

ÍNDICE

	Páginas
INTRODUCCIÓN	1
I. DESARROLLO	2
A. Las redes sociales en las empresas	2
B. Importancia de las redes sociales en los negocios	3
C. Crecen compras online sin pagar impuestos	6
D. Las redes sociales como estrategia de los negocios	7
E. Uso de las redes sociales para crear ventaja competitiva	11
F. Las redes sociales y el futuro de los negocios	17
II. CONCLUSIÓN	21
BIBLIOGRAFÍA	22
ANEXO	25

INTRODUCCIÓN

En la actualidad se puede ver como la sociedad se ha introducido en el mundo digital, por ende se eligió el tema de las redes sociales porque ya es evidente el crecimiento a pasos agigantados de los usuarios a nivel global, mismas que ya son adoptados como un estilo de vida, por lo que el propósito del ensayo es dar a conocer al empresario o lector que puede convertir la social media en su mejor aliado para entablar negocios sin importar que la empresa sea grande, mediano o pequeño, en el desarrollo del trabajo se puntualiza las ventajas que se tiene iniciando con la recopilación de forma inmediata de los patrones de consumo, características personales, tendencias en el mercado de interés, gracias a que las personas han plasmado sus datos con información valiosa para la compañía que puede crear y actualizar las bases de datos de los clientes de forma eficaz y eficiente para posterior lograr la interacción entre la oferta y demanda, las gestiones que el negociante realice de forma electrónica es a bajo costo, se puede atender las 24 horas al día con ventas mucho más rápidas que lo tradicional y desplazamiento, así mismo se puede ofrecer una amplia variedad de artículos, sin problemas de espacio físico.

Adicional a realizar negocios, las organizaciones también usan las redes sociales para contratar a los futuros empleados, pues se logra tener acceso a una gama de profesionales de distintos países con una vasta experiencia, lo que provoca un ahorro en tiempo y economía en las fases de selección, así mismo se logra una mayor comunicación con el personal, una estrecha relación con el cliente o bien proveedores, si es principiante en el área empresarial, artístico, o profesional aquí se indica cómo utilizar medios gratis en línea y darse a conocer masivamente, como ya lo han hecho las industrias, medios de comunicación, cantantes, productoras de cine hasta un país promoviendo paquetes turísticos, a través de la lectura verá que se abordaron puntos de su interés, ya que el objetivo es enseñar como explotar las redes sociales y usarla como estrategia en los negocios e impulsar la economía real.

I. DESARROLLO

A. Las redes sociales en las empresas

Es impresionante ver en los periódicos que circulan en Guatemala en la sección de empleos, como las empresas buscan a los futuros trabajadores con habilidades digitales, debido a los cambios en los comportamientos de comunicación de la sociedad que ha desatado una locura tecnológica en todos los ámbitos, mismos que obliga a las nuevas y actuales generaciones a prepararse académicamente en este mundo electrónico para ser contratados, las organizaciones no solo usan medios tradicionales para reclutar, ahora se han enfocado mucho usando las redes sociales, según (Larios, 2011) “En Guatemala hay 1.3 millones de usuarios y mayor de 50% entran más de una vez al día a la red social” Es indudable que los perfiles que se ingresan son vistos por las compañías para conocer más a fondo a los candidatos, por ello se debe tener mucha cautela en el material que se sube o bien los comentarios que se publique en estos sitios, las páginas personales se ha convertido en anexos de currículos.

Una de las grandes ventajas es tener acceso a toda una gama de profesionales de diversos países, al igual que obtener una búsqueda por sector, compañía o rubro, también las personas pueden tener vínculos con compañeros o clientes, otro punto a favor es que por este medio se logra reclutar personas con amplio conocimiento en nuevas tecnologías, por lo que se cataloga como un camino de dos vías para las organizaciones, por un lado realizan la selección del futuro personal y por otro acercan a los clientes o bien consiguen nuevos consumidores, esto contribuye a que se ahorre tiempo y dinero en sus procesos de selección, si se da cuenta estas gestiones cada vez más están migrando hacia herramientas avanzadas, le puedo asegurar que no estamos lejos a que se den los cierres de negocios de los empresarios a través de esta vía de comunicación.

(Sandriux, 2012) En el anexo 1, se puede observar la infografía que devela la forma en que las organizaciones utilizan la social media para investigar a empleados potenciales y las acciones que aseguran no contratar, ellos observan el comportamiento de las personas, si este es positivo lo contratan y si es negativo no lo aceptan, esto se agregó para que usted lo analice y saque sus propias conclusiones. Es claro que esta vía esta cambiando la realidad en la sociedad y en el mundo laboral, al usar este medio en las oficinas cobra relevancia porque se abarcan temas que permiten el incremento de productividad, innovación, colaboración, administración de conocimiento, manejo de reputación, mercadeo, relaciones públicas y el compromiso de los empleados, de igual forma permite una gran oportunidad de convertir al negocio en una marca líder, puesto a que con gran cantidad de información que se genera en este medio, se puede aprender puntos nuevos del producto, detectar nuevas tendencias entre otras actividades.

B. Importancia de las redes sociales en los negocios

Si usted está acostumbrado a usar medios de comunicación tradicionales, seguramente se preguntará cual es la importancia de usar las redes sociales y la forma de usarlo, le cuento que algunos lo ven como una plataforma de negocios basado en un triple, es decir en calidad, tiempo y presupuesto, así mismo permite a las empresas recopilar y analizar datos referentes a los patrones de consumo y características personales online, una de las grandes ventajas que se posee es contar con suficiente información, rápida y fácil de indagar, los datos se logra recabar porque se solicitan a los visitantes de los sitios web registrarse a cambio de ofrecer la información que ellos necesitan, previo a usar el contenido del sitio, con esto se puede crear y actualizar las bases de datos de los clientes de forma eficaz y eficiente.

(Chehaibar, 2009) Representante de Lynden Labs en México dice que “Las pocas redes que han logrado establecer un eje sustentable es Second Life” Los espacios virtuales dentro de la red son vendidos por la empresa en la cual él labora, su creador, de quienes obtiene ingresos, posterior los usuarios pueden agregarse en estos espacios virtuales y cobrar, en la moneda local, dólares etc. y cambiarlos por dinero real, empresas como IBM, Nissan y más han optado por este modelo para la expansión de su listado de clientes y comenzar a disputar un porcentaje de este nuevo mercado en crecimiento.

Seguro que está pensando en que este medio solo lo pueden usar empresas grandes y como a lo mejor usted esta iniciando con su negocio o tiene pensado hacerlo dirá que no cuenta con los recursos económicos suficientes, pues le doy una buena noticia, con el hecho de tener una PC y tiempo, se puede crear un blog, basta con una conexión a internet e iniciar con herramientas gratuitas como wordpress o blogger, recuerde que el blog oficial de google usa blogger y recibe millones de visitas mensuales. (Cross, 2008) dice “El blog oficial de Google es uno de los veinte más visitados del mundo” Los blogs escritos por negocios o empresas son llamados corporativos, porque permite recibir retroalimentación constante por parte de los clientes, de igual manera las bitácoras virtuales permiten a los visitantes escribir comentarios, opiniones, siendo los mismos capaces de reunir a cientos o miles de personas y generar comunidades así como lealtad, si la experiencia en las compras son buenas de seguro ellos escribirán opiniones positivas, si esto es negativo los clientes van a expresar su malestar, lo que seguro será leído por miles de personas en todo el mundo y puede afectar el prestigio o imagen de la empresa en cuestión de días, ante esta situación se puede hacer aclaraciones, proponer alternativas y ofrecer disculpas usando el mismo medio, si la compañía utiliza adecuadamente la retroalimentación, respondiendo dudas, y

comentarios con honestidad, entonces los resultados positivos se darán pronto. Otro factor a mencionar es que se puede monitorear las tendencias en la industria, aquí hay que definir primero su empresa, posterior hacer seguimiento para conocer que está cambiando en ella, si se tiene una compañía dedicada a producir dispositivos de comunicación móvil, de seguro se va a monitorear cualquier desarrollo en este tipo de tecnología, los expertos aconsejan usar twilerts y alertas de google para hacer seguimientos a la palabra clave a través del correo electrónico, sino se puede crear un feed RSS con información relevante de la empresa. También debe saber que hay redes de colaboración como wikipedia, que puede ser usada por todas las personas que quieran subir información bajo las reglas del juego, así mismo está el grupo de multimedia que ingresa videos y audios, con el propósito de informar y darse a conocer.

Si está compitiendo con otra compañía por un negocio, le aclaro que siempre ayuda tener conexiones o amigos en la empresa que se está tratando de atraer, por ello es necesario crear de forma insistente comunicación con las personas porque quizá haya un momento en la que el contacto se pueda convertir en abogado o tomador de decisiones, realmente hay diversas formas de entrelazarse con clientes, asociados, proveedores etc. Si es posible relacionarse en un sitio social de nicho, entonces podrá destacarse aun más. (Quiñones, 2010) confirma “en este medio se puede ofrecer alternativas con mínimo costo, poseer accesibilidad para los consumidores y obtener una relación más personalizada” Cuando se habla de alternativas se refiere a los productos y/o servicio que se ofrece, la accesibilidad es encontrar a la empresa rápidamente, si el cliente potencial accede al sitio web y encuentra un blog atractivo con información de interés y actualizada, este visitará con frecuencia la página, y la estrecha comunicación con los consumidores es para conocer más a fondo su opinión acerca de la empresa, entre otros puntos de interés.

C. Crecen compras online sin pagar impuestos

Mientras miles de empresas físicas alrededor del mundo pagan altos impuestos las que funcionan vía online no lo hacen, esto ha generado preocupación a las autoridades de los países, porque de alguna forma afecta a la economía. En el diario electrónico de (Vallestar, 2012) informa que “el gobierno Francés está impulsando la creación de una comisión que estudie la fiscalidad de las compañías que funcionan en internet como Google, Amazon, Apple, Facebook” Lo hacen porque estas generan millones de ventas en este país, cayendo a la evasión fiscal y se convierte en pérdidas en miles de millones de ingresos para el estado, al igual que una desventaja comparativa para las empresas que funcionan en el país, de hecho las telefonías como Telicóm, SFR o Bouygues se quejan y denuncian porque estas compañías se benefician de los 6 mil millones de euros al año que invierten en sus redes y sobre eso eluden la fiscalidad de derecho común, gracias a las ventajas fiscales que ofrecen los países europeos como Irlanda y Luxemburgo. El diario francés afirma que las empresas ya mencionadas con anterioridad tienen un volumen de negocios en Francia de 5 mil millones de euros y para el 2015 estas podrían elevarse a 9 millones.

El periódico digital llamado (“Hoy”, 2012) de República Dominicana dice que “Las compras dominicanas online ascienden a US\$1,000 millones, evadiendo así unos 400 millones de dólares, las compras por Visa ascendieron el año pasado a 737.7 millones de dólares” Las compras que más se efectúan en internet son zapatos, ropa, equipo electrónico, estos se convierten en una competencia desleal para las compañías locales que venden productos similares, punto que ha llevado a la decisión de algunos en clausurar para trasladar sus operaciones a Miami en la modalidad “in bond” o almacén fiscal, en este lugar se entrega la mercadería que posterior lo recibe el comprador a través de Courier sin pagar impuestos.

Es claro que la creciente demanda por internet sin pagar impuesto tiene un impacto brutal en los ingresos fiscales del gobierno y el comercio local trayendo como consecuencia la reducción de empleos, por lo que varios representantes de diferentes sectores económicos dijeron que no soportan más la carga fiscal, mientras que otros han solicitado la reducción de impuestos. Lo ideal en toda esta polémica es que se pague los impuestos establecidos vía online por las leyes del país para evitar conflictos posteriores que lo más probable va ser mínimo comparado a la forma tradicional de negociar.

D. Las redes sociales como estrategia de los negocios

Debido al crecimiento de usuarios e influencia de las redes sociales en internet, ha motivado la apertura de nuevas empresas, mientras que algunas que ya existen han cambiado su forma de comerciar adaptándose a la nueva modalidad porque lo ven como un medio atractivo para interactuar con los usuarios, gracias a estos medios se puede contactar a gente de todo el mundo, o bien informarse lo que está pasando en otros países, sin tener que esperar que llegue el periódico en la mañana, por ello los noticieros, medios escritos y las estaciones de radios han optado por usar esta vía para difundir la noticia de cualquier índole a nivel mundial.

En la actualidad las compañías pueden ser de forma simultánea transmisoras y receptoras de información al mercado, que a su vez emite al sistema siendo capaz de seleccionar lo que se dijo y lo que se quiere recibir por medio de internet. Si bien es cierto los medios electrónicos no es simplemente para chatear, subir fotos, ver videos, etc. Esto va más allá, haciendo referencia al sector turístico, uno de los más experimentados en el mundo online, porque depende cada vez más de las valoraciones y recomendaciones que los usuarios suben al culminar un viaje o una estancia, portales como TripAdvisor hacen las labores de un crítico de

hotelería, con documentos visuales y aportaciones de miles de usuarios, estadísticamente más representativos. (Cuéllas, 2010) “Estima que Guatemala abrió su página en la red social para ofrecer paquetes turísticos” A sabiendas que una foto dice más que mil palabras, con esa intención se publican para generar tráfico de extranjeros en cualquier parte del mundo que vienen e invierten en el país y como resultado ayuda a la economía pues se logra la obtención de las divisas.

Cabe mencionar que cuando las personas se van de viaje a cualquier país, buscan el hotel que les gusta por internet y ojean sus redes sociales para ver los comentarios de los que ya tuvieron la experiencia de hospedarse en ese lugar, si los comentarios son malos, entonces se procede a la búsqueda de otro hotel hasta encontrar con el que tiene excelentes referencias. Lo cierto es que las mismas personas tienden a recomendar y promover algo que llenó sus expectativas a sus amigos o familia, con esto se fortalece la reputación de la organización sin que esta invierta nada. Aquí el lector se puede dar cuenta que usar medios digitales son verdaderas estrategias para los negocios, solo se requiere contar con creatividad para despertar el interés de los usuarios y ocasionar que se vuelvan fan o embajadoras del mismo, ya es un hábito que toda persona mientras viaja accede a su cuenta diariamente por medio de una computadora o un celular. La economía digital se observa como un factor competitivo clave para todas las organizaciones en el mercado global.

Los días que son conocidos en Guatemala como Black Friday Cyber Monday dan pauta para que comience las ventas navideñas, (Garzaro, 2012) dice que “Las empresas de couriers y tiendas de comercio electrónico, estos días constituyen un evento importante para los consumidores guatemaltecos” Para comprar los regalos de navidad en oferta los chapines esperan justo estas fechas, por ende se convierte en la

demanda más fuerte del año, no obste a partir del 1 de octubre es cuando empieza la temporada alta llegando hasta la primera semana de febrero, siendo los más adquiridos los artículos electrónicos, ropa y música, ya que el porcentaje de descuento es de 30% del monto total de uno importado por la vía tradicional, incluyendo impuestos y gastos de envío. Alberto Sobalvarro CEO de pidelorápido.com asevera que la locura llega con el viernes negro al que le sigue el lunes cibernético, en los cuatro días las oficinas operan las 24 horas, tambien afirma que en los últimos años el interés de comprar por internet y la apertura de los proveedores por la red han impulsado las compras electrónicas.

El 50% de los artículos que se importan del comercio electrónico en Guatemala corresponden a ropa, equipo electrónico o juguetes.	Se espera que a finales de este año las ventas por internet en Guatemala suban entre 7% y 8%	Una compra por internet de los chapines significa un ahorro de US\$1 mill 500, tomando en consideración que ya no es necesario viajar a Estados Unidos, pagar boleto, hotel y alimentación.
Brasil es el país que más consumo tiene por medio de comercio electrónico, con US\$25 mil 552.8 millones, seguido por México con US\$6 mil 137.1 millones y los países del Caribe con US\$2 mil 752 millones	US\$43 mil millones es la venta que registró el e-commerce en América Latina en el 2011, es decir que se duplico en solo dos años. US\$54 mil 470millones se calcula que sumaron las ventas de comercio electrónico en América Latina este año.	US\$69 mil 994.5 millones totalizan las proyecciones latinoamericanas para el 2013 por ventas del comercio electrónico.

Fuente: Prensa libre, con información del estudio sobre comercio electrónico América economía, Guatemala noviembre 2012

La tabla evidencia las ventas crecientes vía online no solo en Guatemala sino en muchos países, lo que ha llevado en ocasiones a algunos empresarios a dejar de laborar en las empresas para montar su negocio propio, instalando por tiempo temporal su oficina en casa, laboran las horas que consideran necesario, ofrecen ya sea productos y/o servicios, siendo

una de las grandes ventajas la reducción de costos porque no tienen la preocupación de pago de renta, agua, luz, etc. Lo que permite vender los artículos a precios bajos comparado a la competencia, además la gestiones de ventas es de forma rápida tal como le gusta a la gente ya que odian esperar y perder tiempo, estos factores ayudan a ganar clientes potenciales, crear demanda, crecer y volverse competitivos en el mercado. En épocas de recesión toda organización busca que sus presupuestos rindan y al mismo tiempo que se generen los productos publicitarios con mayor fluidez,

hay algo muy relevante de mencionar y es que negociar por esta vía no hay preocupación de espacios físicos de los negocios, por tanto los consumidores disponen de una variedad ilimitada de productos, servicios, proveedores, recursos, e información objetiva para diversidad de marcas incluyendo precios, características y calidad sin contar con la participación del fabricante, o bien detallistas, se puede decir que internet y los medios interactivos dan una experiencia virtual de 24 horas al día, cuando las personas están interesadas en la compra de cualquier producto utilizan las redes sociales, visita de páginas web, o bien interactúan con sus contactos para mayor información, esto lo ven como una gran ventaja porque estas tiendas no cierran, el horario de atención es de todos los días y en cualquier momento, además se tiene la posibilidad de comprar productos en otros países, sin tener que esperar a que un tercero decida venderlos en la ciudad, algo que puede hacer la persona es comparar los productos, precios, costo de envío de inmediato, visitando diversos sitios que ofrecen lo mismo, tomando en consideración que ellos exigen altos estándares de calidad, entonces estos pasos lleva a una compra más informada que da respuesta a los interesados, cediendo paso a un sistema de información eficiente, permitiendo un ajuste entre oferta y demanda.

E. Uso de las redes sociales para crear ventaja competitiva

Por lo pronto solo las grandes empresas están aprovechando las estrategias E-CRM, pues de una u otra forma se observa fotos de productos, creación de blogs con promociones, música, videos, boletines chat, en torno a esto se crean foros para conocer las opiniones de las personas con el fin de fortalecer las debilidades, creando así grupos de interés. (Carreto, 2009) “Una de las formas de ayudar a las pymen y Mypes a la incorporación en las redes sociales en Perú es que en las páginas amarillas se tiene un enlace para ver los anuncios, lo que hace más fácil que los usuarios compartan con sus contactos los datos de sus empresas favoritas escribiendo comentarios sobre la misma” Esto denota que el contacto con las personas se crea lo ya conocido como e-commerce de nivel B2C es decir entre empresa y cliente, pero también esta el B2B en la que intervienen empresas que brindan servicio a otras organizaciones, estas tienden a ofrece el desarrollo e implantación de comunidades electrónicas de negocios para toda la cadena de suministros de cualquier sector comercial de internet, esto ayuda a incrementar la posibilidad de tener más proveedores como distribuidores permitiendo así contar con varias alternativas de elección que en definitiva se ve mejoras en los precios, ahorros en las gestiones de la solicitud de información, pedido, logística, etc.

Si se ha dado cuenta el B2B insta la creación de portales para agrupar compradores que les permita negociar en mejores condiciones y para el mantenimiento de estas páginas se cobra a los socios una comisión del negocio realizado en el portal, lo más interesante es que se cuenta con ventajas, que inicia con la posibilidad de recibir mayor número de ofertas, despersonalización de la compra que evita posibles tratos de favor, tambien se cuenta con el abaratamiento del proceso que implica menos visita a comerciales, procesos de negociación más rápido entre otras actividades,

por eso los compradores tienen la dicha de exigir una reducción de precios en virtud del menor coste de gestión, el uso de este medio online permite a las organizaciones medir el impacto en las ventas, así mismo conocer si hay consumidores insatisfechos por medio de las encuestas sin costo alguno con todo esto se logra una ventaja competitiva.

Haga cuenta que si una empresa pequeña tiene alrededor de 5,000 contactos en cada una de las redes sociales que existen, se tendría aproximadamente unas 65,000 personas, con este tráfico se puede dar a conocer las características de la empresa, fotos de los productos, promociones, publicidad o bien proveyendo asesorías virtuales usando diapositivas, archivos de documento, audio, videos, artículos etc. según la especialidad de la empresa, por lo que este medio se convertiría en un vendedor de la compañía, transportando a niveles insospechados de rentabilidad. Ya son muchas las empresas que están explotando al máximo esta modalidad para mejorar su rentabilidad y efectividad en sus negocios, un caso de éxito de la empresa de modas denominada Zara, aprovecha su perfil para dar a conocer los últimos eventos de la marca y decidió dar un paso en la estrategia digital abriendo un canal de comercio electrónico B2C, (Chamón, 2010) “Esta tienda online recibió en las primeras horas casi 1.200 pedidos, fruto de su excelente reputación, y es tercera en el ranking de facebook, con casi tres millones de admiradores”. Ford motor quienes lanzaron una campaña llamada Ford Fiesta movement, en las cuales permitió probar el nuevo modelo a 100 personas quienes luego contaron su experiencia en las redes sociales, siendo el resultado sumamente positivo para la marca. (Lumbreras, 2012) dice que “la social media son el boca a oreja del siglo XXI” Es obvio que para los consumidores esto se ha convertido en algo fundamental por ende se la pasan mucho tiempo navegando, si ellos están allí entonces las empresas también deben hacerlo. Compañías como Nestlé, Coca Cola, Pepsi, Pizza Hut, Pollo

campero, Almacenes Siman, Digicel, Tigo, etc. Están inmersos en estos medios para acercarse e interactuar con los consumidores y conectar con los multi-target que atienden. NIKE hace años creó su propia red social, ahora cuenta con miles de corredores del planeta que lo siguen en la que cada uno sube su información de manera automática, dejando plasmado sus hábitos, gustos, distancia de carrera, rutas, entre otros, con este medio NIKE puede conocer en que momento las personas utilizan los zapatos deportivos, si bien para correr, o caminar con su perro en el parque, o cuando cambiarlas, gracias a este medio hoy se tiene clientes satisfechos, encantados de usar los productos, porque se le da un valor añadido, es notorio que NIKE vende el sentimiento de pertenecía a una gran familia de corredores, de personas unidas por una gran pasión.

Usted que está leyendo este trabajo, a lo mejor es actor, artista, modelo, cantante, fotógrafo, escritor etc. o tiene la pasión de serlo, le informo que hay una red social que permite su conexión con empresas que pueden solicitar sus servicios (Altonivel, 2011) dice que "FictionCity.net es un sitios que ayuda a promover a los artistas de todo tipo su trabajo en internet para una posible contratación" Esta nueva red cuenta con dos herramientas, el primero Be You tiene mucho parentesco a LinkedIn, debido a que da lugar a crear un currículum en internet, se puede usar textos, fotos, audio y video, aquí los usuarios pueden dar a conocer su obra con herramientas multimedia de última generación. El segundo es Go Global la que busca vincular a la industria que puede ser empresas, gobierno o bien fundaciones con los artistas registrados, de esta forma los museos, canales de tv, empresas discográficas, estudios de cine, editoriales, agencias publicitarias y cualquier organización podrá contactar con el usuario idóneo si se desea una producción artística, adicional a esto se ofrece una herramienta para vincular otras cuentas como twitter, youtube, flickr, para dar a conocer en otros canales su actualización en la plataforma

especializada y sabe cual es lo bueno de esto, es que es gratis, diariamente se reporta una inscripción de 500 usuarios, la que esta disponible en 12 idiomas, ya no hay excusa de decir que no hay trabajo, solo explote lo que sabe hacer y use las redes sociales como su mejor aliado.

Los cantantes famosos no se quedan atrás, ya que su éxito en la social media radica en que la mayoría tiene una relación cercana con sus fans, responde los mensajes, comparten sus pensamientos, fotografías de ellos con amigos, familia, inclusive cuando están de fiesta, con estas acciones atraen a millones de seguidores a quienes piden que compren su música y que vean sus videos, además publican información y adelantan entrevistas, próximos álbumes, fechas de gira. Solo la cantante Rihanna logró ganancias valorada en 43 millones de euros, entre mayo del año pasado a mayo de 2012. Hollywood tambien hace su presencia, siendo una de las que más ha adoptado el social media porque representa un medio efectivo de comunicación para el consumidor final, permitiendo promocionar las películas, un clarísimo ejemplo es el film The Muppets quien explotó el uso de facebook y youtube manteniendo presencia de marca con videos virales como Bohemian Rhapsody, aplicaciones para iphone, Warners Bros, lanzó un concurso para encontrar posters que exploto elementos claves del film, mientras que pixar uso anuncios estilo vintage para dar a conocer Toy Story que a su vez regaló entradas a través de la red

Usted mismo ha sido testigo de que se puede ver los trailers de cualquier película que llega meses antes de su estreno oficial, la estrategia de esto es que las personas puedan generar comentarios e impulsar para que compren las películas, aunque algunos optan por ir al cine, alquilar la película o verla en línea, que de todas formas hay empresas beneficiadas, aunque no se deja a un la piratería que definitivamente es otro tipo de negocios que perjudica a las productoras de películas. Paramount tambien

uso la social media para dar a conocer la película Activity y recaudar 150 millones de dólares en taquilla, así también lanzó una campaña a través de la organizadora de eventos Eventful que para que los fans pidieran una función previa al estreno en sus localidades a través de un millón de solicitudes. Es así como se logra difundir lo que se quiere a nivel mundial siempre y cuando se tenga conocimiento, tiempo y he inteligencia para resultados exitosos.

Haciendo un paréntesis a lo ya mencionado, le puedo decir que debe tener sumo cuidado si ya es usuario de las redes sociales, puesto a que hay personas en las que no van a estar de acuerdo en las actividades que realiza o probablemente quieran desprestigiarlo, hoy miércoles de noviembre escuchando a Luis Rabé en su programa frente al país en radio sonora, él habló justo de la influencia tan grande que tienen las redes sociales en cualquier ámbito de actividad, se dio un caso en la que una persona con malas intenciones publicó que cierto banco estaba en quiebra, la reacción de las personas fue inmediata, provocando que retiraran su dinero, piense un momento en los severos problemas que trajo este comentario al banco. En acción de gracias más de 45 millones de pavos son sacrificados, fecha que se considera sangrienta junto a la navidad cuando mueren otros 22 millones, se dice que 300 millones de pavos son criados al año para estas fiestas, por lo que Paul McCartney ex Beatle hace campaña en las redes sociales lanzada por la asociación en defensa de los animales PETA para no comer pavo, en su lugar propone platos vegetariano, con la influencia de este personaje famoso seguramente disminuirá la demanda de aquellos que se dedican a este negocio.

Lo otro a considerar es tener cautela en lo que se publique, recién la semana pasada el magnate Donald Trump quien criticó al presidente Barack Obama, cuestionando que él no es de nacionalidad

estadounidense, y del porqué fue elegido a la presidencia, así mismo lo retó a hacer público su pasaporte, esto despertó reacción de miles de personas incluyendo a la cantante Cher quien respondió en su cuenta de twitter con enojo e indignación, y firmaron la petición online por el portar SingOn.org Democracy in Action para que la cadena estadounidense más grande de almacenes Macy's despidiera a Trump que vende ahí su línea de fragancias y su colección de moda, el cual es propietario de los derechos de Miss Universo. Cher amenazó en que no compararía más en este almacén. Quizá el multimillonario no sea tan afectado con lo que dijo en sus negocios, pero si pierde su reputación, el respeto y admiración que muchos le tienen, no obstante una empresa pequeña si puede ser afectada en gran manera perdiendo a clientes potenciales.

Como se pudo dar cuenta el poder de las redes sociales, traspasar la barrera del intercambio comercial para convertirse en parte de la vida y de las relaciones de las personas. Los consumidores siempre optarán por la empresa que llene sus expectativas, para eso se requiere la búsqueda continua de proveer un valor diferenciado en relación a la competencia e impedir su entrada, y reforzar su poder de negociación con proveedores y clientes, la imagen muestra cuatro estrategias genéricas para lograr la posición ventajosa al hacer uso de la social media.



Fuente: Molina Esteban, 5 de diciembre del 2009

Se vive en un mercado saturado de competencia, por eso hay que innovar con el fin de sobresalir, para medir la ventaja competitiva de la organización puede usar la siguiente fórmula; Ventaja competitiva = X Precio + Y Diferenciación + Z Reputación + E Decisión del cliente.

Aquí hay un asunto relevante, y es que un número considerable de empresas aun no sienten la confianza de tener la habilidad de poder manejar las quejas de los consumidores en las redes sociales, esto le abre puertas a usted que ya esta en este movimiento o que aun no ha iniciado para que le ponga prioridad para resolver esta desconexión al desarrollar una estrategias de servicio al cliente que comprenda e integre a los canales de redes sociales y que exista un seguimiento al servicio posterior a la venta. Adicional a esto hay varias personas que no compran por internet debido a la falta de seguridad y temen por su dinero, estafa, entre otras malas prácticas, frente a estas amenazas, es fundamental ofrecer desde la web seguridad transaccional que permita atraer la confianza de los interesados, para eso es relevante ofrecer varias formas de pago, protección de datos referente a los clientes, desde que se introduzca los datos personales para enviarlos a través de la web, evitando que terceras personas no puedan acceder a la información, no datos de pago. El sistema recomendado de protección a usar es Secure Sockets Layer (SSL) que es el protocolo para la encriptación de la información confidencial entre navegadores y servidores webs, no olvide que si hay confianza mayor será el número de ventas.

F. Las redes sociales y el futuro de los negocios

La revolución tecnología permite el crecimiento, el desarrollo económico y humano del futuro, esta herramienta hoy en día se considera como la punta de iceberg de la historia financiera porque se puede llegar a un gran número de clientes potenciales, que pueden contestar de forma casi

instantánea el mensaje que la empresa envía. Ya no se puede negar que la forma de vivir de la sociedad del siglo XXI esta siendo trasformada dando lugar a nuevas necesidades y por tanto a nuevas oportunidades de negocios de muy diversa índole, en Guatemala al paso del tiempo van incrementando los profesionales llevando a hombres y mujeres en nuevas posiciones en la sociedad y el mundo laboral, también cambios en la estructura familiar tradicional, con mayor peso de la opinion de los niños, ante todo esto hay que tomar en consideración los cambios socioculturales y demográficos actuales y futuros, tambien considerar en la posibilidad de trabajar con proveedores o clientes de otros países y tener un negocio más global, a pesar de los aranceles fronterizos, todo se ha acercado debido a los mercados globales que ha ocasionado la reducción de los mismos, por ello se puede comprar, y vender más barato en cualquier lugar del mundo.

Al ingresar a la internet puede ver como el porcentaje de personas a nivel mundial que usan las redes sociales crece cada vez más, lo que ha provocado que las empresas se vuelquen y adopten esta via, lo que se ha observado es solo el inicio de una nueva era, usted ya fue testigo de lo que internet hizo con la venta minorista hace más de una década, que se espera es un salto en la creación de empleo y nuevas oportunidades de crecimiento. Cabe resaltar que el acceso directo a los proveedores en una categoría de productos hará posible que la cadena de suministros sea más fuerte y habrá mayor control en las gestiones con los administradores, convirtiendo esto en precios competitivos, más flexibilidad, y menos capital inmovilizado en el inventario. Cuando los datos que han sido dados por las personas son capturados y analizados la cadena de valor existente cobra relevancia porque beneficia al consumidor puesto a que él obtiene ofertas de manera rápida, personal y más económica. Se puede decir que la clave de valor de la web de negocios será el efecto de la red para todas las empresas, pues permite incrementar la velocidad de innovación y la

productividad como nunca antes. En el caso de los proveedores de telecomunicaciones podrán ofrecer productos bancarios en tarjetas SIM y las compañías de automoción podrán financiar y ofrecer seguros inclusive alquilar carros, mientras que los fabricantes producirán para varias empresas mediante la formación de redes que combinan muchos servicios y capacidades, las redes empresariales del futuro no solo serán más completas sino móviles llegando a los millones de dispositivos existentes. Creo que ya le quedo claro que para darse a conocer de forma acelerado a un costo mínimo es usando la social media, como bien se dijo en las páginas anteriores que no solo empresas privadas sino organismos públicos se están inclinando por este camino debido a que les abre puertas en el mundo. Como dijo cerebro el amigo de pinki, si quiere conquistar al mundo debe aprovechar lo que tiene en las manos y aplicarlo en los procesos de negocios y el flujo de información.

Para tener éxito en el uso de las redes sociales se ve la necesidad de planificar una estrategia porque no es posible lanzarse al agua sin saber nadar, que lo más seguro es que va ahogarse, todo aquel que quiera generar demanda necesita conocer a su mercado, establecer objetivos etc. Con la ayuda de (Villalobos 2010) quien da cinco puntos claves para iniciar con buen pie en este mercado cibernético. El primero consiste en crear el perfil del segmento adecuado, es decir definir el mercado que se quiere conquistar para elegir las redes sociales adecuadas e interactuar con ellos. Segundo hay que verificar en que redes sociales esta el mercado objetivo, si este se desconoce entonces se puede ingresar a cualquiera de las redes y escribir el nombre de empresas de su mismo sector o el nombre de palabras claves relevantes de los clientes. El tercer punto es escuchar la conversación en las redes sociales, por ejemplo si el mercado objetivo es deportista, se puede ir a yahoo, msn, google, youtube y leer blogs, ver videos, entre otros, con el fin de encontrar información, analizar e

identificar sus patrones de comportamiento. Como cuarto punto se define los objetivos claramente, o sea lo que se quiere lograr con el uso de las redes sociales, o si es nuevo y quiere que su marca o servicio sea conocido o bien fidelizar los clientes actuales, o a lo mejor quiere vender algo nuevo, esto realmente es una serie de preguntas que solo usted las puede responder, para saber a dónde se quiere llegar y poder realizar las acciones necesarias. Como último punto hay que establecer la estrategia para lograr los objetivos, aquí se necesita elegir las redes sociales más adecuadas puesto a que estas son diferentes en mercados, usos y técnicas, para desarrollar relaciones varían de una a otra, como ya se dijo en las páginas anteriores que se puede usar los foros, sitios web tipo “yeap”

Probablemente me quede corta en mencionar las distintas formas en que se puede usar las redes sociales, pero con lo poco que se dijo de seguro lo inquiete y ahora esta pensando en experimentar e introducirse en este mundo si aun no lo ha hecho y si ya esta operando en él, pues este ensayo le servirá para fortalecer las debilidades que haya detectado en su negocio, previo a finalizar, le cuento una experiencia personal. Posterior a realizar la evaluación general privada, solicité una certificación en secretaria de la universidad, lo cual me indicaron que debía consultar su página en facebook para saber con exactitud la fecha en que estaría listo, obedeciendo a las instrucciones, tiempo después observe por medio de mi carnet que ya podía ir a recogerlo, a lo que voy con todo esto es que evitaron que hiciera cola, perder tiempo, molestia, costo, de igual forma para ellos porque logran hacer las gestiones más rápidas, no se estresan, y hay satisfacción en ambas partes, esto solo es un mínimo ejemplo de lo mucho que puede hacer la social media.

II. CONCLUSIÓN

Concluyendo con el ensayo se puede decir que las redes sociales son el futuro del mercado no solo guatemalteco sino mundial, pues ya son millones de usuarios según las estadísticas que se muestran en el trabajo que se están inclinando por este medio electrónico para efectuar distintas actividades, siendo un indicador positivo para iniciar en esta aventura, por ende en función al objetivo en el ensayo se indicó al lector las diferentes formas en que se puede utilizar adecuadamente la social media para su propio beneficio, con solo el hecho de tomar la decisión y cambiar la forma de negociar de lo tradicional a lo digital se tendrá cuatro estrategias que consiste en liderazgo en costo, diferenciación, segmentación de mercado con liderazgo en costo y segmento de mercado con diferenciación, a sabiendas que se vive en un mercado saturado de competencia, en la que es imperativo que el empresario aplique ventaja competitiva.

Algunas empresas han descuidado puntos relevantes que el lector puede tomar a su favor, varias personas sienten desconfianza e inseguridad en efectuar pagos o bien compras online por miedo a que los estafen u otros asuntos, aquí es donde su empresa debe actuar y ganar la confianza del cliente ofreciendo seguridad transaccional en la web para proteger la información personal del ciudadano o empresario, el otro factor es que aun no se puede manejar al 100% las quejas, ante esto se puede formular estrategias dirigidas al consumidor posterior a la compra con el fin de logra la fidelización y mayor comunicación entre oferente y demanda, que fijo más adelante se verán los resultados positivos. Para finalizar se puede decir que no basta con tener presencia en las redes sociales, es relevante tomar en consideración cinco ejes que conlleva planificar una estrategia, independientemente si es una empresa privada o pública, debe tomar nota iniciando con la creación del perfil del segmento de mercado, el siguiente es verificar las redes sociales que más usa el mercado de interés, también hay que escuchar la conversación en este medio de comunicación, definir los objetivos claros, y establecer la estrategia para el logro de los objetivos.

BIBLIOGRAFÍA

Altonivel (04 de Agosto de 2011) Lanza red social para artistas. Obtenido de <http://www.altonivel.com.mx/11412-lanza-red-social-para-artistas.html>

Carreto, J. (06 de Noviembre de 2009). Uso de las redes sociales para crear ventaja competitiva en las Pymes. Obtenido de <http://dirigiendopymes.blogspot.com/2009/11/uso-de-redes-sociales-paracrear.html>

Chamón, J. (16 de Noviembre de 2010). La economía Digital. Obtenido de <http://observatorioredesempresariales.wordpress.com/2010/11/15/la-economia-digital/>

Chehaibar, S. (27 de abril del 2009). Cómo hacer negocios en las redes sociales. Obtenido de <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2009/04/24/redes-sociales-y-su-modelo-de-negocios>

Cross, M. (16 de Agosto de 2008). Ventaja y desventaja en las redes sociales de los negocios . Obtenido de <http://manuelgross.bligoo.com/ventajas-y-desventajas-de-las-redes-sociales-en-los-negocios-actualizado>

Cuéllas, G. (01 de Julio de 2010). Empresas de Guatemala utilizan redes sociales como estrategia de negocios. Obtenido de <http://www.revistasumma.com/tecnologia/4071-empresas-de-guatemala-utilizan-facebook-como-estrategia-de-negocios.html>

Garzaro, B. D. (12 de Noviembre de 2012). Ventas electrónicas suben por Navidad. Mundo Económico, Prensa Libre , pág. 96.

“Hoy”, P. d. (20 de junio de 2012). Crecen compras online sin pagar impuestos, en competencia desleal. Obtenido de <http://hoy.com.do/economia/2012/6/20/433424/Crecen-compras-online-sin-pagar-impuestos-en-competencia-desleal>

Larios, R. (16 de junio de 2011). Estrategia de mercado a las redes sociales. Obtenido de <http://corpoeventosguate.blogspot.com/2011/06/estrategia-de-mercado-las-redes.html>

Lumbreras, S. (27 de Junio de 2012). El uso de redes sociales, fundamental para crear ventaja competitiva. Obtenido de <http://www.trecebits.com/2012/06/27/el-uso-de-redes-sociales-fundamental-para-crear-ventaja-competitiva/>

Molina, E. (05 de Diciembre de 2009). Estrategia Empresarial, como conseguir ventaja competitiva. Obtenido de <http://emprendeduria.wordpress.com/2009/12/05/estrategia-empresarial-como-conseguir-ventaja-competitiva/>

Quiñones, W. (Octubre de 2010). Importancia de las redes sociales en los negocios. Obtenido de <http://waleskaquinones.com/importancia-de-las-redes-sociales-en-los-negocios/>

Sandriux. (21 de Mayo de 2012). Como usan las empresas las redes sociales para contratar y despedir personal. Obtenido de <http://soxialmedia.com/como-usan-las-empresas-las-redes-sociales-para-contratar-y-despedir-personal/>

Vallestar. (14 de Julio de 2012). informacion inteligente, Diario electrónico Obtenido de <http://www.vallestar.mx/index.php/home/redes/6686-impuestos-a-las-redes-sociales-francia>

Villalobos Susana (26 de julio de 2010) Cinco pasos claves para lograr la estrategia adecuada de redes sociales en internet. Obtenido de <http://estrategias-marketing-online.com/5-pasos-clave-para-lograr-la-estrategia-adecuada-de-redes-sociales-en-internet/>

ANEXO 1



Fuente: Sandriux. 21 de Mayo de 2012



Fuente: Sandriux. 21 de Mayo de 2012

The infographic is set against a background of blue circles of varying sizes. It contains three main sections, each with a large number on the left, a title in a blue banner, a text box with advice, and an illustrative image on the right.

- Tip 3: BOCA GRANDE**
Comenta negativamente sobre antiguos empleadores, cuenta cómo odiaste tu trabajo, que el jefe era un bueno para nada. Si quieres ir con todo, no te olvides de revelar información confidencial sobre tu antiguo trabajo.
Illustration: A white t-shirt with the text "I WORK".
- Tip 4: ABUNDANCIA DE CONTACTOS**
Agrega la mayor cantidad de gente y recibe comentarios extraños de ellos. Es especialmente bueno si algunos de tus "amigos" son bots que publican contenido sucio en tu muro.
Illustration: Two grey buttons labeled "+1 ADD STRANGER" and "+1 ADD SKETCHY FRIEND" with a mouse cursor clicking on the second one.
- Tip 5: POSITIVAMENTE NEGATIVO**
Mantén todo negativo en tu perfil, no publiques nada positivo como intereses, logros, méritos, habilidades, etc.
Illustration: A red magnifying glass with a minus sign inside the lens.

SOURCE:
<http://mashable.com/2009/08/10/social-media-misuse/>
<http://www.careerbuilder.com/Article/CB-1337-Interview-Tips-More-Employers-Screening-Candidates-via-Social-Networking-Sites/>

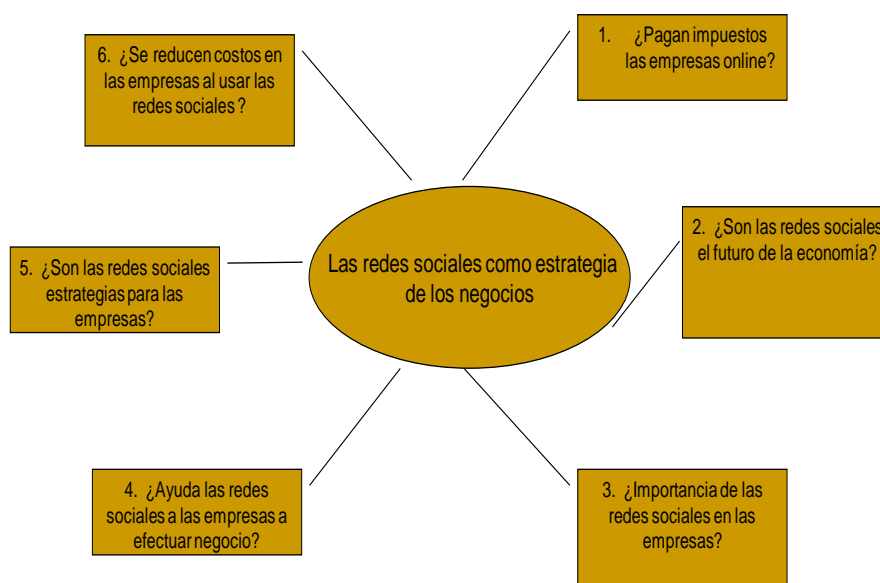
Traducido por: **SOXIALMEDIA.COM**
mindflash.com

Fuente: Sandriux. 21 de Mayo de 2012

ANEXO 2

1. Las redes sociales como estrategia de los negocios

2. Búsqueda de información (Pregunta y respuesta)



Preguntas

Fuente: Elaboración propia Noviembre 2012