

IMPORTANCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA EXPANSIÓN DE LOS NEGOCIOS DEL ECUADOR

Gary Guaranda-Miranda ¹; Carla Lalangui-Lizondo ² ;
Mariana Quisirumbay-Armijo ³

Resumen

En los tiempos actuales los negocios se han introducido en el mundo digital debido a los asiduos visitantes de las Redes Sociales que cada día aumentan a grandes proporciones, siendo de vital importancia y provecho para establecer nichos de mercados, generando economía nacional. El objetivo de este trabajo es mostrar mediante un estudio documental sobre la importancia de las Redes Sociales en los diferentes negocios de los ecuatorianos concibiendo mayor demanda y competitividad gracias al avance de herramientas informáticas que ha generado que más empresas integren a estas comunidades, mejor conocidas como redes sociales. Este estudio se realizará mediante la revisión bibliográfica de varias publicaciones, artículos y capítulos de libros referentes a este tema, que nos permitirá mostrar estadísticas sobre el buen uso de las redes sociales en las Pymes. Aunque sabemos la potencialidad que tienen las redes sociales en el mundo actual y la capacidad de poder conectar a todo un planeta instantáneamente, aún no se sabe a ciencia cierta el alcance por completo que las redes sociales podrían tener. Con estas tecnologías, la comunicación se ve de una manera más rápida, eficiente y con un alcance impresionante y lo podríamos definir como una tecnología libre y poderosa.

Palabras claves: Redes Sociales, Asiduos, empresas, competitividad, economía

- 1.- Estudiante de quinto semestre de la carrera Informática Análisis de sistemas, Instituto Tecnológico Superior Babahoyo, 0978762641, guarandamiranda-95@outlook.com
- 2.- Estudiante de quinto semestre de la carrera Informática - Análisis de sistemas, Instituto Tecnológico Superior Babahoyo, 0986483798, carla_lizondo98@hotmail.com
- 3.- Estudiante de quinto semestre de la carrera Informática - Análisis de sistemas, Instituto Tecnológico Superior Babahoyo, 0994737432, marianaq_2016@hotmail.com

IMPORTANCE OF SOCIAL NETWORKS IN THE EXPANSION OF ECUADOR'S BUSINESS

Abstract

In the current times, business has been introduced in the digital world due to the frequent visitors of Social Networks that increase every day to large proportions, being of vital importance and profit to establish niche markets, generating national economy. The objective of this work is to show through a documentary study about the importance of Social Networks in the different businesses of Ecuadorians, conceiving greater demand and competitiveness thanks to the advance of computer tools that has generated more companies to integrate these communities, better known as social networks. This study will be carried out through the bibliographic review of several publications, articles and book chapters related to this topic, which will allow us to show statistics on the good use of social networks in SMEs. Although we know the potential of social networks in today's world and the ability to instantly connect to a whole planet, we still do not know for sure the full scope that social networks could have. With these technologies, communication is seen in a faster, more efficient and with an impressive scope and we could define it as a free and powerful technology.

Keywords: Social Networks, regulars, companies, competitiveness, economy.

Fecha de recepción: 3/ 02/ 2019

Fecha de aceptación: 17/ 11/ 2019

Introducción

El crecimiento tecnológico en los últimos años se ha extendido de una manera considerable sobre todo por el uso del internet en nuestras actividades cotidianas. Esta evolución se hace evidente gracias al manejo de herramientas web 2.0 y la utilización de las redes sociales en el mundo empresarial que se ha venido desarrollando a pasos agigantados.

La mayoría de las empresas actuales en Ecuador cuentan con una página web y con un perfil en alguna red social para promocionar o ponerse en contactos con sus clientes recibiendo retroalimentación que ayude a mejorar sus productos e incrementar sus ventas [1]. En la actualidad contamos con diversas plataformas que nos permite realizar publicidad en sus cuentas, podemos

mencionar a Facebook, Twitter, Instagram, YouTube entre otros.

Las pymes al instante de generar nuevos clientes tienen como problemática la falta de propagación en sus servicios profesionales a nivel de plataforma tecnológicas.

“Las nuevas tecnologías son muy importantes para las empresas, debido a que son las herramientas que les permitirán conseguir las metas que se han establecido para lograr a futuro lo que la organización quiere alcanzar” [2]

Es por tal impulso que Ecuador en los últimos años adoptó medidas estratégicas de mercado en el sector empresarial, adquiriendo una mejor interacción con cada uno de sus clientes de manera objetiva, rápida y económica, ubicando a las redes sociales antes mencionadas como unas de las más utilizadas debido a

la cantidad de usuario que estas registran [3]. La realidad es que las redes sociales están causando un impacto en la experiencia del consumidor, que empieza a mostrar favoritismo por la comunicación on-line, obligando a las empresas en pensar de forma más completa para promocionar sus productos, servicios y marcas, con la finalidad de llegar a los consumidores e incrementar sus ganancias.

Desarrollo

Internet

Conjunto de redes de comunicación interconectadas entre si, que manipula información a nivel mundial y nos permite la comunicación a través de plataformas, creando así redes lógicas únicas de alcance universal.

“La red se ha convertido en la columna vertebral de la sociedad de la información y las comunicaciones en el mundo” [4].

Redes sociales

Las redes sociales son medios de comunicación e interacción entre diversos usuarios accediendo el intercambio de información, ocasionando así un gran impacto en el uso tanto personal, educacional, comercial, profesional y empresarial, y es importante este medio para la propagación de servicios tecnológicos en las empresas ya que existen una gran cantidad de público segmentado.

“Las redes sociales han marcado un hito en materia de difusión masiva, debido a su alcance, características e impacto en la sociedad actual. Son utilizadas tanto por individuos como por empresas, dado que permiten lograr una comunicación interactiva y dinámica” [5].

Beneficios de las redes sociales en los negocios

- Brindar soporte, atención al cliente, información

- Desarrollar canales de comunicación con los clientes
- Gestionar críticas e inconvenientes que puedan presentarse.
- El efecto viral hace que las promociones y ofertas se propaguen ágilmente.
- Fortalecer relaciones con proveedores, clientes y la competencia. [6]

Facebook

Considerado una de las redes sociales más utilizadas a nivel mundial y también catalogada como una de las mejores para las empresas por la cantidad de usuarios activos. Facebook desde el punto de vista organizacional permite identificar datos relevantes de las practicas que realizan las empresas con las cuales se tiene fuerte competencia [7]. Permite también a los administradores visualizar los seguidores, fotos, iniciativas, tomar decisiones y ejecutar planes necesarios.

Twitter

Excelente para crear conversaciones entre marcas y seguidores en tan solo 140 caracteres y que se ha hecho popular gracias a su particular sistema de microblogging. En la actualidad el 10% de las cuentas de twitter son de empresas quienes buscan en su mayoría promocionar productos, tendencia de marcas, anunciar eventos y actividades. [8]. Gracias a su facilidad de uso funciona como canal de atención al cliente resolviendo dudas y problemas con rapidez.

Instagram

Aplicación móvil que permite al usuario o empresario subir imágenes y videos con múltiples efectos fotográficos como filtros, colores, marcos etc. La URL del sitio web de la empresa debe ser parte integral de las cosas que se puedan ver públicamente en su perfil [9]. Es una gran ventaja para

llegar a los clientes de una manera más sencilla y creativa.

YouTube

Muchas empresas están apostando por esta red social para promocionar sus marcas mediante videos y sin tener que invertir mucho dinero por el espacio. Se ha convertido uno de los canales líderes, de hecho, más del 80% de las principales empresas incrustan sus videos en YouTube [10].

La Web 2.0

Gracias a la aparición de la Web 2.0 se han formado cambios notorios en la propagación de servicios por medio de sus múltiples plataformas existente en la web, estableciendo lazos de comunidades e intercambiando información, comunicación en línea, trabajo colaborativo, entre otros.

La web 2.0 es la puerta de entrada a una nueva realidad en el que se rompen las clásicas barreras entre una buena idea y su realización en el mercado. [11]

Ads(Advertising)

Es el medio que nos permite hoy en día promocionar o vender servicios, productos o cualquier idea en las redes sociales, gracias a la constante circulación de los anuncios negociados a diversos usuarios es considerado aquello como un beneficio para las empresas ecuatorianas.

Materiales y Métodos

La población en esta investigación corresponde a las empresas ecuatorianas que tiene presencia en las redes sociales. Para resaltar este estudio se utilizaron fuentes como Dial net, revistas económicas de opinión, libros y las mismas redes sociales.

Instrumentos y Técnicas de recolección de Datos

Un computador con conexión a internet fue el principal instrumento para la recolección de datos también se necesitó un explorador web para la exploración de repositorios de documentos científicos y cuentas de redes sociales para permitir el proceso de búsqueda.

Procedimiento

La investigación documental fue desarrollada mediante la investigación bibliográfica y la búsqueda de sitios web con observatorios y cifras comerciales en el entorno de las redes sociales.

Resultados

Gracias a las diversas fuentes informativas nos accede a obtener una imagen muy cercana a la cantidad y realidad del uso de las redes sociales, evidenciado que las redes sociales en la actualidad se han convertido en un fenómeno global y Ecuador no es lejano a este fenómeno y se ha podido encontrar en publicaciones recientes en la que describe las redes sociales más usadas por los ecuatorianos. En Tabla 1 se puede observar la cantidad de millones de usuarios ecuatoriano en las redes sociales.

Como podemos observar en las redes sociales que más se utilizan en Ecuador existen millones de clientes potenciales para promocionar un producto, una marca o un servicio. Es por tal motivo que las empresas viendo el crecimiento utilizan sus habilidades para interactuar con los potenciales consumidores, escuchándolos y estableciendo relaciones de lealtad que genera credibilidad y posicionamiento. [14]

El uso de las redes sociales para la propagación de servicios tecnológicos en las empresas del Ecuador es de gran importancia, debido al alcance progresivo que proporciona cada una de ellas. En la Tabla 2 se muestran las principales empresas encontradas y el uso en las principales redes sociales con el número de usuarios..

Discusión de resultados

La información mostrada en esta investigación, se enfoca principalmente en estadísticas encontradas en fuentes bibliográficas, repositorios de datos y empresas privadas. A continuación, se realizará un análisis de las investigaciones descritas.

Un estudio realizado en el 2014, sobre la gestión de la marca ecuatoriana y su gestión en las redes sociales, refleja el crecimiento del Marketing Social. En la lista se encuentran 26 empresas que desarrollaron sus ventas con estrategias digitales. Tres de ellas fueron analizadas en profundidad: Chevrolet, Supermaxi y la Universidad Técnica Particular de Loja (Educación a distancia). Los resultados permitieron conocer la evolución hacia la comunicación en las redes y su alcance en el modelo de negocios de las agencias de publicidad, sus características y su influencia como medio interactivo. [16]

Otro estudio realizado en el 2016, presenta como objetivo analizar la influencia de las valoraciones de los hoteles en las redes sociales y cómo éstas afectan los ingresos de los hoteles. A partir de agosto de 2014 hasta julio de 2015, se obtuvieron datos mensuales de 48 hoteles de Ecuador, Colombia y Perú. Se analizaron Ofertas, Demanda, Venta y Ubicación. En Ecuador el hotel Sheraton Quito y 5 hoteles de su set competitivo. Mediante el análisis se encontró que favorece a una mejor ratio entre las ventas y la oferta. En concreto se observó que cuando el GRI (Global Review Index) se incrementa en una unidad, el RevPAR crece en 0,49% manteniendo el resto de las variables constantes. [17]

Con base a la información encontrada se constituye que las redes sociales son una oportunidad para que las Pymes del Ecuador inviertan en el Marketing Digital, aprovechando así el auge de los consumidores que están cada vez más volcados al uso de aparatos móviles, los cuales son importantes para la publicidad y el comercio electrónico..

Referencias

- [1] INEC(2015) Empresas y TIC [online]
Disponible en:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Estadisticas_Economicas/Tecnologia_Inform_Comun_Empresas_tics/2015/2015_TICEMPRESAS_PRESENTACION.pdf
- [2] E. Calderón y G.Abad (2017) importancia del comercio electrónico en las organizaciones [online].
Disponible en:
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/comercio-electronico-organizaciones.html>
- [3] Diana Z.V (2017) Marketing Digital [online]
Disponible:
<https://dianazuritavas.wordpress.com/>
- [4] L. Martínez & J.Gosende (2013) Internet para todos [online].
Disponible en:
<https://www.amazon.es/INTERNET-todos-Titulos-Especiales-anaya/dp/8441533377/>

- [5] Harold Hütt Herrera (2013) las redes sociales: una nueva herramienta de difusión social [online].
Disponible en : <http://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>.
- [6] Isidro (2017) Beneficios de las redes sociales en los negocios [online]
Disponible:
<https://grupographic.com/blog/6-beneficios-las-redes-sociales-negocio/>
- [7] F. Benítez (2017) Facebook para empresas [online]
Disponible:https://books.google.com.ec/books?id=5lxWDwAAQBAJ&pg=PA27&dq=que+es+facebook&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiQvOyUjP_cAhWRyIMKHbIyD9kQ6AEIMjAC#v=onepage&q=que%20es%20facebook&f=false
- [8] M. Iñiga (2017, Dic) El impacto de las redes sociales enfatizando en Facebook como medio de comunicación necesario para el emprendimiento y rentabilidad de negocios comerciales en UIO. [online]
Disponible en:
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/13781/1/T-UCE-0009-068-2017.pdf>
- [9] J. Rose (2017) Marketing en Instagram [online]
Disponible:https://books.google.com.ec/books?id=NaM5DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=instagram+para+las+empresas&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiLkt_boP_cAhWN11MKHbA-Dg0Q6AEIKzAB#v=onepage&q=instagram%20para%20las%20empresas&f=false
- [10] M. Socorro(2015) El video Marketing online [online]
Disponible:https://books.google.com.ec/books?id=X2fOCgAAQBAJ&pg=PA39&dq=youtube+en+las+empresas&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjH1dPqrf_cAhXFtVMKHRt3AVUQ6AEINDAD#v=onepage&q=youtube%20en%20las%20empresas&f=false
- [11] F. Ruiz (2013) La empresa en la web 2.0 [online]
Disponible en:
<https://books.google.com.ec/books?id=w8SaUTXcxDMC&printsec=frontcover&dq=la+web+2.0&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiOsNXr2P7cAhUK9IMKHTnuAREQ6AEIPjAE#v=onepage&q=la%20web%202.0&f=false>
- [12] Ayson (2016) Comunicación Web 1.0 Y Web 2.0 [online]
Disponible en:
<https://tecnologiaenvivo.com/comunicacion-web-1-0-y-web-2-0/>
- [13] J. Del Alcázar (2018) Ecuador: Cifras digitales, perfil de consumidor y ranking Sitios Web [online]
Disponible en:
<http://blog.formaciongerencial.com/ecuador-cifras-digitales-perfil-de-consumidor-y-ranking-sitios-web/>

[14] Lisa Harris y Alan Rae (2009) Redes sociales: el futuro del marketing para la pequeña empresa [online]

Disponible en:
<https://eprints.soton.ac.uk/80486/>

[15] J. León, G. Vera y L. Bastidas (2017) Redes Sociales y su impacto en la difusión de servicios tecnológicos de las empresas del Ecuador[online]

Disponible en:
<file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/129-1-202-1-10-20170606.pdf>

[16] F. Paladines, C. Granda, A. Velásquez (2014) La marca ecuatoriana y su gestión en redes Sociales [online]

Disponible en:
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N86/V86/18_PaladinesGrandaVelasquez_V86.pdf

[17] J. Majó, D. Moya, L. Vall-lloera (2016) Impacto de las redes sociales en los ingresos de los hoteles en Colombia, Ecuador y Perú [online]

Disponible en:
<https://revistas.unimilitar.edu.co/index.php/rfce/article/view/3143>