



Impacto de las redes sociales en la difusión de servicios tecnológicos en las empresas del Ecuador

Impact of the social networks in the diffusion of technological services in the companies of Ecuador

Impacto das redes sociais na difusão de serviços tecnológicos nas empresas do Equador

Joffre V. León-Acurio ⁱ
jvleon@utb.edu.ec

Luis I. Bastidas-Zambrano ⁱⁱ
lbastidas@utb.edu.ec

Evelyn C. Ruiz-Parrales ⁱⁱⁱ
eruiz@utb.edu.ec

Recibido: 30 de enero de 2017 * **Corregido:** 2 de febrero de 2017 * **Aceptado:** 1 mayo de 2017

- ⁱ. Magister en Informática Empresarial; Especialista en Redes de Comunicación de Datos; Diploma Superior en Sistemas de Información Empresarial; Ingeniero En Sistemas; Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador.
- ⁱⁱ. Magister en Informática Empresarial; Especialista en Redes de Comunicación de Datos; Diploma Superior en Sistemas de Información Empresarial; Ingeniero En Sistemas; Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador.
- ⁱⁱⁱ. Magister en Administración de Empresas; Ingeniera en Sistemas; Tecnólogo en Informática - Análisis de Sistemas; Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador.

Resumen.

El trabajo de investigación surge del interés de difundir los servicios tecnológicos de las empresas del Ecuador a través de las redes sociales, con la finalidad de promover cada una de las actividades que les permitirán posicionar tanto sus marcas como los servicios que ofrecen dentro del ámbito laboral. El desarrollo de las redes sociales en la actualidad es de vital importancia en el siglo XXI, gracias a la web 2.0 los servicios de difusiones tecnológicas están ganando terreno frente a varias alternativas de comunicación existentes en todos los ámbitos empresariales, ya que son consideradas un punto estratégico dentro de los avances tecnológicos de la actualidad, debido al impacto ocasionado frente a otros métodos comunes de difusión. El estudio se llevó a cabo con la realización de un análisis comparativo que nos permite denotar las escalas significativas de alcance progresivo que se producen al gestionar el buen uso de las redes sociales en el ámbito empresarial. Se concluye que las escalas comparativas de difusión de servicios tecnológicos frente a métodos habituales, son muy significativas, generando un alto impacto en la utilización de las mismas dentro de las empresas de servicios del Ecuador.

Palabras Clave: Redes sociales; servicios tecnológicos; Web 2.0; difusiones tecnológicas.

Abstract.

The research stems from the interest of spreading technology services companies in Ecuador through social networks, in order to promote each of the activities that will enable them to position both brands and services offered in the workplace. The development of social networks today is of vital importance in the twenty-first century, thanks to web 2.0 services technology broadcasts are gaining ground against several alternatives existing communication in all business areas, as they are considered a point strategic within the technological advances of today, due to the impact caused over other common methods of dissemination. The study was conducted with a comparative analysis allows us denote significant scope progressive scales that occur when you manage the proper use of social networks in business. It is concluded that the comparative scales dissemination of technological services from conventional methods, are very significant, generating a high impact on the use of the same within Ecuador service companies.

Keywords: Social networks; technology services; Web 2.0; technology broadcasts.

Resumo.

A pesquisa decorre do interesse de espalhar as empresas de serviços de tecnologia no Equador através de redes sociais, a fim de promover cada uma das atividades que lhes permitirá posicionar as marcas e serviços oferecidos no local de trabalho. O desenvolvimento das redes sociais de hoje é de vital importância no século XXI, graças à web 2.0 serviços de tecnologia de radiodifusão estão ganhando terreno contra várias alternativas existentes comunicação em todas as áreas de negócios, como eles são considerados um ponto estratégico dentro dos avanços tecnológicos de hoje , Devido ao impacto causado sobre outros métodos comuns de disseminação. O estudo foi realizado com uma análise comparativa que nos permite denotar escopo significativo escalas progressivas que ocorrem quando você gerencia o uso adequado das redes sociais nos negócios. Conclui-se que as escalas comparativas de disseminação de serviços tecnológicos a partir de métodos convencionais, são muito significativas, gerando um alto impacto sobre o uso das mesmas empresas de serviço no Equador.

Palavras chave: Redes sociais; serviços de tecnologia; Web 2.0; tecnologia.

Introducción.

La evolución de crecimiento tecnológico y las comunicaciones en los últimos años se han incrementado de manera considerable, sobre todo por la utilización indispensable del internet en nuestras actividades cotidianas. Este crecimiento se hace notorio gracias a la aparición y utilización de las herramientas web 2.0, y es aquí donde la utilización de las redes sociales en el sector empresarial a nivel mundial ha venido desarrollándose de forma colosal, creando en si una necesidad para mantener relaciones personales como profesionales. La caracterización, el estudio y la visión de nuevas tecnologías, dan como resultado que las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación) brinden oportunidades para mejorar el desarrollo profesional empresarial, aplicando mecanismos Ads (Advertising) al sector tecnológico. En la actualidad contamos con varias plataformas que nos permiten realizar el Ads en sus cuentas, entre las cuales podemos mencionar a Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Google entre otros.

Una de las problemáticas en la actualidad que enfrentan las Pymes es la falta de difusión en sus servicios profesionales a nivel de plataformas tecnológicas, considerándolos un inconveniente al momento de generar nuevos clientes.

Para (Montero Torres, 2015) “Las redes sociales en los negocios permiten a cualquier persona en todo el mundo, expresar, compartir una opinión o idea en algún lugar de la compañía y refinar su estrategia de segmentación para llegar a un público objetivo más estrecho”.

Es por tal motivo que en los últimos años en el Ecuador el sector empresarial ha adoptado medidas de estrategias de mercado, que facilitan la difusión de sus productos y servicios tecnológicos, consiguiendo una mejor interacción con cada uno de los clientes de una manera más

rápida, objetiva y económica, situando aproximadamente un 60% de empresas del Ecuador que han designado a Facebook como una de las más utilizadas y dándole el primer lugar, con estos antecedentes nuestro objetivo principal de la investigación es fomentar el uso de las redes sociales para la difusión de los servicios tecnológicos de las empresas, obteniendo de esta manera un mayor alcance utilizando herramientas web 2.0.

La unificación de los medios tecnológicos y lo social en el Ecuador ha llevado a deferir una posición de la tecnología como sistema para adoptar una concepción de red dentro del entorno de las relaciones interpersonales en todo lo relacionado al ámbito profesional.

Desarrollo

El presente estudio procuró realizar una evaluación comparativa de la utilización de diversos medios tecnológicos de difusión, la cual se realizó en diversas etapas: la primera mediante la utilización de investigación bibliográfica, la segunda una realización de campo y la tercera un análisis detallado de los diversos métodos de difusión existentes en plataformas tecnológicas.

La investigación bibliográfica permitió un correcto análisis y la fundamentación científica, mediante la utilización de diversos documentos electrónicos, ayuda de textos, lo cual ampliaron el conocimiento del problema y su solución.

Mediante la investigación de campo se pudo identificar todos los hechos observados en las redes sociales, de cómo se están llevando a cabo los mecanismos de difusión de servicios tecnológicos en las empresas, para de esta manera poder interpretar de una mejor forma su naturaleza, encontrando en si una forma sistemática de contrarrestar los problemas que se pueden ocasionar.

La población de la investigación se encontró en las redes sociales, realizando de esta manera la publicación de un servicio tecnológico mediante la utilización de mecanismos Ads(Advertising), en la cual los usuarios comenzaron a interactuar en la publicación, dando un mayor alcance en la observación de los servicios publicitados, generando gran cantidad de like, dando clics en la imagen de difusión y compartiendo el contenido a través de los medios sociales.

Una vez obtenidos los datos de los contenidos de difusión publicitados, se procedió a la realización del análisis e interpretación, considerando métricas de valoración de comparación de resultados.

Internet

El internet es un conjunto de redes de comunicación interconectadas entre sí, que manejan grandes volúmenes de información a nivel mundial, que nos permite la comunicación directa través de su plataforma, creando una red lógica única de largo alcance mundial. Dentro de los servicios más exitosos y de mayor relevancia que ha tenido el internet ha sido la Word Wide Web (WWW o la web).

“Internet no es una simple red de ordenadores, sino una red de redes, es decir un conjunto de redes interconectadas a escala mundial con la particularidad de que cada una de ellas es independiente y autónoma”. (Rodríguez Ávila, 2007)

Web 2.0

El termino web 2.0 o web social hacer referencia a los sitios que nos permiten compartir información entre usuarios de diversas plataformas, con el fin de crear lazos y comunidades de intercambio de información, trabajo colaborativo, comunicación en línea entre otros.

“La web 2.0 no es más que el nombre famoso de las fases en la web que se comenzaron a utilizar para el cumplimiento de los propósitos por el que fue concebido, como es: compartir, colaborar, aportar y sobretodo comunicar personas con personas” (Marin de la Iglesia, 2010)

Desde la aparición de la web 2.0 en las actividades empresariales, esto ha favorecido de manera considerable, generando cambios notorios en las difusiones de servicios por medio de sus múltiples plataformas existentes en la web. Podemos apreciar como esto ha ido evolucionado con el pasar de los años y como los cambios han sido notorios con la aparición de la web 2.0.

Considerando las diferencias que existen entre la web 1.0 y web 2.0, se puede tomar como principal referencia la utilización de red de uso social que predomina en la web 2.0, lo que con lleva a un mayor uso de estos medios para la difusión de servicios en el área empresarial.

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC's) han ido en aumento con el pasar de los años, esto debido a la gran demanda que originan los usuarios al emplearlas en las actividades cotidianas, podemos encontrar diversidad de dispositivos tecnológicos y plataforma que permiten la utilización de medios de comunicación para intercambio de información.

“Las TIC's se encuentran en todas los grados de nuestra actual población, desde las más grandes empresas multinacionales, empresas medianas y pequeñas, gobiernos, instituciones educativas particulares y organismos profesionales”. (Suárez, 2010).



Figura N°1.- Evolución de la tecnología
Fuente: (Manpower Profesional, 2009)

Redes Sociales

Las redes sociales son consideradas en la actualidad como uno de los medios de comunicación e interacción entre diversos públicos de usuarios, lo que les permite el intercambio de información, relacionarse profesionalmente, mantener comunicación con personas de diversos países entre otras actividades, causando un gran impacto en su utilización tanto en lo personal, comercial, educacional, profesional y empresarial, haciendo énfasis de manera importante en la utilización de este medio para la difusión de servicios tecnológicos en las empresas, lo que permite un mejor alcance del público segmentado.

“Las redes sociales no son más que la evolución de las tareas habituales que existen de comunicación entre las personas, que avanzan día a día con la utilización de nuevas herramientas, y que se basan en la colaboración de conocimiento”. (Merodio, 2010).

Usuarios en redes sociales

Realizada una investigación realizada en las redes sociales se pudo referenciar que existen una gran cantidad de usuarios que utilizan estas plataformas para diversos tipos de actividades, entre

los que encontramos usuarios que manejan empresas las cuales utilizan las redes sociales para su difusión de producto y servicios, dando prioridad a la empresa de servicios tecnológicos.

Usuarios en Redes Sociales	
Red Social	Números de usuarios
Facebook	1.55 billón
Youtube	1 billón
Google +	540 millón
Instagram	400 millón
Twitter	320 millón
Linkedin	100 millón

Cuadro N°2.- Usuarios en redes Sociales

Fuente: Elaboración propia

Empresas del Ecuador			
Empresa	Red Social		
	Facebook	Twitter	Instagram
Tecnomega C.A	✓	✓	✗
Siglo 21	✓	✓	✗
Movistar Ecuador	✓	✓	✓
Academy Xpert	✓	✓	✓
Claro Ecuador	✓	✓	✓
Blue it	✓	✓	✗
IT Capacitamos	✓	✓	✗
Certificate Training Center	✓	✓	✓
Cartimex	✓	✓	✗
Tecnosmart Ecuador	✓	✓	✓
Prominds	✓	✓	✓
Cisco	✓	✓	✓

Cuadro N° 2.- Empresas del Ecuador en Redes Sociales

Fuente: Elaboración propia

Ads(Advertising)

Se conoce como advertising al medio que nos permite promover o vender servicios, productos o alguna idea en las redes sociales, la diferencia de la utilización de este servicio a medios de publicaciones habituales es la cancelación de valores por promover compañías publicitarias considerando aquello como un beneficio en las empresas de servicios debido a la circulación constantes de los anuncios pactados a diversos usuarios que generalmente se encuentran en las redes sociales, entre las plataformas más usadas podemos mencionar Google Adwords, Twitter Ads,

Instagram Ads y Facebook Ads, situando a Facebook como una de las utilizadas para la difusión de servicios.

Resultados.

Una vez realizados los análisis de campo en las redes sociales, aplicando técnicas de advertising y mediante la utilización de Facebook, considerándolo como la red social más empleadas por las empresas para la difusión de servicios, podemos apreciar que en Ecuador posee con público aproximado de 8'900.000 usuarios, y se considera que un total de 1'400.000 son gestores de páginas de la red social Facebook de diversas empresas de servicios.

Dentro de las ciudades con mayor población de empresas en redes sociales podemos situar a Guayaquil en el primer lugar, seguidos por Quito y Cuenca.

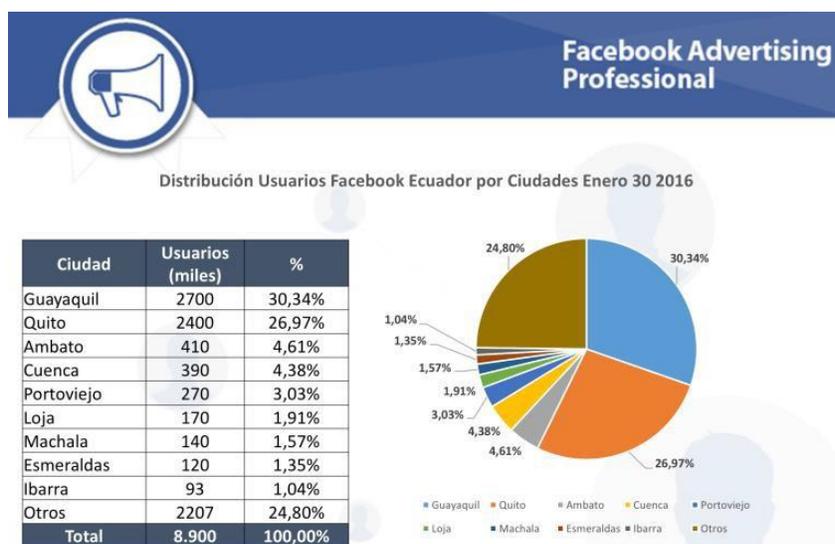


Figura N° 2.- Distribución usuarios Facebook Ecuador

Fuente: (Del Acazar Ponce, 2016)

Impacto de las redes sociales en la difusión de servicios tecnológicos en las empresas del Ecuador



Cuadro N° 3.- Comparación entre alcance orgánico y pagado
Fuente: Fanpage Prominds.

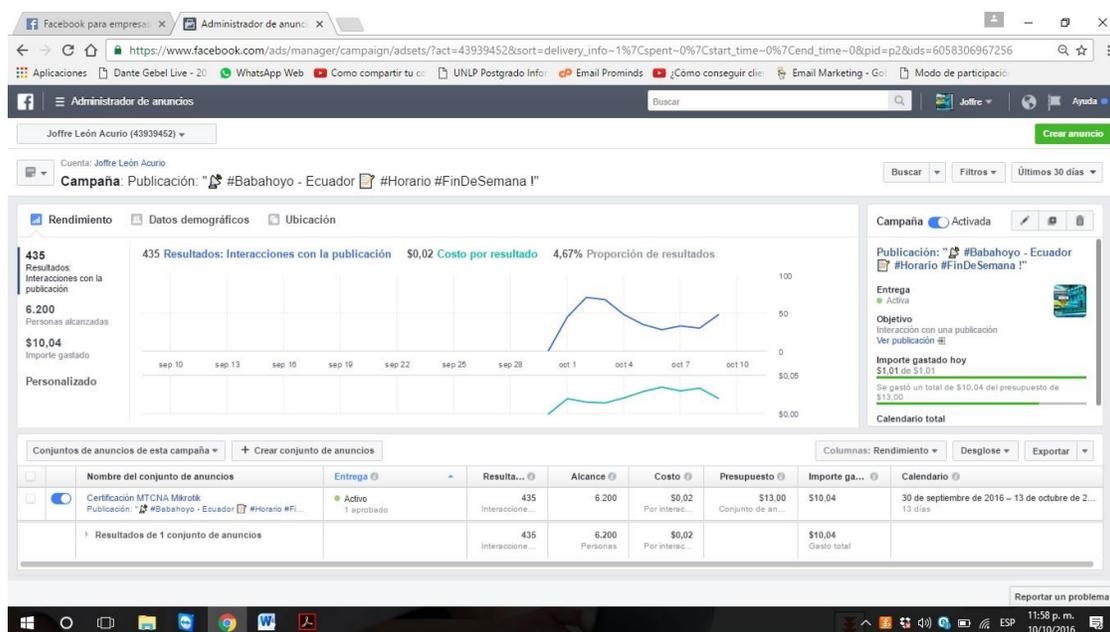


Figura N° 4.- Alcance por rendimiento diario de publicacion
Fuente: Fanpage Prominds.

Conclusiones.

Entre las principales conclusiones que se pueden obtener de esta investigación tenemos:

Las tecnologías de la información y comunicación en la actualidad han generado un crecimiento colosal, debido a los avances y facilidad que otorgan a las empresas para la utilización de sus diversas plataformas.

En la metodología plateada para el análisis de resultados, toma como base fundamental de la investigación la utilización de herramientas advertising para la obtención de resultados.

Para la realización de difusión de servicios tecnológicos en las diversas empresas, se debe considerar la segmentación del público al que se desea llegar con la publicación.

El uso de la web 2.0 genera un aporte significativo en el desarrollo empresarial ecuatoriano, otorgándole uno de los primeros lugares para impulsar el desarrollo tecnológico del Ecuador.

El uso de redes sociales para la difusión de servicios tecnológicos en las empresas del Ecuador es de vital importancia, debido al alcance progresivo de proporciona a cada una de ellas.

Bibliografía.

- Del Acazar Ponce, J. C. (01 de 02 de 2016). *Formacion Gerencial*. Recuperado el 14 de 10 de 2016, de <http://blog.formaciongerencial.com/2016/02/01/estadisticasfacebookecuador/>
- Manpower Profesional. (2009). *Estudio sobre tendencias e las empresas en redes sociales*. Barcelona.
- Marin de la Iglesia, J. L. (2010). *Web 2.0*. La Coruña: Netbiblo.
- Merodio, J. (2010). *Marketing en Redes Sociales*. Madrid: Creative Commons.
- Montero Torres, R. (2015). *Las Redes Sociales en la Empresa*. IT Campus Academy.
- Rodríguez Ávila, A. (2007). *Iniciacion a la Red Internet*. España: Ideaspropia.

Impacto de las redes sociales en la difusión de servicios tecnológicos en las empresas del Ecuador

Scopeo. (2009). *Formación Web 2.0*. Recuperado el 10 de 10 de 2016, de <http://scopeo.usal.es/wp-content/uploads/2012/10/scopeom001.pdf>

Suárez, R. C. (2010). *Tecnologías de la Información y la Comunicación*. España: Ideaspropias.