

EL USO DE LOS MEDIOS SOCIALES PARA PROMOVER EMPRESAS

THE USE OF SOCIAL MEDIA TO PROMOTE BUSINESSES

Fernando David Giménez Britez¹

Giovani Sebastian Meza Montiel²

Richard Mathias Báez³

Matias Vicente González⁴

Bruno Martin Lopez González⁵

Resumen: En la actualidad, las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter tienen un papel importante en la promoción de negocios. Este trabajo se enfoca en explorar por qué los medios sociales son importantes para promover un negocio de manera efectiva y cómo pueden beneficiar a las empresas en el mundo digital. El enfoque de la investigación es cuantitativo, pues se aplican encuestas y los resultados se tabulan en Excel para luego representarlos en gráficos estadísticos porcentuales. Es importante tener en cuenta que este trabajo tiene ciertas limitaciones. Dado que el campo de los medios sociales evoluciona rápidamente, es posible que algunos hallazgos se basen en información que puede volverse obsoleta rápidamente. La técnica para la recolección de datos utilizada en este trabajo será la encuesta, estará compuestas por preguntas cerradas que poseen relación con los objetivos con el propósito de

1 Facultad de Ciencias Administrativa y Contable Universidad Privada del Este, Ciudad del Este, Paraguay

2 Facultad de Ciencias Administrativa y Contable Universidad Privada del Este, Ciudad del Este, Paraguay

3 Facultad de Ciencias Administrativa y Contable Universidad Privada del Este, Ciudad del Este, Paraguay

4 Facultad de Ciencias Administrativa y Contable Universidad Privada del Este, Ciudad del Este, Paraguay

5 Facultad de Ciencias Administrativa y Contable Universidad Privada del Este, Ciudad del Este, Paraguay

aclarar las tareas a ser investigadas. Como resultado se llega a la conclusión de que los medios sociales desempeñan un papel crucial en el impulso del éxito empresarial en la actualidad. Estas plataformas ofrecen una serie de beneficios, como la capacidad de llegar a una audiencia global, establecer relaciones directas con los clientes y promover el crecimiento de la marca. Al seguir una estrategia sólida y generar contenido relevante y de calidad, las empresas pueden aprovechar al máximo el potencial de los medios sociales para aumentar la visibilidad de su marca, mejorar la lealtad del cliente y aumentar las ventas.

Palabras claves: Redes sociales, Estrategias de promoción, Marketing digital, Estrategia de medios sociales.

Abstract: At present, social networks such as Facebook, Instagram and Twitter have an important role in promoting business. This work focuses on exploring why social media is important to promote a business effectively and how it can benefit businesses in the digital world. The focus of the research is quantitative, since surveys are applied and the results are tabulated in Excel and then represented in percentage statistical graphs. It is important to note that this work has certain limitations. Since the field of social media evolves rapidly, it's possible that some findings are based on information that can quickly become outdated. The technique for data collection used in this work will be the survey, it will be composed of closed questions that are related to the objectives in order to clarify the tasks to be investigated. As a result, it is concluded that social media plays a crucial role in driving business success today. These platforms offer a number of benefits, such as the ability to reach a global audience, build direct relationships with customers, and promote brand growth. By following a solid strategy and generating relevant, quality content, businesses can take full advantage of the potential of social media to increase their brand visibility, improve customer loyalty, and increase sales.

Keywords: social media, Promotion Strategies, Digital Marketing, Social Media Strategy.

Introducción

El tema central está enfocada en la importancia de las redes sociales para promover una empresa; es un tema de suma importancia en la actualidad que está afrontando varios cambios con respecto a las redes sociales, existen diversas razones para motivar una investigación sobre la importancia de los medios sociales como herramienta eficaz para promover un empresa como primer punto el uso de las redes sociales se ha convertido en una práctica cada vez más común dentro de la sociedad y varias empresas han encontrado en los medios sociales una gran oportunidad para ampliar su alcance con los clientes ya se sea para interactuar o promocionar sus productos y servicios con una mayor eficacia

En la actualidad, las redes sociales son ampliamente utilizadas tanto a nivel personal como en el ámbito empresarial. Sin embargo, todavía no se comprende completamente cómo impactan en la promoción de los negocios y cómo pueden contribuir al éxito empresarial. A pesar de los casos de éxito que se conocen, se necesita una investigación más profunda y sistemática para entender cómo las redes sociales pueden ser utilizadas de manera efectiva para promocionar los negocios. Además, muchas empresas enfrentan dificultades para aprovechar al máximo las redes sociales y carecen de información práctica sobre cómo integrarlas estratégicamente en sus estrategias de promoción. Por lo tanto, surge la pregunta: ¿Cuál es el verdadero potencial y alcance de las redes sociales como herramienta efectiva para promocionar los negocios y lograr el éxito empresarial?

Esta problemática es importante ya que se busca obtener un mayor conocimiento sobre cómo las empresas pueden utilizar las redes sociales de manera efectiva para promocionar sus productos y servicios. Además, es necesario abordar los desafíos y obstáculos que las empresas enfrentan al utilizar las redes sociales en sus estrategias de promoción. El objetivo de esta investigación es proporcionar recomendaciones prácticas que ayuden a las empresas a aprovechar al máximo las redes sociales y lograr

el éxito en el entorno empresarial actual, que se encuentra cada vez más digitalizado

En este nuevo siglo las redes sociales muestran avances que son prometedores, la manera en que las personas cada vez se relacionan de forma personal y grupal sin duda es un gran avance de la tecnología. Canaza Q, (2018).

Las redes sociales proporcionan herramientas que sirven para compartir información en diversos formatos de espacios virtuales. Canaza Q, (2018)

Las redes sociales se definen como conjuntos de varios individuos que se pueden agrupar en grupos, organizaciones, o sociedades globales. Canaza Q, (2018)

Importancia del Marketing Digital. Para esto, sigue leyendo este artículo.

Brinda mayor conocimiento de la marca

Para adquirir nuevos clientes, es esencial primero expandir tu alcance y aumentar el conocimiento de la marca. Una estrategia sólida de marketing digital te ayuda a llegar a un público más amplio de manera más rápida y eficiente que los métodos de marketing tradicionales. Puedes usar múltiples canales de marketing digital para expandir la presencia en línea de tu marca, que incluyen:

- Los motores de búsqueda
- Video
- Marketing de influencers
- Podcasts
- Marketing de medios sociales
- Seminarios web
- Correo electrónico
- Publicidad programática
- La comercialización del afiliado
- Anuncios de pago por clic

Quizás lo más importante es que el marketing digital reduce los costos generales de marketing y fortalece el conocimiento de tu marca. Si tu estrategia de marketing principal es la televisión y la publicidad impresa, la única forma de aumentar la conciencia es aumentar tu inversión publicitaria. (Universidad Autonoma Peru)

Sin embargo, puedes llegar a nuevas audiencias con múltiples canales gratuitos o de bajo costo si utilizas el marketing digital. También puedes ejecutar pruebas A/B para determinar qué canales son más efectivos.

Después de determinar los canales con el mayor retorno de la inversión, puedes asignar una mayor parte de tu presupuesto en consecuencia. .(Universidad Autonoma Peru)

Existe un menor costo de adquisición de clientes

Un beneficio crucial del marketing digital es que te permite adquirir nuevos clientes a un costo menor que el marketing tradicional. El costo de adquisición de clientes representa la cantidad total de dinero que tu empresa gasta en promedio para adquirir un nuevo cliente. El marketing en línea reduce los costos de adquisición de las siguientes maneras, permitiéndole:

- Dirigirte a las audiencias más relevantes
- Crear mensajes que resuenan de manera efectiva
- Generar leads de alta calidad
- Mejorar las tasas de conversión del sitio web
- Activar campañas de retargeting
- Seguir y optimizar las campañas en tiempo real
- Automatizar las tareas de marketing repetitiva
- Te permite automatizar las actividades de marketing

Otra razón por la que el marketing digital es importante es que te permite automatizar muchas de tus actividades de marketing. Esto te ayuda a ejecutar tus campañas de marketing más rápido. Tam-

bién te permite aumentar la eficacia del marketing y ahorrar esfuerzos, recursos y costes.

La automatización de marketing te permite nutrir más clientes potenciales de manera constante. Al mismo tiempo, te ayuda a liberar recursos para que puedas dedicar tiempo a los esfuerzos de marketing que probablemente generen conversiones, ventas y compras repetidas. (Universidad Autónoma Peru)

Facilita la personalización y customización

El marketing digital te permite personalizar y personalizar tus campañas de marketing para dirigirte a segmentos de audiencia específicos, así como a clientes individuales. En lugar de dirigirte a audiencias amplias, vagas y genéricas, puedes centrar tus esfuerzos de marketing en la demografía y los grupos más interesados en tus mensajes.

Los datos propios son importantes porque te ayudan a segmentar audiencias y crear contenido específico para cada grupo. Además de los datos de primera mano que recopilas, también puedes aprovechar los datos de segunda o tercera parte.

Después de recopilar los datos, crea audiencias granulares y crea campañas de marketing personalizadas para cada audiencia. Luego, personaliza aún más tus campañas según los intereses expresados o el comportamiento en línea de cada individuo. Como resultado, cada cliente siente que recibe un mensaje personalizado y relevante. (Universidad Autónoma Peru)

Te ayuda a generar mejores leads

El marketing digital ofrece una ventaja importante cuando se trata de generación de leads. La digitalización facilita que los clientes potenciales encuentren tu marca, aprendan sobre tus productos o servicios y, en última instancia, se conviertan en líderes en tu canalización.

Por ejemplo, a través de estrategias efectivas de optimización de motores de búsqueda, puede aumentar significativamente las probabilidades de que tu sitio web aparezca cerca de la parte superior de los SERP para palabras clave relevantes.

Esto coloca tu marca de manera rentable frente a los clientes que buscan activamente lo que ofrece, lo que aumenta la probabilidad de que se conviertan en clientes potenciales. (Universidad Autónoma Perú)

Gestión de la reputación en línea y las estrategias para abordar comentarios negativos y promover una imagen positiva en los medios sociales.

En el entorno de los medios sociales, la comunicación efectiva y el engagement son aspectos clave para establecer relaciones sólidas entre las marcas y los usuarios. Se han desarrollado diversas teorías y conceptos que explican cómo se lleva a cabo esta comunicación y cómo fomentar la participación de los usuarios.

En primer lugar, la comunicación en los medios sociales se caracteriza por ser bidireccional, permitiendo una interacción directa entre la marca y los usuarios. Esto facilita el diálogo, la respuesta a consultas y la generación de conversaciones que fortalecen la relación entre ambas partes. Además, se promueve la construcción de comunidades en línea, donde los usuarios comparten intereses, experiencias y opiniones, creando un sentido de pertenencia y conexión con la marca. (Universidad Autónoma Perú)

Por otro lado, el engagement se refiere a la participación de los usuarios con la marca en los medios sociales. Para fomentar el engagement, es importante utilizar estrategias como la personalización del contenido, adaptándolo a las preferencias e intereses de cada usuario, lo que genera un mayor grado de relevancia y conexión. Asimismo, responder de manera rápida y efectiva a los comentarios y consultas de los usuarios demuestra atención y compromiso por parte de la marca. También se pueden

crear experiencias interactivas, como concursos, encuestas o desafíos, que incentiven la participación y generen un mayor nivel de engagement.

El uso de los medios sociales conlleva responsabilidades éticas y legales que deben ser consideradas por las empresas y usuarios. En esta sección del marco teórico, se abordarán los aspectos éticos y legales relacionados con el uso de los medios sociales en el ámbito empresarial.

En primer lugar, desde una perspectiva ética, es importante tener en cuenta la privacidad y confidencialidad de la información de los usuarios. Las empresas deben asegurarse de obtener el consentimiento adecuado para utilizar los datos de los usuarios y garantizar la protección de su privacidad. Además, se debe evitar el uso de prácticas engañosas o manipuladoras en la comunicación y promoción de productos o servicios. (Universidad Autonoma Peru)

En cuanto a las consideraciones legales, existen leyes y regulaciones que rigen el uso de los medios sociales, como la protección de datos personales, los derechos de autor y la publicidad engañosa. Las empresas deben cumplir con estas normativas y asegurarse de que su uso de los medios sociales esté en consonancia con la legislación vigente. Asimismo, es importante tener en cuenta los términos y condiciones de las plataformas de medios sociales y respetar sus políticas y directrices. (Aznarte, J. L 2020)

Podemos entender que el marketing digital se dedica a promover el consumo por ejemplo; de los recursos de tecnología. Cuando un usuario ha comprado un teléfono de gama alta que cubre sus expectativas de pronto se encuentra con un anuncio sobre la misma compañía con la última versión del dispositivo, pero ahora con cámara triple; Sin haber tenido una necesidad de cambiar de teléfono, el usuario ahora está pensando ¡hey debería tener esa última versión! El usuario no se dedica a la fotografía a nivel experto pero le gustaría compartir sus momentos con excelentes tomas en las redes sociales. Se puede pensar que hacer marketing es generar necesidades que promueven de alguna manera la atracción de clientes para adquirir un producto o servicio, sin embargo el marketing también da respuestas a los usuarios, no se puede generar o innovar un producto sin antes conocer lo que demanda el cliente,

para ello se realizan encuestas de mercado con las que se obtienen resultados precisos acerca de lo que el cliente espera de las marcas y sirven para conocer si estamos aplicando correctamente nuestras estrategias de marketing.(Aldrin Velázquez 2023)

Los medios sociales ayudan a orientar a las empresas hacia un público objetivo. Hoy día no se puede permanecer ajenos al mercado, los especialistas de marketing deben ser capaces de entender qué es lo que dice el mercado o entorno del mercado conocido como macro entorno.

Por ejemplo; para el sector de la hotelería es de interés obtener feedback de los huéspedes, los viajeros, saber cuáles son sus opiniones y qué está haciendo la competencia en el sector para atraer nuevos huéspedes y retener a quienes ya son clientes repetitivos.

Es así como el mercado y su entorno va marcando una serie de lineamientos como el costo aproximado por estancia en un hotel 5 estrellas en temporada de verano, o las estrategias de precio de las aerolíneas en temporada vacacional, cuáles y cómo son los mejores programas de puntos o rewards que ofrecen atractivos beneficios, etc.(Aldrin Velázquez 2023)

El marketing tradicional es diferente del marketing digital, en el marketing tradicional la gestión de recursos se realiza en un entorno físico mientras que en el marketing digital no es necesario desenvolverse en un entorno físico y los intermediarios desaparecen. Por ejemplo, comprar tickets de avión en donde el cliente puede hacerlo directamente con la compañía sin necesitar de ir, por ejemplo a una agencia.

De este modo el marketing se divide en dos entornos: marketing estratégico y marketing operativo, el primero es absolutamente fundamental, tanto que si no es contemplado estaremos realizando acciones operativas que pueden o no tener éxito.

Estos entornos se tienen claros en marketing tradicional, sin embargo en términos de marketing digital: si los objetivos estratégicos no son claros, se realizarán acciones que no serán capaces de identificar las necesidades de la empresa, de esta manera se deja ver la importancia de establecer una visión y una estrategia clara del marketing para la empresa.

La mente del consumidor no tiene límites, al igual que el marketing. El marketing digital converge con un cliente más informado, que lejos de ser el receptor es ahora quién produce contenidos haciendo eco de los productos o servicios que ofrecemos; compartiendo sus experiencias con sus amigos en las redes sociales que son documentadas con fotos, videos, comentarios likes o recomendaciones. En otros términos el marketing digital puede marcar pautas a seguir durante el proceso de decisión de compra y los factores decisivos que intervienen cuando un cliente realiza la misma, ya que puede suponer uno de los más complejos análisis donde intervienen diferentes elementos a tomar en cuenta. Además del canal de acceso, la navegación y claridad del sitio, y correcta la segmentación, se encuentran también los factores de influencia sobre el comportamiento del consumidor que abarcan términos económico, familiares y sociales. (Aldrin Velázquez 2023)

Mostramos algunas formas de usar las redes sociales para impulsar el éxito de tu negocio según (Trasmedia)

Como primer paso diferenciar el uso de cada red social

Actualmente tenemos un sinnúmero de redes sociales en la Internet; sin embargo, para promover nuestro negocio debemos saber escoger cuáles son las que debemos utilizar para mejores resultados. Aquí te presentaremos las principales redes sociales en los negocios y sus especificaciones de uso. (Perú. 2023 Tresmedia)

Twitter

En Twitter encontrarás la manera más rápida de comunicarte con tus clientes. Aquí podrás encontrar seguidores, y es a ellos a quién debes orientar tus publicaciones. Los post son relativamente cortos, por lo que siempre procura llamar la atención de manera rápida y adecuada.

Recuerda que Twitter te brinda la oportunidad de gestionar tu marca, y la puedes usar como plataforma de prueba para el inicio de tu negocio. (Perú. 2023 Tresmedia)

Facebook

Esta red social es la que sí o sí debe tener tu negocio. Facebook nos ofrece crear una página para nuestro negocio. Esta fan page nos permitirá acercarnos a nuestros clientes e interactuar con ellos acortando las barreras del tiempo y la distancia. Tus fans podrán contactarse contigo a través de esta página y estarán al pendiente de tus actualizaciones. También puedes promocionar estas páginas para llegar a mucho más público. (Ayvar, C. (2015).

LinkedIn

Esta red social te permitirá conectarte con otras empresas o profesionales, ya que el tono de esta red es mucho más profesional que todas las demás. Esta plataforma te permitirá armar red de contactos, grupos de discusión, y demás herramientas que te facilitará establecer conexiones beneficiosas para tu negocio. (Perú. 2023 Tresmedia)

Instagram

A través de las imágenes de Instagram generarás un concepto de tu marca a tus seguidores. Recuerda compartir imágenes que retraten un momento único, por ejemplo una celebración por el aniversario de tu negocio, la apertura de un nuevo local, y hasta puedes organizar concursos para que tus seguidores compartan las mejores fotos con la experiencia en tu negocio. (Perú. 2023 Tresmedia)

FourSquare

Esta página, que lucha por ser una red social te ayudará a que tu negocio pueda tener chekins,a-

demás permite a tus clientes publicar las opiniones que tienen al respecto de tu negocio. De esta forma quién quiera contactarse contigo puede revisar esta plataforma y verá qué tan buenas fueron las experiencias de tus clientes. (Perú. 2023 Tresmedia)

Puedes llegar a más público a través de tus propios contactos

Una forma de hacer conocido tu negocio es a través de las recomendaciones de personas que han tenido contacto con tu negocio. Si estableces una red de contactos primaria puedes lograr que esta se expanda a través de invitaciones del Facebook, retuits en el Twitter o conexiones en LinkedIn. (Perú. 2023 Tresmedia)

Interactúa constantemente con tu público

En las redes sociales en las que estés presente, siempre tienes que interactuar con tu público. Esta es una buena manera de mostrar interés por las opiniones, sugerencias o hasta incluso quejas sobre tu negocio. Si tú público no recibe respuesta a sus acciones terminarás por ahuyentarlos de tus páginas de redes sociales. (Perú. 2023 Tresmedia)

Utiliza las ofertas y descuentos como atracción para tus clientes

Una de las maneras de llamar la atención de tus clientes es ofrecerles beneficios exclusivos para seguidores, amigos, o fans en las redes sociales. Aprovecha en hacer ofertas o descuentos a través de estas plataformas, organiza concursos para que repliquen tu contenido y por lo tanto tu marca. (Perú. 2023 Tresmedia)

Utiliza recursos como las imágenes y vídeos

Se ha comprobado que el contenido que llama más la atención en las redes sociales son las imágenes y los vídeos. Aprovecha en hacer tu publicidad en material visual y audiovisual, comienza a conocer las interacciones de tu público con este tipo de contenido.

Utiliza los widgets de redes sociales en tu plataforma web(Ayvar, C. (2015).

Si ya cuentas con una plataforma web en la Internet, comienza a conectarla con tus redes sociales. Facebook y Twitter son las más famosas en cuanto a widgets y plugins, que le permitirán a tu público interactuar mucho más rápido con el contenido de tu página web. (Perú. 2023 Tresmedia)

Informa efectivamente sobre tu negocio

En tus redes sociales tienes que estar bien posicionado en ella, y para ello tienes que informar efectivamente sobre tu misión, visión y objetivos para que tú público se involucren con tu marca. (Ayvar, C. (2015).

No te limites a hablar solo de tu negocio en las redes sociales

Recuerda que en tus redes sociales conocerás a diversos públicos, por lo tanto no necesitas atiborrarlos de publicaciones acerca de tu negocio, también puedes alternar publicando contenido de interés en general, como actualidad, noticia, eventos que tengan que ver con la línea de tu negocio. De esta forma podrás captar la atención de otros usuarios, y acercarlos a tu marca. (Ayvar, C. (2015).

Aprovecha las estadísticas de las redes sociales

Algunas redes sociales te brindan las estadísticas por defecto, como son las estadísticas de Facebook, Twitter y Google Analytics. Si aprovechas estas estadísticas y tendencias podrás orientar tus estrategias para cada tipo de red social con el fin de tener más audiencia interactuando en las plataformas en línea. (Ayvar, C. (2015).

Utiliza un mix de redes sociales y medios tradicionales

En este artículo no te orientamos a quedarte con una única red social, sino a armar una estrategia con varias de ellas. Recuerda que tu negocio necesita estar orientado a los diferentes públicos de las redes sociales para que tengas un mejor posicionamiento. Además, no dejes de lado la publicidad off-line, recuerda que las redes sociales son solo una herramienta que te permitirán despegar hacia el éxito, lo demás depende de tus estrategias. (Ayvar, C. (2015).

Beneficios de las redes sociales para construir tu marca

1. Aumentan la percepción de marca

Con casi la mitad del mundo usando plataformas de redes sociales, las redes son un lugar natural para alcanzar a nuevos y (altamente segmentados) clientes potenciales.

¿Crees que las personas solo se conectan con las marcas que ya conocen en las redes sociales? Considera que el 60 por ciento de los usuarios de Instagram dicen que descubren nuevos productos en la plataforma.

Cuando la marca Absolut Vodka realizó una campaña en Instagram para promocionar la botella de edición limitada Spark, la compañía obtuvo un aumento de 5 puntos en la percepción de marca.

(2023 Hootsuite)

2. Humanizan tu marca

Un estudio del Reino Unido de Trinity Mirror Solutions encontró que más de la mitad de los adultos no confían en una marca hasta que ven “pruebas del mundo real” de que la marca está cumpliendo sus promesas.

Para conectarte con tus clientes y (clientes potenciales) debes mostrar el lado humano de tu marca. ¿Cómo estás adoptando los valores de tu marca? (¿si tienes valores de marca, cierto?). ¿Cómo buscas los mejores intereses de tus clientes y empleados? ¿Tu producto realmente funciona?

La capacidad de crear una conexión humana real es uno de los beneficios clave que brindan las redes sociales para las empresas. A estos instantes los llamamos Momentos significativos de una relación. Preséntale a tus seguidores las personas que conforman tu empresa y enséñales cómo tus clientes existentes utilizan y se benefician al usar tus productos(2023 Hootsuite)

3. Pueden establecer tu marca como líder de opinión

Sin importar la industria a la que tu negocio pertenezca, las redes sociales te ofrecen la oportunidad de establecer tu marca como líder de opinión; la fuente definitiva para encontrar información sobre temas relacionados con tu nicho.

así como la abogacía de marca, el liderazgo de opinión es una gran forma de construir la confianza con tus clientes. De hecho, una investigación de LinkedIn en asociación con Edelman muestra que los especialistas en marketing subestiman cuánto puede afectar el liderazgo de opinión a la confianza, especialmente para los especialistas en marketing B2B. Aproximadamente, solo la mitad de los especialistas en marketing B2B encuestados creían que su liderazgo de opinión generaría confianza en

sus empresas. Sin embargo, más del 80 por ciento de los compradores dijeron que el liderazgo intelectual genera confianza.

El Barómetro de confianza de Edelman también encontró que el 63 por ciento de las personas confían en los expertos técnicos, en comparación con el 42% de las personas que confían en los negocios. Ryan Holmes, el CEO de Hootsuite, tiene más de 1.5 millones de seguidores en LinkedIn, donde comparte información valiosa sobre redes sociales y emprendedurismo. LinkedIn—en particular la plataforma de publicación de LinkedIn— es una red social muy útil en la cual concentrarse cuando tu objetivo es establecerte como un líder de opinión. (2023 Hootsuite)

4. Te mantienen en la mente de las personas

La mayoría de los usuarios de redes sociales se meten a sus perfiles al menos una vez al día, según Pew Research Center, y muchas personas están checando sus redes varias veces al día.

Las redes sociales te dan la oportunidad de conectar con fans y seguidores cada vez que estos se conectan. Mantén tus publicaciones en redes sociales informativas y entretenidas y tus seguidores estarán muy contentos de ver tus publicaciones en sus feeds, lo cual te mantendrá en sus mentes. De esta manera serás la primera parada en el momento en el que quieran efectuar una compra. (2023 Hootsuite)

5. Aumentan el tráfico web

Las publicaciones y los anuncios en redes sociales son formas clave de atraer tráfico a tu sitio web. Compartir contenido de calidad de tu blog o sitio web en tus canales sociales es una excelente manera de obtener lectores tan pronto como hagas una nueva publicación.

Participar en chats sociales, como el #HootChat semanal en Twitter, también puede ser una excelente manera de aumentar tu visibilidad, llamar la atención de personas nuevas, mostrar tu expe-

riencia y dirigir tráfico a tu sitio web.

Intenta ofrecer un gran valor en estos chat, en lugar de ser demasiado promocional. Solo asegúrate de que la dirección de tu sitio web esté incluida en todos tus perfiles de redes sociales para que las personas que quieran aprender más sobre ti puedan hacerlo con hacer un solo clic. Y, aún mejor, puedes usar una publicación fijada para resaltar una página de tu sitio web que sea relevante para el chat, (2023 Hootsuite)

6. Genera clientes potenciales

Las redes sociales brindan una forma fácil –y con un nivel de compromiso bajo– para que los clientes potenciales expresen interés en tu negocio y tus productos. La generación de clientes potenciales es un beneficio tan importante de las redes sociales para las empresas que muchas plataformas sociales ofrecen formatos de anuncios diseñados específicamente para juntar clientes potenciales.

Por ejemplo, Renault Europa utilizó los anuncios de clientes potenciales de Facebook para que las personas interesadas en aprender más sobre un nuevo modelo pudieran reservar una prueba de manejo directamente desde Facebook, con solo un par de clics.

Los anuncios tuvieron un costo por cliente potencial 7,9 veces menor que los anuncios con enlaces a un formulario en el sitio web del fabricante del automóvil. (2023 Hootsuite)

7. Impulsan la ventas

No importa lo que vendas, las redes sociales pueden ayudarte a venderlo. Tus cuentas sociales son una parte fundamental del embudo de ventas, el proceso a través del cual un nuevo contacto se convierte en cliente.

A medida que el número de personas que utilizan las redes sociales continúa creciendo, y las

herramientas sociales siguen evolucionando, las redes sociales serán cada vez más importantes para la búsqueda de productos y el ecommerce, así que este es el mejor momento para alinear tus objetivos de marketing y ventas sociales.

Toma el curso de Hootsuite Academy sobre social selling y aprenda a encontrar clientes potenciales e impulsar las ventas con las redes sociales(2023 Hootsuite)

8. Asóciate con influencers

El boca a boca genera entre el 20 y 50 por ciento de las decisiones de compra. Cuando logras que las personas hablen de tu producto o compañía en redes sociales, estás construyendo la percepción de marca y sentando las bases para obtener más ventas.

Una forma clave para fomentar el boca a boca es asociarte con influencers, personas que tienen un gran número de seguidores en redes sociales y que pueden dirigir la atención de esos seguidores a tu marca. Investigadores de Nielsen, Carat y YouTube muestran cómo el colaborar con un influencer le puede dar a tu marca un impulso cuatro veces más grande en cuanto a familiaridad de la marca que colaborando con una celebridad. (2023 Hootsuite)

9. Puedes promocionar tu contenido

Promocionar tu contenido en los canales sociales es una gran forma de presentarle ese contenido atractivo y bien investigado a nuevas personas, lo cual además demuestra tu experiencia y hace crecer tu audiencia. Por ejemplo, Adobe utiliza el contenido patrocinado de LinkedIn para presentar sus investigaciones, incluyendo infografías y videos.

Los encargados de tomar decisiones dentro del mundo del marketing que fueron expuestos al contenido promocionado de Adobe tuvieron un 50 por ciento más de probabilidades de ver a Adobe

como un empresa que moldea el futuro del marketing digital, y un 79 por ciento estuvo de acuerdo que Adobe podría ayudarlos a optimizar sus gastos en medios.

Para maximizar los beneficios de las redes sociales para empresas, asegúrate de tener en marcha un plan de marketing de contenido. (2023 Hootsuite)

10. Hazte viral

A medida que las personas empiezan a dar Me gusta y a comentar y compartir tus publicaciones en redes, tu contenido es expuesto a una nueva audiencia: sus amigos y seguidores. Hacerse viral lleva este concepto un paso más allá. A medida que las personas comparten tu contenido con su red de contactos, y ellos siguen su ejemplo, tu contenido se propaga en Internet, obteniendo así miles o incluso millones de compartidos.

Esta exposición es especialmente beneficiosa ya que todas esas acciones, Me gusta y comentarios muestran una conexión existente con tu marca. Si veo que a mi amigo le gusta tu artículo, puede ser que me sienta inclinado a ver lo que tienes que decir, incluso si nunca antes había oído hablar de tu empresa. En un mundo donde existe mucho más contenido del que una persona podría consumir, el contenido compartido de un amigo funciona como una especie de vista previa.

Claro, hacerse viral no es cosa fácil, pero sin las redes sociales sería prácticamente imposible. (2023 Hootsuite)

11. Puedes obtener más contenido

Hay dos formas clave a través de las cuales las empresas pueden obtener contenido en las redes sociales:

Consigue ideas: Pregúntale a tus seguidores qué es lo que quieren (o utiliza la escucha social)

para generar ideas de contenido que puedas crear tú mismo. En pocas palabras: dale a las personas lo que buscan. Es una forma segura de crear contenido que la gente querrá leer y compartir.

Consigue material de las publicaciones: Crea un concurso o utiliza un hashtag para obtener contenido generado por el usuario (CGU) que puedas compartir. Involucrar a tus seguidores puede generar entusiasmo sobre tu marca y, al mismo tiempo, brindarte una biblioteca de publicaciones sociales que puedes ir compartiendo conforme vaya pasando el tiempo.

¿Y qué tanto contenido puedes obtener de una campaña de CGU? Checa el hashtag #wanderlustcontest de National Geographic, que ha generado más de 60.000 publicaciones. (2023 Hootsuite)

12. Gestión de la reputación

Tus clientes ya están hablando de ti en redes sociales, sin importar si estás ahí para responder a sus comentarios o no. Un gran beneficio de las redes sociales es que, si tú y tu equipo siempre están al pendiente de lo que sucede en redes, puedes identificar publicaciones sociales importantes sobre tu marca para resaltar lo positivo y abordar lo negativo antes de que se convierta en un problema más grande. (2023 Hootsuite)

¿Alguien está diciendo algo de tu negocio que no es cierto? Asegúrate de compartir tu lado de la historia de una forma educada y profesional. ¿Alguien te está elogiando? Dale las gracias y dirige la atención hacia esas palabras bondadosas sobre tu marca. (2023 Hootsuite)

13. Comunicación en tiempos de crisis

Cuando un Starbucks en Filadelfia, Estados Unidos, arrestó a dos hombres negros, el hashtag #BoycottStarbucks se volvió viral y rápido. El hashtag se utilizó más de 100.000 veces en tan solo tres días. Eso es oficialmente una crisis.

Starbucks, a su favor, respondió rápidamente. Después de esta primera disculpa, la compañía continuó haciendo varias declaraciones en redes sociales y anunció que cerraría todas sus tiendas para un día de capacitación sobre prejuicios raciales. Aún queda por ver cuáles serán los efectos a largo plazo de este incidente para la marca Starbucks, pero es casi seguro que las consecuencias hubieran sido peores si la compañía no hubiera respondido rápida y adecuadamente en sus perfiles sociales. Tu compañía ya tiene un plan para manejo de crisis? Es probable que las compañías más pequeñas no lleguen a tener una crisis que escale hasta este nivel, pero un número menor de compartidos puede tener un impacto devastador dentro de una comunidad o nicho muy unida.

El silencio no es una opción cuando se trata de responder a una crisis en redes sociales. Llevar y mantener tus redes sociales de una forma óptima, así como tener un plan para implementar en tiempos de crisis, te puede ayudar a la hora de interactuar en caso de que lo peor llegue a ocurrir. (2023 Hootsuite)

14. Interacciones de los clientes y la audiencia

Las redes sociales te brindan la oportunidad de interactuar directamente con tus clientes y fans, y de igual manera ellos pueden interactuar directamente con tu marca. A diferencia de los medios tradicionales, los cuales únicamente ofrecen una comunicación unidireccional, las redes sociales son calles de ambos sentidos.

Si quieres atraer e interactuar con tus clientes y tus seguidores, tienes que empezar contigo mismo. Mantente activo y responde a los comentarios y preguntas de tus propias publicaciones de redes sociales de una forma que sea apropiada para tu marca. También puedes utilizar el monitoreo de redes sociales para mantenerte al tanto de lo que la gente está diciendo en el mundo web. (2023 Hootsuite)

15. Atención y servicio al cliente

Las personas esperan que las marcas estén disponibles en redes sociales y tienden a buscar sus perfiles para cuestiones de servicio al cliente. Una investigación publicada en Harvard Business Review muestra que las marcas que no cumplen que no estas expectativas dañan sus resultados finales. El estudio de HBR, que se enfocó específicamente en los tuits, muestra que los clientes que reciben una respuesta a sus tuits estarían dispuestos a gastar más en la marca en una compra futura, especialmente si reciben una respuesta dentro de los (2023 Hootsuite)

Beneficios de las redes sociales para descubrir información valiosa

16. Monitorea conversaciones que son relevantes para tu marca

Ya mencionamos al monitoreo de redes sociales como un elemento importante de las interacciones con la audiencia. Pero, también es una fuente clave de inteligencia sobre tu marca, tus competidores y tu nicho. (2023 Hootsuite)

17. Aprende más sobre tus clientes

Las redes sociales generan una cantidad inmensa de datos sobre tus clientes en tiempo real, y tú puedes usar esta información para tomar mejores decisiones comerciales. Todas las plataformas principales de redes sociales ofrecen herramientas de analítica (analytics) que brindan información demográfica acerca de las personas que interactúan con tu cuenta. Esto te puede ayudar a personalizar tu estrategia para así dirigirte de una manera más efectiva a tu audiencia.

Hemos creado guías súper completas sobre cómo usar las herramientas de analítica de Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Snapchat, y Pinterest, así que no hay excusa para no aprender más sobre tus clientes y seguidores en redes sociales. (2023 Hootsuite)

18. Mide el sentimiento alrededor de tu marca

¿Obtener muchas menciones es algo bueno, no? Por supuesto, en muchos casos. Pero si estás obteniendo muchas menciones con un sentimiento negativo, entonces necesitas descubrir cuál es el problema y abordarlo. Nick Martin, el coordinador de interacciones sociales de Hootsuite, define al sentimiento en redes sociales como “el estado de ánimo positivo o negativo percibido que es proyectado en una publicación de redes sociales o en una interacción.”

Aunque es importante saber qué tanto están hablando las personas sobre tu marca en línea, también es importante saber qué es lo que realmente sienten sobre tu marca.

Usar las redes sociales para tu negocio te permite mantenerte al tanto del análisis de sentimiento para que puedas proteger la reputación de tu marca. (2023 Hootsuite)

19. Mantenerte al tanto de tus competidores

También es importante saber qué está diciendo la gente sobre tus competidores.

Por ejemplo, darle seguimiento a las menciones de tus competidores podría revelar puntos débiles en sus productos que tu podrías abordar, y así ganar nuevos clientes en el proceso.

Cuando Uber Canadá lanzó una promoción para regalar helado gratis en Vancouver por un día, las cosas salieron espectacularmente mal. Muchas personas no recibieron su helado gratis, y no estaban muy contentas con esto, así que recurrieron a las redes sociales para quejarse.

El equipo de redes sociales de Skip The Dishes (una empresa de entrega de comida) vio una oportunidad y contactó a las personas que se quejaron de Uber para ofrecerles un helado gratis, en la forma de crédito que podía ser usado en Skip The Dishes. Todos aquellos que se quejaron de Uber se convirtieron rápidamente en fans de Skip The Dishes y nuevos clientes (ya que tenías que crear una

cuenta de Skip The Dishes para recibir tu helado gratis). Monitorear a la competencia en redes sociales también significa estar pendiente del lanzamiento de nuevos productos o campañas de tus competidores y cuando comparten nuevos informes o datos.

20. Mantenterte al tanto de las noticias de la industria

En el mundo digital, las cosas se mueven rápido, y no puedes darte el lujo de quedarte atrás. Mantenerse al tanto de todo lo que ocurre en línea a través de la escucha social te asegura estar siempre bien informado sobre los cambios en tu industria que podrían afectar tu forma de hacer negocios. (2023 Hootsuite)

MATERIALES Y METODOS

Método.

El paradigma cuantitativo se basa en el positivismo, la ciencia se caracteriza por la investigación empírica y todos los fenómenos pueden reducirse a indicadores empíricos que representan la verdad, una realidad objetiva que existe independiente de la percepción humana. El investigador es capaz de estudiar el fenómeno sin influir en él y sin ser influido por él. El objetivo es medir y analizar las relaciones causales entre las variables dentro de un marco libre de valores (Campoy, 2018, p.129).

Enfoque.

Cuenta con un enfoque cuantitativo, ya que para el desarrollo de la misma se aplicó una encuesta dirigida a los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Privada del Este Filial Ciudad del Este y a los funcionarios de una empresa Distribuidora centro de bebidas, mos-

trando así a través de datos estadísticos la opinión de los alumnos y los funcionarios

Población:

Un total de 32 Estudiantes de la Universidad Privada del Este Filial Ciudad del Este, junto con funcionarios activos de la empresa Distribuidora Centro de Bebidas

Muestra.

La muestra será de 15 persona perteneciente a la empresa Distribuidora centro de bebidas y Estudiantes de la Universidad privada del este Filial Ciudad del Este.

Tamaño de muestra: $n = \frac{Z^2 X p (1-p)}{e^2} + 1$

N = tamaño de la población

e = margen de error (porcentaje expresado con decimales)

z = puntuación z

Para hallar esta representatividad se debe aplicar niveles de confianza del 95% con un margen de error de 5% sobre el total de la población.

Técnica e instrumento de recolección de datos

La técnica para la recolección de datos utilizada en este trabajo será la encuesta, estará compuestas por preguntas cerradas que poseen relación con los objetivos con el propósito de aclarar las tareas a ser investigadas.

Perfil de inclusión

Estudiantes de la Carrera de ingeniería Comercial de la Universidad Privada del Este Filial Ciudad del Este.

Perfil de exclusión

Estudiantes de otras Carreras de la Universidad Privada del Este Filial Ciudad del Este.

Instrumentos de recolección de datos.

Se aplico un cuestionario para poder analizar acerca del tema propuesto sobre el uso de los medios sociales como herramientas para lograr el éxito empresarial.

Técnicas de procesamiento de datos.

Al termino del periodo de finalización del cuestionario se realizo el conteo de los resultados y la representación en gráficos y tablas

Para la ejecución del proyecto se contó con las siguientes etapas de implementación:

Primera Etapa:

Luego de la aprobación del tema sugerido para la realización del proyecto iniciamos con la planificación del mismo, en esta etapa se definieron los objetivos del trabajo y se propuso un plan para elegir a los investigadores, los recursos necesarios, y el método

Segunda Etapa:

En la segunda etapa se prosiguió con la recopilación y agrupación de información referente al uso de las redes sociales como herramienta para el éxito empresarial, gracias a esta etapa se logró obtener información viable para formar un marco teórico sólido para el trabajo de investigación

Tercera Etapa:

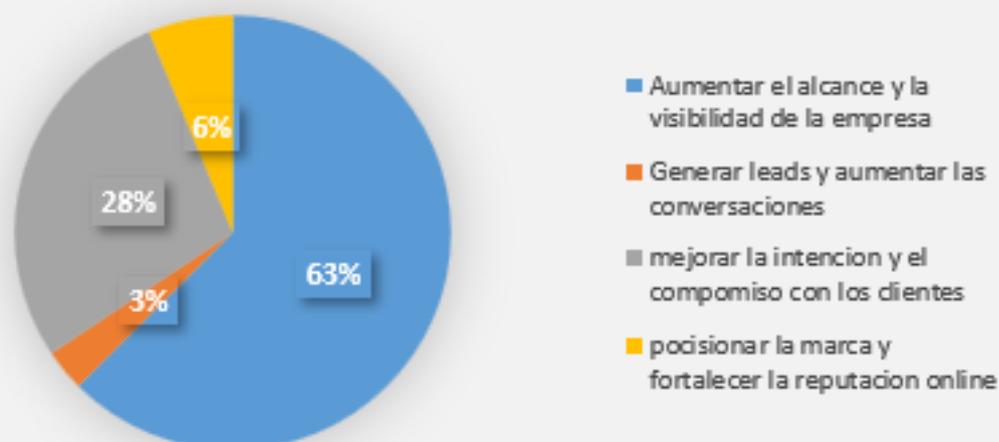
Posteriormente se realizaron las encuestas a los estudiantes de la Universidad Privada del Este de la carrera de ingeniería comercial primer año, junto con los funcionarios de la empresa mencionada anteriormente, esto nos permitió recopilar información sobre las opiniones de los encuestados sobre el uso de las redes sociales como herramienta de promoción, se realizó un análisis de los datos extraídos y se representaron en gráficos

Resultados y discusión

En esta etapa se presentan los resultados de las encuesta realizada a los alumnos y funcionarios.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Aumentar el alcance y visibilidad de la empresa	20	63%
Generar leads y aumentar las conversiones	1	3.1%
Mejorar la interacción y el compromiso con los clientes	9	40.6%
Posicionar la marca y fortalecerla reputación online	2	31.3%
Total	32	100%

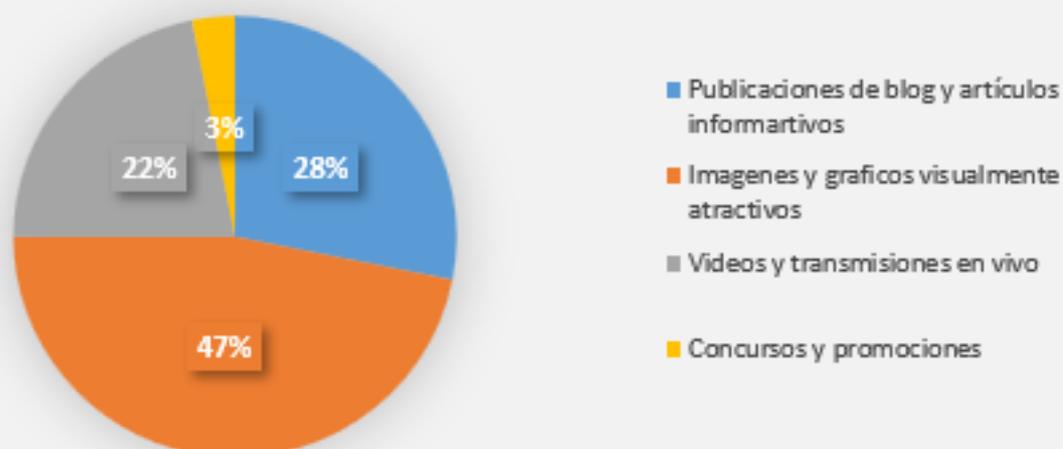
¿Cuáles cree que son los objetivos principales al utilizar medios sociales para promover una empresa?



Del total de población el 28% menciona que mejorar la interacción y el compromiso con los clientes es una de las mejores opciones para promover una empresa con medios sociales, mientras que el 63% considera aumentar el alcance y visibilidad de una empresa, el 6% cree que posicionar la marca y fortalecer la reputación online es un objetivo principal y por último el 3% cree que el objetivo principal de los medios sociales es generar leads y aumentar las conversaciones.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Publicaciones de blog y artículos informativos	9	28%
Imágenes y gráficos visualmente atractivos	15	47%
Videos y transmisiones en vivo	7	22%
Concursos y promociones	1	3%
Total	32	100%

¿Cuáles considera como las estrategias de contenido más efectivas para una empresa en medios sociales?



Del total de la población el 47% sugiere que las estrategias de contenido más efectivas de los medios sociales para promover una empresa son 47% imágenes y gráficos visualmente atractivos, El 28% publicaciones de blog y artículos informativos, el 22% videos y transmisiones en vivo y por último el 3% concursos y promociones.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Aumento en el número de clientes potenciales	13	40.6%
Incremento en las ventas y el retorno de la inversión	7	21.9%
Mayor reconocimiento y visibilidad de la marca	11	34.4%
Mejora en la interacción y la relación con los clientes	1	3.1%
Total	32	100%

¿Cuál es el principal beneficio que propone que se podría obtener al utilizar medios sociales para promoción?

32 respuestas

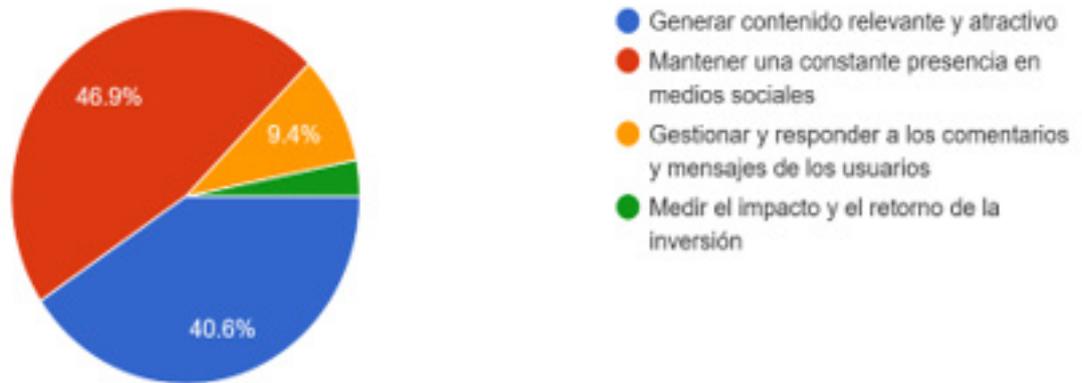


Del total de población, 34.4% menciona que el principal beneficio es el mayor reconocimiento y visibilidad de la marca y mientras el 40.6% considera que el mayor beneficio es el aumento en números de clientes potenciales, el 21.9% incremento en las ventas y el retorno de la inversión, y por último un 3.1% una mejora en la interacción y relación con los clientes

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Generar contenido relevante y atractivo	13	40.6%
Mantener una constante presencia en medios sociales	15	46.9%
Gestionar y responder a los comentarios de los usuarios	3	9.4%
Medir el impacto y el retorno de la inversión	1	3.1%
Total	32	100%

¿Cuál estima como el principal desafío que se puede llegar a enfrentar al utilizar medios sociales para promover una empresa?

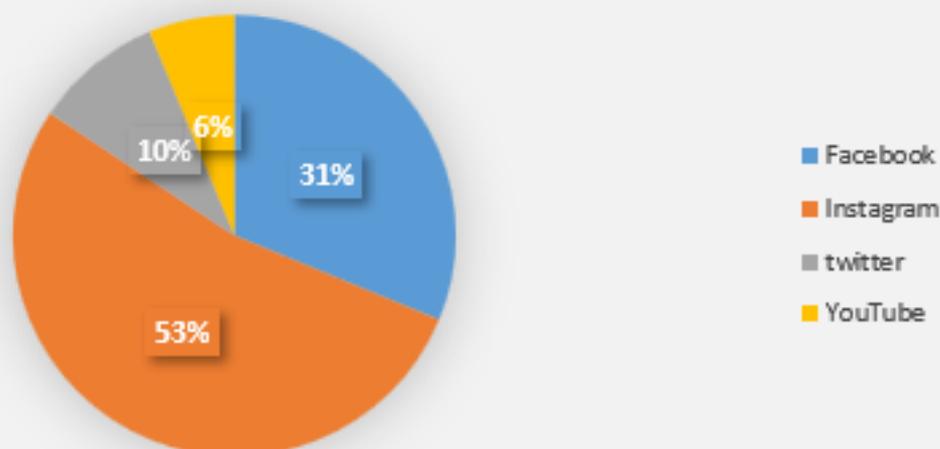
32 respuestas



El 46.9% de la población estima que el principal desafío que se puede enfrentar al usar medios sociales para promocionar una empresa es mantener una constante presencia en medios sociales, El 40.6% generar contenido relevante y atractivo, el 9.4% gestionar e responder a los comentarios y mensajes de los usuarios, finalmente el 3.1% medir el impacto y el retorno de la inversión.

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	10	31%
Instagram	17	53%
Twitter	3	10%
LinkedIn	2	6%
Total	32	100%

¿Qué plataformas de medios sociales afirma que se utilizan principalmente para promover empresas?

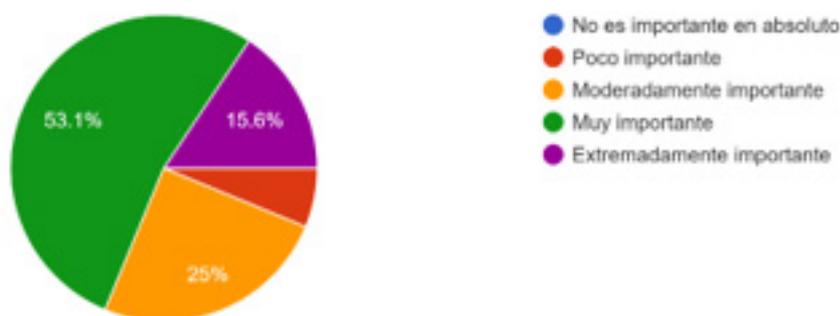


El 31% de los encuestados menciona que Facebook, el 53 % menciona Instagram, el 10% de la población cree que es Twitter y finalmente el 6% linkedlin

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No es importante en absoluto	0	0%
Poco importante	2	6.3%
Moderadamente importante	8	25%
Muy importante	17	53.1%
Extremadamente importante	5	15.6%
Total	32	100%

En una escala del 1 al 5, ¿Cómo calificaría el nivel de importancia de los medios sociales en la estrategia de promoción de una empresa?

32 respuestas



El 25% menciona el nivel de importancia es moderada El 15.6% cree que es extremadamente importante el 54% de los encuestados menciona muy importante finalmente el 6.3% considera poco importante.

Conclusión

En conclusión, los medios sociales desempeñan un papel crucial en el impulso del éxito empresarial en la actualidad. Estas plataformas ofrecen una serie de beneficios, como la capacidad de llegar a una audiencia global, establecer relaciones directas con los clientes y promover el crecimiento de la marca. Al seguir una estrategia sólida y generar contenido relevante y de calidad, las empresas pueden aprovechar al máximo el potencial de los medios sociales para aumentar la visibilidad de su marca, mejorar la lealtad del cliente y aumentar las ventas. Además, los medios sociales permiten una interacción directa con los clientes, brindando una oportunidad invaluable para recibir comentarios en tiempo real y ajustar las estrategias de negocio en consecuencia. En un mundo cada vez más digital y conectado, ignorar los medios sería perder una valiosa oportunidad de crecimiento social y éxito empresarial. Por lo tanto, es esencial que las empresas reconozcan y capitalicen la importancia de los medios sociales como herramientas poderosas para impulsar su éxito en el mercado actual.

Referencias

Balestrini, M. (2006) Cómo se Elabora el Proyecto de Investigación. Caracas. BL Consultores Asociados. <https://docer.com.ar/doc/x1vnvs0>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. P. (2014). Metodología de la Investigación. McGraw-Hill.

Campoy Aranda, T. J. (2018). Metodología de la investigación Científica. Manual para elaboración de tesis y trabajos de investigación. Marben editora y gráfica S.A.

Melo, A. (s. f.-b). Cuál es la importancia de las redes sociales para una empresa. <https://blog.inmarketing.co/blog/cual-es-la-importancia-de-las-redes-sociales-para-una-empresa>

Periodismo, medios y tecnología: tendencias y predicciones para 2022. (2022, 13 enero). <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/periodismo-medios-y-tecnologia-tendencias-y-predicciones-para-2022>

Pagán, C. Á. (2018). 7 estrategias efectivas de promoción en redes sociales. BlogsterApp. <https://blogsterapp.com/es/estrategias-promocion-en-redes-sociales/>

Melo, A. (s. f.-b). Cuál es la importancia de las redes sociales para una empresa. <https://blog.inmarketing.co/blog/cual-es-la-importancia-de-las-redes-sociales-para-una-empresa>

Evaluación Social Media Marketing.pdf. (s. f.). Scribd. <https://es.scribd.com/document/474243455/Evaluacion-Social-Media-Marketing-pdf>

Aznarte, J. L. (2020). Consideraciones éticas en torno al uso de tecnologías basadas en datos masivos

en la UNED. <https://www.redalyc.org/journal/3314/331463171012/html/>

Velázquez, A. (2023). Importancia del marketing digital para las empresas. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-el-marketing-digital/>

Admin-Staff. (2023, 12 septiembre). Conoce la importancia del marketing digital | autónoma. Universidad Autónoma del Perú. <https://www.autonoma.pe/blog/importancia=-marketing-digital/#:~:text=El%20marketing%20digital%20ofrece%20una,en%201%C3%ADderes%20en%20tu%20canaliza-ci%C3%B3n>

Ayvar, C. (2015). 10 formas de usar las redes sociales para impulsar el éxito de tu negocio. TRESMEDIA. <https://www.tres.pe/blog/formas-usar-redes-sociales-impulsar-exito-negocio/>