plantea que mejoró la visibilidad.

Redes sociales y ventas

Sobre esta afirmación:



En relación a las redes sociales y el impacto en las ventas el 45% coincide que la presencia en las redes sociales incrementa las ventas coincidiendo con el 50% que consideran que les da visibilidad a sus negocios.

Conclusiones

En relación a la muestra de la encuesta es importante observar que antes del 2020 el 50% de las ferreterías tenían presencia en las redes sociales. En tanto en las ferreterías como negocios esenciales en la etapa de confinamiento no se observó un crecimiento exponencial en ese período. El nuevo ímpetu se observa cuando comenzaron a abrir los comercios no esenciales. En el año 2021, se observa un crecimiento del 31.8% de ferreterías que comenzaron a incursionar con estrategias digitales para visibilizar los negocios.

También en relación a los resultados de las preguntas abiertas sobre quienes no tienen presencia en las redes plantean que es por cuestión de tiempo o conocimiento del funcionamiento.

Al respecto es importante destacar que un porcentaje alto de los negocios de ferretería son unipersonales y es difícil implementar una estrategia digital junto con la atención en la tienda física. En este sentido también destacamos la importancia de la capacitación en esta área debido al desconocimiento tecnológico pero más allá de la capacitación observamos que la dificultad se encuentra en los tiempos entre la atención de la tienda física y la generación de contenidos para las redes.

Por último los cambios de los algoritmos de las redes también dificultan el crecimiento de este grupo en cuanto a la generación de contenidos de calidad que cada vez exigen las redes para generar mejor visibilidad.