

## FUNCIÓN DE LAS REDES SOCIALES EN LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA ECUATORIANA

Ing. Fernando Carrillo Pérez, MG<sup>1</sup>  
Docente de la Universidad de Guayaquil, Ecuador  
carrillopf@ug.edu.ec

Ing. Víctor Hugo Carrillo Pérez, MBA<sup>2</sup>  
Docente Titular Universidad de Guayaquil, Ecuador  
victor.carrillope@ug.edu.ec

Ing. Guido Poveda Burgos, MBA<sup>3</sup>  
Docente Titular Universidad de Guayaquil, Ecuador  
guido.povedabu@ug.edu.ec

Ing. Ana Orellana Granda, MBA<sup>4</sup>  
Docente Universidad de Guayaquil, Ecuador  
ana.orellanag@ug.edu.ec

### Resumen

En nuestro país las empresas de todos los sectores usan las redes sociales ya que se consideran canales de comunicación valiosos porque de esa manera promocionan su producto de manera más sencilla, obteniendo de ese modo resultados y beneficios importantes, según nuestros datos recopilados y obtenidos mediante encuestas realizadas en censo nos indica que la red social más utilizada en nuestro país es Facebook, por otro caso las oportunidades de comercializar sus productos o servicios por las redes sociales se expanden en el ámbito comercial debido a que son muchas las personas que utilizan la tecnología como medio de comunicación e información.

**Palabras clave:** Redes sociales, canales de comunicación, Facebook, tecnología, comunicación e información.

### ABSTRACT

Because of this phenomenon, the traditional marketing actions that offered advertising services have suffered a strong impact with the implementation of new technologies and especially with the daily use of social networks.

---

<sup>1</sup> Docente de la Universidad de Guayaquil; Magister en Negocios Internacionales y Gestión en Comercio Exterior

<sup>2</sup> Docente de la Universidad de Guayaquil; Magister en Administración de Empresas mención en Recursos Humanos y Marketing

<sup>3</sup> Docente Titular de la Universidad de Guayaquil; Magister en Administración y Dirección de Empresas, Doctorando en Administración de Empresas, y Doctorando en Administración Gerencial

<sup>4</sup> Docente de la Universidad de Guayaquil; Magister en Administración de Empresas

Today, users are influenced by the opinions expressed through these networks when acquiring and choosing services over the Internet, making them important marketing tools. In the last decade, the business sector in our country has been influenced to a great extent by social network

**Keywords:** Social networks, communication channels, Facebook, technology, communication and information.

## **Introducción**

La comunicación digital de las empresas del Ecuador ha convertido el futuro en un presente y con un constante cambio, por eso la demanda y el impacto que causa las redes sociales en las empresas deben ser igual de relevantes, sobre todo el comercio empresarial se deben presentar cambios para tener una mejor relación a sus clientes, la introducción de este comercio virtual en las empresas mejora sin duda alguna la productividad de la empresa al fomentar un marketing atractivo con una baja inversión, el acercamiento a los consumidores y potenciales clientes al conocer sus necesidades reales puede traducirse en mayores ventas, fortalecimiento en la presencia de la marca, por mencionar algunas de las puertas que se abren al insertar un negocio en el mundo digital.

### **Elementos a destacar:**

El incremento del acceso al internet permite que los contenidos publicados en la web o redes sociales fluyan rápidamente en la red y se convierta atractivo al consumidor final.

El manejo de dispositivos móvil permite que en cualquier momento y lugar se pueda apreciar una buena imagen publicitaria de una empresa.

## **Desarrollo**

### **Revisión Laudato si' respecto al uso de las tecnologías**

#### **La tecnología: creatividad y poder**

La humanidad ha ingresado en una nueva era en la que el poderío tecnológico nos pone en una encrucijada. Somos los herederos de dos siglos de enormes olas de cambio: el motor a vapor, el ferrocarril, el telégrafo, la electricidad, el automóvil, el avión, las industrias químicas, la medicina moderna, la informática y, más recientemente, la revolución digital, la robótica, las biotecnologías y las nanotecnologías.

Es justo alegrarse ante estos avances, y entusiasmarse frente a las amplias posibilidades que nos abren estas constantes novedades, porque «la ciencia y la tecnología son un maravilloso producto de la creatividad humana donada por Dios». La modificación de la naturaleza con fines útiles es una característica de la humanidad desde sus inicios, y así la técnica «expresa la tensión del ánimo humano hacia la superación gradual de ciertos condicionamientos materiales».

La tecnología ha remediado innumerables males que dañaban y limitaban al ser humano. No podemos dejar de valorar y de agradecer el progreso técnico, especialmente en la medicina, la ingeniería y las comunicaciones. ¿Y cómo no reconocer todos los esfuerzos de muchos científicos y técnicos, que han aportado alternativas para un desarrollo sostenible?

La tecnociencia bien orientada no sólo puede producir cosas realmente valiosas para mejorar la calidad de vida del ser humano, desde objetos domésticos útiles hasta grandes medios de transporte, puentes, edificios, lugares públicos. También es capaz de producir lo bello y de hacer «saltar» al ser humano inmerso en el mundo material al ámbito de la belleza. ¿Se puede negar la belleza de un avión, o de algunos rascacielos? Hay preciosas obras pictóricas y musicales logradas con la utilización de nuevos instrumentos técnicos. Así, en la intención de belleza del productor técnico y en el contemplador de tal belleza, se da el salto a una cierta plenitud propiamente humana.

Pero no podemos ignorar que la energía nuclear, la biotecnología, la informática, el conocimiento de nuestro propio ADN y otras capacidades que hemos adquirido nos dan un tremendo poder. Mejor dicho, dan a quienes tienen el conocimiento, y sobre todo el poder económico para utilizarlo, un dominio impresionante sobre el conjunto de la humanidad y del mundo entero. Nunca la humanidad tuvo tanto poder sobre sí misma y nada garantiza que vaya a utilizarlo bien, sobre todo si se considera el modo como lo está haciendo.

Basta recordar las bombas atómicas lanzadas en pleno siglo XX, como el gran despliegue tecnológico ostentado por el nazismo, por el comunismo y por otros regímenes totalitarios al servicio de la matanza de millones de personas, sin olvidar que hoy la guerra posee un instrumental cada vez más mortífero. ¿En manos de quiénes está y puede llegar a estar tanto poder? Es tremendamente riesgoso que resida en una pequeña parte de la humanidad.

Se tiende a creer «que todo incremento del poder constituye sin más un progreso, un aumento de seguridad, de utilidad, de bienestar, de energía vital, de plenitud de los valores», como si la realidad, el bien y la verdad brotaran espontáneamente del mismo poder tecnológico y económico.

El hecho es que «el hombre moderno no está preparado para utilizar el poder con acierto», porque el inmenso crecimiento tecnológico no estuvo acompañado de un desarrollo del ser humano en responsabilidad, valores, conciencia. Cada época tiende a desarrollar una escasa autoconciencia de sus propios límites. Por eso es posible que hoy la humanidad no advierta la seriedad de los desafíos que se presentan, y «la posibilidad de que el hombre utilice mal el poder crece constantemente» cuando no está «sometido a norma alguna reguladora de la libertad, sino únicamente a los supuestos imperativos de la utilidad y de la seguridad».

El ser humano no es plenamente autónomo. Su libertad se enferma cuando se entrega a las fuerzas ciegas del inconsciente, de las necesidades inmediatas, del egoísmo, de la violencia. En ese sentido, está desnudo y expuesto frente a su propio poder, que sigue creciendo, sin tener los elementos para controlarlo. Puede disponer de mecanismos superficiales, pero podemos sostener que le

falta una ética sólida, una cultura y una espiritualidad que realmente lo limiten y lo contengan en una lúcida abnegación.

### **Globalización del paradigma tecnocrático**

El problema fundamental es otro más profundo todavía: el modo como la humanidad de hecho ha asumido la tecnología y su desarrollo junto con un paradigma homogéneo y unidimensional. En él se destaca un concepto del sujeto que progresivamente, en el proceso lógico-racional, abarca y así posee el objeto que se halla afuera. Ese sujeto se despliega en el establecimiento del método científico con su experimentación, que ya es explícitamente técnica de posesión, dominio y transformación. Es como si el sujeto se hallara frente a lo informe totalmente disponible para su manipulación.

La intervención humana en la naturaleza siempre ha acontecido, pero durante mucho tiempo tuvo la característica de acompañar, de plegarse a las posibilidades que ofrecen las cosas mismas. Se trataba de recibir lo que la realidad natural de suyo permite, como tendiendo la mano.

En cambio, ahora lo que interesa es extraer todo lo posible de las cosas por la imposición de la mano humana, que tiende a ignorar u olvidar la realidad misma de lo que tiene delante. Por eso, el ser humano y las cosas han dejado de tenderse amigablemente la mano para pasar a estar enfrentados.

De aquí se pasa fácilmente a la idea de un crecimiento infinito o ilimitado, que ha entusiasmado tanto a economistas, financistas y tecnólogos. Supone la mentira de la disponibilidad infinita de los bienes del planeta, que lleva a «estrujarlo» hasta el límite y más allá del límite. Es el presupuesto falso de que «existe una cantidad ilimitada de energía y de recursos utilizables, que su regeneración inmediata es posible y que los efectos negativos de las manipulaciones de la naturaleza pueden ser fácilmente absorbidos».

Podemos decir entonces que, en el origen de muchas dificultades del mundo actual, está ante todo la tendencia, no siempre consciente, a constituir la metodología y los objetivos de la tecnociencia en un paradigma de comprensión que condiciona la vida de las personas y el funcionamiento de la sociedad. Los efectos de la aplicación de este molde a toda la realidad,

humana y social se constatan en la degradación del ambiente, pero este es solamente un signo del reduccionismo que afecta a la vida humana y a la sociedad en todas sus dimensiones.

Hay que reconocer que los objetos producto de la técnica no son neutros, porque crean un entramado que termina condicionando los estilos de vida y orientan las posibilidades sociales en la línea de los intereses de determinados grupos de poder. Ciertas elecciones, que parecen puramente instrumentales, en realidad son elecciones acerca de la vida social que se quiere desarrollar.

108. No puede pensarse que sea posible sostener otro paradigma cultural y servirse de la técnica como de un mero instrumento, porque hoy el paradigma tecnocrático se ha vuelto tan dominante que es muy difícil prescindir de sus recursos, y más difícil todavía es utilizarlos sin ser dominados por su lógica. Se volvió contracultural elegir un estilo de vida con objetivos que puedan ser al menos en parte independientes de la técnica, de sus costos y de su poder globalizador y masificador.

De hecho, la técnica tiene una inclinación a buscar que nada quede fuera de su férrea lógica, y «el hombre que posee la técnica sabe que, en el fondo, esta no se dirige ni a la utilidad ni al bienestar, sino al dominio; el dominio, en el sentido más extremo de la palabra».

Por eso «intenta controlar tanto los elementos de la naturaleza como los de la existencia humana». La capacidad de decisión, la libertad más genuina y el espacio para la creatividad alternativa de los individuos se ven reducidos.

109. El paradigma tecnocrático también tiende a ejercer su dominio sobre la economía y la política. La economía asume todo desarrollo tecnológico en función del rédito, sin prestar atención a eventuales consecuencias negativas para el ser humano. Las finanzas ahogan a la economía real. No se aprendieron las lecciones de la crisis financiera mundial y con mucha lentitud se aprenden las lecciones del deterioro ambiental.

En algunos círculos se sostiene que la economía actual y la tecnología resolverán todos los problemas ambientales, del mismo modo que se afirma,

con lenguajes no académicos, que los problemas del hambre y la miseria en el mundo simplemente se resolverán con el crecimiento del mercado.

No es una cuestión de teorías económicas, que quizás nadie se atreve hoy a defender, sino de su instalación en el desarrollo fáctico de la economía. Quienes no lo afirman con palabras lo sostienen con los hechos, cuando no parece preocuparles una justa dimensión de la producción, una mejor distribución de la riqueza, un cuidado responsable del ambiente o los derechos de las generaciones futuras. Con sus comportamientos expresan que el objetivo de maximizar los beneficios es suficiente. Pero el mercado por sí mismo no garantiza el desarrollo humano integral y la inclusión social.

Mientras tanto, tenemos un «supe desarrollo derrochador y consumista, que contrasta de modo inaceptable con situaciones persistentes de miseria deshumanizadora», y no se elaboran con suficiente celeridad instituciones económicas y cauces sociales que permitan a los más pobres acceder de manera regular a los recursos básicos.

No se termina de advertir cuáles son las raíces más profundas de los actuales desajustes, que tienen que ver con la orientación, los fines, el sentido y el contexto social del crecimiento tecnológico y económico.

La especialización propia de la tecnología implica una gran dificultad para mirar el conjunto. La fragmentación de los saberes cumple su función a la hora de lograr aplicaciones concretas, pero suele llevar a perder el sentido de la totalidad, de las relaciones que existen entre las cosas, del horizonte amplio, que se vuelve irrelevante.

Esto mismo impide encontrar caminos adecuados para resolver los problemas más complejos del mundo actual, sobre todo del ambiente y de los pobres, que no se pueden abordar desde una sola mirada o desde un solo tipo de intereses. Una ciencia que pretenda ofrecer soluciones a los grandes asuntos necesariamente debería sumar todo lo que ha generado el conocimiento en las demás áreas del saber, incluyendo la filosofía y la ética social.

Pero este es un hábito difícil de desarrollar hoy. Por eso tampoco pueden reconocerse verdaderos horizontes éticos de referencia. La vida pasa a ser un

abandonarse a las circunstancias condicionadas por la técnica, entendida como el principal recurso para interpretar la existencia.

En la realidad concreta que nos interpela, aparecen diversos síntomas que muestran el error, como la degradación del ambiente, la angustia, la pérdida del sentido de la vida y de la convivencia. Así se muestra una vez más que «la realidad es superior a la idea».

La cultura ecológica no se puede reducir a una serie de respuestas urgentes y parciales a los problemas que van apareciendo en torno a la degradación del ambiente, al agotamiento de las reservas naturales y a la contaminación.

Debería ser una mirada distinta, un pensamiento, una política, un programa educativo, un estilo de vida y una espiritualidad que conformen una resistencia ante el avance del paradigma tecnocrático.

De otro modo, aun las mejores iniciativas ecologistas pueden terminar encerradas en la misma lógica globalizada. Buscar sólo un remedio técnico a cada problema ambiental que surja es aislar cosas que en la realidad están entrelazadas y esconder los verdaderos y más profundos problemas del sistema mundial.

Sin embargo, es posible volver a ampliar la mirada, y la libertad humana es capaz de limitar la técnica, orientarla y colocarla al servicio de otro tipo de progreso más sano, más humano, más social, más integral.

La liberación del paradigma tecnocrático reinante se produce de hecho en algunas ocasiones. Por ejemplo, cuando comunidades de pequeños productores optan por sistemas de producción menos contaminantes, sosteniendo un modelo de vida, de gozo y de convivencia no consumista. O cuando la técnica se orienta prioritariamente a resolver los problemas concretos de los demás, con la pasión de ayudar a otros a vivir con más dignidad y menos sufrimiento.

También cuando la intención creadora de lo bello y su contemplación logran superar el poder objetivante en una suerte de salvación que acontece en lo bello y en la persona que lo contempla. La auténtica humanidad, que invita a



una nueva síntesis, parece habitar en medio de la civilización tecnológica, casi imperceptiblemente, como la niebla que se filtra bajo la puerta cerrada. ¿Será una promesa permanente, a pesar de todo, brotando como una empecinada resistencia de lo auténtico?

Por otra parte, la gente ya no parece creer en un futuro feliz, no confía ciegamente en un mañana mejor a partir de las condiciones actuales del mundo y de las capacidades técnicas. Toma conciencia de que el avance de la ciencia y de la técnica no equivale al avance de la humanidad y de la historia, y vislumbra que son otros los caminos fundamentales para un futuro feliz.

No obstante, tampoco se imagina renunciando a las posibilidades que ofrece la tecnología. La humanidad se ha modificado profundamente, y la sumatoria de constantes novedades consagra una fugacidad que nos arrastra por la superficie, en una única dirección. Se hace difícil detenernos para recuperar la profundidad de la vida. Si la arquitectura refleja el espíritu de una época, las mega estructuras y las casas en serie expresan el espíritu de la técnica globalizada, donde la permanente novedad de los productos se une a un pesado aburrimiento.

No nos resignemos a ello y no renunciemos a preguntarnos por los fines y por el sentido de todo. De otro modo, sólo legitimaremos la situación vigente y necesitaremos más sucedáneos para soportar el vacío.

Lo que está ocurriendo nos pone ante la urgencia de avanzar en una valiente revolución cultural. La ciencia y la tecnología no son neutrales, sino que pueden implicar desde el comienzo hasta el final de un proceso diversas intenciones o posibilidades, y pueden configurarse de distintas maneras. Nadie pretende volver a la época de las cavernas, pero sí es indispensable aminorar la marcha para mirar la realidad de otra manera, recoger los avances positivos y sostenibles, y a la vez recuperar los valores y los grandes fines arrasados por un desenfreno megalómano.

## **La importancia del marketing en redes sociales en las empresas del Ecuador**

Las empresas, sean grandes o pequeñas, no escapan a la revolución y a la influencia que las nuevas tecnologías de la información y comunicación han representado en la sociedad actual, sobre todo en la última década, en un análisis nos pudimos percatar que son distintos campos que el uso estratégico e inteligente de las tecnologías pueden ayudar y hacer la diferencia.

Cada vez con más frecuencia las empresas tienen diversas sedes y en ocasiones sus colaboradores trabajan a distancia. Varios son los motivos por lo que esta tendencia crezca, pues el teletrabajo o trabaja a distancia ocasiona un ahorro notable en transportación e infraestructura y en ocasiones incide en que los trabajadores se sientan más cómodos trabajando en sus casas y esto hace que aumente su capacidad laboral y esto permite que las empresas cuenten con uno de los mejores talentos del mundo laboral sin importar su ubicación.

En este contexto, el papel que desempeña las redes sociales resulta indispensable, esto porque permite mantener abiertos de una forma constante y permanente, los canales de comunicación entre las dos empresas y los diferentes equipos de trabajo esto ayuda que la distancia no sea un problema si no se transforme en solución.

Las Bolsas de Trabajo en Internet en sí de han popularizado rápidamente al exponer Una Variedad Enorme de talentos o Perfiles de Candidatos en la Web acondicionado Múltiples Ventajas del tanto para Quienes Buscan Empleo Como para Quienes Buscan Perfiles Idóneos para cubrir Las Vacantes De Las Empresas, Como recalca el siguiente párrafo las redes sociales forman una muy buena herramienta para hacer más rápido y eficiente el reclutamiento y selección de personal que la empresa requiere.

En la actualidad si somos reclutadores podemos consultar a los profesionales más talentosos, eso sin importar su ubicación. Además, podremos verificar de primera instancia, cuáles son sus cualidades, sus aptitudes, sus valores y su trayectoria.

El nacimiento de las redes sociales en cuestión profesional con sus diferentes niveles de especialización ha hecho más fácil camino a la hora de encontrar el perfil idóneo. Si lo vemos desde el punto de vista del candidato en ningún momento como en la actualidad ha habido diversas oportunidades para encontrar empleo, pero sobre todo para hallar un trabajo que se ajuste a nuestros deseos y necesidades.

La forma en que los usuarios influyen en las decisiones de compra de otros, a partir de sus comentarios, es el motivo más importante para hacer marketing de la empresa a través de las redes sociales, La influencia que tienen los contactos en las redes sociales permiten la relación con los clientes, y dichas relaciones en muchas de las ocasiones se convierten en ventas. Esto es la importancia de las redes sociales como una herramienta de aproximación a clientes potenciales directos o la apertura de un nuevo mercado. Facebook y twitter son las grandes potencias en redes sociales.

Las condiciones que ponen las redes sociales es siempre respetar la libertad del usuario y que exclusivamente se les proporcione servicios o productos que están dispuestos a recibir si no es así nuestra poderosa herramienta se convertirá en una letal arma que puede volverse en nuestra contra.

### **Muestra y recolección de datos**

Las empresas del Ecuador sin importar el sector ni el tamaño utilizan esta medida debido a que impulsan al crecimiento económico y no necesitan tener mucho presupuesto para el marketing,

En el Ecuador, cerca de un 98% de personas que están sobre la franja de edad de los 12 años tiene una cuenta en Facebook. Así lo demostraron los resultados de la encuesta de Condiciones de vida realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Esto convierte a la red social de Mark Zuckerberg (creador de Facebook) es la más utilizada del país en comparación con Twitter, YouTube y otras. Para obtener estos datos, según el INEC se sacó información de 29 052 viviendas de las 24 provincias del país.

La encuesta estuvo “dirigida a todos los miembros del hogar con informantes directos para la población de 12 años en adelante”. El estudio de campo se realizó hasta octubre del 2014. De los 4 995 474 encuestados 971 016 se encuentran en Guayaquil. De estos un 96,8% tiene una cuenta en Facebook, mientras que en Quito se practicó el estudio a 760 349 personas de las cuales un 97,9% aseguró tener una cuenta en esa red social.

A escala nacional, los resultados arrojan que un 41,4% de las personas encuestadas tienen una cuenta en una red social. Entre las opciones presentadas por el INEC están Facebook, Twitter, YouTube, WhatsApp, YouTube, Skype y otras redes. (Sandoval, 2016)

### **Uso de redes sociales para la venta:**

Al inicio de este informe, se mostraba que un elevado porcentaje de empresas utiliza redes sociales con fines de negocio. Con el fin de conocer casos de uso concretos para obtener ventas, se lanzó una pregunta abierta que contestaron 391 participantes que permiten caracterizar las acciones realizadas.

### **Usos:**

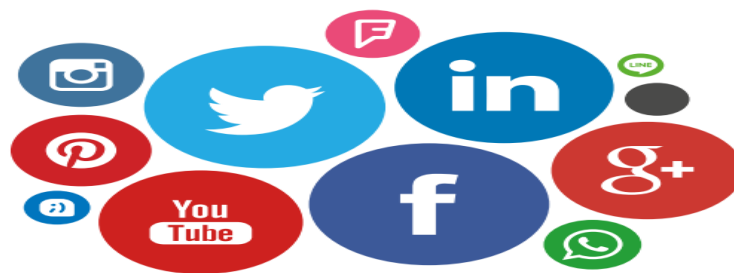
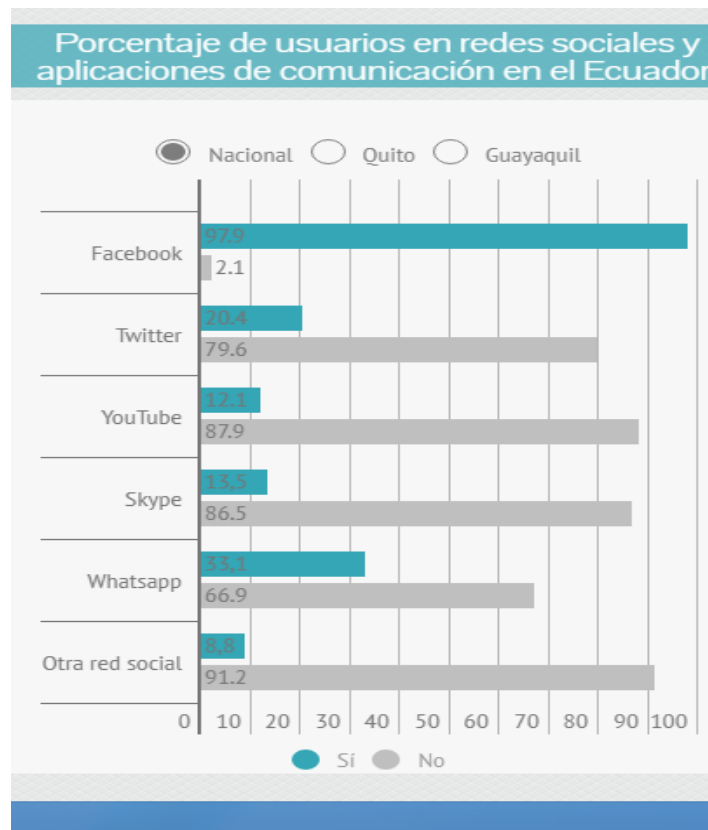
- Branding: se comparten contenidos de la marca, noticias, eventos, información sobre productos. Con menor frecuencia, se comparten otros contenidos generales (información del sector, noticias vinculadas al producto).
- Generación de leads: a los que se hace seguimiento desde otros canales.
- Fidelización y contacto con el cliente a lo largo de todo el ciclo de vida,
- incluida la atención al cliente posterior a la venta.

### **Tácticas:**

- Creación de landings con ofertas específicas.
- Localización de personas clave que puedan convertirse en clientes.

- Publicación de promociones, descuentos y concursos.
- Campañas con personajes populares.
- Facilitar la recomendación entre usuarios.
- Uso de imágenes y videos.

**Estadísticas del uso de la red social más popular en Ecuador**



▶ Twitter	79.44%	▶ Google+	51.16%	▶ Foursquare	12.36%
▶ Facebook	79.29%	▶ Pinterest	26.43%	▶ Tuenti	6.03%
▶ LinkedIn	64.30%	▶ Instagram	21.64%	▶ Line	2.47%
▶ Youtube	57.81%	▶ Whatsapp	12.98%	▶ Otras	5.72%

## **Redes sociales más utilizadas:**

### **1. 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.

### **2. MySpace:**

Es 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 que cuenta con más de 300 empleados y una tasa de crecimiento diaria bastante significativa.

### **3. Hi5:**

Tus amigos, tu mundo >> <http://hi5.com> 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.

### **4. Twitter:**

Dilo en 140 caracteres >> <http://www.twitter.com>, en apenas unos años pasó de ser un servicio invisible que usar 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.

### **5. 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 promocionar sitios y demás. Además, el desarrollador de Facebook está dentro de los más ricos 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.

## **6. YouTube:**

Es actualmente 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 la apuesta más grande que hacen las empresas para promocionar sus servicios, grandes personajes como el ex presidente Obama de estados unidos han usado este servicio para promocionar sus servicios obteniendo un índice alto de éxito. Lo que podemos recalcar de esta red social por excelencia, fue la primera en destacar y tener un éxito notable hasta la actualidad.

## **7. Pinterest:**

Una de las últimas redes sociales que parece ha tenido muy buena aceptación por el público. Basada en un sistema de tableros donde puedes “pinear” imágenes con sus comentarios se ha convertido en un canal imprescindible para las tiendas online y empresas o particulares que desean ganar relevancia por su imagen (fotografías, diseños, etc.).

## **8. Skype:**

No sólo una red social, sino un servicio de telefonía. Permite llamar, ver, enviar mensajes y compartir con otros, donde quiera que estén.

## **9. Instagram:**

Es un espacio para publicar fotos y pequeños videos con duración de 60 segundos, es muy popular por los filtros que tienen porque parece que tu foto fue tomada de una forma profesional.

## Conclusiones

Según el estudio de este proyecto el uso de la tecnología permite a las empresas de todos los sectores integrar las redes sociales en sus actividades de marketing con el fin de que los resultados obtenidos del estudio teórico se presenten en forma útil, el hacer uso inteligente y estratégico de las redes sociales, esto colabora a la integración con los procesos internos y en el desarrollo de herramientas que puedan ayudar notablemente a la transformación de las empresas.

Obteniendo un desarrollo conjunto de conocimiento en tecnología estrategia que aportaría a modificar nuestros modelos de negocios, mejorar nuestros métodos de comunicación interna para hacer que sea más fluido y llega a todas las direcciones, así como una efectiva transparencia en la empresa de igual formas nos beneficiaría para conceder oportunidades de trabajo a gente de otros países que cumplen un perfil idóneo para la empresa o para el reclutamiento de nuevos talentos que necesita la organización y sobre todo el estar más cerca de nuestros clientes y sabes sus principales deseos, necesidades así como también poder expandir nuestro mercado.

## Referencias bibliográficas

Beltrán, J. (2000). Empresa familiar. Trabajo, redes sociales y familia en el colectivo chino. *OFRIM. Suplemento*, 129-154.

Cf. Benedicto XVI, Carta enc. Caritas in veritate (29 junio 2009), 35: AAS 101 (2009), 671.

Izard, O. M. Redes sociales, economía y empresa. *Dossier «Redes sociales, economía y empresa»*.

Merodio, J. (2010). *Marketing en Redes Sociales: Mensajes de empresa para gente selectiva*. Juan Merodio.

Romano Guardini, Das Ende der Neuzeit, 63s (ed. esp.: El ocaso de la Edad Moderna, 83-84).