



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES
ESPÍRITU SANTO**

**FACULTAD DE ECONOMIA Y CIENCIAS
EMPRESARIALES**

**EI USO DE LAS REDES SOCIALES COMO
HERRAMIENTA PARA INCREMENTAR LAS
VENTAS DE LAS PYMES de GUAYAQUIL**

Trabajo de Investigación que se presenta como requisito previo a
optar el grado de Ingeniería en Ciencias Empresariales
concentración en Negocios Internacionales

AUTOR: FERNANDO BAUTISTA GONZAGA

TUTOR: MIGUEL ANGEL VALDIVIESO

GUAYAQUIL, AGOSTO 2011

Dedicatoria

Primeramente a Dios todo poderoso, por darme la vida, por ser la fuente de inspiración en mis momentos de angustias, dedicación, aciertos, desaciertos tristezas y alegrías que han caracterizado estos veintiún años de vida y sin sus enseñanzas y empujes no hubiese sido posible estar escribiendo esta tesis.

A mi mamá Lourdes y papá Luis, personas cuya existencia han sido fundamental en mi crecimiento como persona, por su amor inexplicable para mi superación cada día. Este trabajo y toda mi vida en general se los dedico a ellos, aunque no sea muy afectivo ni cariñoso con ellos son lo único que tengo y mi motivo para levantarme cada mañana.

También tengo que agradecer a mi tutor Miguel Ángel Valdivieso, por haberme ayudado en la realización de mi tesis. Por haberme soportado, aconsejado en cada momento y haberme corregido todas las barbaridades que puede haber escrito. Mi agradecimiento sincero y al final de esta tesis puedo decir que mas que un tutor encontré a un gran ser humano y amigo.

A mis amigos y amigas por confiar en mí, esas personas que jamás dejaron de creer y en los momentos más tristes siempre estuvieron ahí con una sonrisa alentándome para que nunca decaiga. Un especial agradecimiento para: Adriana Naula, Kimmy Romero, Chris Neder, José Jarrín, Manuel Cansing, y especialmente para Jessica Jara que fue la persona que jamás dejo de creer en mi y aunque la distancia nos separe siempre estuvo a mi lado espiritualmente.

Para finalizar, todo mi trabajo, mi esfuerzo y mi vida van para mi abuelito Ernesto Aguirre, que paso más de 2 meses en terapia intensiva y nadie daba esperanzas de que vuelva a despertar. Pero el me enseñó a luchar y no dejarse por vencer y gracias a Dios le puedo dedicar mi trabajo en vida y no en un ataúd. Gracias al milagro de la vida y a Dios por darle esta oportunidad de verme próximamente graduado, para ti todo, es poco lo que te puedo ofrecer pero es lo más sincero que puedo dar. Dios te cuide siempre abuelito.

| | |
|---|----|
| <u>CAPITULO 1</u> | 7 |
| <u>1.0 Introducción</u> | 7 |
| <u>Objetivo Específico</u> | 9 |
| <u>Objetivo General</u> | 9 |
| <u>Hipótesis</u> | 10 |
| <u>1.2 Situación Actual</u> | 10 |
| <u>1.3 Justificación:</u> | 11 |
| | |
| <u>CAPÍTULO 2</u> | 12 |
| <u>2. 1 Antecedentes de las Redes Sociales</u> | 12 |
| <u>2.2 Redes Sociales</u> | 16 |
| <u>2.3 Ventajas de las Redes Sociales en las PYMES</u> | 17 |
| <u>2.3 Desventaja de las Redes Sociales en las PYMES:</u> | 18 |
| <u>2.4 Las TOP 10 – Redes Sociales</u> | 20 |
| <u>2.4 Redes Sociales en Guayaquil</u> | 24 |
| <u>2.5 El Impacto de las Redes Sociales</u> | 30 |
| <u>2.6 Impacto de las Redes Sociales – Pequeño, Mediano y Largo plazo.</u> | 32 |
| <u>Pequeño Plazo</u> | 32 |
| <u>Mediano Plazo</u> | 34 |
| <u>Largo Plazo</u> | 34 |

| | |
|--|----|
| <u>CAPITULO 3</u> | 35 |
| <u>3.1 Pequeñas y Medianas Empresas</u> | 35 |
| <u>3.2 Definición de las PYMES</u> | 36 |
| <u>3.3 Importancia de las PYMES</u> | 36 |
| La importancia de las PYMES en el ámbito mundial..... | 36 |
| La importancia de las PYMES en el Ecuador..... | 37 |
| <u>3.4 Las PYMES y el Internet</u> | 38 |
| <u>Youtube:</u> | 40 |
| <u>Twitter</u> | 42 |
| <u>Facebook</u> | 41 |
| | |
| <u>CAPITULO 4</u> | 45 |
| <u>4.1 Resultado de encuesta y observación</u> | 45 |
| <u>Encuesta</u> | 46 |
| <u>Sistema de procesamiento de la información</u> | 46 |
| <u>4.2 Análisis de tabulación y observación</u> | 51 |
| <u>4.3 Análisis</u> | 70 |
| | |
| <u>CAPITULO 5</u> | 78 |
| <u>5.1 La Propuesta</u> | 78 |
| <u>5.2 ITESIS</u> | 79 |

| | |
|---|----|
| <u>CAPITULO 6</u> | 86 |
| <u>6.1 RECOMENDACIONES</u> | 86 |
| <u>6.2 Conclusiones:</u> | 90 |
| | |
| <u>7. BIBLIOGRAFÍA</u> | 92 |
| | |
| <u>8. ANEXOS:</u> | 95 |

INDICE DE TABLAS:

| | |
|------------------------|-----------|
| TABLA #1 | 46 |
| TABLA #2 | 52 |
| TABLA #3 | 53 |
| TABLA #4 | 54 |
| TABLA #5 | 55 |
| TABLA #6 | 56 |
| TABLA #7 | 57 |
| TABLA #8 | 58 |
| TABLA #9 | 59 |
| TABLA #10 | 60 |
| TABLA #11 | 61 |
| TABLA #12 | 62 |
| TABLA #13 | 63 |
| TABLA #14 | 64 |
| TABLA #15 | 65 |
| TABLA #16 | 66 |
| TABLA #17 | 67 |
| TABLA #18 | 68 |
| TABLA #19 | 69 |

INDICE DE GRAFICOS

| | |
|--------------------------|-----------|
| GRÁFICO #1 | 52 |
| GRÁFICO #2 | 53 |
| GRÁFICO #3 | 54 |
| GRÁFICO #4 | 55 |
| GRÁFICO #5 | 56 |
| GRÁFICO #6 | 57 |
| GRÁFICO #7 | 58 |
| GRÁFICO #8 | 59 |
| GRÁFICO #9 | 60 |
| GRÁFICO #10 | 61 |
| GRÁFICO #11 | 62 |
| GRÁFICO #12 | 63 |
| GRÁFICO #13 | 64 |
| GRÁFICO #14 | 65 |
| GRÁFICO #15 | 66 |
| GRÁFICO #16 | 67 |
| GRÁFICO #17 | 68 |
| GRÁFICO #18 | 69 |

CAPITULO 1

1.1 Introducción

En la actualidad estamos en una nueva época de cambios en el ámbito de los negocios y el “marketing”, ahora con el uso del INTERNET podemos hacer transacciones en todas partes del mundo sin necesidad de salir de nuestra oficina u hogar. El uso de esta herramienta nos ha facilitado la vida en el campo de los negocios, haciendo un solo clic se puede estar concretando un negocio en cualquier parte del mundo que uno desee, antes la distancia y los altos costos de traslado hacía estas negociaciones casi imposible.

En la actualidad el nuevo “boom” de la comunicación son las famosas redes sociales; antes se pensaba que las redes sociales era un fenómeno temporal, hoy se puede decir que es una necesidad y una nueva manera de comunicarnos y en este caso de hacer negocios. Las redes sociales, en INTERNET, se han ganado su lugar de una manera vertiginosa convirtiéndose en estrategias de negocios para empresas y, sobretodo, en una manera de comunicarse con personas de todo el mundo. El uso de las redes sociales, normalmente, se cree que es para relacionarse con amigos y conocer nuevos y no para el ámbito empresarial.

En la actualidad muchas compañías se han dado cuenta que las redes sociales es una manera de interactuar con el cliente. Actualmente la red social “Facebook” cuenta con más de 700 millones de usuarios. (CNN, 2009) Es por eso que compañías internacionales utilizan las redes sociales como medio de negocio para promover sus últimos productos o noticias de su marca. Hoy en día las redes sociales están revolucionando el mercado, no sólo la manera de comunicarse e interactuar, sino también la manera de hacer negocios en el mundo. Estamos experimentando una revolución en la comunicación. (CNN, 2009)

Si bien es muy escaso el número de pequeñas y medianas empresas que hacen uso de la social media, diversos estudios manifiestan que las redes sociales pueden ser muy provechosas para las PYMES.

En este sentido, los especialistas en negocios y marketing recomiendan a las organizaciones implementar una política formal sobre el uso de Facebook, LinkedIn o Twitter en el trabajo enfocándose en la interacción con el cliente y, de esa manera, hacerse conocer en el mercado y posesionarse en ese mismo.

INTERNET ha cambiado la forma de comunicarnos. El avance de las redes sociales y el intercambio de información a través de foros y blogs son imparables. Gracias a estas herramientas, cada día miles de personas comparten ideas sobre los productos y servicios que ofertan las empresas, que forman parte de su vida cotidiana. La red ofrece posibilidades ilimitadas, pero muchas organizaciones y personas se ven sobrepasadas por la actual tecnología de la comunicación, se sienten perdidas y no saben cómo sacar provecho de estos nuevos fenómenos sociales.

Mientras las compañías hoy en día gastan millones de dólares en publicidad para darse a conocer, con las redes sociales se puede reducir este costo y tener la misma llegada y efectividad que se hace con la publicidad normal. Esta nueva manera de capturar clientes se hace en todo el mundo desde la más pequeña empresa hasta la más grandes cuentan con varias redes sociales que exponen los servicios, promocionan sus productos que ofrecen al mercado y lo que puede el cliente busca en el mercado.

Debido a estas oportunidades que las redes sociales nos ofrecen, mi tesis quiere explorar el mercado Guayaquileño enfocándome en las pequeñas y medianas empresas de Guayaquil que no para explotan los beneficios de las redes sociales, por falta de conocimiento o simplemente no lo toman como fuente de negocio y piensan que las redes sociales son para comunicarse con sus amistades y hacer nuevas amistades alrededor del mundo.

Objetivo General

- Determinar como las PYMES en GUAYAQUIL pueden aumentar sus ventas mediante el uso de las redes sociales.

Objetivo Específico

1. Aumentar la facturación y rentabilidad de una PYME en el mercado guayaquileño.
2. Fortalecer el vínculo de la empresa con el consumidor mediante las redes sociales.

Hipótesis

Si las PYMES implementaran el uso de las redes sociales se harán conocer entre su mercado seleccionado.

- *Variable Dependiente:* Las redes sociales
- *Variable Independiente:* El hacerse conocer en su mercado mediante las redes sociales.

1.2 Situación Actual

En nuestra ciudad el uso de las redes sociales es muy alto, y es un mercado que las PYMES guayaquileñas no se han familiarizado con esta útil herramienta de las redes sociales.

La mayoría de las empresas aún no entran en este campo de las redes sociales, son muy pocas las PYMES en Guayaquil que tienen una cuenta de Facebook o Twitter. La poca importancia que las compañías en nuestro medio le dan es uno de los mayores problemas que se puede resaltar, desafortunadamente nuestras compañías no están al tanto de las nuevas

formas de aumentar ventas y hacer conocer su producto o servicio al consumidor.

En un artículo del *Diario el Universo* se pudo terminar que la red social Facebook en el mes de Julio del año pasado tenía alrededor de 1`800.000 usuarios. Este reportaje nos refleja que desde el año pasado esta red social ha estado incrementando sus números de usuarios de una manera sorprendente.

Según la fuente: "Facebakers" una pagina dedicada el las estadísticas de la red social Facebook. En la actualidad, Ecuador tiene más de 3`800000 de usuarios en Facebook. De estos, el 37% de los usuarios corresponden a edades de entre 18 y 24 años y el 30% de 25 a 34 años. Representando esto más del 50% de los usuarios que están conectados solo a esta red social.

En el mundo Ecuador se encuentra en el ranking número 39 de números de usuarios de esta red social, y en crecimiento de usuarios esta ubicada en el puesto numero 24. (Heart of Facebook Statistic , 2010)

Estas cifras corroboran que solo el uso de una red social como Facebook en nuestro país esta haciendo usada masivamente, y que las pequeñas y medianas empresas no han tomado en consideración buscar mediante las redes sociales una evolución de su negocio. Más estadísticas sobre los usuarios en Ecuador están en los anexos de la investigación.

En esta misma página encontramos las empresas que más usuarios tienen en nuestro país tales: Zhumir, Totto Ecuador, Trident Ecuador, Mall del Sol y Movistar Ecuador. La primera empresa tiene alrededor de 255000 fans, Totto Ecuador le sigue con 219128, en tercer lugar esta Trident Ecuador con 190258 usuarios en Facebook, en cuarto puesto se encuentra Mall del Sol con 159508 y en el ultimo lugar Movistar Ecuador con 144667 "fans" en Facebook (Heart of the Statistics, 2010)

1.3 Justificación:

La importancia de esta investigación radica en saber, primeramente, por que las PYMES guayaquileñas no han utilizado las redes sociales como herramienta para incrementar sus ventas y la interacción con el consumidor, conociendo que este tema de las redes sociales no es nuevo en el mundo y en otras partes del continente han sido utilizadas y su respuesta ha sido muy favorable. Será que aún las empresas guayaquileñas tienen la mentalidad que las redes sociales siguen siendo solo para tener amigos, subir fotos, comentarlas y entre otras opciones que estas páginas ofrecen o, el simple hecho, que nuestras empresas no tienen el conocimiento adecuado y no saben como unas redes sociales pueden mejorar su negocio.

Las redes sociales son utilizadas en todas partes del mundo como una herramienta de negocios, desde la empresa más poderosa hasta la empresa que recién esta comenzando sus operaciones tiene su cuenta de Facebook, Twitter, My Space, Youtube entre otras redes. Si en otros países del mundo el uso de las redes sociales es tan efectivo ¿Por qué no utilizarlo en nuestras PYMES como una nueva manera de hacer sentir al cliente una interacción más cercana con su marca favorita? La importancia radica en implementar en las PYMES el uso de las redes sociales en sus negocios y darse cuenta las miles de oportunidades y caminos que se les abren con esta poderosa herramienta.

Las interrogantes de la investigación son básicamente:

1. ¿Por qué las PYMES de Guayaquil no utilizan esta herramienta para incrementar sus ventas?
2. ¿Existe muy poca información sobre el uso de estas redes en los negocios?
3. ¿Cuántas personas usan las redes sociales y están pendientes por ellas de sus marcas favoritas?

CAPÍTULO 2

2. 1 Antecedentes de las Redes Sociales

En el mundo podemos encontrar muchas investigaciones que se han hecho sobre este tema de las redes sociales. Encontramos análisis de la CNN refiriéndose al incremento de las redes sociales y cuan efectiva es en el uso de los negocios. En otras paginas de Internet como “Mashable” que es una página de Internet que sólo se concentra en temas tecnológicos y las últimas noticias reseña sobre redes sociales y cómo los consumidores interactúan con su marca favorita, y que porcentaje de la población en Estados Unidos compra debido a la interacción de la marca con ellos. (Mashable, 2008)

Hay muchos más ejemplos que determinan la veracidad y la efectividad que estas redes sociales tienen en el mundo de los negocios. En nuestro país la fundamentación teórica es muy limitada, casi no se ha hecho investigaciones de este tema, pues el uso de las redes sociales en Ecuador es tomado simplemente para chatear, ver fotos no para fines de negocios.

Debido al crecimiento de las redes sociales, *Business Week* una revista dedicada a negocios, se refieren al boom de las redes sociales y como se las puede usar productivamente en el campo de los negocios. El uso de las redes sociales según: Greg Sterling va seguir incrementando y es importante saber que mercado y que segmento de este va ser explotado por las redes sociales. (Klein, 2008)

La historia de las redes sociales en si comienza en 1997, hasta la fecha una de las ideas más representativas para el encuentro de miles de personas que tengan intereses en común y puedan compartir e interactuar. A continuación un historial hecho por la Universidad de Medellín sobre algunas de las redes sociales:

- **1997** se creó Sixdegrees, fue el primer servicio que permitió crear un perfil en la Web, agrupar a los contactos directos e intercambiar mensajes con ellos.
- **1999** se creó LiveJournal.com, fue uno de los primeros servicios de redes sociales en ofrecer blogs y diarios en línea.
- **2001** aparece Ryce.com, y nace con ella la primera red social especializada. En la actualidad ésta agrupa por lo menos a 500 mil profesionales.
- **2002** nace Friendster que fue la primera en tener un sistema inteligente capaz de relacionar a los usuarios de la red según sus gustos.
 - También en este año nace Fotolog, la primera red social que nace con el fin de intercambiar fotografías.
 - Last FM nace en ese año con el objetivo de ser una emisora en línea, pero con el tiempo se convierte en una red social movida por el interés en la música.
- **2003** nace MySpace, en su creación fue una de las redes sociales mas usadas, especialmente en la parte de Norte America llegando a los 250 mil usuarios aproximadamente.
 - LinkedIn, una red social con el fin de propiciar las relaciones empresariales y laborales.
 - En ese mismo año nace MSN Spaces llamado hoy Windows LiveSpaces, que tiene 100 millones de visitantes únicos al mes. En Colombia hay 1.5 millones de usuarios de esta red.

- Nace Hi5 que, tiene 70 millones de cuentas activas en la actualidad
- **2004** se crea Facebook, en la actualidad tiene más de 700 millones de cuentas activas.
 - Ese mismo año nace Flickr como una red social que funciona a través del servicio de compartir fotografías.
 - En este año también se creó Orkut, la red social de Google con gran uso en Brasil y La India.
- **2005** nace Yahoo 360, la red social de esta empresa que cuenta con servicio de correo, calendario, fotos, eventos, blog y música.
 - Bebo, una red muy básica con el fin de contactar amigos e intercambiar multimedia.
- **2006** nace Xing, con el fin de agrupar ejecutivos permitiéndoles compartir datos, crear agendas conjuntas y construir discusiones en torno a un tema común.
 - Una de las últimas redes sociales es Twitter, que es una de las redes sociales que ha tenido una gran acogida en los usuarios y en la actualidad representa como la segunda red social de mayor uso. (Medellín Editorial, 2010)

En nuestro país según un artículo del *Diario el Universo* podemos encontrar que algunas de las principales empresas del medio están utilizando las redes sociales como medio de interacción con sus consumidores. Como en la entrevista realizada a uno de los representantes de Movistar Ecuador.

Según José Luis Madrid, jefe de Medios Digitales y BTL de Movistar, para alcanzar los más de 19 mil usuarios que tienen ahora en Facebook (en ese tiempo, actualmente alcanzan los 140 mil usuarios) realizaron una campaña para que a cada persona que pulsara el botón "LikeThis" se le acreditaran 20 mensajes escritos sin costo, lo que consistía un enganche para los clientes.

Otro caso similar de empresas que ha desarrollado una parte de su servicio al cliente a través de Facebook es De Prati donde, según Viviana Arroyo Baquero, gerente de Comercio Electrónico, pese a iniciar este servicio en julio, ya tienen 4.787 fans. En su caso, comenta, las páginas en las redes les ayudan a "comprometerse con el grupo de seguidores de la marca".

A esto se suma la utilización de YouTube y Twitter para complementar sus estrategias dando un servicio extra y convirtiéndose en asesores en moda, hogar y belleza. Según Arroyo, una parte importante de esta comunicación es el monitoreo de las redes donde se detecta qué se está conversando sobre la marca y se "escucha y responde de forma efectiva".

Otra compañía reconocida en el medio como Chevrolet, en cambio, el año anterior decidió lanzar su primera campaña 100% en la Web, para lo que utilizó las redes sociales como fuente de publicidad. Durante la acción 'Chevrolet de Corazón' se invitó al comprador de un vehículo a regalarle otro 0 Km., esto a través de acumulación de puntos en varias actividades Online y off-line, descritas en su página. El resultado, según la empresa, se manifestó registrando 368 participantes, 58.914 visitas a la página de la promoción, 1.217 fans en Facebook y 5.653 visitas en YouTube. (El Universo, 2010)

Actualmente en el 2011, en su página de Facebook tienen más de 6700 "fans" conectados teniendo seis veces más de lo que comenzaron el año pasado.

Estos vivos ejemplos se puede apreciar que el potencial de las redes sociales es inmenso, desafortunadamente los ejemplos soy muy pocos que se pueda

demostrar que se está utilizando las redes sociales en forma de negocio, es por eso que es una excelente oportunidad para las PYMES para integrarse en este mundo de las redes sociales.

2.2 Redes Sociales

Se puede encontrar varias definiciones para lo que es las redes sociales pero uno que pueda resumir el concepto de esta palabra sería: "Las redes sociales son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que organizan para potenciar sus recursos". (Maidana, 2008)

En la actualidad las redes sociales son utilizadas fidelidad para la comunicación e interacción con clientes para crear posicionamiento. Tanta es su importancia, que Bill George (profesor de negocios de la Universidad de Harvard) recuerda que "la revista Time nombró ya al fundador de Facebook, Mark Zuckerberg, personaje del año".

Los que manejan las empresas tales como IBM, PepsiCo, Apple o Microsoft son usuarios activos en las redes sociales. Bill George considera que la razón es que son la única manera de comunicarse en tiempo real con los consumidores que quieren alcanzar. Las empresas están aprovechando las redes sociales para romper con las barreras geográficas y lanzar mensajes personalizados.

Desde la perspectiva de un directivo, las redes sociales se están convirtiendo en una auténtica necesidad. Además, George recuerda que "la transparencia es esencial a la hora de expresar quién es y en qué valores se fundamenta una empresa".

2.3 Ventajas de las Redes Sociales en las PYMES:

- **Gran exposición:**

La comercialización de su negocio en línea a través de sitios Web de redes sociales le da un gran número de clientes potenciales o fidelidad de los que posee. Facebook tiene más de 3 millones de usuarios ecuatorianos y cada vez aumenta más esta cifra, ese número de usuario representa a cada posible consumidor de su empresa.

- **Asequible:**

Las redes sociales son menos costosas que cualquier otro tipo de publicidad o de marketing. Las redes sociales es una gran fuente de comunicación. Compañías usualmente podrían gastar millones en lanzar un producto a través de anuncios y la publicidad, o podrían invertir pocos dólares para obtener un blog en marcha, para registrar en una red social y en unos pocos minutos comenzar con la interacción del cliente y poco a poco hacerse conocer por los futuros clientes.

- **Buscar socios:**

Las redes no siempre se trata de conseguir a los clientes, las redes sociales puede también ayudar a conseguir los socios que en la compañía pueda necesitar. Por ejemplo en la página de MySpace con el hecho de tener una cuenta y hablar de la nueva idea de producto que tiene en proceso puede estar vendiendo su idea a los más de 100 millones de usuarios de MySpace o encontrar un socio para la financiación del proyecto que tenga.

- **Estudio de Mercado:**

Las redes sociales es una fantástica manera de descubrir lo que otros piensan antes de invertir tiempo y dinero en promociones que no son rentables. Por ejemplo, el uso de su perfil de Facebook para medir el interés de algún servicio o producto que tenga pensado sacar, los

comentarios y “feedback” que pueda sacar mediante estas redes sociales puede ayudar a las empresas a darse cuenta que puede mejorar, cual es el punto fuerte del producto o servicio.

- **Contacto Directo:**

Trabajar “on-line” supone dar una respuesta inmediata a las necesidades de los clientes. El contacto es inmediato es decir si algún usuario escribe en alguna cuenta de red social la contestación de la interrogante debería ser contestada inmediatamente, haciéndole sentir al usuario parte importante de la empresa.

- **Fortalecer Vínculo:**

El vínculo se fortalece debido a la respuesta inmediata que les dan a los clientes. El cliente se siente parte de la compañía o simplemente apreciado y comienza a tener una lealtad hacia la empresa.

Desventaja de las Redes Sociales en las PYMES:

- **La apariencia:**

En otras palabras, cuando usted tiene alguna noticia o algún artículo a compartir con los consumidores, se puede extender a lo largo de la red en minutos. Cuando esta noticia es negativa o de mal gusto, lo mismo va a suceder. Aquí es donde entra en juego la desventaja Es difícil llevar a cabo el control de daños cuando se trata de las redes sociales pues en cuestión de horas el prestigio de la empresa puede estar en los pisos.

- **Tiempo:**

Si tiene intención de construir una marca y un nombre a través de los medios de comunicación social, debe estar dispuesto a invertir tiempo en actualizar su producto al público en todas las cuestiones pertinentes. Pues al incrementar los usuarios que lo sigan, cada vez la exigencia va ser más y más pues tendrá que acaparar muchas más demandas de todo tipo de cliente y se necesita tiempo para actualizar siempre la pagina con nuevas novedades pues el cliente siempre va querer ver

algo nuevo de su marca favorita.

- **Estar al contacto con el internauta:**

Otra desventaja que se puede mencionar es que las empresas deben de estar listas para conectarse con su público en todo momento. En otras palabras, las compañías necesitan dar y recibir. Si usted tiene información actualizada útil en una red, una persona que esté interesado puede responder y es obligación responder sus preguntas y satisfacer su curiosidad. Esta es la esencia de los medios de las redes sociales y si no se realiza correctamente, el público puede perder la fe en la compañía o simplemente va pensar que no le interesa lo que usted piense.

- **Adaptación de las Redes:**

Si no se adaptan, la compañía podría estar en problemas porque las redes sociales en naturaleza siempre van actualizando y sacando nuevas aplicaciones. La empresa necesita estar en contacto con todo lo último en esta industria porque es la forma segura de proteger los intereses de su negocios siempre existen lo que son actualizaciones de estas redes sociales y el encargado de las redes debe estar al tanto de las últimas novedades y poder utilizarlas a favor de su empresa.

Es importante tomar las oportunidades que pueden ofrecer las redes sociales a las PYMES, la ventaja más importante que es totalmente gratis, no se necesita pagar para crear una cuenta de red social, a un solo clic muchas PYMES están a una ventana de oportunidades que no se imaginan.

2.4 Las TOP 10 – Redes Sociales

En la actualidad el crecimiento de las redes sociales son impresionantes, algunos estudios han revelado la importancia de estas redes en la comunicación y ahora en los negocios. Páginas tales “Mashable.com”, “SocialMedia.com” relacionadas con lo que es las redes sociales han hecho un ranking de las redes sociales más influyentes y con mayor relevancia en el mercado en los últimos años.

A continuación la página *10 puntos.com* ha hecho un resumen de las 10 redes sociales con más influencia:

Puesto Nº 1 “Youtube”, ¡Hazte famoso YA!

Tal vez el título sea un poco exagerado, pero en realidad se puede decir que cualquier persona puede hacerse famosa subiendo un video suyo en YouTube, la red social más potente que existe, y decimos que es potente pues de seguro sus servidores requieren de una alta calidad para poder brindar este servicio. Es uno de los medios más visitados que tiene INTERNET, gracias a su sistema que nos facilita encontrar los videos que queremos ver en segundos y a cualquier hora del día. Uno de los claros ejemplos que tenemos es del cantautor Delfin Quishpe, el se hizo conocer gracias a Youtube, con su canción “Torres Gemelas” este video tiene mas de 700,000 visitas y gracias a esta red el cantante se ha hecho reconocido nacional y mundialmente.

YouTube comprado por Google hace algunos años, es la apuesta más grande que hacen las empresas para promocionar sus servicios, por ejemplo grandes personajes como el presidente de los Estados Unidos Barack Obama, para su candidatura fue una de las redes sociales que más utilizó con Facebook teniendo excelentes resultados atrayendo al joven publico que escuche su propuesta y que terminen votando por el.

Puesto N° 2 Facebook: Comunícate con las personas que más quieres

Hoy en día ¿Quién no tiene un perfil en Facebook? Sin duda Facebook es la red social que más atrae usuarios, ya que famosos, empresas y personas en general usan este servicio incluso para promocionarse ellos o las empresas que representan. Además el desarrollador de Facebook está dentro de los más adinerados del mundo, y la verdad no es algo que sorprenda pues puede que éste sea uno de los sitios más visitados en todo el mundo después de Google. Como ya se había mencionado antes esta red social tiene alrededor de 700 millones de usuarios en el mundo y cada día se abre más camino.

Puesto N° 3 Twitter: Expresate en 140 caracteres

Qué está pasando, es la nueva pregunta que nos ofrece esta red social, que en apenas unos años pasó de ser un servicio invisible a ser usado casi por cualquier persona. Twitter es el servicio que te permite expresar en tan sólo 140 palabras tu estado actual, tal vez esto es lo que más ha gustado a sus usuarios, la capacidad de ver al instante que es lo que están haciendo otras personas.

Incluso personas en tiempo real escriben en su Twitter, como el caso de un hombre que se estaba casando y en plena boda actualizó su estado en Twitter y Facebook. Por esta razón Twitter esta en el tercer lugar, muy bien merecido pero mucha atención que como va esta red social le va estar compitiendo cara a cara a Facebook.

Puesto N° 4: Yahoo Respuestas: Pregunta, responde y descubre

Siempre que hacemos una consulta en cualquier buscador uno de los primeros resultados los tiene la pagina de Wikipedia, sin embargo otro servicio que salió de la nada y una gran apuesta de cientos de millones de dólares que hizo Yahoo a este proyecto logró consolidarse como uno de los sitios Web de “descubrimiento” si se puede decir así que hay.

Yahoo Answers es un servicio que te permite hacer cualquier tipo de preguntas, según su categoría y cualquier otro usuario puede responder esta pregunta y así mismo otros pueden calificar y elegir la mejor respuesta.

Es sin duda la alternativa a Wikipedia más informal que hay hoy en el mercado de servicios Web o redes sociales.

Puesto Nº 5 Hi5: Tus amigos, tu mundo

Catalogada como uno de los 40 sitios más visitados, Hi5 también tiene el respaldo de una enorme empresa, quizá el mayor éxito que ha tenido esta red social son sus aplicaciones, sin embargo otros servicios han llegado a opacar esta enorme red social. Esta red social con el tiempo ha decaído su nivel de aceptación, la creación de las nuevas redes social ha dejado esta red social en el olvido.

Puesto Nº 6 MySpace: Como te quieren ver

Una de las redes sociales con más éxito por la capacidad de compartir música, fotos videos y personalizar a fondo nuestro perfil, y que además cuenta con un enorme grupo de desarrollo y actualmente su propietaria es News Corporation. Esta empresa cuenta con más de 300 empleados que trabajan día a día para estar a la par de Facebook y Twitter que son las redes sociales del momento.

Puesto Nº 7 Menéame: Noticias al instante

Tal vez no se merezca esta posición pero vale mencionar a una de las redes de actualidad más famosas que hay. Menéame es un servicio en el cuál cualquier persona puede enviar una noticia y otros usuarios tienen acceso a calificarla y a comentar sobre esta noticia.

Tal vez el éxito de menéame se debe a que muchos webmasters desean hacerle publicidad a sus sitios Web y por medio de esta red social se les puede hacer algo bastante fácil. Claro que en la práctica es todo lo contrario porque la

mayoría de éstos son votados negativamente a los pocos segundos y más bien se manda a portada las noticias netamente españolas y alguna que otra noticia sensacionalista.

Puesto N° 8 Metroflog: Tenme en tus favoritos

Metroflog se ha consolidado según el ranking de Alexa como uno de los 100 sitios Web más visitados en todo el mundo. La red social con sede en Buenos Aires se ha hecho famosa y popular con frases como “agrégame a tus efes” incluso hay gente que ha llegado a ser famosa usando el metroflog, que fue el caso de una adolescente de México que llegó a ser muy conocida a través de este medio.

La comunidad de Latino América está catalogada como la que más usa este servicio, en especial en países como México, sin embargo esta red social tiene muchas limitaciones y por eso no ha llegado a ser tan buena como otras. En nuestro país esta red social no ha tenido la importancia que en los países de Latinoamérica.

Puesto N° 9: Badoo: “Yo estoy aquí”

Badoo nace de la mano de un grupo de jóvenes desarrolladores que querían crear una red social que fuera muy conocida en todo el mundo. Manteniendo la privacidad de usuarios pero a la vez compartiendo lo que la gente quería mostrar al mundo sobre ellos mismos.

Hoy en día es una de las principales redes sociales y uno de los sitios Web más reconocidos, sin embargo no alcanza a ser la red social más usada.

Puesto N° 10 Orkut: La red social que promueve Google

Orkut es una red social desarrollada por uno de los actualmente empleados de Google quién obtuvo beneficios de promoción de esa red por parte de Google desde el 2004.

Orkut no es una red social demasiado conocida por los países de habla castellana, sin embargo en países como Brasil, India o Estados Unidos es bastante conocida, en especial en los entornos universitarios. Hoy en día cualquiera con una cuenta de Gmail puede registrar en este servicio, sin embargo antes sólo se entraba con una invitación. (Morales, 2010)

2.4 Redes Sociales en Guayaquil

Debido a las encuestas realizadas sobre las redes sociales en nuestro medio, en Guayaquil las redes sociales que dominan la mayoría de los usuarios en la red son: Facebook, Hi5, My Space y Twitter. Siendo en la actualidad Facebook la red social más usada en nuestro país, teniendo 3'677780 usuarios hasta Agosto del 2011

Hace algunos años la red social Hi5 era la que dominaba con la cantidad de usuarios, esta red social tenía un enfoque más latino pues la que dominaba en usuarios en el 2006 aproximadamente era la red social My Space que la mayor cantidad de usuarios residen en Norte América y el continente europeo. La red social Hi5, fue una de las pioneras en Ecuador brindando lo que es la interacción con las amistades y conocer nuevos amigos que fue lo que más atrajo al mercado latinoamericano. Reportes estiman que para el 2007 la red social Hi5 alcanzó 70 millones de usuarios y la mayoría era de Latino América.

Debido a la entrada de la Red Social Facebook en el mundo específicamente en nuestro país, el “boom” de esta red social ha ocasionado que las demás sean dejadas de usar con la intensidad que lo usaban. Esta red social revolucionó el mundo y en nuestro país fue la excepción; la cantidad de usuarios en la actualidad es más de 2'000.000 millones de usuarios conectados a esta red social.

Según las estadísticas de Facebook, los usuarios utilizan la página 22 minutos al día. Además, en el país, el año pasado las personas registradas pasaron de 180 mil a cerca de un millón, un crecimiento del 500% y en la actualidad se supera los 2 millones de usuarios solo en la red social Facebook. Desde el 2009, la empresa Yagé empezó a presentar campañas para clientes como

Chevrolet, Femen y Tecniseguros. Vender blogs y banners para empezar a ganar espacio en la venta de publicidad en las redes sociales es la iniciativa que tomará desde junio Hi5 para competir en el mercado.

Soledad Gana, jefe de ventas de Televisa quienes son los responsable de manejar la publicidad de Hi5 en nuestro país, cree que se mantendrá la tendencia de crecimiento de la venta de publicidad en redes sociales como ocurre en Chile y Argentina.

Antes de que se realice la presentación en el país del nuevo proyecto Gana, indica que ya hay por lo menos diez clientes interesados en comprar espacios. Hi5, según Gana, ha crecido el 10% en el último año. Sin embargo, no precisó el número de usuarios registrados.

En Facebook la efectividad de las campañas ya es un tema que se puede medir. Según Torres, *Bola Soccer* un juego de futbol en Facebook, es un ejemplo claro, pues en sólo seis semanas de lanzamiento tuvo alrededor de 37 mil jugadores inscritos. Y, mientras al inicio del proyecto se abrió espacio para que dos empresas sean auspiciantes, el número se amplió a cuatro por la gran acogida, ya en ese momento las vacantes fueron copadas.

En la actualidad el juego *Bola Soccer* supera los 1'000.000 de usuarios como "fans" de esta página. Otra de las campañas que ha desarrollado Yagé a través de Facebook es "El Bosque de los Sueños", para Tecniseguros. En ella se promocionaba plantar un árbol virtual que significara un sueño y luego realizar esta actividad al aire libre en un evento desarrollado por la compañía. La convocatoria se hizo a través de Facebook. "La fan page" incluía a 2.098 personas. (El Universo, 2010)

Los últimos datos oficiales de Facebook han sido expuestos por Amodiovaleio Green, estos datos oficiales han sido extraídos de la plataforma publicitaria de Facebook, durante enero de este año.

La red social más popular del momento ya en estos momentos ha superado la barra de los 700 millones de usuarios y está presente en todos los continentes. Los datos demuestran que el perfil de usuario predominante es el de un

hombre entre los 20 y 29 años del continente americano.

En los datos oficiales podemos apreciar que en el continente donde más usuarios de Facebook existen es en América. Entre la parte norte y sur del continente suman más de 260 millones de usuarios. En este sentido, Estados Unidos es el país con más usuarios de todo el mundo. En Estados Unidos el 47,2 por ciento de la población, alrededor de 150 millones, tienen una cuenta en Facebook. En este continente también destaca la presencia de Canadá con una buena cantidad de usuarios conectados a esta red social.

El país canadiense tiene el mayor porcentaje de ciudadanos con cuentas en Facebook. El 51,3 por ciento de los canadienses, 16,6 millones de la población. Ecuador siendo un país de 14 millones de habitantes, tiene alrededor de 4 millones de usuarios en Facebook, representa alrededor del 28 por ciento de la población de nuestro país.

El segundo continente con más usuarios en Facebook es Asia con 161,7 millones. Dentro de este continente encontramos a Indonesia que es el país que tiene más cuentas con: 33,9 millones, lo que representa un 14,7 por ciento de toda su población.

Europa es el tercer continente con más adictos al Facebook, 152,5 millones. El primer país que tiene la mayor cantidad de población conectada a Facebook es el Reino Unido con 27,5 millones de usuarios; eso representa un 45,5 por ciento de su población, Francia con 20,3 millones alrededor de un 31 por ciento, 4 por ciento e Italia con 17,8 millones equivalente a un 31 por ciento del total, así como Alemania que tiene 14,2 millones por los 12 de España, pero su porcentaje, 17,2, es inferior al de los españoles, 25,5 por ciento.

El cuarto continente, a mucha distancia de Europa, es África, que cuenta con 22,1 millones. Egipto, país que se ha destacado por el uso de las redes sociales en las manifestaciones civiles que ha tenido este país. Gracias a las redes sociales se ha podido conocer todos los sucesos que han ocurrido. Egipto, es el país del continente con más usuarios, 4,9 millones. La clasificación la cierra el continente de Oceanía, que tiene 11,3 millones de

usuarios, 9,2 millones representan Australia.

En los datos oficiales de Facebook se puede ver que el crecimiento de la red social no se detiene, pero está muy localizado en determinadas zonas. El 76 por ciento de los usuarios totales de Facebook, 703 millones se reparten entre los 20 países que encabezan la lista. En África y Asia los porcentajes de penetración de Facebook todavía son muy bajos, por las restricciones que en muchos casos sus gobiernos le han impuesto. En el caso de China que tiene una gran población pero por motivos políticos las redes sociales y en sí el INTERNET es restringido; países como la India cuentan con una gran masa de usuarios potenciales. (Lo Sobresaliente, 2011)

La siguiente red social, que ha tenido una acogida muy fuerte en nuestro país es la red social Twitter. Esta red social a diferencia de Facebook y Hi5 que sus principales funciones son ver fotos, aplicaciones y saber un poco más de la vida de sus amigos la red social. Twitter tiene un enfoque en que le está pasando a usted en este momento. Esta red social es utilizada para informarse de noticias, eventos, deportes estar al contacto de su artista favorito en el país o internacionalmente.

Esto ha hecho que muchas personas se creen una cuenta con el objetivo de seguir a su artista o famoso preferido pues acá a diferencia uno tiene la potestad de escoger a quien puede seguir y a quien no, y la mayoría de veces los usuarios siguen a sus comentaristas favoritos para saber las últimas noticias del país de su equipo favorito, o que está haciendo su artista favorito en ese instante.

Según Incom, firma especializada en estudios de marketing en INTERNET, la cuenta Twitter en el 2010 cuenta con cerca de 5000 usuarios que han indicado a Ecuador como localización, esto quiere decir que han puesto como lugar nuestro país. Esta red social ha sido adoptada en Ecuador por Blogger, comunicadores y profesores, principalmente para comunicarse dar noticias, datos del mundo y de nuestra ciudad.

Un estudio de Incom definió el comportamiento que tienen los ecuatorianos que participan de esta red. Como consecuencia, este sitio de *microblogging* puede convertirse en herramienta para desarrollar estrategias de Marketing y ofrecer productos y servicios.

Según un estudio de Incom, efectuado entre mayo y julio del año pasado, en Ecuador se realizan un promedio de 2,480 tweets al día. Además se establecen horarios pico en los que la actividad en la red social aumenta de manera interesante. Estos horarios, continúa el estudio, están determinados por acciones naturales.

El primer pico se ubica entre las 13h00 y 14h00, hora promedio del almuerzo en Ecuador. Luego se determina que, entre las 19h00 y 20h00 (al regreso de la oficina al hogar), se registra un segundo incremento. Finalmente, el tercer pico de uso de Twitter es a las 02h00.

La investigación de la firma, con sede en Guayaquil, también deja ver que la actividad nunca termina, es decir, siempre hay alguien con quien 'twittear' a lo largo del día. El punto más bajo ocurre entre las (04h00 y 05h00) cuando se registra un promedio de 12 tweets o entradas.

La ubicación geográfica de los usuarios de Twitter en Ecuador también se incluye en la investigación. Los 'guayatwitteños' (Guayaquil) y los 'quitwitteños' (Quito), representan el 50% de los usuarios. Los primeros representan el 27% del total y los segundos el 23%.

Loja es la tercera ciudad que utiliza esta herramienta en Internet. La razón es el impulso dado a Twitter en centros de estudios, en especial por la Universidad Técnica particular de Loja (UTPL). Cuenca y Manta se ubican a continuación de Loja como ciudades que utilizan esta red social.

Además, el estudio indica que los usuarios ubicados en Guayaquil son los que presentan mayor actividad, observada por sus 'followers' (seguidores), 'posts' (el texto que el usuario ingresa) y por quienes siguen a un usuario. Para

Twitter, las cifras globales no dejan de ser favorables. El crecimiento de Twitter superó el 1.000% entre febrero de 2008 y febrero de este año, según la firma de mediciones Nielsen. Así mismo, la agencia italiana de noticias ANSA informa que la compañía calcula sumar 1.000 millones de usuarios hasta 2013. (Revista Lideres, 2010)

Algunos ejemplos de empresas ecuatorianas que están utilizando esta red social como fuente de publicidad y de hacer negocios son: @MovistarEc (17800 seguidores) BB Soluciones (15004 seguidores) @directvec (9203 seguidores) @bierjaus (3100 seguidores) @akaiecuador (1800 seguidores) a pesar de que sea una red social prácticamente nueva esta haciendo utilizada bastante por el pueblo guayaquileño.

Hasta este momento Facebook no tiene competidor en relación a usuarios, lo que ofrece Facebook es irresistible, saber de la vida de los demás a un solo clic, revisar las fotos, los comentarios, sus pensamientos y el simple hecho de saber de gente que capaz no tiene comunicación hace mucho tiempo pero gracias a esta red social está a segundos gracias a la magia del INTERNET, y debido a que cada día el acceso al INTERNET es más fácil vamos a tener más gente al tanto de las redes sociales y esa cantidad va seguir aumentando cada vez más.

2.5 El Impacto de las Redes Sociales

El impacto de las redes sociales que produce en el mundo es impresionante. Las redes sociales están viviendo su gran explosión y las organizaciones no pueden quedarse ajenas a ella o simplemente ignorarlo. Mejorar el posicionamiento, la imagen de marca, la comunicación empresarial, la creatividad, la participación, la gestión del conocimiento son algunos de los múltiples procesos de negocio pueden salir beneficiados gracias a su utilización.

Sitios como Facebook, con más de 600 millones de usuarios, MySpace con 300, Hi5, Twitter, Sonico, con respectivamente más de 100, 80 ó 40, con seguridad le son ya familiares. Por supuesto que no son las únicas redes

sociales como ya pudimos contactar en el capítulo anterior, hay muchos más, cientos en el universo de INTERNET y la gran mayoría con un número de usuarios tan asombrosos. Pero, ¿por qué? ¿Qué hace que millones de personas en todo el mundo estén enganchados a las redes sociales? Personas que pertenecen a diferentes escalas sociales y económicas, con niveles culturales muy distintos, de casi cualquier franja de edad, en todos los continentes.

Seguramente la respuesta sea tan simple como que las redes sociales a través de INTERNET únicamente han creado o formado algo que venimos haciendo desde que nacemos: relacionarnos con nuestra familia, posteriormente en el colegio – universidad la interacción con nuestros amigos y a continuación con nuestro entorno profesional, conformando así a nuestro alrededor una red de contactos con la que de modo más o menos intermitente vamos interactuando en el transcurso de nuestro pasado por este mundo.

Si al hecho conocido de la interacción entre humanos le unimos la facilidad de hoy en día de la tecnología y de los nuevos accesos para el usuario, que permiten a cualquier persona integrarse y participar en cualquiera de estas redes, no se necesita ser un experto en informática o manejar todo el sistema de una computadora para el uso del INTERNET, podremos ya comprender el porqué de la cantidad de usuarios que hoy en día tienen estas redes sociales y el impacto social y económico que puede causar estas mismas.

El impacto a nivel individual que perciben aquellos que participan de las redes sociales son varios. Entre ellos están el entrar a formar parte de una comunidad con la que se relacionan y con la que comparten intereses comunes, experiencias, comunicarse y el origen de nuevas amistades o simplemente renovar viejas amistades, colaborar y compartir conocimientos, informarse de lo último de las noticias internacionales o del país, buscar trabajo, etc.

Pero, el uso y provecho de las redes sociales no tiene porqué quedar sólo para los individuos, también puede y debe alcanzar a las organizaciones de nuestro medio como lo hace las demás empresas en el mundo tales: Starbucks que tiene más de 25 millones de usuarios conectados en la red social Facebook (<http://www.facebook.com/Starbucks>); Comandato, empresa Ecuatoriana con más de 19,000 usuarios (<http://www.facebook.com/comandato>), y Adidas que tiene mas de 11 millones de usuarios recibiendo las ultimas noticias y productos. (<http://www.facebook.com/adidasoriginals>)

Las alternativas que las redes sociales nos ofrece para el posicionamiento de nuestra empresa arranca por ocupar nuestro espacio en la red antes de que lo haga otro y por supuesto no conformarnos con hacerlo en una sola red sino en varias, y tenerlas siempre actualizadas con las ultimas noticias y eventos que es lo más fundamental. Es importante reconocer que una empresa debe estar donde están sus clientes actuales o aquellos que pueden llegar a serlo, y, hoy en día las estadísticas muestran que estos se encuentran en Facebook, Twitter, en Youtube entre otras redes sociales.

Si se logra que estas nuevas herramientas penetren en las PYMES de Guayaquil integrándolas en los procesos de negocio y haciéndole entender a las empresa el gran poder de la red social con la que cuentan, estarán en disposición de alcanzar ventajas competitivas que serán muy difícil de igualar por otra empresa, en la medida en la que estarán relacionadas con las relaciones sociales que se establecen en el quehacer diario de la organización y que conforman sus procesos de trabajo.

Las redes sociales no son solo se usan para el entretenimiento o son algo pasajero, más bien están cambiando nuestra realidad social y económica así como el mundo laboral más de lo que lo ha hecho Internet desde tiempos remotos.

El impacto es global de una manera vertiginosa llegando a cada hogar y cada computadora que tiene acceso de Internet si nuestras PYMES tienen el conocimiento necesario va tener un impacto enorme pues cada vez tenemos

más usuarios conectados en red.

2.6 Impacto de las Redes Sociales – Pequeño, Mediano y Largo plazo.

El proceso de obtener a los usuarios que uno gusta en una red social no se obtiene de la noche a la mañana. El uso de las redes sociales no es simplemente crear una cuenta y mágicamente va tener usuarios. Para la creación de una red social y el funcionamiento correcto de esta toma tiempo y mucha dedicación, es por eso que el impacto de las redes sociales podría ser dividido en el pequeño, mediano y largo plazo.

Pequeño Plazo

En la introducción de la empresa con las redes sociales lo más importante es la creación de la cuenta, en esta misma tener la información la descripción de la empresa, que se de dedica su misión, visión como cosas básicas. El hecho de tener la foto de la empresa y comenzar a invitar a contactos en la red. No solo mandando la invitación los usuarios se pueden enterar de su compañía si no también comprando publicidad en los que son las redes sociales en precio relativamente bajo a relación a los otros “spots” publicitarios que usted tiene como la radio, las revistas, la televisión etc. etc.

Por ejemplo la red social Facebook le facilita todo un estudio de mercado que lo puede segmentar en:

- Por Género (Ej. Solo Hombres, Mujeres, etc.)
- Por Situación Geográfica (Ej. Solo de Ecuador, solo de Guayaquil)
- Por Edad (Ej. *Mayores a 35 Años*)
- Por Universidad (Ej. Egresados de la Universidad Católica)
- Por palabras clave (Ej. Que les guste las telenovelas, o las películas románticas, etc.)
- Por lugar de trabajo (Ej. Personal que labore en *Ernst andYoung*)
- Por situación sentimental (Ej. *Casado, Soltero, Con Novia*, etc.)
- Por inclinación sexual (Ej. Hombres interesados en Mujeres, etc.)

Esto ayuda para tener un estudio más exacto de a quien va dirigido su publicidad y solo el mercado que usted selecciono le va aparecer. Esto también ayuda a tener un contacto mas cercano con el usuario pues cada vez que los usuarios se conecten su publicidad le va aparecer en su Facebook y va terminar haciendo fan de su página y poco a poco va obtener los usuarios queridos.

La publicidad en Facebook es muy sencilla y rentable. En términos de costo uno escoge cuanto desea gastar, esto quiere decir que uno tiene la libertad cuanto quiere invertir en la publicidad; puede ser por *clicks*, o por una cantidad determinada. Por ejemplo Si su oferta máxima es de \$ 1.00, pero el sistema de Facebook ha determinado que su anuncio puede ganar la subasta con una oferta de \$ 0.60, Facebook sólo le cobra \$ 0.60, lo cual es una manera de minimizar costos y maximizar ingresos. (Economía en escala)

En el corto plazo hacerse conocer es lo más importante, tener el conocimiento adecuado en las redes sociales y saber utilizarlas va ser que en un corto tiempo su empresa comience ha tener ese conocimiento deseado con los usuarios.

Mediano Plazo

En un mediano plazo usando lo que son las redes sociales ya va tener una clara perspectiva de cómo usarlas y lo más importante un considerable numero de usuarios. En este tiempo lo más importante es comenzar con las promociones, las actualizaciones de los estados, las fotos mostrando el producto o el servicio que hace usted. En este momento comienza lo que es la interacción con el usuario, esto va permitir que más usuarios tengan conocimiento de su red social.

El hacer que sus usuarios ya existentes lo ayuden a crecer mandando invitaciones a sus contactos de la redes sociales ayudaría mucho o en el caso del Twitter el simple hecho que lo siga, automáticamente el usuario recibe todas las novedades, promociones, servicios que la empresa este ofreciendo

en ese momento. En esta etapa el usuario ya está acostumbrado a recibir lo que son notificaciones de su empresa, y el número de usuarios va crecer considerablemente gracias a la publicidad que utilizó al comienzo de la campaña.

Largo Plazo

En esta etapa, la empresa tiene un posicionamiento marcado en las redes sociales. Un buen número de usuarios que reciben correos, actualizaciones de las últimas novedades que ofrece la empresa. Los costos en este momento son muy bajos o en ciertos casos nulos, debido que la compañía se hace conocer con la cantidad de usuarios que tiene y también los mismos usuarios conectados a su empresa recomendaría a sus amigos para que lo agregue o lo sigan. En esta etapa los usuarios de las redes sociales estarían buscando la marca, debido a los comentarios positivos que ha tenido esta mismo de diferentes usuarios en las redes sociales.

En esta etapa la compañía tiene que innovar, es importante estar pendiente del usuario, de las nuevas tendencias que el mercado está ofreciendo. El no quedarse atrás, pues la compañía ha obtenido lo más complicado, que son los usuarios. Debido a ese motivo siempre es importante tener información fresca y actualizada para los usuarios. Con la actualización y la interacción con los usuarios de las redes sociales, esto va transmitir esa conexión con la marca y va hacer pensar al cliente que no solo piensen que están ahí para obtener ganancias si no para satisfacerlos y tener una relación mas cercanas con ellos que básicamente ese es el objetivo de las redes sociales; saber lo que piensa el consumidor de su producto o servicio y saber qué puede mejorar para la satisfacción y la lealtad del usuario.

CAPITULO 3

3.1 Pequeñas y Medianas Empresas

Para poder comenzar hablar sobre las PYMES, estas comenzaron a tener una gran importancia en nuestro país a mediados de los años 50 y 60.

Con el desarrollo de la revolución industrial esto permitió el conocimiento y la elaboración de nuevos negocios tales el proceso de tejidos, imprenta, metal, madera y alimentos.

En la última década, podemos encontrar que después de la terrible crisis de 1999 y el cambio de moneda, en nuestro país se produjo una gran inestabilidad económica y política que se afrontó en esos períodos. En general, las empresas se preocuparon únicamente por su supervivencia y estabilidad económica interna, buscando obtener los niveles más altos de productividad e ingresos y mejores condiciones de trabajo. En estos años se ha tratado de inculcar a lo que son la creación de su propia empresa e incentivar a las personas a tratar de ser su propio jefe.

3.2 Definición de las PYMES

No hay una definición exacta que pueda describir que son las PYMES, pero se podría decir que “las PYMES son un conjunto de pequeñas y medianas empresas que se analiza dependiendo del volumen de ingresos, el capital social, el número de personas o trabajadores en la empresa y el valor de la inversión y de los activos fijos y patrimonios que tengan. Así también se toma como referencia el criterio económico y el nivel tecnológico que la empresa posee.” (Cámara de la Pequeña Industria del Guayas, 2010)

Las PYMES en nuestro país se pueden dividir en varias ramas de tipos de pequeña y mediana empresa tales como:

- Agricultura
- Explotación de minas y canteras.

- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Hoteles
- Pesca
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Restaurante

3.3 Importancia de las PYMES

La importancia de las PYMES en la producción de productos y servicios, en nuestro país y el mundo, representan un rol fundamental pues con su aporte ya sea creando, demandando y comprando productos y agregándole ese plus que hace diferente el producto o servicio, son bien determinante en cualquier país en la actividad económica y la generación de empleo.

La importancia de las PYMES en el ámbito mundial

La importancia que tiene las PYMES en el mundo es muy grande por ejemplo en la comunidad europea, las PYMES representan más del 95% de las empresas en lo que se refiere a la población, esta concentra más de la mitad del empleo total en los países europeos; y básicamente se dividen en el 60% al sector industrial y alrededor del 75% en el sector de servicios.

Otros ejemplo de la importancia que le dan a las PYMES es en Japón; en este país también cumplen un nivel muy importante en la actividad económica, principalmente como subcontratistas, en la producción de partes y es muy común la oportunidad para tener su propia empresa y la facilidad para obtenerla.

Las PYMES han contribuido al desarrollo tanto económico como social de los habitantes del mundo, dependiendo de los recursos de cada país y de la demanda se busca una manera de incentivar a la industria nacional para comenzar a crear más empresas que ayuda a disminuir al desempleo de cualquier país.

La importancia de las PYMES en el Ecuador.

La creación de cualquier PYME se base en que el consumidor puede necesitar en que recurso se puede explotar y tratar de comercializarlo para obtener ganancias. Existen muchos factores de cualquier persona pueda realizar su creación de su PYME:

- Nuevas oportunidades de negocio en mercados poco abastecidos, de nueva creación o con un alto porcentaje de crecimiento en el mercado.
- Conocimientos sobre alguna rama en especial.
- La experiencia del futuro empresario, que ha sido trabajador o directivo de otro negocio y que pretende independizarse con la experiencia adquirida.

De acuerdo a estudios realizados por el MICIP (Ministerio de Industria y Productividad), en nuestro país la concentración de PYMES se desarrollan principalmente en las provincias de Azuay, Guayas, Manabí, Pichincha y Tungurahua. “Algunas de las industria que son siempre considerable en nuestro país cuando se quiere crear una PYME son: industrias: textiles y confecciones, productos alimenticios y bebidas, cuero y calzado, ropa, madera y muebles, papel, imprenta y editoriales y plásticos entre otras industrias.” (Ferraro, 2010)

3.4 Las PYMES y el Internet

Cuando hablamos de redes sociales tenemos que saber que es uno de los desarrollos que ha emergido del Internet. En una definición corta pero precisa. Podríamos definir el Internet: como un medio global que permite una fácil comunicación en todo el mundo. Tenemos otros medios de comunicación como la televisión, radio, revistas, periódicos entre otros, pero el Internet en la actualidad es uno de los medios más poderosos y utilizados.

A un solo clic podemos estar navegando en la red en sin numero de páginas revisando noticias, acontecimiento en todas partes del mundo en solo algunos

minutos. Este modo de comunicación ha cortado barreras en el mundo y en los negocios no es la excepción.

Para las PYMES es importante esta vía de comunicación reconociendo que la influencia al Internet en nuestro país es cada vez más fuerte y las maneras de acceso se hacen cada vez más fácil. Es por eso que gracias al Internet las redes sociales tienen su origen y están facilitan la vida del usuario en cualquier duda que ellos tengan en cualquier tema.

Muchas son las razones para lanzarse a trabajar en la Red, y de entre ellas podemos analizar las siguientes como las importantes para cualquier empresa que aun no tome el Internet como forma de negocio y especialmente las Redes Sociales:

- Conseguirse una nueva experiencia y interactuar con sectores y segmentos desconocidos que nunca pensó que su compañía podía entrar en estos pero gracias al INTERNET las puertas y las opciones son múltiples.
- El contacto y la visibilidad que la empresa puede lograr es mucho mayor que la que podía tener con la publicidad normal que tiene en su empresa, porque el Internet y en si las redes sociales tienen un alcance que en algunos casos no se podría estimar pues el rango es global y estaría accediendo a rincones y lugares que el acceso de su publicidad no llegaba antes.
- Trabajar “on-line” supone poder dar respuesta inmediata a las necesidades de los clientes.
- Cuando se utiliza el INTERNET, una de las ventajas que tiene a relación a cualquier otra publicidad que las PYMES pueden utilizar es la innovación es una manera que las compañías pueden usar para actualizar y seguir teniendo pendiente a los internautas con las ultimas novedades de la su marca favorita sin tener que gastar grande montos de dinero, la inversión no representa casi nada en términos económicos a relación a un spot publicitario que es muy costoso y

difícil de andar innovando.

El simple hecho que se puede cambiar tras la marcha, es muy importante reconocer que eso es otra de las alternativas que el INTERNET ofrece a las PYMES, un plan de marketing que al trascurso del tiempo necesita corregirse unas cosas se puede hacer sin necesidad de tener que invertir o perder dinero por esos cambios, el gasto en Internet es bien limitado.

Tener una comunicación directa con los clientes incrementaría los lazos con el usuario y crearía una lealtad hacia el consumidor.

Existe un gran mito sobre el uso de las PYMES y el INTERNET pues creen que solo las grandes empresas pueden operar en el mundo del INTERNET por que ellos poseen alta tecnología y más recursos que harían inalcanzable competir con ellos. Esta perspectiva es errónea pues no se necesita una gran billetera ni invertir fuertes sumas de dinero para anunciar en una red social su empresa. En lo que es el INTERNET el mercado es amplio, la inversión de tiempo y de estrategia es la que supera a los demás, como su marca puede consolidarse en un mercado que en nuestro medio es muy poco explotado como debería serlo.

Algunas redes sociales que pueden ser utilizadas como complemento para cualquier PYMES para la elaboración de un plan de marketing efectivo y exitoso son las siguientes:

Youtube:

No cabe duda que Youtube es uno de los servicios más exitosos que la compañía Google puede tener. Es la palabra más buscada en Google desde hace unos cuantos años, de manera que sus cifras siguen siendo uno de los datos más interesantes, tanto para aquellos usuarios que para cualquier cosa usan el servicio de Youtube, pues en este portal encuentras toda clase de videos.

Los datos de Youtube son fuera de serie, aproximadamente cientos de millones de usuarios que suben 24 horas de vídeo cada minuto, una cifra que según

YouTube corresponde a la reproducción de 150.000 películas a la semana. La información no tiene límites. Por este motivo, llama la atención que los contenidos almacenados en YouTube durante 60 días sean superiores a los que han producido las tres principales cadenas de televisión estadounidense durante sus largos 60 años de vida. Solo con estos datos queda demostrado que Youtube no tiene rival ni competencia.

Otro dato interesante sobre esta red social es el tráfico de usuarios que produce. Según las últimas estadísticas, más del 70% de los usuarios residen afuera de Estados Unidos. Y no es de extrañar, porque actualmente YouTube se encuentra disponible en 38 idiomas y 25 países distintos, ayudado por una nueva opción que permite disfrutar de los subtítulos en muchísimos vídeos populares.

Todo el mundo accede a YouTube. En este sentido, la plataforma no cuenta con un usuario específico. Los datos revelan que el público tiene entre 18 y 54 años, cifras que demostrarían que YouTube no tiene rango de edad. No hay que olvidar que la reproducción de vídeos en YouTube es continua, incluso desde el teléfono móvil. Según explican los conocedores del tema, cada día se reproducen 100 millones de vídeos desde el móvil, lo que confirmaría que el usuario promedio tiene una gran atracción a los videos y a la página.

Pero esta no es la única novedad que ha experimentado YouTube en este último año. Y es que desde hace un tiempo, la plataforma de vídeos también se ha integrado en las otras redes sociales. Según explican sus responsables, más de 5 millones de usuarios utilizan habitualmente la función de compartir, tanto en Facebook así como en la red social Twitter principales sitios de encuentro social a través de Internet. También Youtube tiene un servicio de suscripción que puedes conocer las ultimas actualizaciones y entradas de los videos que te gustan.

Esta plataforma es un potencial inalcanzable para las redes sociales, con un video pueden estar en las tres redes sociales y captar toda esa cantidad de usuarios que día a día están conectadas a las redes sociales. (Hill, 2011)

Facebook

Facebook ofrece alternativas de negocios excepcionales a un bajo costo para las PYMES. Actualmente, Facebook cuenta con cerca de 700 millones de usuarios y, aunque parezca una cifra exorbitante para una PYME, Facebook es una poderosa herramienta de negocios si es manejada efectivamente, pues ahora el que no esta en Facebook pierde bastante es por eso que ahora que cualquier PYMES necesita crear una cuenta.

Si aun su PYME no se ha registrado aún, está perdiendo la oportunidad de estar en la red social con más usuarios en el mundo. Después, de asegurarse de obtener su perfil con el nombre de su empresa, para que otra empresa no pueda utilizar el mismo nombre que usted ya tiene. Es importante saber que esta haciendo sus competidores en las redes sociales, como se manejan, de una manera fácil se puede buscar a sus competidores y evaluar su presencia en Facebook. ¿Qué tipo de páginas han construido? ¿Cuántos admiradores o amigos tienen? A que frecuencia actualizan sus estados, si tienen lo que son fotos, videos entre otras opciones que se puede realizar.

Después de tener una idea clara de que está haciendo sus competidores en Facebook, lo primero que se le va a venir a la mente es, ¿cómo podría extender esa presencia para mi negocio? Existen varias alternativas. Se puede crear una cuenta comercial, que están diseñadas para tener una presencia muy básica en Facebook, pero hay otra opción que es la mas recomendable que es la de la página Comercial de Fan, que provee la creación de una página donde los clientes de su negocio pueden suscribirse como “admiradores”, expandiendo así la presencia de tu negocio porque tus actualizaciones aparecerán en el muro de tus lectores.

Para poder entrar en un buen debate y profundizar más sobre el uso de Facebook para tu negocio, También existe lo que es colocar anuncios de publicidad ya hablado en el capítulo anterior de las PYMES en pequeño plazo, esto sirve para una más profunda segmentación de sus potenciales clientes y que cada vez que alguien de su segmento entre a su página de Facebook está

le aparezca en un cuadro en la parte derecha de su computadora como publicidad

Twitter

Twitter ha crecido enormemente durante el último año. Para algunas PYMES, es una plataforma increíble de marketing; que ayuda estar cerca de consumidor y transmitirle todas las novedades que tengan. En el último tiempo la popularidad de Twitter ha crecido de una manera sorprendente. En marzo de 2009 un blog de Nielsen.com, una página dedicada al comportamiento del usuario, informó que Twitter había logrado un increíble crecimiento mensual de 1382%. Posteriormente en agosto de 2009, la red social Twitter tenía alrededor de 50 millones de usuarios. En ese mismo año por septiembre se crearon en promedio 300.000 cuentas nuevas cada día. Un documento interno publicado por Techcrunch informa que Twitter tiene previsto añadir mil millones de usuarios para el 2013. En otras palabras, mil millones de personas hoy en día equivalen a un sexto de la población mundial.

El uso del Twitter no es tan sencillo como se podría apreciar, *crowdspring* tuvo la suerte de ser incluida en una entrada de BusinessWeek sobre 20 maneras de usar Twitter para los negocios. De ahí podemos tomar 2 tipos de estrategia: la básica la que se utiliza cuando uno recién es nuevo en el mundo Twitter y la avanzada ya cuando tiene conocimiento y maneja bien esta red social.

Si no se ha registrado en Twitter todavía, debes hacerlo hoy mismo y reservar una cuenta con el nombre de su negocio. Además de que puede ser que "twitees" con su propio nombre, querrás tener la opción de poder hacerlo desde la cuenta de su negocio y, lo más importante, has de evitar que sus competidores registren el nombre de su empresa y lo utilicen, esto va ser más cercana la interacción con el cliente en tener el nombre de la empresa como nombre de usuario. Twitter posee una sencilla guía para ayudarte a entender lo que puede hacer por tu negocio. Después de leerla, pasa entre 15 y 30 minutos en la home de Twitter, haciendo búsquedas básicas para familiarizarte con el tipo de contenido disponible.

Es muy importante después de tener un conocimiento básico comenzar a buscar también los nombres de tus competidores para ver si están en Twitter, y si lo están, estudia cómo están utilizándolo. Y no te olvides de buscar el nombre de tu negocio, ya que tus clientes pueden estar hablando de ti, es muy importante eso pues como eres nuevos puedes tener usuarios que en su Twitter hallan comentado de su empresa. Tras todos estos pasos, puedes comenzar a pensar en una estrategia para maximizar Twitter en tu negocio.

En una estrategia más avanzada. Para aprovechar de verdad el potencial de Twitter, en la actualidad existen programas o páginas mas profesionales para el uso de Twitter tales como: TweetDeck, Hootsuits y para los Blackberrys y Iphone uno de las aplicaciones más usadas es: UberTwitter.

Estos programas te darán más flexibilidad y más control sobre tu estrategia que la que tendrías únicamente desde Twitter. Entre otras cosas, podrás ser capaz de predefinir búsquedas (de modo que podrá supervisar ciertas palabras clave, incluyendo su nombre comercial) y a gente que sigas de modo que pueda reducir al mínimo el ruido y el foco en el contenido de verdadero interés. Puede ser que también sea interesante utilizar una herramienta como Twitterfall, que le permitirá definir búsquedas que podrás revisar de cuando en cuando y seguir los temas que son tendencia.

Por ejemplo, si se utiliza Twitterfall para identificar buenos recursos de diseño gráfico e industrial, y se los comparte con la comunidad de crowdSPRING por ejemplo que es una empresa que se dedica a lo que es diseño grafico y publicidad. Esto ayuda a tener claro el panorama de que el consumidor o usuario piensa de su empresa del servicio o producto que usted provee lo positivo y lo malo de esto y como puede mejorar debido a los comentarios de los internautas. (Kimbarovsky, 2010)

Linkedin

LinkedIn es una red social para profesionales. Es una red grande: cerca de 50 millones de usuarios en más de 200 países.

Lo más esencial que se debe de hacer en todas las redes sociales, reservar por lo menos el nombre comercial (o su nombre personal,) de modo que otros no puedan utilizarlo. De forma similar como se hizo las estrategias básicas con Facebook y Twitter, navegue por LinkedIn para ver cómo tus competidores están utilizando el servicio. Busca también a sus clientes y conéctese directamente ya con ellos.

Ya cuando tiene un conocimiento mas extenso de la red social LinkedIn, esta posee algunas características de gran alcance que la mayoría de la gente no utiliza. Por ejemplo, puede animar a sus clientes o vendedores a darte una “recomendación” en LinkedIn. Las recomendaciones son útiles para que la empresa se vuelva más creíble y a su negocio con respecto a los nuevos clientes. Esto quiere decir, si usted se dedicara a vender café, pide a sus clientes que te recomienden después de recibir su producto.

Encontrará tales recomendaciones útiles, especialmente porque su perfil en LinkedIn ganará posiciones en los motores de la búsqueda, y se notará que el producto o servicio a satisficido a otras empresas.

Otra estrategia se centra en los numerosos grupos temáticos de LinkedIn. Encuentra a algunos grupos que tengan una conexión con tu empresa e involúcrate en sus conversaciones. Conteste cuando puedas a las preguntas que se formule, para convertirse en la persona con más conocimientos sobre un tema específico. Muchas PYMES y grupos de marketing en general serán recursos muy útiles para su empresa. Y si no hay un grupo que te interese, considera crear uno, que tarde o temprano habrá otras personas con el mismo interés suyo. El gran objetivo es ganar nuevos clientes optimizando tus palabras claves del perfil de LinkedIn que se esta convirtiendo en una de las redes sociales mas usadas en negocios. (6mees, 2010)

CAPITULO IV

4.1 Resultado de encuesta y observación

El método aplicado a la investigación sería el método Estadístico para tabular las respuestas de las encuestas realizadas y calcular las respectivas medias, correlaciones y proyecciones.

En la investigación a realizar, se utilizará:

Encuesta

La encuesta nos servirá como fuente de obtención de información para determinar probabilidades, estadísticas del comportamiento y apreciación de la muestra de la población hacia el uso de las redes sociales y el impacto en la vida de los ecuatorianos.

Habrán dos tipos de encuestas la que se realice a las PYMES sobre el uso de las redes sociales como herramientas para incrementar las ventas; y también se hará otras encuestas al consumidor queriendo saber si primeramente utilizan las redes sociales, el uso que les dan a estas mismas y que opinan sobre las empresas que interactúan en las redes sociales.

Sistema de procesamiento de la información

El procesamiento de la información va ser mediante tabulaciones de la información adquirida en las encuestas de las empresas y consumidores. El procesamiento de la información va ser mediante el uso de Excel para la correcta tabulación de las encuestas.

El segmento para la primera encuesta será: 200 personas de diferente sexo con una edad promedio de 18 a 30 años; en un status económico medio – alto.

En las muestras correspondientes a las PYMES de Guayaquil esa información será otorgada por la Cámara de la Pequeña Industria de Guayaquil. Dicho eso la cámara contiene unas 950 empresas aproximadamente divididas en 38 diferentes sectores, siendo los 10 sectores industriales los que agrupan el mayor número de empresas. De estos 10 sectores se escogió los 5 sectores

que podrían usar las redes sociales para estimular su negocio. Estos 5 sectores están divididos en: Servicios, Prenda de Vestir, Automotrices, Fotografía y Publicidad y Alimenticio. El número de empresas sería 203, de estas PYMES solo el 25% de las empresas fueron encuestadas, debido a su disponibilidad de tiempo y a su compromiso a poder realizar esta investigación.

En la tabla siguiente podemos apreciar como fue distribuida los sectores y como se llego a las 203 PYMES.

| Sectores - PYMES | Usuarios |
|-------------------------|-----------------|
| Servicios | 32 |
| Prenda de Vestir | 32 |
| Automotrices | 25 |
| Fotografía y Publicidad | 13 |
| Alimenticio | 101 |
| TOTAL | 203 |

TABLA 1: Distribución de sectores de PYMES para la encuesta

En conclusión el segmento de las dos encuesta será: usuarios: 200 y empresas: 50, con estas encuestas quiero comprobar primeramente si el uso de las redes sociales es fuerte en Guayaquil, si es viable que las PYMES implementen esta estrategia en sus negocios y cuantas empresas guayaquileñas conocen sobre las ventajas de las PYMES, cuantas empresas tienen una cuenta de red social y que importancia el dan a esta misma.

En las siguientes hojas encontraremos **las preguntas más significativas de las encuestas realizadas a los usuarios y a las PYMES de Guayaquil**, las demás preguntas se las podrá encontrar en los anexos.

Redes Sociales - Usuarios

¿Tiene alguna cuenta de redes sociales?

SI ___ NO___

¿Cuál es la prioridad para que en el uso de las redes sociales? (5 mas importante – 1 menos importante)

1 2 3 4 5

Amistades

Ver Fotos

Información de Noticias

Publicidad

Contacto con su marca favorita

¿Qué tiempo le dedica a la semana a las redes sociales?

+ De 20 horas _____

10 horas _____

20 horas _____

5 horas _____

15 horas _____

¿Usted compra por Internet?

SI _____

NO _____

8. ¿Qué opina usted sobre los negocios que interactúan con las redes sociales?

Lo que dijeron NO a la segunda pregunta

1. ¿Por qué no utiliza las redes sociales?

Tiempo _____ Se torna un vicio _____

Privacidad _____ No le interesa _____

Otro (Especifique) _____

Redes Sociales – Compañías

¿Tiene usted conocimiento sobre las redes sociales?

SI ____

NO ____

¿Cuál es su mayor fuente de publicidad para su empresa? (Enumerar del 5 al 1 en nivel de importancia)

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------|---|---|---|---|---|
| Televisión | | | | | |
| | | | | | |
| Radio | | | | | |
| | | | | | |
| Redes Sociales | | | | | |
| | | | | | |
| Periódico | | | | | |
| | | | | | |
| Revistas | | | | | |

4.) ¿Su compañía tiene una cuenta de redes sociales?

SI ____

NO ____

SI SU RESPUESTA FUE SI

1. ¿Qué redes sociales cuenta su empresa?

Facebook _____

HI5 _____

Myspace _____

Twitter _____

Otra _____

¿Qué importancia tiene las Redes Sociales en su compañía? (5 mucha importancia – 1 Mínima Importancia)

1 _____

3 _____

5 _____

2 _____

4 _____

SI SU RESPUESTA FUE NO

1 ¿Por qué su empresa no utiliza las redes sociales como fuente de mercadeo?¹

Precio _____

Falta de Conocimiento _____

Demanda de Tiempo _____

No aplica en su empresa _____

Otra (Especifique) _____

¹ Preguntas sobre las redes sociales realizadas por Fernando Bautista.

4.2 Análisis de tabulación y observación

A continuación tendremos los resultados de las encuestas realizadas a las personas de 18 a 35 años sobre las redes sociales y el conocimiento y la importancia que le dan a estas herramientas.

Impacto de la Redes Sociales en Guayaquil

| SEXO | | |
|--------------------------|------------|--------------------|
| Opciones de la Respuesta | Porcentaje | Numero de Personas |
| MUJER | 62,5% | 125 |
| HOMBRE | 37,5% | 75 |

Tabla #2: Cual es el género que predomina más. Tabla realizada por Fernando Bautista.

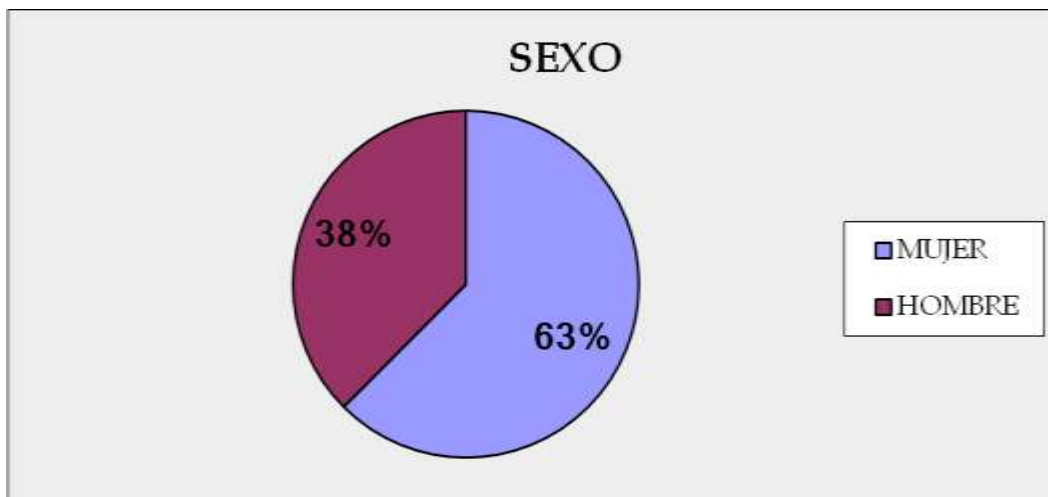


Gráfico #1: Primera pregunta sobre el sexo del encuestado sobre las redes sociales y su importancia al consumidor. Encuesta realizada por Fernando Bautista.

Impacto de la Redes Sociales en Guayaquil

| 2) ¿Tiene alguna cuenta de red social? | | |
|--|------------|--------------------|
| Opciones de la Respuesta | Porcentaje | Numero de Personas |
| SI | 98,5% | 197 |
| NO | 1,5% | 3 |

Tabla # 3: Tiene alguna cuenta de red social. Tabla realizada por Fernando Bautista

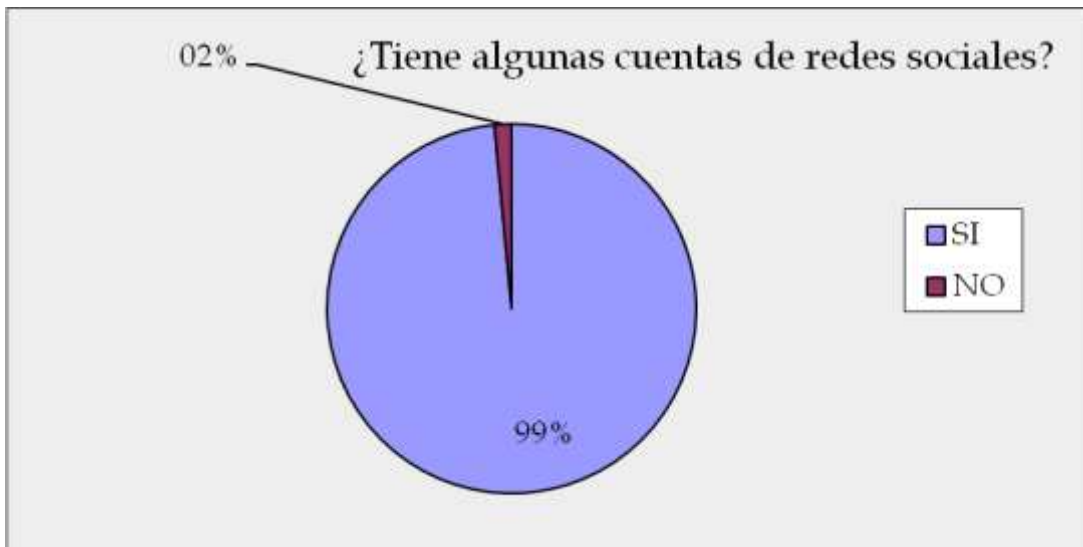


Gráfico #2: Segunda pregunta acerca si tiene alguna cuenta de redes sociales. Encuesta realizada por Fernando Bautista.

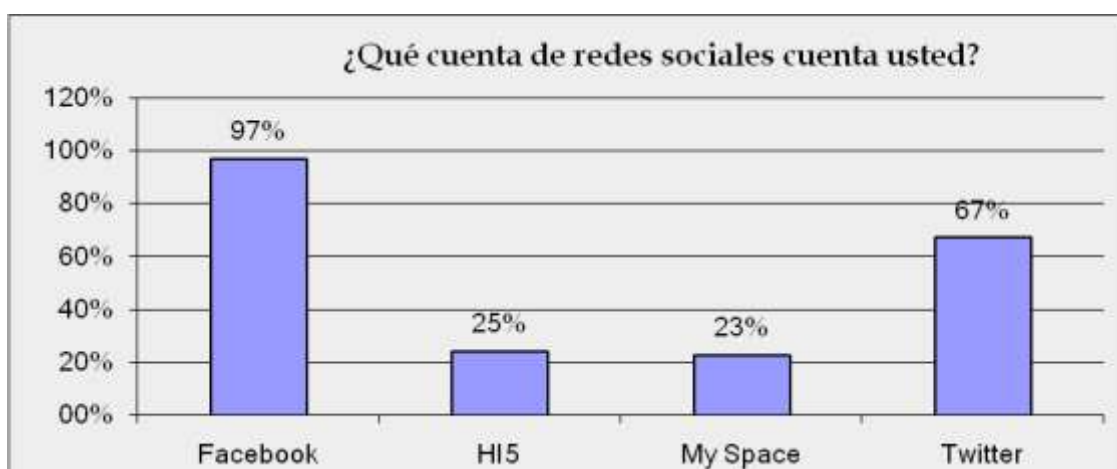
Se puede determinar que un gran número de personas tienen una cuenta de red social activada.

Impacto de la Redes Sociales en Guayaquil

3) ¿Qué cuenta de redes sociales cuenta usted?

| Opciones de la Respuesta | Porcentaje | Numero de Personas |
|--------------------------|------------|--------------------|
| Facebook | 97,4% | 195 |
| HI5 | 24,5% | 49 |
| My Space | 23,0% | 46 |
| Twitter | 67,3% | 135 |
| Otra (especifique) | | 12 |

Tabla#4: Que cuenta de red social usted posee. Tabla realizada por Fernando Bautista.



Grafico#3: Tercera pregunta sobre que redes sociales cuenta usted. Encuesta realizada por Fernando Bautista.

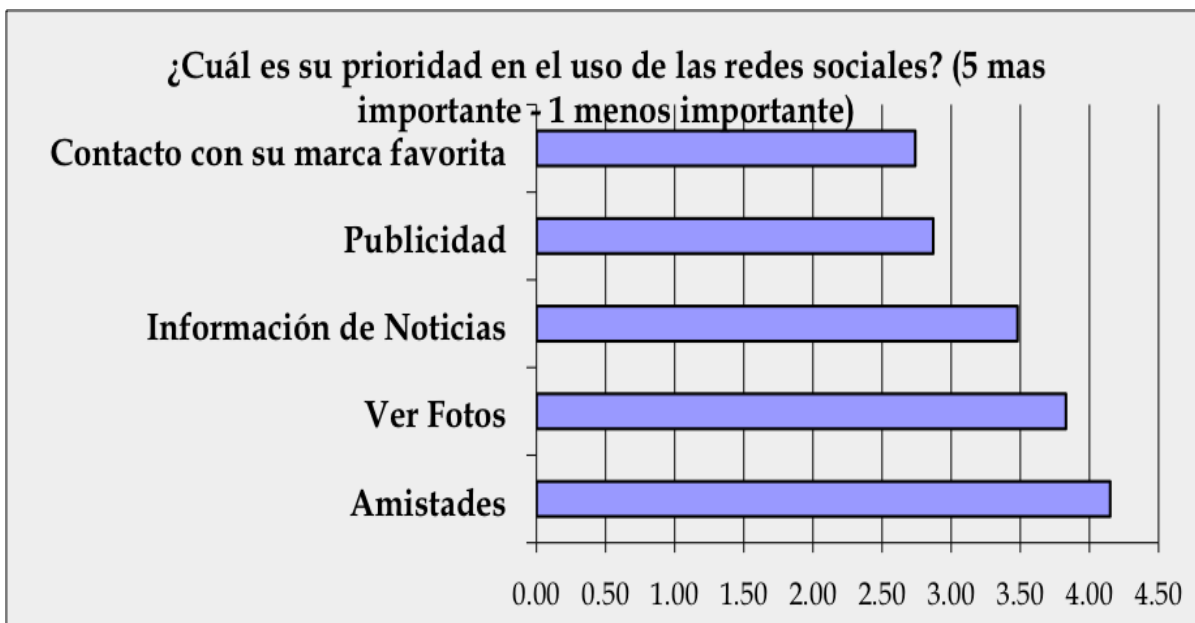
Debido a la popularidad mundial que tiene Facebook y el “boom” que ha provocado en todas partes del mundo, en las encuestas realizadas también se refleja la superioridad de usuarios a relación a las demás redes sociales y se puede apreciar una nueva tendencia en redes sociales que seria Twitter que poco a poco se ha posesionado en el mercado Ecuatoriano como la segunda red social de mayor relevancia.

Impacto de las Redes Sociales en Guayaquil

4) ¿Cuál es su prioridad en el uso de las redes sociales? (5 más importante - 1 menos importante)

| Opciones de Respuesta | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Promedio | Numero de Personas |
|--------------------------------|----|----|----|----|-----|----------|--------------------|
| Amistades | 8 | 13 | 27 | 40 | 106 | 4,15 | 194 |
| Ver Fotos | 10 | 15 | 38 | 59 | 66 | 3,83 | 188 |
| Información de Noticias | 18 | 24 | 43 | 47 | 50 | 3,48 | 182 |
| Publicidad | 43 | 37 | 34 | 43 | 28 | 2,87 | 185 |
| Contacto con su marca favorita | 48 | 33 | 41 | 39 | 21 | 2,74 | 182 |

Tabla #5: Cual es la prioridad del usuario en el uso de las redes sociales. Tabla elaborada por Fernando Bautista.



Gráfico#4: Cuarta pregunta sobre la prioridad de los usuarios hacia las redes sociales. Encuesta realizada por Fernando Bautista.

Podemos notar que la mayoría de las personas usan la red social Facebook para estar en contactos con sus amistades, revisar las últimas fotos y principalmente estar en contactos con ellas. También otro gran número de encuestados utilizan las redes sociales como forma de educación y de información.

Impacto de la Redes Sociales en Guayaquil

5) ¿Qué vía de acceso utiliza para ingresar a sus redes sociales?

| Opciones | Porcentaje | Numero de Personas |
|--------------|------------|--------------------|
| Laptop/Compu | 94,9% | 190 |
| BB | 67,3% | 135 |
| Ipod | 32,7% | 65 |
| Iphone | 11,2% | 22 |

Tabla #6: Vía acceso para ingresar a las redes sociales. Tabla elaborada por Fernando Bautista.



Gráfico #5: Quinta pregunta acerca de que vía de acceso utiliza para ingresar a las redes sociales. Encuesta realizada por Fernando Bautista.

La mayoría de los encuestados usan la computadora de escritorio o portátil para ingresar a sus redes sociales; también encontramos una gran cantidad que usan su celular Blackberry como uso de acceso a las redes.

Actualmente encontramos que la mayoría de los usuarios cuentan con un Blackberry por la comodidad de planes que ofrecen las diferentes compañías y por el servicio de mensajería que este dispositivo ofrece.

Impacto de la Redes Sociales en Guayaquil

| ¿Dónde suele acceder a sus redes sociales? (4 más frecuente - 1 menos frecuente) | | | | | | |
|--|----|----|----|-----|----------|--------------------|
| Opciones | 1 | 2 | 3 | 4 | Promedio | Número de Personas |
| Universidad | 40 | 30 | 50 | 53 | 2,67 | 173 |
| Casa | 11 | 9 | 42 | 132 | 3,52 | 194 |
| Trabajo | 46 | 37 | 49 | 41 | 2,49 | 173 |
| Amigo | 67 | 54 | 31 | 16 | 1,98 | 168 |

Tabla#7: Desde que lugar acceden los usuarios a sus redes sociales. Tabla elaborada por Fernando Bautista

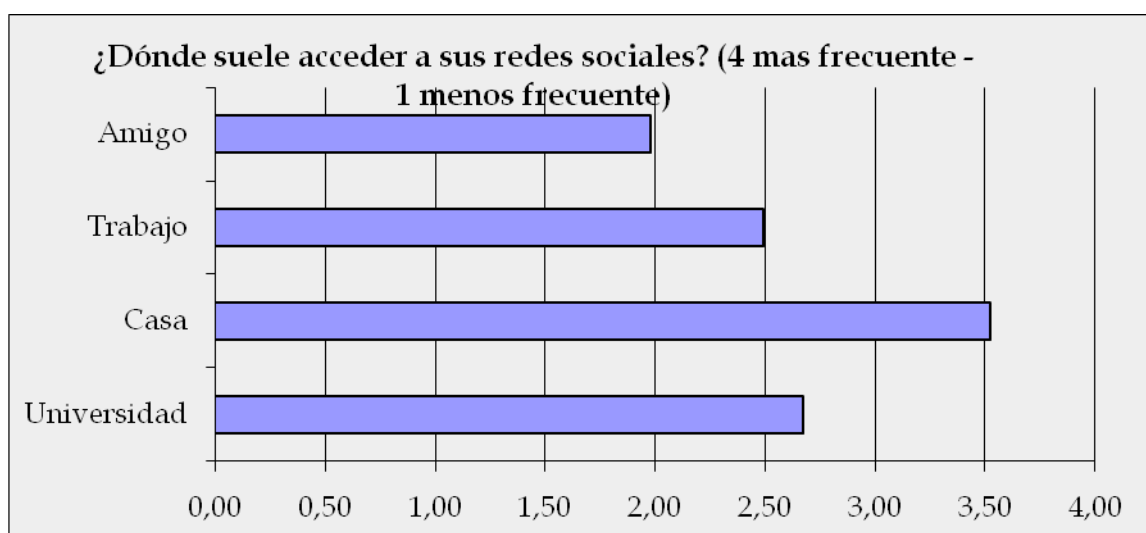


Gráfico #6: Sexta pregunta acerca de dónde accede el usuario a sus redes sociales. Encuesta realizada por Fernando Bautista.

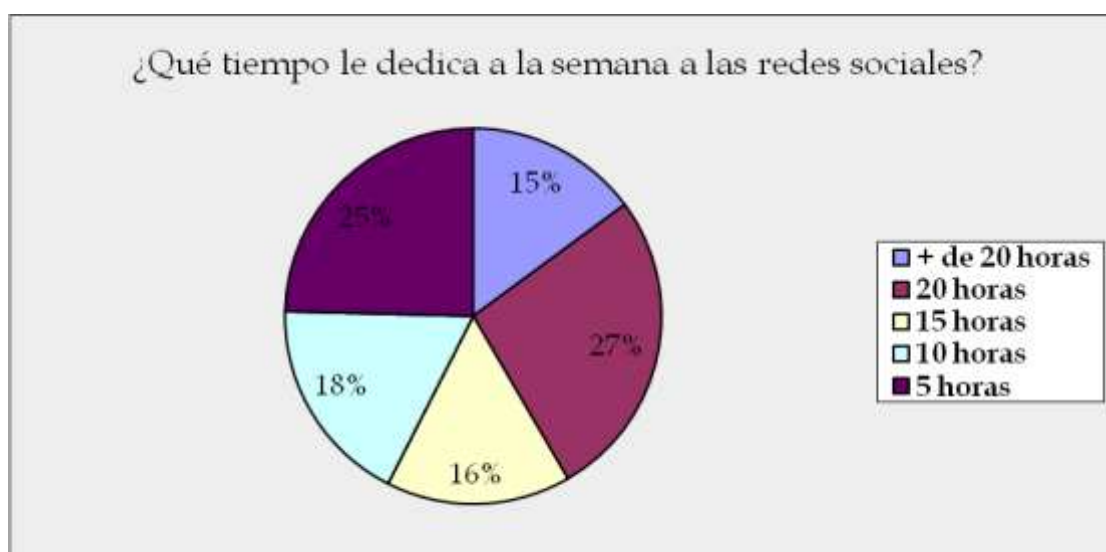
El resultado obtenido demuestra que el lugar donde más acceden los usuarios a sus redes sociales es en la casa. Otro resultado que obtuvo un resultado bastante alto es el de la Universidad y trabajo en este caso podemos relacionar con el uso del celular que tiene los que son las aplicaciones a las redes sociales directamente.

Impacto de la Redes Sociales en Guayaquil

7) ¿Qué tiempo le dedica a la semana a las redes sociales?

| Opciones | Porcentaje | Número de Personas |
|---------------|------------|--------------------|
| + de 20 horas | 14,9% | 30 |
| 20 horas | 26,7% | 53 |
| 15 horas | 15,9% | 32 |
| 10 horas | 17,9% | 36 |
| 5 horas | 24,6% | 49 |

Tabla #8: Que tiempo le dedica a la semana a las redes sociales. Tabla elaborada por Fernando Bautista.



Gráfico#7: Séptima pregunta acerca cuánto tiempo dedica a la semana a las redes sociales. Encuesta realizada por Fernando Bautista.

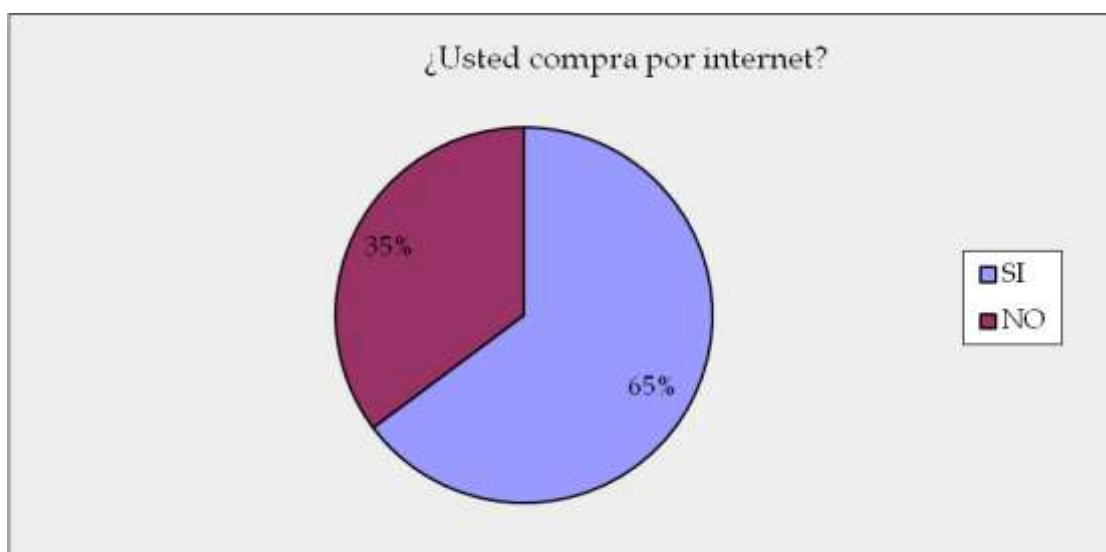
El tiempo que los usuarios le dedican en la semana a las redes sociales puede ser dividido en dos rangos. El primero se puede observar que el 27% de los encuestados le dedican a la semana más de 20 horas, esta cantidad de usuarios pueden ser relacionados con los que están en su casa y con su celular que en constante momento y tienen acceso a todo el día a sus redes sociales.

El otro segmento que representa el 25% le dedica solo 5 horas a la semana se puede relacionar a las personas que trabajan que solo pueden revisar capaz al comienzo de su jornada sus cuentas y nada mas hasta llegar a la casa o al concluir el trabajo, este mismo segmento puede ser relacionado con el porcentaje de la pregunta anterior que era de donde accede a sus redes sociales y una de las respuestas más votadas era la del trabajo.

Impacto de la Redes Sociales en Guayaquil

| 8) ¿Usted compra por Internet? | | |
|--------------------------------|------------|--------------------|
| Opciones | Porcentaje | Número de Personas |
| SI | 64,8% | 129 |
| NO | 35,2% | 71 |

Tabla#9: Usuarios que compran por internet. Tabla elaborada por Fernando Bautista.



Gráfico#8: Octava pregunta acerca si el consumidor compra por Internet. Encuesta realizada por Fernando Bautista.

El uso del Internet, ha provocado que los usuarios ahora hagan sus compras virtualmente, sin necesidad de salir de su hogar. Esta cantidad de usuarios refleja una buena oportunidad para las empresas de nuestro país para estimular este tipo de negociación y el miedo y el recelo que tienen los usuarios ha comprar por Internet se acabe poco a poco.

Impacto de la Redes Sociales en Guayaquil

Sólo, para las personas que respondieron No a la Segunda pregunta de la encuesta.
¿Por qué no utiliza las redes sociales?

| Opciones | Porcentaje | Número de Personas |
|-------------------|------------|--------------------|
| Tiempo | 33,3% | 3 |
| Privacidad | 33,3% | 3 |
| Se torna un vicio | 22,2% | 2 |
| No le interesa | 11,1% | 1 |

Tabla #10: Personas que no utilizan las redes sociales y su motivo. Tabla elaborada por Fernando Bautista.

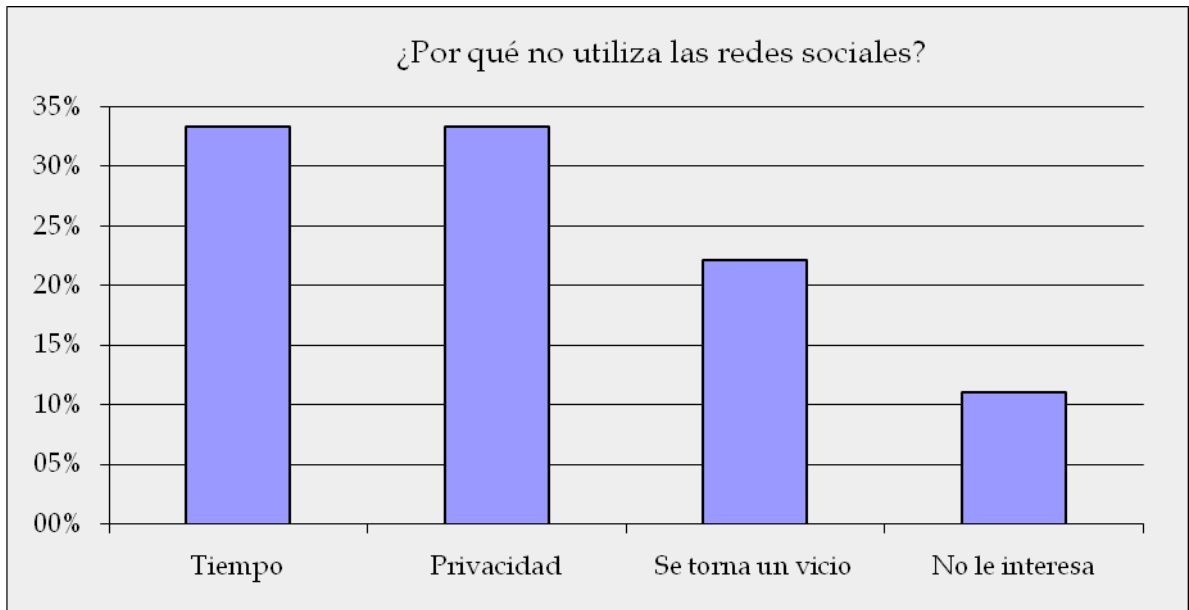


Gráfico #9: Décima pregunta acerca por que no utiliza las redes sociales. Encuesta realizada por Fernando Bautista.

Los pocos usuarios que no tienen una cuenta de red social acotan que ellos no poseen debido al excesivo tiempo que toma estar revisando y la privacidad que en muchos casos se pierde cuando uno esta en las redes sociales.

En la segunda parte de la encuesta, el principal objetivo fue saber como las PYMES de Guayaquil actúan acerca de las redes sociales y el uso que le dan a estas.

Impacto de las Redes Sociales

| ¿Tiene usted conocimiento sobre las redes sociales? | | |
|---|------------|--------------------|
| Respuesta | Porcentaje | Numero de Personas |
| SI | 100,0% | 50 |
| NO | 0,0% | 0 |

Tabla #11: Empresas que tiene conocimiento sobre las redes sociales. Tabla elaborada por Fernando Bautista.

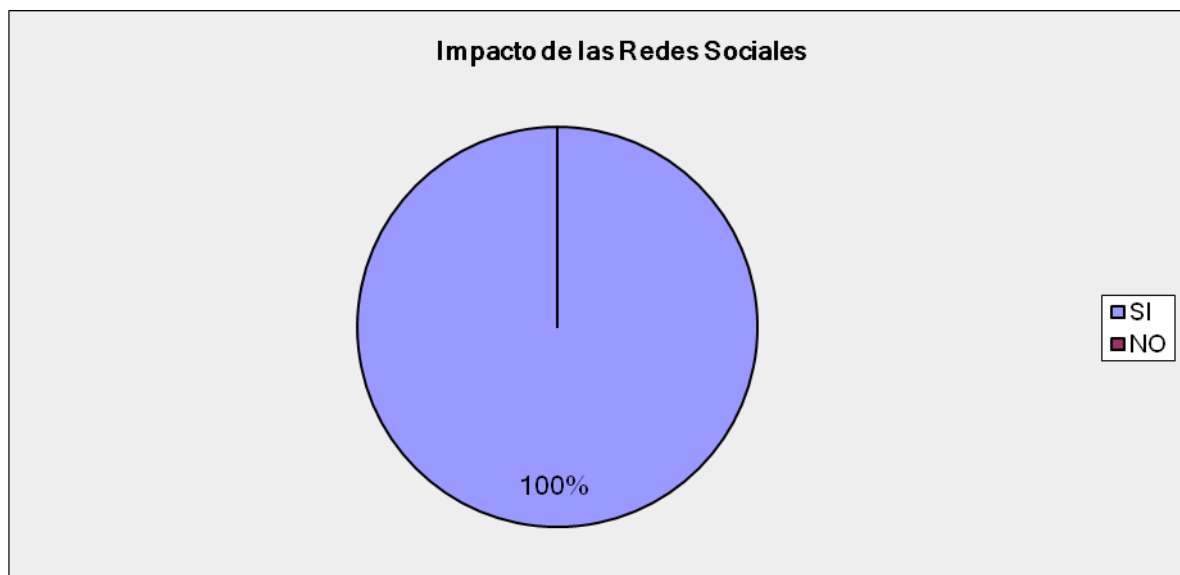


Gráfico #10: Primera pregunta de la segunda encuesta realizada a las PYMES guayaquileñas acerca si tienen conocimiento sobre las redes sociales. Encuesta realizada por Fernando Bautista.

En la primera pregunta podemos apreciar, que las PYMES ecuatorianas si tienen conocimiento sobre las redes sociales que existen actualmente.

Impacto de las Redes Sociales

¿Que redes sociales actualmente conoce? (Marcar con una X todas las redes sociales conocidas)

| Respuesta | Porcentaje | Números de Personas |
|--------------------|------------|---------------------|
| Facebook | 100,0% | 50 |
| Hi5 | 74,5% | 37 |
| Myspace | 36,2% | 18 |
| Twitter | 76,6% | 38 |
| Otra (especifique) | | 9 |

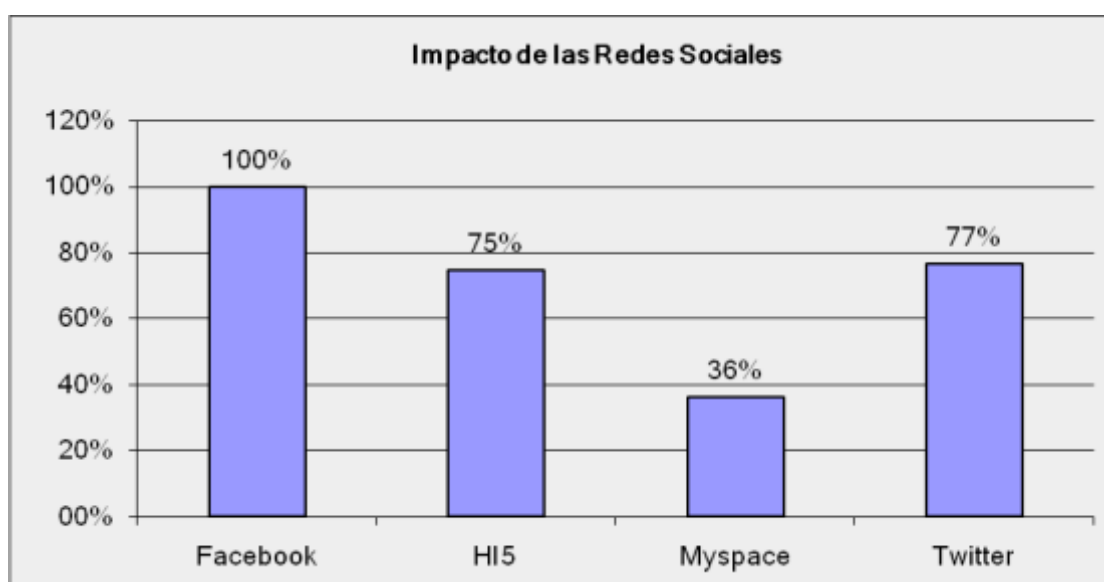
Otra (especifique)

Linkedin (4)

Sonico (4)

Tagged

Tabla #12: Que redes sociales conoce las PYMES de Guayaquil. Tabla elaborada por Fernando Bautista.



Gráfico#11: Segunda pregunta realizada a las PYMES de Guayaquil acerca que redes sociales actualmente conocen. Encuesta realizada por Fernando Bautista.

Las redes sociales que actualmente conocen las PYMES no varía con las de los usuarios, la red social Facebook domina las encuestas realizadas determinando que es la más conocida y usada. Se puede apreciar que las otras 2 redes sociales como Twitter y Hi5 tienen un gran espacio en el conocimiento de las PYMES.

¿Cuál es su mayor fuente de publicidad para su empresa? (Enumerar del 5 al 1 en nivel de importancia)

| Respuestas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Porcentaje | Número de Personas |
|----------------|----|---|----|---|---|------------|--------------------|
| Televisión | 7 | 2 | 7 | 6 | 7 | 3,14 | 29 |
| Radio | 7 | 6 | 6 | 6 | 7 | 3,00 | 32 |
| Redes Sociales | 13 | 3 | 5 | 7 | 7 | 2,77 | 35 |
| Periódico | 8 | 6 | 8 | 9 | 5 | 2,92 | 36 |
| Revistas | 9 | 6 | 13 | 5 | 7 | 2,88 | 40 |

Tabla #13:Cuál es la mayor fuente de publicidad de su empresa. Tabla elaborada por Fernando Bautista.

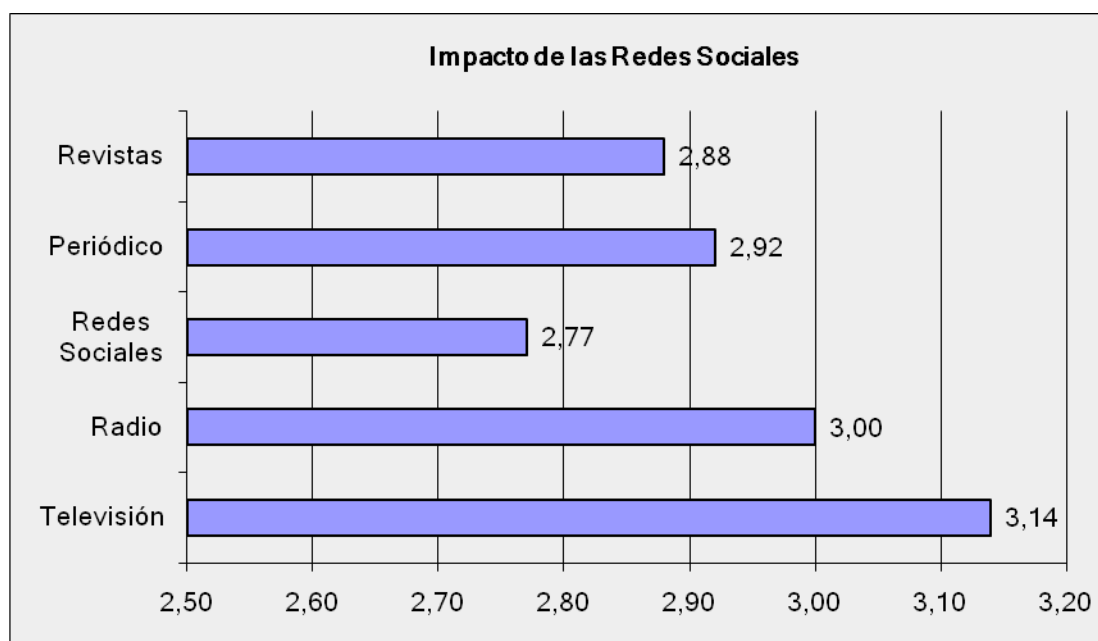


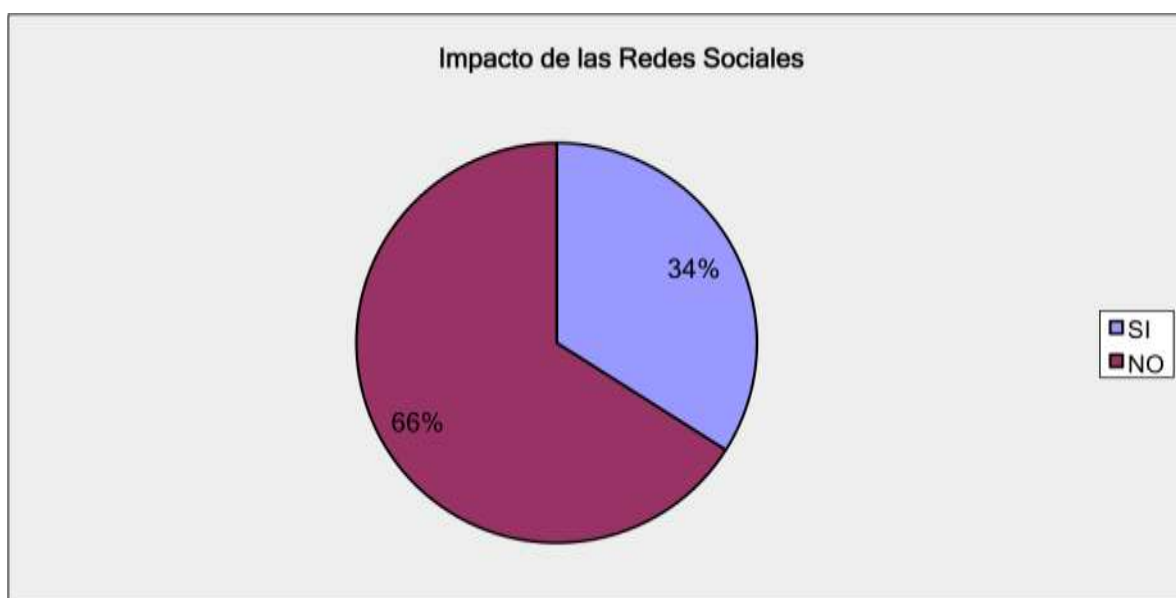
Gráfico 12: Tercera pregunta de la encuesta realizada a las PYMES de Guayaquil acerca de cuál es la mayor fuente de publicidad. Encuesta realizada por Fernando Bautista.

Aunque exista un gran conocimiento de las redes sociales en las PYMES Guayaquileñas, nos podemos dar cuenta que aún el uso de las redes sociales en la compañía no tiene la relevancia que debería tener.

Impacto de las Redes Sociales

| ¿Su compañía tiene una cuenta de redes sociales? | | |
|--|------------|--------------------|
| Respuesta | Porcentaje | Número de Personas |
| SI | 34,0% | 17 |
| NO | 66,0% | 33 |

Tabla # 14: Si la compañía cuenta con redes sociales en su empresa.



Gráfico#13 Encuesta realizada a las PYMES de Guayaquil para determinar si tienen redes sociales en su empresa. Encuesta realizada por Fernando Bautista.

En esta respuesta podemos determinar que las mayorías de las PYMES guayaquileñas no usan las redes sociales en su empresa como forma de publicidad. Uno de los factores puede ser la falta de conocimiento de las ventajas que las redes sociales representan para la estimulación y reconocimiento de una empresa con el usuario.

| ¿Qué redes sociales cuenta su empresa? | | |
|--|------------|--------------------|
| Respuesta | Porcentaje | Número de Personas |
| Facebook | 100,0% | 18 |
| Myspace | 0,0% | 0 |
| Hi5 | 0,0% | 0 |
| Twitter | 61,1% | 11 |

Tabla #15: Que redes sociales cuenta su empresa. Tabla elaborada por Fernando Bautista.

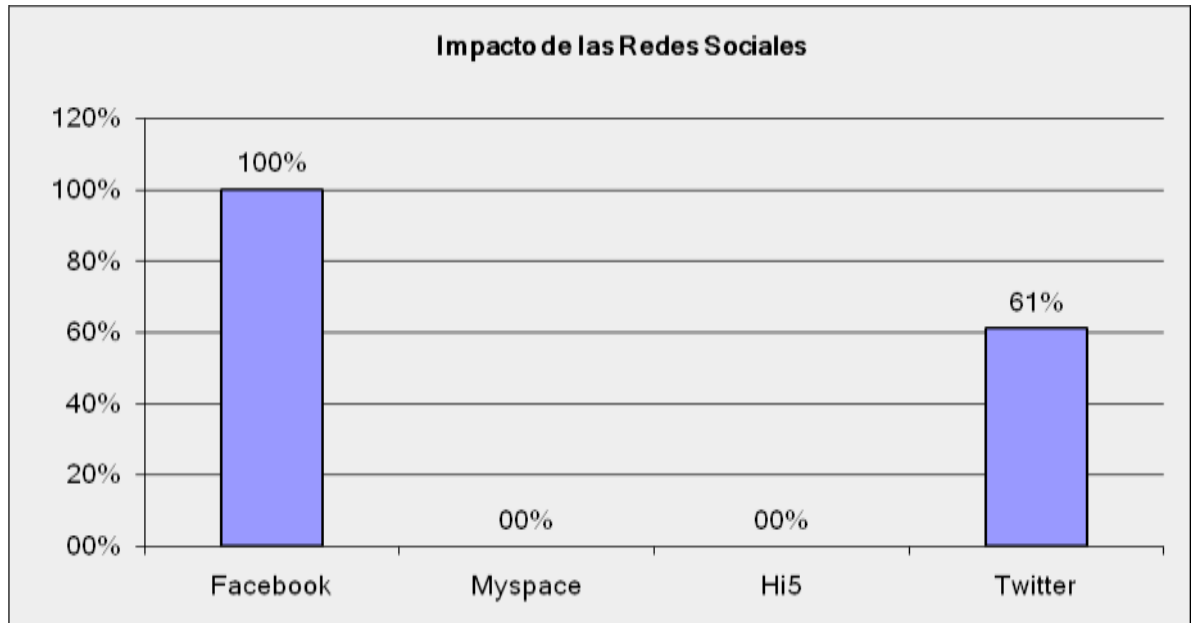


Gráfico 14: Encuesta realizada a las PYMES Guayaquileñas sobre que redes sociales usa en su empresa. Encuesta realizada por Fernando Bautista.

La red social más usada por las PYMES es Facebook, siendo esta red social la más usada en nuestro país y en el mundo las compañías tienen su cuenta en esta red social. La otra red social que es utilizada en una manera favorable es la red social Twitter, esta red social actualmente es la que más crecimiento ha alcanzado y en las PYMES de Guayaquil.

Impacto de las Redes Sociales

| ¿Cuanto tiempo le da a la actualización de sus redes sociales? | | |
|--|------------|--------------------|
| Respuesta | Porcentaje | Número de Personas |
| 1 vez al día | 57,7% | 15 |
| Cada Semana | 23,1% | 6 |
| Cada Mes | 0,0% | 0 |
| Nunca | 19,2% | 5 |

Tabla 16: Cuánto tiempo actualiza su cuenta de redes sociales. Tabla elaborada por Fernando Bautista.

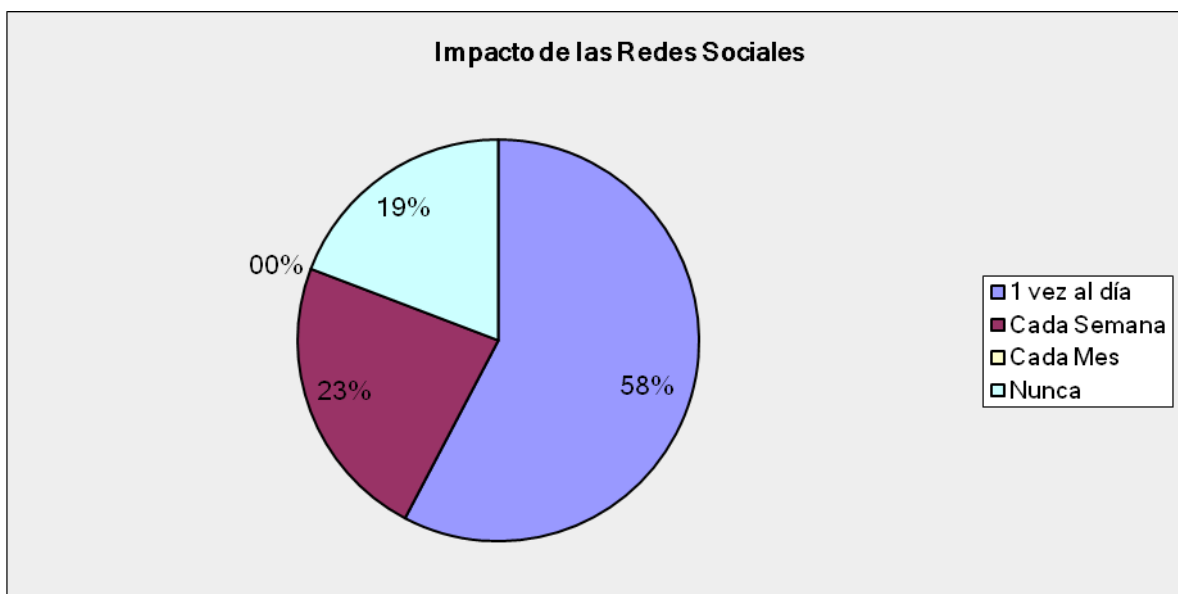


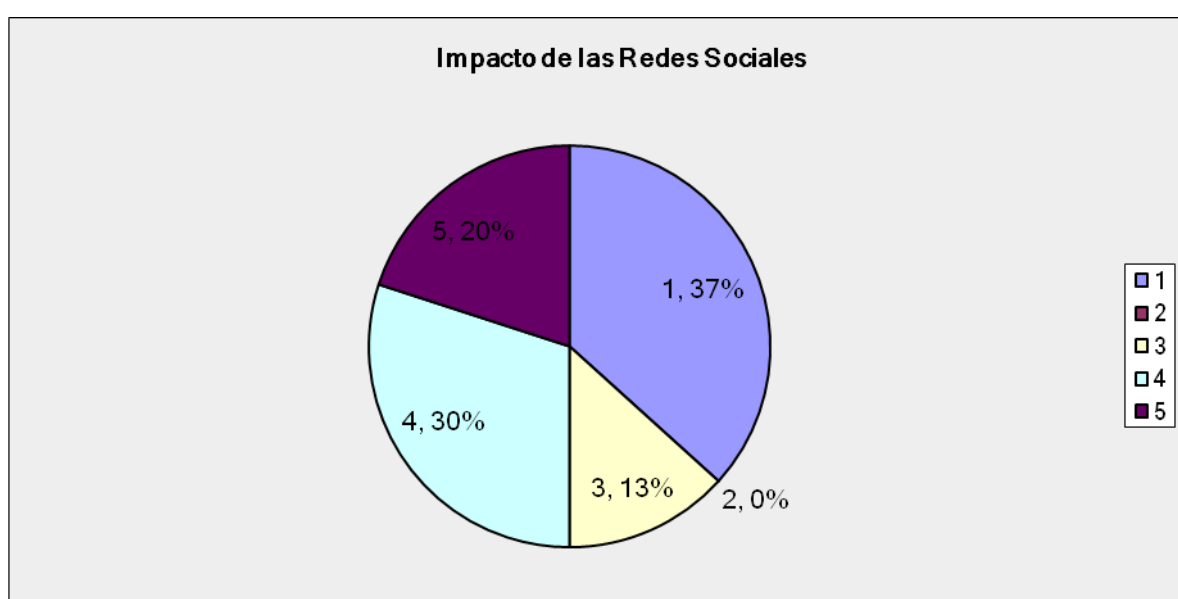
Gráfico #15. Encuesta realizada a las PYMES de Guayaquil acerca de cuanto tiempo le dan a la actualización de sus redes sociales. Encuesta realizada por Fernando Bautista.

Podemos apreciar que las PYMES que tienen su cuenta de red social le dan un uso constante a la actualización de sus redes sociales. El éxito de las redes sociales es tener al usuario siempre informado de las últimas novedades y actualizaciones de su marca favorita.

Impacto de las Redes Sociales

| ¿Qué importancia tiene las Redes Sociales en su compañía? (5 Mucha Importancia - 1 Mínima importancia) | | |
|--|------------|--------------------|
| Respuestas | Porcentaje | Número de Personas |
| 1 | 36,7% | 11 |
| 2 | 0,0% | 0 |
| 3 | 13,3% | 4 |
| 4 | 30,0% | 9 |
| 5 | 20,0% | 6 |

Tabla 17: Que importancia tiene las redes sociales en su compañía. Tabla elaborada por Fernando Bautista.



Gráfico#16: Encuesta realizada a las PYMES Guayaquileñas sobre la importancia que le dan las redes sociales a su compañía. Encuesta realizada por Fernando Bautista.

Las PYMES que usan las redes sociales le dan una importancia moderada, en la encuesta hecha un 37% de las empresas le da la importancia requerida. Los otros pedazos esta distribuido en Mínimo es decir que no toman las redes sociales como una verdadera manera de hacer negocios o simplemente no le dan la importancia que en la actualidad las redes sociales se merecen.

Impacto de las Redes Sociales

¿Por qué su empresa no utiliza las redes sociales como fuente de mercadeo?

| Opciones | Porcentaje | Número de Personas |
|-------------------------|------------|--------------------|
| Precio | 12,1% | 4 |
| Falta de Conocimiento | 54,5% | 18 |
| Demanda de Tiempo | 39,4% | 13 |
| No Aplica en su empresa | 27,3% | 9 |
| Otra (especifique) | | 3 |

**Otra
(especifique)**

Alcance
Aún no se
implementa
Aun no se
implementa

Tabla 18: Por qué la PYME no usa las redes sociales como fuente de mercadeo. Tabla elaborada por Fernando Bautista.

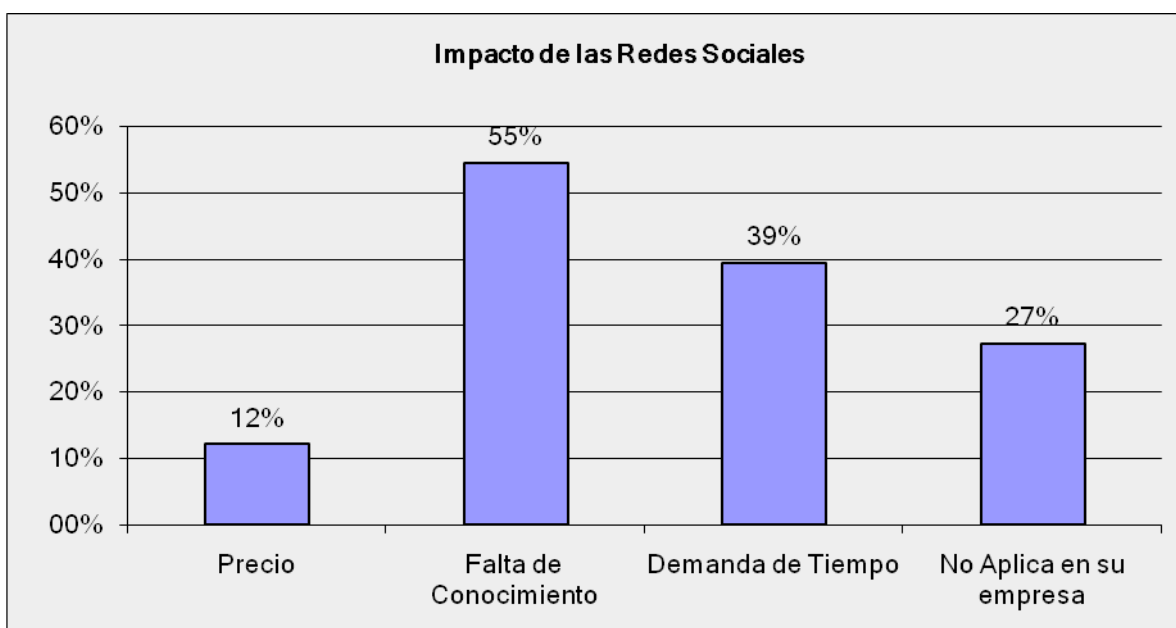


Gráfico #17 Encuesta realizada para las PYMES Guayaquileñas sobre por que las empresas no usan las redes sociales como fuente de mercadeo. Encuesta realizada por Fernando Bautista.

Las encuestas nos reflejan que aunque las personas conozcan las redes sociales, cuando tienen que relacionarlas con negocios o con su empresa el resultado no es el adecuado. La respuesta más obtenida es la falta de conocimiento de que tiene las PYMEs con las redes sociales, debido a que normalmente estas herramientas son utilizadas para otras actividades.

Las PYMES en ciertos casos, no saben como relacionar las redes sociales con su empresa y como éstas pueden contribuir para el mejoramiento de su negocio.

La demanda de tiempo es otra opción muy tomada en cuenta, debido a que es importante recalcar que el simple hecho de abrir una cuenta en cualquier red social no garantiza que va obtener un mayor reconocimiento de los usuarios.

La actualización de las redes sociales es fundamental para alcanzar el objetivo requerido que es fortalecer el vínculo de la empresa con el consumidor mediante las redes sociales.

Impacto de las Redes Sociales

| Bien asesorado, ¿Usaría las redes sociales si conoce las ventajas que estas ofrece hacía su empresa? | | |
|--|------------|--------------------|
| Opciones | Porcentaje | Número de Personas |
| SI | 94,4% | 34 |
| NO | 5,6% | 2 |

Tabla #19: Usaría las redes sociales, conociendo las ventajas que ofrece. Tabla realizada por Fernando Bautista.

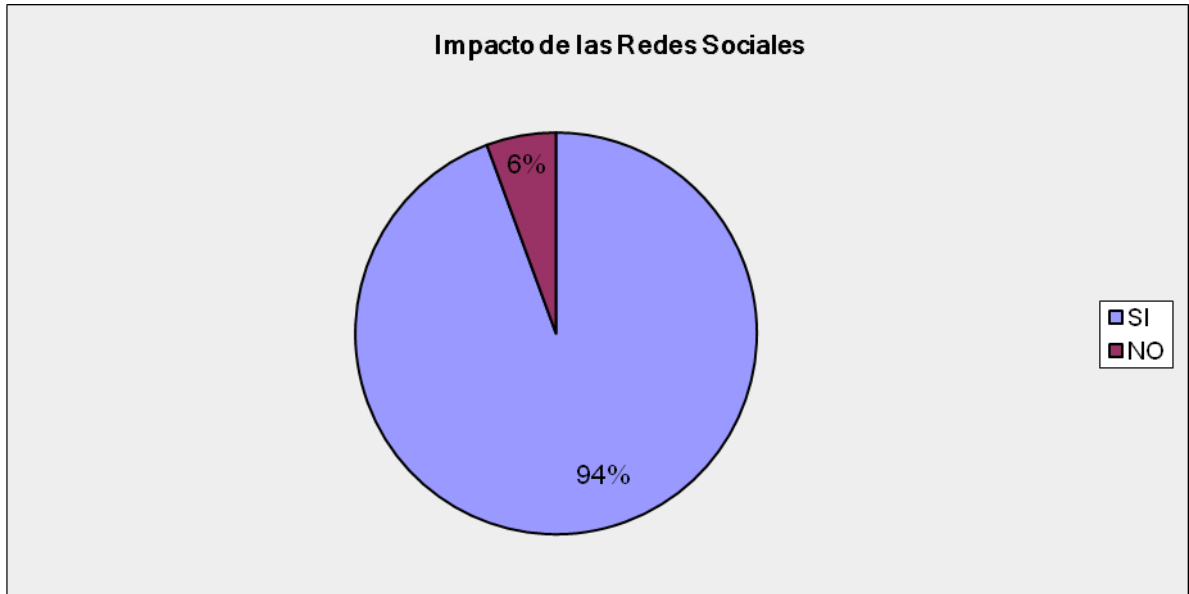


Gráfico #18 Encuesta realizada a las PYMES de Guayaquil sobre si siendo bien asesorado usaría las redes sociales si conoce las ventajas. Encuesta realizada por Fernando Bautista.

Debido a la falta de conocimiento la mayoría de las PYMES no usan las redes sociales como herramienta de comunicación con sus usuarios o para estimular las ventas de su negocio. Es por eso que con una debida capacitación sobre las redes sociales en términos de negocios, las PYMES aceptarían esta nueva herramienta y se dará cuenta el mundo de oportunidades que las redes sociales le pueden ofrecer.

4.3 Análisis

En esta nueva revolución de la comunicación y de los negocios es imposible no hablar sobre las redes sociales, su funcionamiento y como han ayudado al desarrollo y fortalecimiento de las empresas en otras partes del mundo. Las encuestas realizadas están divididas en dos segmentos claramente definidos: La primera encuesta realizada fue para los usuarios para evaluar el uso que le dan básicamente a las redes sociales y cuanto tiempo pasan en éstas. La segunda encuesta fue realizada a las PYMES de Guayaquil se tomo una base de 203 empresas en las cuales 50 fueron las encuestadas. Con estas encuestas se quiere obtener cuanto el empresario de hoy conoce sobre las redes sociales, si en su empresa tienen alguna cuenta de redes sociales y que opinión tiene acerca de este nuevo fenómeno.

En la primera encuesta realizada a los usuarios se puede determinar que el uso de las redes sociales es impresionante, más del 97% tiene una cuenta de red social, sólo con esa respuesta podríamos decir que hay un buen potencial donde las PYMES pueden comenzar a explotar. Como es de uso público debido a la investigación realizada en el mundo y en Ecuador la red social Facebook es la que más usuarios tiene con 2'600,000 de usuarios aproximadamente, en la encuesta realizada se obtuvo que de 200 personas encuestadas más del 97% poseer una cuenta de Facebook.

En otras redes sociales que encontramos un gran uso de los usuarios es la cuenta de Twitter, esta red social es relativamente nueva y en nuestro país ha sido introducida estos últimos años con una aceptación muy favorable, en la encuesta realizada se obtuvo que más del 67% usa esta red social. Podemos notar que las últimas redes sociales son las que predominan el número de usuarios en nuestro país, hace unos años las redes sociales como Hi5 y Myspace era la que tenían más usuarios y predominaban pero desde la revolución que ha tenido Facebook hemos encontrado que los usuarios han seguido las nuevas tendencias así como ahora Twitter.

El segmento de la encuesta fue dirigida a usuarios de 18 a 30 años podemos notar que ese rango de edad esta influenciado con lo que es las redes sociales y el uso del Internet básicamente, encontramos que la prioridad de los usuarios

al utilizar las redes sociales es básicamente estar con sus amistades, saber de la vida de ellos un poco más mediante a la información que pueden obtener mediante las redes sociales, saber que piensan, en que lugar están, donde trabajan entre otras opciones. Es muy importante relacionar esta respuesta con la de Facebook pues la función o el motivo principal de esta red social es la comunicación y la interacción con sus amigos. Debido a este motivo, encontramos que para los usuarios estar en contacto con sus amistades y ver fotos es lo más primordial.

Es interesante recalcar que hay un buen porcentaje de usuarios que también dedican su tiempo en las redes sociales para lo que es información de noticias. Básicamente podemos encontrar en lo que es Facebook, Twitter los diarios nacionales tales El Universo, El Telégrafo, El Comercio, entre otros, que publican diariamente información de nuestro país y también podemos encontrar diarios y revistas de información de todas partes del mundo. A un solo clic se puede tener más de 100 diarios y estar informado de todo sin necesidad de comprar periódicos ni revistas. En el tema de publicidad y contacto con su marca favorita podemos darnos cuenta que los usuarios no han sido bien educados en el contacto con su marca favorita.

Como en el mercado las PYMES no se han enfocado en lo que son las redes sociales, encontramos que los usuarios no le dan la importancia necesaria que podrían tener, es por eso que no le dan la prioridad necesaria que en otros países si la tienen.

Existen varias formas de acceder a las redes sociales, en la encuesta los usuarios determinaron que la más usada es la de la computadora portátil y de escritorio, más del 90% accede desde su casa, universidad, oficina o *Cyber* a los que son las redes sociales.

La segunda opción más elegida es la del Blackberry como es de uso común en la actualidad este dispositivo es uno de los más utilizados en nuestro país, la mayoría de usuarios con un nivel de ingreso medio – alto tienen como primera opción la compra de un celular Blackberry o un Iphone que es la tercera opción más escogida en la encuesta realizada. Esta opción nos demuestra que el usuario está en constante interacción con sus cuentas de redes sociales, es

decir que al día siempre esta revisando sus cuentas y enterándose de las nuevas novedades, comentarios, fotos, estados que sus amistades y demás personas exponen.

Donde suelen acceder a las redes sociales es la siguiente pregunta de las encuestas realizadas, es importante saber en que lugar los usuarios dan tiempo para conectarse a sus redes sociales. La mayoría de los usuarios concordaron que donde más tiempo suelen acceder a las redes sociales es en su casa, seguido con universidad y trabajo como opciones más tomadas en su hogar. En este caso el uso de las computadoras portátiles y de escritorio puede ser relacionado con la pregunta realizada pues es normal que las computadoras portátiles y de escritorio se encuentre lo que es en domicilio.

El uso del celular en las universidades es tremendo, cada vez se encuentra más estudiantes con un dispositivo móvil conectado a cualquier red social sea Twitter, Facebook, Myspace entre otras. El uso de las redes sociales se encuentra en cualquier parte que una persona vaya, desde la comodidad del hogar, en el trabajo, en la universidad, y en la misma casa de algún amigo o familiar. El acceso es tan fácil y tan adictivo que vuelve imposible no acceder a las redes sociales, estar informado o al tanto de las novedades de sus amistades, noticias del medio y demás información que el usuario en general este buscando.

Es muy importante saber cuánto tiempo toma el usuario para revisar o estar conectado en sus redes sociales de ahí uno puedo determinar que viable es para las PYMES explotar con las redes sociales, de nada sirve que el usuario tenga sus redes sociales si a la final no accede a sus redes sociales de una manera frecuente o no le da la importancia necesaria o simplemente accede para algo específico y no toma en cuenta lo que puede ofrecer la página.

Es por eso que se les encuesto a los usuarios cuanto tiempo les toman para acceder a sus redes sociales a la semana, con esto uno puede saber cuantas horas al día dedican aproximadamente y cual fuerte es la exposición de las redes para ellos en la semana. En las respuestas de esta pregunta podemos analizarlos en dos segmentos: personas que acceden a sus redes sociales veinte horas a la semana y usuarios que acceden cinco horas por semana a

sus redes sociales. Las personas que acceden a sus redes sociales alrededor de 20 horas al día constituye al 27% de los encuestados estos usuarios pueden ser relacionados a estudiantes universitarios, a usuarios que tienen su dispositivo móvil y están siempre conectado a sus redes sociales en cualquier instante del día.

El otro segmento representa al 25% de los encuestados que dedican a la semana alrededor de 5 horas al uso de las redes sociales. Este segmento puede ser representado con los empresarios, u oficinistas que no tienen bastante tiempo para estar siempre en contacto de sus redes sociales y aprovechan sus horas libres o de almuerzo para acceder a estas.

Si las PYMES quieren exponer sus productos y servicios en las redes sociales una de sus mayores interrogantes es saber si el usuario esta dispuesto a comprar por INTERNET, lo cual sería también una gran oportunidad que las PYMES que pueden aprovechar para aumentar sus ventas y hacerse conocer en el medio. Los usuarios en la encuesta respondieron favorablemente a la pregunta si ellos compran por INTERNET. Es muy importante saber que este tabú de comprar por Internet poco a poco se esta terminando; en la actualidad más personas toman como opción comprar por INTERNET básicamente por el costo y las facilidades que obtiene en la compra y mediante a las redes sociales se puede acceder a este servicio que ayuda y estimula a las PYMES.

Para saber a fondo el pensamiento del usuario y las PYMES Guayaquileñas se realizó una pregunta abierta tratando de saber que piensa los internautas acerca de las PYMES que interactúan con las redes sociales.

Se encontró varias respuestas interesantes y positivas acerca del tema de las PYMES y las redes sociales. Las frases más utilizadas de los usuarios encuestados fueron que es una manera viable y efectiva para llegar al consumidor, que es una buena manera de comunicarse, de relacionarse y especialmente a un bajo costo y que abarca un mercado muy extenso. Las palabras más utilizadas fueron: potencial, efectivo, expandirse, bajo costo, interactuar entre otras.

Los usuarios creen que es una gran oportunidad para las PYMES, pues en la actualidad muy pocas lo hacen y es por eso que en nuestro país no es considerado una opción viable promocionarse y exponer sus servicios y productos como en otras partes del mundo ya lo están realizando. Bastantes usuarios consideran una gran facilidad para ellos mismos estar en contacto directamente en línea y no tener que acercarse a un local comercial a enterarse de la última mercadería o promociones que pueden tener.

La reducción de costo y el gran mercado que las redes sociales en general ofrecen es lo que los usuarios exponen en sus pensamientos, en la gran oportunidad que tienen las empresas de nuestra ciudad a exponerse a las redes sociales que abarca una gran cantidad de usuarios dispuestos a estar en contactos con ellos.

Aunque el resultado de la encuesta realizada fue favorable encontramos que hubo un pequeño grupo de usuarios que no cuentan con una red social. Las razones que ellos dan es que no tienen una red social por la demanda de tiempo que toma estar en una y por que no le interesa estar en las redes sociales. Eventualmente como antes se menciono es un pequeño grupo que no pasa del 2% de los usuarios que fueron consultados.

La segunda encuesta fue realizada a las PYMES de Guayaquil queriendo saber cuanto conocían sobre las redes sociales y la relación con los negocios respectivamente. El conocimiento de la existencia de las redes sociales fue notorio, teniendo el 100% de los encuestados con una respuesta favorable a la respuesta si tenía conocimiento sobre las redes sociales.

Una de las respuestas que se repiten en las dos encuestas realizadas es que la red social Facebook es la más usada y la más conocida entre los usuarios y las empresas. En el caso de las PYMES, los encuestados tienen entre sus favoritas las redes sociales Facebook antes mencionada, Twitter y HI5 con un alto porcentaje.

El conocimiento de las redes sociales no acompaña con el método o la vía que las PYMES de Guayaquil pues al consultar cual es su mayor fuente de publicidad encontramos que las PYMES usan la televisión como la vía más importante para hacer publicidad seguido de la radio. Las redes sociales son la

última opción en la fuente de publicidad, esto quiere decir que el conocimiento y uso de las redes sociales es para uso personal y no lo usan para exponer su producto o servicio.

En otras palabras las PYMES tienen una falta de conocimiento que las redes sociales en otras partes del mundo estimulan las ventas y hacen posible la expansión y principalmente hacerse conocer en un mercado existente. El uso de la televisión como fuente de publicidad es una inversión muy grande que en algunos casos las PYMES no pueden realizar, y por el intento de acaparar más clientes y hacerse reconocer el medio contratan spots publicitarios que no están a su alcance y esto provoca grandes deudas y en algunos casos no obtienen el resultado esperado.

Este es un claro ejemplo que las redes sociales aún en nuestro país no son utilizadas eficientemente que nos encontramos con ese estereotipo que las redes sociales solo se usan para la relación entre amistades y familiares y no para otras actividades como las expuestas en este estudio.

El no uso de las redes sociales como fuente de publicidad está reflejado con el uso de las redes sociales en la empresa, el 66% de las PYMES de Guayaquil respondieron que no tienen redes sociales en la empresa. Esto demuestra que el conocimiento de las redes sociales es para uso propio y no para el uso empresarial, que la falta de conocimiento ha provocado que un gran porcentaje de los encuestados no tengan una red social en su empresa.

A las pocas PYMES que sí tienen redes sociales en su empresa, que equivale el 34% aproximadamente, se les preguntó cuáles son las redes sociales que usan para publicitar y hacerse conocer, como ya es normal la red social Facebook es la más usada teniendo el 100% de PYMES usando esta red social y a continuación la red social Twitter. Es interesante recalcar que las otras opciones no tuvieron ningún voto es decir que las PYMES Guayaquileñas se enfocan en las redes sociales que en la actualidad son las más utilizadas y con mayor crecimiento en nuestro país y en el mundo.

No es el simple hecho de crear una cuenta de red social y mágicamente los usuarios van aparecer y el reconocimiento de la marca y las ventas van a incrementar, todo va de la mano de cuantas veces actualiza la página, para

que sus usuarios los tengan informado de las últimas novedades, promociones y eventos que las PYMES puedan estar realizando. En este caso las PYMES están conciente de la importancia de la actualización de las redes que alrededor del 58% actualiza su cuenta de red social al día y el 23% cada semana es interesante analizar que las PYMES que usan las redes sociales en su empresa tienen claro que la única manera de alcanzar el éxito es dándole información y variedad a sus usuarios pues si no lo hacen simplemente será una página inexistente y los usuarios dejaran de usar y terminara siendo obsoleto la creación de esta misma.

Es importante saber por qué el 66% de las PYMES Guayaquileñas no usan las redes sociales como herramienta para estimular su negocio, la respuesta más solicitada fue la falta de conocimiento que tienen hacia este tema. Es importante dividir las redes sociales para el uso de la comunicación de amigos y la de los negocios que en este caso es la que nos interesa. La falta de conocimiento de cómo usar las redes sociales en el negocio es la respuesta más determinante, otra respuesta que también es considerada para el análisis es la falta de tiempo.

Como se explicó anteriormente la creación de una red social no garantiza nada, sino el tiempo que toma para insertar fotos, links de la página Web, promociones o información interesante para los usuarios. Esto se debe de hacer día a día pues la encuesta anterior la de los usuarios nos demostró que el uso de las redes sociales es adictivo y en constante momento están revisando lo que son sus cuentas, y siempre debe de existir una actualización correspondiente para tener informado al futuro cliente de las nuevas tendencias de la empresa.

Para terminar la encuesta de las PYMES, analizamos la oportunidad que las empresas sean capacitadas sobre el tema de las redes sociales y los negocios y se den cuenta de las alternativas y las oportunidades que pueden aprovechar gracias a esta herramienta. La respuesta fue positiva mas del 94% de las PYMES están de acuerdo que con una debida capacitación de cómo las redes sociales pueden ser utilizadas en el ámbito de los negocios ellos utilizarían las redes sociales para fines de negocios.

En conclusión, las redes sociales son una fuente de comunicación muy importante en nuestro país el crecimiento que tienen las redes sociales es impresionante y cada vez abarca más usuarios. Las PYMES Guayaquileñas no han usado esta herramienta para estimular su negocio por falta de conocimiento, desafortunadamente en nuestro país aún se cree que las redes sociales es para conocer y comunicarse con amigos y no para la exposición de una empresa promocionando o simplemente hacerse conocer en el mercado. Con la capacitación y la debida preparación las PYMES pueden explotar este mercado que no ha sido utilizado como en otras partes del mundo lo han usado con resultados favorables visto en los capítulos anteriores.

CAPITULO 5

5.1 La Propuesta

Durante la investigación y las encuestas se determinó que las redes sociales tienen un gran vínculo con las pequeñas y medianas empresas en nuestro medio. El vínculo corresponde a la rentabilidad de una PYME en el mercado Guayaquileño y como puede fortalecer el vínculo de la empresa con el consumidor mediante las redes sociales. Todo lo antes mencionado en papeles suena bien, lo más difícil e intrigante es ponerlo en práctica y hacer que las redes sociales sea una conexión con cualquier empresa que este en el mercado.

En teoría el uso de las redes sociales es muy productivo, en todas partes del mundo las empresas tienen su cuenta de red social y publicitan y ofrecen sus productos y ha sido comprobado que es muy conveniente tener redes sociales en los negocios. Debido a este “boom” tecnológico y social es importante demostrar que las redes sociales pueden obtener una gran aceptación y alcance. Y no hay una mejor manera que demostrar, que no solo en teoría las redes sociales pueden estimular y ayudar a una PYME, que exponer un producto o servicio al mundo de las redes sociales.

La implementación de las redes sociales en una PYME de nuestro país sería lo más adecuado en esta tesis, con eso se podría demostrar que factible o no es la idea de usar las redes sociales en el mundo de los negocios. Lo normal sería usar una PYME e implementar las redes sociales en ella, pero para hacerlo más complicado e interesante, ¿Por qué no implementar esta tesis en las redes sociales? Suena un poco ilógico y raro, pero la idea es contar el por que esta tesis ha sido elaborada, que se quiere sacar con esto y que al final de todo en unos años la mayoría de las empresas de nuestro país usen las redes sociales como una opción viable para hacer negocios.

Que esta tesis sea la imagen en las redes sociales más frecuentadas y usadas en nuestro medio como Facebook y Twitter sería lo predilecto y lo adecuado. El objetivo es poder demostrar que se puede obtener usuarios que estén

pendientes de lo que promociones y entregues en este caso por ser una tesis, sería el brindar información recolectada sobre las redes sociales e información de las redes sociales en general.

Con esto se debería crear las dos cuentas mencionadas y comenzar a desarrollar la idea y las estrategias antes mencionadas en los capítulos anteriores.

5.2 ITESIS

Toda empresa tiene su nombre, **marca**, que los distingue del resto y hace que el usuario se acuerde de ellos, se necesita un nombre que lo distinga y represente el nombre del proyecto. En este caso el nombre escogido para las dos cuentas de redes sociales que van hacer creadas es: ITESIS.

Con el nombre ya en marcha, es importante un mensaje de presentación o una siempre descripción de que se trata ITESIS, cual es su objetivo que quiere proyectar o enseñar a los usuarios y el por que seguirla o hacerse fan de la página. Lo importante para que la página sea reconocida como un verdadero centro de información es que los mensajes aporten valor. La gente quiere recibir información interesante y útil y en este caso siendo una tesis la que se va tratar de vender es importante la clase de información y lo interesante y atractivo que esta pueda ser.

Al tener lo más básico de las redes sociales, lo normal sería invitar a tus conocidos a que se unan, en muchos casos se manda una invitación para que se hagan “fans” (en el caso de Facebook) o buscar en sus cuentas de correo Gmail, Yahoo o Hotmail contactos que posean una cuenta Twitter.

En la creación de las cuentas el objetivo no es simplemente tener personas conocidas si no expandirse y atraer a un todo tipo de personas a las redes sociales, debido por recomendaciones de otras personas o el simple hecho de comenzar hacerse conocido en el medio por el tipo de información que esta página provee. El usuario te califica dependiendo del tipo de información que se ofrezca en las redes, en esta nueva era del socia media 2.0 que el usuario escoge que ver y que no ver, no importa cuantas veces un spot publicitario o

información puede aparecer en un lugar si el usuario no ingresa y revisa o en este caso se hace fan.

La idea consiste en tratar en un mes demostrar que exponiendo esta tesis se puede obtener una buena cantidad de usuarios en las dos redes sociales que se va explorar. El número de usuarios que se pueda obtener en el mes es relativo, no hay exactamente un número que determine que cantidad de usuario es bueno para Facebook y Twitter.

La información ingresada en las redes sociales es obtenida de la tesis realizada y de las últimas novedades y curiosidades de las redes sociales mas frecuentadas como: Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, My Space entre otras. El objetivo es tener a los usuarios al tanto de las novedades de sus redes sociales favoritas.

La cuenta de Twitter y Facebook se decidió crearlas la primera semana de mayo. En esa misma semana se comenzó a redactar y mandar información sobre las redes sociales a los usuarios. La respuesta de los usuarios ha sido bastante favorable, logrando en un mes alrededor de 400 usuarios conectados a nuestras redes sociales. Considerando que no somos una empresa que vende algún producto o servicio el conseguir usuarios era un propósito un poco más complejo pero, sin embargo, la aceptación de los usuarios a nuestras páginas ha sido bastante aceptable.

En la red social Twitter, la cuenta ITESIS tiene 238 seguidores eso equivale aproximadamente a 8 nuevos seguidores por día. Se ha alcanzado seguidores de todas partes del mundo como: México, Argentina, Republica Dominicana, Inglaterra y Ecuador. En la cuenta se ha obtenido 19 "Retweeted" o "retuitear" que es una de las formas de compartir algún enlace o alguna noticia interesante es retwitteando a alguien, es decir se envía un twitt con el mismo contenido del twitt de otro usuario, en este caso de nuestra página de ITESIS. La forma más común de retwittear a alguien es escribiendo RT seguido del nombre del usuario quien hizo el twitt original.

De esta forma se difunde un twitt interesante de algún usuario a sus seguidores y es una manera también para obtener lo que son nuevos usuarios a la cuenta. La cuenta también obtuvo 42 menciones; esto quiere decir, usuarios que nos

escribieron o copiaron nuestra información y nos pusieron como referencia o vía a la cuenta.

Como en capítulos anteriores se menciona que la creación o el significado de Twitter son para brindar información, novedades o datos que al usuario le parezcan importantes y relevantes. El internauta sigue a otra cuenta dependiendo del mensaje o de la persona que lo envíe. Para ser una cuenta desconocida sin ninguna trayectoria el número alcanzado de seguidores supera las expectativas.

En la siguiente imagen se puede apreciar el número de usuarios que siguen a la página en Twitter:

Twitter / Personas que siguen a Itesis 19/06/11 20:28

Twitter

Buscar

- Inicio
- Perfil
- Mensajes
- A quién seguir

Nuevo Tweet  Itesis

- Configuración
- Ayuda
- Cambiar al Twitter antiguo
- Cerrar sesión

← perfil de @Itesis

Tienes 238 seguidores

Aquí hay más sobre ellos.

- Personas



Seguir
[EB_iframes](#) FBIFrames
FBiframes.com makes it incredibly easy to create and add custom tabs to Facebook fan pages through iframes.



Siguiendo Dejar de seguir
[solexitax](#) belieber 4 ever ♥ ♡ ☺
Si me sigues t doi follow back ;) o algo así !
¡Seguido por ti!



Seguir
[tommdaxis](#) Tommi Davis
SEO Consultant, Web Designer, Music Enthusiast, Social Media Junkie, Entrepreneur & Mom to 1 great kid, living in beautiful St. Louis, Missouri.



Siguiendo Dejar de seguir
[joacossnchez](#) Joaquín Sánchez
16 years old. Si tienes ganas de conocer gente agrégame joaco.s@hotmail.com.
¡Seguido por ti!



Seguir
[Gabyta024](#) GABYTA



Siguiendo Dejar de seguir
[AlessitaN](#) Alejandra Navarrate
Amarilla, jodona,sociable,positiva, adicta al twitter, buena amiga, amo sonreir, amo leer, amo a mis amigos y Paco, soy un amor de persona,mis tweets lo avalan!
¡Seguido por ti!

<http://twitter.com/#!/Itesis/followers> Página 1 de 12

En lo anexos de la tesis podremos apreciar la cantidad usuarios que alcanzo tener la cuenta ITESIS en un mes y las nacionalidades de cada usuario conectado a nuestra cuenta.

La manera que se llevo a alcanzar esa cantidad de seguidores y fans fue debido a varias estrategias realizadas en el trayecto del mes. Se procedió a mandar correos electrónicos promocionando la página ITESIS y detallando de qué trata la página y que obtendría el usuario haciéndose fan o siguiendo la página. Promocionar en las universidades de la urbe la página fue otra manera de obtener lo que son seguidores.

En el caso de Facebook se creó una "Fan page" es la mejor de las opciones que te ofrece esta red social. Son muchos los que se lanzan a crear una, por el gran tráfico de personas que Facebook tiene. Como en Twitter lo importante es definir un objetivo. Parece obvio, pero aunque no lo crea debido a este detalle es la principal causa de fracaso de las páginas de fans. Es imprescindible nunca perder el objetivo, en el caso de ITESIS, es la publicación de información sobre la tesis realizada y noticias sobre las redes sociales en el mundo. Cada noticia debe tener un parentesco o una equidad, esto quiere decir no se puede mandar un mensaje que no sea relacionado sobre las redes sociales por que perdería el rumbo y el motivo del por que los usuarios decidieron hacerse fan.

Es importante saber que no es un fracaso no tener en las primeras semanas una cantidad de usuarios como fans, todo depende de la empresa o de lo que estemos promoviendo. Hay algunas páginas que le toma más tiempo que otras hacerse conocer, pero lo importante es el tráfico de personas que causa Facebook. En nuestro caso una cuenta recién creada sin ninguna antecedente en el mercado es más complicada tener seguidores, el hacerse conocer y tener mas fans depende del tiempo que uno le ponga a la cuenta, la información que incluya entre otros factores.

La cuenta ITESIS en un mes ha alcanzado 165 seguidores, esto equivale a 5 "fans" por día. Con la creación de una "Fan page" Facebook nos facilita estadísticas e información de los usuarios. En la cuenta de los 165 seguidores

que cuentan se cuenta con 142 ecuatorianos, 12 Canadienses, 7 estadounidenses y 4 españoles.

A continuación se podrá apreciar la página de Facebook con la cantidad de usuarios y alguna de las últimas noticias ingresadas en la cuenta.

The screenshot shows the Facebook profile page for 'Itesis', an entertainment page. The page header includes the name 'Itesis', the category 'Entertainment', and an 'Edit Info' button. On the left sidebar, there is a profile picture of a mug with the text 'CAUTION THESIS WRITING IN PROGRESS', a 'Wall' section with options like 'Hidden Posts', 'Info', 'Photos', and 'Edit', and an 'About' section stating 'Recopilamos la mejor información de tus redes sociales favoritas en el mund...'. The main content area displays a 'Wall' with four recent posts. Each post includes a profile picture, text, a link, and engagement statistics (impressions and feedback). The first post is about bank transfers via social media, the second is a survey result about Facebook users in Ecuador, the third is about Ecuador's global location, and the fourth is a list of 205 useful Twitter applications. The right sidebar contains an 'Admins' section, a 'Use Facebook as Itesis' button, 'Notifications', 'Promote with an Ad', 'View Insights', 'Suggest to Friends', 'You and Itesis' (showing 72 friends), 'Quick Tips', 'Sample Ad', 'Promote My Page', 'Sponsored' ads for AON and Farm Valley Contest, and 'Meet Gina & Tina'.

Como en la red social Twitter, toda la estadística y datos de los usuarios estarán ubicados en los anexos.

Se puede apreciar que en un mes se obtuvieron más de 400 personas que recibieron información e interactuaron con las 2 cuentas que se decidió abrir. La red social que obtuvo más usuarios fue la cuenta Twitter con 250 seguidores; como la información que se ofrecía era netamente informativa esto quiere decir que no se ofrecíamos ni un producto o servicio a la venta como normalmente una PYME lo haría.

Debido a ese factor y a la investigación realizada se pudo determinar que Twitter es utilizada en su mayoría para estas clases de usos, debido a esta explicación podemos determinar el por que Twitter siendo una red social que tiene menos usuarios obtuvo más seguidores a relación de Facebook.

El uso de Twitter en nuestro país cada día es más utilizado esta en una masiva alza a comparación a Facebook que ya está posesionado y en un pico muy alto. En la creación de las cuentas, uno pudo notar la importancia que le dan a las dos redes sociales y el uso constante que tienen los usuarios. Llegaban notificaciones de enlaces de usuarios en cualquier hora, y no simplemente de nuestro país si no de otras partes de Latinoamérica y en algunos casos hasta de Europa seguían la cuenta ITESIS en Twitter.

La experiencia y los resultados hablan por si solo, la cantidad de visitas y de seguidores en un mes fue masiva. Como lo había mencionado antes uno de los errores que cometen muchas PYMES es entrar en las redes sociales pensando que con el simple hecho de haber creado una cuenta van a aumentar sus ventas inmediatamente. Ciertamente, a largo plazo, el objetivo es ese aumentar la rentabilidad y la facturación de las PYMES pero, la clave, comienza en tener un vínculo cercano con los usuarios eso va crear una confianza y respeto que se provocará en ventas seguramente.

CAPITULO 6

6.1 RECOMENDACIONES

El uso de las redes sociales en el mundo es evidente, no se puede tapar el Sol con un dedo y menos este “boom” que cada día crece más y mas. Si 700 millones de personas están conectados solo a una sola red social como Facebook, ¿Cómo no poner nuestra empresa en una de estas redes sociales y comenzar hacerse notar por los usuarios?

Generar debates, invitar a eventos, sugerir contenidos de la página y publicar artículos, vídeos o fotos que se relacionen con la estrategia y objetivo de las empresas, son algunas de las herramientas que se pueden usar para comenzar a trazar el camino con los usuarios, la interacción entre ellos es la pieza fundamental.

Con una buena estrategia de comunicación entre los usuarios y las redes sociales, las PYME de nuestro país lograrían entrar con fuerza a un universo con más de 3 millones de ecuatorianos en Facebook, aproximadamente 700 mil “twitteros” es imposible decir que no se tiene mercado que se puede explotar.

Un motor para las ventas y el reconocimiento es Twitter y Facebook, estas redes sociales se han convertido en la base de las estrategias de ventas de las pequeñas empresas, que publicando una foto, un vídeo o un enlace, han logrado capturar la atención de más clientes.

Lo que se debe de inculcar es una cultura de usar las redes sociales para hacer negocios, desafortunadamente nuestro país esta muy por debajo en este aspecto. Instituciones como la CAPIG o la Cámara de Comercio debería implementar cursos, talleres o seminarios que enseñen e instruyan a los dueños de su pequeña o mediana empresa a usar las redes sociales.

Es muy importante saber que piensan estas dos instituciones sobre las redes sociales y las PYMES es por que se decidió acudir hacia ellos para saber que están haciendo a beneficio de sus socios. Se elaboro una entrevista con los

directivos de la Cámara de Comercio y la Cámara de la Pequeña Industria para conseguir una versión de que opinan sobre el tema. La primera en ser entrevistada fue la Cámara de Comercio de Guayaquil, el señor Alfredo Veintimilla que es el asistente Comercial y Coordinador de la Revista de la Cámara. Fueron 9 preguntas realizadas aquí las preguntas más importantes de la entrevista, la entrevista completa se la puede encontrar en el anexo de la tesis.

Preguntas a la Cámara de Comercio de Guayaquil.

Entrevistado: Señor: Alfredo Veintimilla, asistente Comercial y Coordinador de la Revista la Cámara.

¿Que opinión tiene usted sobre las redes sociales?

Las redes sociales es una forma de llegar al cliente. La red social que mas se especializa en eso es Twitter, no es para hacer amigos ni tomarse fotos, es una comunicación directa con el usuario.

¿Cree que las redes sociales ayudan a la rentabilidad y a la productividad de las PYMES en Guayaquil?

Es posible que si, es como captan el mensaje de las redes sociales. En la actualidad todas las compañías siendo grandes o pequeñas usan las redes sociales para promocionarse y vender su producto o servicio.

¿Usted cree que mostrándole los beneficios que las redes sociales pueden ofrecer, los dueños de las PYMES las usarían en su trabajo?

Lo más importante es que después de haberle mostrado los beneficios a los dueños de las PYMES es que hayan captado el mensaje y que lo implementen párale beneficio de la empresa.²

² Entrevista al Señor Alfredo Veintimilla, asistente Comercial y Coordinador de la Revista la Cámara elaborada por Fernando Bautista.

A continuación podemos apreciar la otra parte de la entrevista que se realizó a la Cámara de la Pequeña y Mediana empresa.

Preguntas a la Cámara de la Pequeña y Mediana empresa.

Entrevistada: Econ. Cecilia Santillán Berrones, Jefe de Proyectos y Asesorías Empresariales

La Cámara de la Pequeña Industria usa las redes sociales? Si, No, Porque?

La Capig tiene a su cargo un Concurso internacional que se lo desarrolla año a año, llamado Desafío Sebrae, se trata de un juego de simulación de negocios dirigido a jóvenes universitarios. Las redes sociales han sido una herramienta valiosa dentro de la etapa de difusión y publicidad del concurso. El concurso cuenta con una página en Facebook y otra en Twitter, la misma que nos ha ayudado a llegar más estudiantes, docentes de universidades y medios de comunicación que también tienen cuentas en estas páginas. La Cámara de la Pequeña Industria del Guayas como institución aún no cuenta con una red social, pero estamos en proyecto de tenerla para aprovechar este medio de publicidad.

¿Existe muy poca información sobre el uso de estas redes en los negocios?

En la actualidad se habla mucho del tema que incluso hay institutos que enseñan el uso de estos medios o también conocidos como Web 2.0.

¿Ustedes como institución han promovido el uso del Internet y de las redes sociales en las PYMES? Si, No - ¿Por qué?

Sí, dentro de los cursos de informática que la CAPIG brinda, se da de forma superficial el uso de las redes sociales, porque consideramos que es una forma valiosa de promoción que además es de fácil uso, económica y permite llegar de manera masiva.

¿Usted cree que mostrándole los beneficios que las redes sociales pueden ofrecer, los dueños de las PYMES las usarían en su trabajo?

Por supuesto, en el caso de los empresarios que no conozcan del tema, tomarían en consideración que es un medio bastante atractivo en cuanto a potenciales clientes y a poder aumentar ventas y posicionamiento de la empresa en el mercado.

¿Después de esta entrevista, que acción la CAPIG implantaría en el uso de las redes sociales?

Trabajar en estrategias de comunicación y publicidad para una mejora continua del uso de estos medios y difundirla a nuestros socios.

Las encuestas realizadas demostraron que la mayoría de las PYMES si tendrían una correcta capacitación y aprendizaje sobre este tema llegarían lejos. Lo más importante es quitarle a la sociedad y las empresas ese estereotipo que las redes sociales solo son para conocer y relacionarse con amigos, que si las multinacionales y empresas grandes en nuestro país usan las redes sociales como forma de interacción por que no nuestras PYMES es tiempo de comenzar a trabajar en equipo y tratar de superarse buscando alternativas y nada mejor que las redes sociales como opción.³

³ Entrevista a la Ec. Cecilia Santillan Berrones, Jefe de Proyectos y Asesorías Empresariales de la CAPIG. Entrevista elaborada por Fernando Bautista.

6.2 Conclusiones:

En recopilación de todo lo visto en la tesis, podemos analizar y darnos cuenta que el uso de las redes sociales en nuestro país esta mal enfocado. Las PYMES aún no aprovecha el potencial que les ofrece las redes sociales en sí. Existe mucho desconocimiento del uso y en ciertos casos aún se pretende creer que las redes sociales solo se las puede utilizar para enlazar nuevas amistades, comentar fotos o escribir en los perfiles de las demás personas.

La investigación demostró que el potencial que tiene Facebook y Twitter actualmente en nuestro país es asombroso, es una vía de acceso a un campo que aun no se explota en nuestro país. El alto impacto que puede crear una empresa gracias a las redes sociales llegando de una mejor manera a su público: conversar, informar, permitir el aprendizaje y entretener. Eso va hacer que el vínculo entre ellos se fortalezca y cree una lealtad a la marca.

Es muy importante recalcar que por el simple hecho de crear una cuenta de red social no significa ni asegura que el día siguiente va obtener 1000 seguidores.

Las redes sociales es un proceso que toma tiempo y dedicación, desde el primer seguidor hasta el último tiene el mismo interés, por la simple razón que ellos se tomaron el tiempo de hacerse “fan” o seguidores.

Para que las PYME aprovechen al máximo de estas herramientas deben interactuar en Twitter, informar a través de Facebook y “blogs”, enseñar con el contenido de su sitio en Internet, y entretener a través de contenidos en YouTube, o en Facebook que cubre la mayoría de los requisitos.

Mediante las encuestas a las PYMES el desconocimiento de las redes sociales fue notable, muy pocas conocían el potencial de Facebook por ejemplo y en varias el simple hecho de nombrarle alguna red social no entendían el como le iban ayudar a mejorar la rentabilidad de su empresa.

En conclusión, el uso de las redes sociales está a la vista de todos, el socia media 2.0, corresponde al arte de saber que quiero ver, que quiero seguir y que quiero comprar. Así como resulta impensable el no andar con el celular, el Internet y las redes sociales en el futuro, van hacer de igual de dispensable que el mismo uso del celular. Así como ahora es una obligación para un negocio

tener una cuenta de correo, el futuro una cuenta de red social no debe ser la excepción, se tiene que enseñar al usuario y a las PYMES que el uso de las redes social van más allá que revisar fotos. Implementemos los buenos ejemplos de los otros países, como las pequeñas y medianas empresas aprovechan este “boom” de las redes sociales.

En Guayaquil la decisión la tiene cada PYME de comenzar a nueva era de los negocios y darse cuenta las oportunidades que tiene en sus manos, es hora que la sepan aprovechar, convirtiéndose en “El verdadero emprendedor no es un soñador, es un hacedor.” Nolan Bushnell.

7. BIBLIOGRAFÍA

6mees. (2010 de Octubre de 2010). *Marketing en Redes Sociales para PYMES: 6mees*. Recuperado el 14 de Enero de 2011, de 6mees: <http://www.6mees.com/7637/marketing-en-redes-sociales-para-pymes.html>

Cámara de la Pequeña Industria del Guayas. (25 de Septiembre de 2010). *Pequeñas y Medianas Empresas Pymes y los Servicios de Desarrollo Empresarial SDE*. Recuperado el 23 de Marzo de 2011, de Cámara de la Pequeña Industria del Guayas: <http://www.capig.org.ec/sdePymes/index.html>

CNN. (24 de Abril de 2009). *CNN Expansión*. Recuperado el 11 de Agosto de 2010, de CNN Expansión: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2009/04/24/redes-sociales-y-su-modelo-de-negocios5>

CNN. (24 de Abril de 2009). *Como Hacer Negocios en las Redes Sociales: CNN Expansión*. Recuperado el 11 de Agosto de 2010, de CNN Expansión: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2009/04/24/redes-sociales-y-su-modelo-de-negocios>

El Universo. (3 de Mayo de 2010). *'Ventana' a redes sociales está abierta a la publicidad: El Universo*. Recuperado el 2 de Junio de 2011, de El Universo: <http://www.eluniverso.com/2010/05/03/1/1356/publicidad-local-conecta-fuerza-redes-sociales.html?p=1447A&m=2160>

El Universo. (3 de Septiembre de 2010). *Entre el 8% y 40% de clientes de tarjetas compra en la web: El Universo*. Recuperado el 11 de Febrero de 2011, de El Universo: <http://www.eluniverso.com/2010/09/03/1/1356/8-40-clientes-tarjetas-compra-web.html?p=1354&m=1775>

El Universo. (9 de Junio de 2010). *Las empresas se unen a redes sociales para "pescar" clientes: El Universo*. Recuperado el 30 de Septiembre de 2010, de El Universo: <http://www.eluniverso.com/2010/06/09/1/1356/empresas-unen-redes-sociales-pescar-clientes.html>

El Universo. (4 de Octubre de 2010). *Restaurantes se relacionan con clientes a través de Twitter: El Universo*. Recuperado el 15 de Febrero de 2011, de El Universo: <http://www.eluniverso.com/2010/10/04/1/1431/restaurantes-relacionan-clientes-traves-twitter.html?p=1354&m=27>

Elola. (12 de Septiembre de 2010). *Debo ser más radical en lo digital: El País*. Recuperado el 12 de Junio de 2011, de El País : http://www.elpais.com/articulo/reportajes/Debo/ser/radical/digital/elpepusocdmg/20100912elpdmgrep_3/Tes

Ferraro, S. (1 de Julio de 2010). *Políticas de apoyo a las Pymes en América Latina*. Recuperado el 12 de Febrero de 2011, de CEPAL: <http://www.eclac.org/ddpe/publicaciones/xml/7/41837/LBC107.pdf>

Heart of Facebook Statistic . (2010 de Diciembre de 2010). *Ecuador Statistic: Heart of Facebook Statistic*. Recuperado el 10 de Junio de 2011, de Heart of Facebook Statistic: <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/ecuador>

Heart of the Statistics. (1 de Diciembre de 2010). *Ecuador Brands: Heart of Statistics*. Recuperado el 11 de Junio de 2011, de Heart of Statistics: <http://www.socialbakers.com/facebook-pages/brands/ecuador/>

Hill. (5 de Marzo de 2011). *Youtube en cifras, las estadísticas de YouTube en 2011: Tu Experto*. Recuperado el 14 de Julio de 2011, de Tu Experto: <http://www.tuexperto.com/2011/03/05/youtube-en-cifras-las-estadisticas-de-youtube-en-2011/>

Kimbarovsky. (1 de Agosto de 2010). *10 Small Business Social Media Marketing Tips: 101.es*. Recuperado el 18 de Febrero de 2011, de 101. es: <http://101.es/marketing-en-redes-sociales-para-pymes-10-pasos-al-alcance-de-cualquiera/>

Klein. (6 de Agosto de 2008). *Are Social Networking Sites Useful for Business*. Recuperado el 2010 de Septiembre de 30, de Business Week: http://www.businessweek.com/smallbiz/content/aug2008/sb2008086_346094.htm

Lazalde. (10 de Septiembre de 2010). *El trailer de The Social Network sugiere que Zuckerberg creó Facebook mientras usaba KDE: Bitelia*. Recuperado el 5 de Junio de 2011, de Bitelia: [el-trailer-de-the-social-network-sugiere-que-zuckerberg-creo-facebook-mientras-usaba-kde](http://bitelia.com/2010/09/10/el-trailer-de-the-social-network-sugiere-que-zuckerberg-creo-facebook-mientras-usaba-kde)

Lo Sobresaliente. (24 de Febrero de 2011). *En 20 de los países hay un 76% de todo los usuarios de Facebook septimo lugar Mexico*. Recuperado el 20 de Junio de 2011, de Lo Sobresaliente: Los sobresalientes en la Web [En línea] 2011. [Fecha de acceso 20 de Junio del 2011] URL disponible en: <http://sobrewebtecnologia.blogspot.com/2011/02/en-20-paises-hay-un-76-de-todos-los.html>

Maidana. (26 de Septiembre de 2008). *Redes Sociales en Internet: Enlace Digital*. Recuperado el 10 de Febrero de 2011, de Enlace Digital: <http://enlacedigital.com.ar/i/redes-sociales-en-internet>

Marketing Directo. (17 de Agosto de 2010). *¿Por qué la gente sigue a las marcas en Twitter?: Marketing Directo*. Recuperado el 15 de Febrero de 2011, de Marketing Directo: <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/digital/¿por-que-la-gente-sigue-a-las-marcas-en-twitter/>

Mashable. (20 de Agosto de 2008). *Mashable y las Redes Sociales: Mashable*. Recuperado el 21 de Agosto de 2010, de Mashable: <http://mashable.com/social-media/>

Medellín Editorial. (24 de Julio de 2010). *Historia de las Redes Sociales: Medellín Editorial*. Recuperado el 30 de Septiembre de 2010, de Medellín Editorial: <http://www.medellin.edu.co/sites/Educativo/Docentes/Noticias/Paginas/historiad-eredessociales.aspx>

Morales. (23 de Marzo de 2010). *Las 10 Redes Sociales más populares del 2010: 10 Puntos.com*. Recuperado el 10 de Febrero de 2010, de 10 Puntos.com: <http://www.10puntos.com/redes-sociales-mas-populares/>

Puro Marketing. (17 de Septiembre de 2010). *Los seguidores de Twitter y Facebook se convierten en evangelistas de las marcas: Puro Marketing*. Recuperado el 5 de Mayo de 2011, de Puro Marketing: <http://www.puromarketing.com/88/7969/seguidores-twitter-facebook-convierten-evangelistas-marcas.html>

Revista Lideres. (29 de Abril de 2010). *En Ecuador, 3 000 twitteros registra tres horarios favoritos para uso del Twitter: Revista Líderes* . Recuperado el 12 de Febrero de 2011, de Revista Líderes : <http://www.revistalideres.ec/2009-08-17/Marketing/El-Especialista/LD090817P11MKTWITTER.aspx>

Tic Beat. (14 de Septiembre de 2010). *EL éxito de twitter en números: Tic Beat*. Recuperado el 11 de Enero de 2011, de Tic Beat: <http://www.ticbeat.com/socialmedia/exito-twitter-numeros/>

Velasco. (8 de Septiembre de 2010). *Diez redes sociales de las que no hemos oído hablar: Bitelia*. Recuperado el 30 de Mayo de 2011, de Bitelia: <http://bitelia.com/2010/09/diez-redes-sociales-de-las-que-no-hemos-oido-hablar>

8. ANEXOS:

Encuestas:

Redes Sociales - Usuarios

Sexo:

Masculino ___ Femenino ___

¿Tiene alguna cuenta de redes sociales?

SI ___ NO___

¿Qué cuenta de red social cuenta usted?

Facebook _____

Myspace _____

HI5 _____

Twitter _____

Otra (Especifique) _____

¿Cuál es la prioridad para que en el uso de las redes sociales? (5 mas importante – 1 menos importante)

1 2 3 4 5

Amistades

Ver Fotos

Información de Noticias

Publicidad

Contacto con su marca favorita

¿Dónde suele acceder a sus redes sociales? (4 más importante – 1 menos importante)

1 2 3 4

Universidad

Casa

Trabajo

Amigo

¿Qué tiempo le dedica a la semana a las redes sociales?

+ De 20 horas _____

10 horas _____

20 horas _____

5 horas _____

15 horas _____

¿Usted compra por Internet?

SI _____

NO _____

8. ¿Qué opina usted sobre los negocios que interactúan con las redes sociales?

Lo que dijeron NO a la segunda pregunta

1¿Por qué no utiliza las redes sociales?

Tiempo _____

Se torna un vicio _____

Privacidad _____

No le interesa _____

Otro (Especifique) _____

Redes Sociales - Compañías

¿Tiene usted conocimiento sobre las redes sociales?

SI ____ NO ____

¿Que redes sociales actualmente conoce?

Facebook _____

Myspace _____

HI5 _____

Twitter _____

Otra (Especifique) _____

¿Cuál es su mayor fuente de publicidad para su empresa? (Enumerar del 5 al 1 en nivel de importancia)

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------|---|---|---|---|---|
| Televisión | | | | | |
| Radio | | | | | |
| Redes Sociales | | | | | |
| Periódico | | | | | |
| Revistas | | | | | |

4.) ¿Su compañía tiene una cuenta de redes sociales?

SI ____

NO ____

SI SU RESPUESTA FUE SI

5) ¿Qué redes sociales cuenta su empresa?

Facebook _____

Myspace _____

HI5 _____

Twitter _____

Otra (Especifique) _____

6) ¿Cuanto tiempo le da a la actualización de sus redes sociales?

1 vez al día _____

Cada semana _____

Cada mes _____

Nunca _____

7) ¿Qué importancia tiene las Redes Sociales en su compañía? (5 mucha importancia – 1 Mínima Importancia)

1 _____

3 _____

5 _____

2 _____

4 _____

SI SU RESPUESTA FUE NO

1) ¿Por qué su empresa no utiliza las redes sociales como fuente de mercadeo?

Precio _____

Falta de Conocimiento _____

Demanda de Tiempo _____

No aplica en su empresa _____

Otra (Especifique) _____

2) Bien asesorado, ¿Usaría las redes sociales si conoce las ventajas que estas ofrece hacía su empresa?

SI _____

NO _____

PREGUNTAS PARA LA CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL

1. ¿Que opinión tiene usted sobre las redes sociales?

Las redes sociales es una forma de llegar al cliente. La red social que mas se especializa en eso es Twitter, no es para hacer amigos ni tomarse fotos, es una comunicación directa con el usuario.

2. ¿La Cámara de Comercio de Guayaquil usa las redes sociales? Si, No, Por que?

Si, la cámara cuenta con cuenta de Facebook y de Twitter, también contamos con lo que es correo masivo que eso es exclusivo para los socios de la cámara. Es la vía más útil de informar las novedades a los socios.

3. ¿Cree que las redes sociales ayudan a la rentabilidad y a la productividad de las PYMES en Guayaquil?

Es posible que si, es como captan el mensaje de las redes sociales. En la actualidad todas las compañías siendo grandes o pequeñas usan las redes sociales para promocionarse y vender su producto o servicio.

4. ¿Por que cree usted que las PYMES de Guayaquil no usa las redes sociales para hacerse conocer en el mercado?

Uno de los más grande problema es nuestro país, en el último censo se pudo determinar la poca penetración que tiene el uso de la computadora. Si no tiene una computadora es imposible que puedan tener un acceso a Internet peor a una red social.

5. ¿Existe muy poca información sobre el uso de estas redes en los negocios?

En parte si, la Cámara esta estimulando lo que es las ventajas y lo bueno que son las redes sociales, pero existe muy poca información al respecto. Seria bueno que las Universidades e Institutos inculcan a sus estudiantes, que son los próximos empresarios de nuestro país que las redes sociales son una excelente herramienta para hacer negocios y la importancia de esta misma.

6. ¿Ustedes como institución han promovido el uso del Internet y de las redes sociales en las PYMES? Si, No - Por que?

Si hemos comenzado a divulgar el uso del Internet y de las redes sociales como una manera de hacer negocios. Nosotros ponemos el ejemplo en el hecho que la cámara usa las dos redes sociales más importantes para lanzar y promocionar eventos y también todas las novedades

7. ¿En los cursos de capacitación o talleres han tomado en consideración el tema de las redes sociales y las PYMES?

La Cámara de Comercio promueve capacitaciones y talleres para sus socios, en respecto a las redes sociales este mes el miércoles 21 de septiembre hay un evento de "Potenciando su empresa usando Google, Facebook y Twitter"

8. ¿Usted cree que mostrándole los beneficios que las redes sociales pueden ofrecer, los dueños de las PYMES las usarían en su trabajo?

Lo más importante es que después de haberle mostrado los beneficios a los dueños de las PYMES es que hayan captado el mensaje y que lo implementen párale beneficio de la empresa.

9. ¿Después de esta entrevista, que acción la Cámara de Comercio implantaría en el uso de las redes sociales?

En nuestro caso nosotros seguiremos incentivando a nuestros socios para que se integren al uso de las redes sociales con su empresa. También nosotros haremos eventos como el que hicimos para Junio, (E-Commerce day) que fue nuestra iniciativa traerlo al país y para Noviembre posiblemente tendremos otro evento sobre el manejo virtual de empresas. Con esto queremos orientar y incentivar a nuestros socios y compañías sobre las ventajas y la oportunidad que tienen con las redes sociales.⁴

⁴ Entrevista al Señor Alfredo Veintimilla, asistente Comercial y Coordinador de la Revista la Cámara elaborada por Fernando Bautista.

PREGUNTAS PARA LA CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DEL GUAYAS

1. ¿Que opinión tiene usted sobre las redes sociales?

Las redes sociales sin duda han transformado la forma en la que nos comunicamos, ya que permite la interacción entre miembros de los sistemas sociales en todas las dimensiones, desde el ámbito interpersonal como de negocios.

En el mundo empresarial son una forma muy efectiva de publicidad, es por ello que las empresas están dirigiendo todos sus esfuerzos al uso de estos medios ya que se puede llegar a los diferentes segmentos de mercado. Además, brindan la posibilidad de que el usuario, deje de ser un espectador y se convierta en generador de información, contenido y conocimiento. Permite a las empresas obtener información sobre los gustos y preferencias del consumidor, ya que en los llamados blogs, se pueden crear espacios de discusión y debates sobre temas que van desde lo cotidiano hasta lo trascendental.

2. ¿La Cámara de la Pequeña Industria usa las redes sociales? Si, No, Por que?

La CAPIG tiene a su cargo un Concurso internacional que se lo desarrolla año a año, llamado Desafío Sebrae, se trata de un juego de simulación de negocios dirigido a jóvenes universitarios. Las redes sociales han sido una herramienta valiosa dentro de la etapa de difusión y publicidad del concurso. El concurso cuenta con una página en Facebook y otra en Twitter, la misma que nos ha ayudado a llegar más estudiantes, docentes de universidades y medios de comunicación que también tienen cuentas en estas páginas. La Cámara de la Pequeña Industria del Guayas como institución aún no cuenta con una red social, pero estamos en proyecto de tenerla para aprovechar este medio de publicidad.

3. ¿Cree que las redes sociales ayudan a la rentabilidad y a la productividad de las PYMES en Guayaquil?

Sin duda, como exponíamos anteriormente, estos medios otorgan a las Pymes la posibilidad de gestionar de manera proactiva la comunicación con los clientes y de llegar a segmentos deseados en menor tiempo y maximizando el uso de los recursos.

4. ¿Por que cree usted que las PYMES de Guayaquil no usa las redes sociales para hacerse conocer en el mercado?

Porque debido a su tamaño, las PYMES no poseen el personal al que pueda designársele como responsabilidad el manejo de páginas de la empresa en redes sociales, normalmente el gerente concentra muchas de las actividades de la empresa como las de gestión de marketing y contacto con clientes, lo que le impide tener el tiempo para dedicárselo al mantenimiento de páginas en redes sociales. Además, también puede deberse al poco conocimiento de este tipo de tecnologías de comunicación y de cómo pueden ser aprovechadas en beneficio de la empresa.

5. ¿Existe muy poca información sobre el uso de estas redes en los negocios?

En la actualidad se habla mucho del tema que incluso hay institutos que enseñan el uso de estos medios o también conocidos como web 2.0.

6. ¿Ustedes como institución han promovido el uso del Internet y de las redes sociales en las PYMES? Si, No - ¿Por qué?

Sí, dentro de los cursos de informática que la CAPIG brinda, se da de forma superficial el uso de las redes sociales, porque consideramos que es una forma valiosa de promoción que además es de fácil uso, económica y permite llegar de manera masiva.

7. ¿En los cursos de capacitación o talleres han tomado en consideración el tema de las redes sociales y las PYMES?

Como se indicará en la pregunta anterior, este tema se ha dado de forma superficial, pero como institución nos encontramos en la planificación del cronograma de cursos para el próximo año y estamos considerando la inclusión de muchos temas de actualidad como lo son el uso efectivo de las Redes Sociales y su importancia en el crecimiento de la empresa.

8. ¿Usted cree que mostrándole los beneficios que las redes sociales pueden ofrecer, los dueños de las PYMES las usarían en su trabajo?

Por supuesto, en el caso de los empresarios que no conozcan del tema, tomarían en consideración que es un medio bastante atractivo en cuanto a potenciales clientes y a poder aumentar ventas y posicionamiento de la empresa en el mercado.

9. ¿Después de esta entrevista, que acción la CAPIG implantaría en el uso de las redes sociales?

Trabajar en estrategias de comunicación y publicidad para una mejora continua del uso de estos medios y difundirla a nuestros socios.⁵

⁵ Entrevista a la Ec. Cecilia Santillan Berrones, Jefe de Proyectos y Asesorías Empresariales de la CAPIG. Entrevista elaborada por Fernando Bautista.