



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES**

**USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO  
HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE  
GUAYAQUIL.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO  
PREVIO A OPTAR EL GRADO DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**NOMBRE DEL ESTUDIANTE:**

**MARÍA FERNANDA MOSQUERA MAGALLANES**

**NOMBRE DEL TUTOR:**

**JOSE MACUY**

**SAMBORONDÓN, NOVIEMBRE, 2014**

# USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

María Fernanda Mosquera Magallanes

Egresada en Administración de Empresas

Universidad de Especialidades Espíritu Santo – Ecuador

mamosquera@uees.edu.ec

Facultad de Economía y Ciencias Empresariales. Edificio E, Universidad Espíritu

Santo, Km. 2.5 Vía Puntilla Samborondón

## **Resumen**

El presente ensayo se enfoca en investigar el beneficio del uso de las redes sociales como herramientas de trabajo en una empresa. Esto se plantea por el crecimiento acelerado de usuarios en la ciudad de Guayaquil y la facilidad de acceso que tienen a través de la web o Smartphones.

Para tener bases en la investigación se tomó como referencia estudios realizados en otros países, como Estados Unidos, Argentina y España, donde se realizan encuestas en diferentes empresas, para determinar el nivel de productividad y la influencia de las redes sociales en el trabajo. Así mismo, datos importantes sobre el crecimiento de estas plataformas a nivel mundial y local.

Se realizó una investigación de mercado en pymes de la ciudad de Guayaquil, donde el resultado fue que existen colaboradores que utilizan las redes sociales con fines laborales, lo que mejora su productividad, la relación con clientes externos y la comunicación con compañeros de trabajo.

# USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

## *Palabras claves*

Redes sociales, Facebook, Twitter, LinkedIn, Trabajo, Empleados.

## **Abstract**

This paper focuses on investigating the benefit of using social media as working tools in a company. This arises from the rapid growth of users in the city of Guayaquil and the ease of access they have through the web or Smartphones.

In order to have bases in the investigation was taken as reference studies in other countries like the United States, Argentina and Spain, where surveys are conducted in different companies, to determine the level of productivity and the influence of social networks at work. Also, important data on the growth of these platforms at global and local level.

Market research was conducted in SMEs in the city of Guayaquil, where the result was that there are employees who use social media for work purposes, improving productivity, relationships with external clients and communication with coworkers.

## *Keywords*

Social Networking, Facebook, Twitter, LinkedIn, Work, Employees.

# USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

## **Introducción**

Las redes sociales son plataformas que permiten la interacción de personas con fines similares, ya sea por amistades en común o por intereses musicales, deportivos, etc. El desarrollo de la web 2.0 es clave para la generación de este tipo de espacios, su desarrollo y sostenimiento en círculos sociales convencionales permite la integración de personas distante al manejo del internet en general.

En Ecuador no existe un estudio que permita conocer el número de empresas que están viendo a las redes sociales como una opción laboral, a pesar de que hasta hace dos años estas plataformas eran vistas como un divertimento que podría reducir la productividad de los empleados. Hay estudios sobre el tema que se dividen en aquellos que se enfocan en la distracción que producen estas plataformas, así como hay aquellos que con cifras y desde la voz de los empleados se justifica su uso y hasta logran demostrar su beneficio.

Es el caso de la agencia Publicity, quienes a partir de este año han optado por extender sus comunicaciones al campo social, permitiendo que los trabajadores organicen eventos y tareas a través de la red social Facebook.

En Ecuador existen al menos 8 millones de usuarios de Facebook y un millón enTwitter(Alexa, 2014). Los estudios y los planteamientos sobre el beneficio que pueden tener estas plataformas, e incluso la generación de otras, deben ser evaluados y planteados desde la Academia. Esta, es la principal razón para plantear este estudio.

En la actualidad la creación de páginas de redes sociales de marcas se ha generalizado. Muchas personas ven en esta plataforma una opción para promocionar sus

## USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

productos, pero en una buena parte de los casos el tratamiento que se le da a estas plataformas no es el adecuado para poder tener un impacto en el público que se busca alcanzar.

Las redes sociales se han convertido en un nuevo medio para comunicar. Su desarrollo y clasificación, no responde únicamente a una forma de diversión con la cual es posible jugar con la comunicación. La comunicación desde las redes sociales tiene un nivel de impacto y de llegada que supera en muchas ocasiones a los medios tradicionales.

El formato y el tipo de relevancia que han tomado las redes sociales pueden facilitar aspectos de ciertas comunidades. Una de ellas, es la forma en la que se pueden asociar las tareas de una determinada empresa para cumplir con objetivos funcionales.

Estudios en países como Inglaterra y Estados Unidos establecen cifras en las que varios de los problemas de empresas están vinculados con la productividad de los empleados en baja, a partir del uso de las redes sociales.

La empresa Panda Lab(2013) en su informe anual sobre Índice de Riesgo de las redes sociales para PYMEs en Estados Unidos, indica que el 77% de los empleados de Pymes en Estados Unidos utilizaría las redes sociales en horario de trabajo; esta sería, una práctica habitual. El estudio que arroja dichas cifras también revela que las mayores preocupaciones de las Pymes respecto a las redes sociales incluyen la privacidad y las pérdidas económicas (74%), infecciones de malware (69%), pérdida de productividad de los empleados (60%) y las relacionadas con la reputación de la empresa (50%), seguida de los problemas del rendimiento y uso de la red (29%).

## USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

En el ámbito laboral, hay quienes sostienen que el uso de las redes sociales afecta la productividad de la empresa, pues los empleados dedican parte de su jornada laboral a la actualización de sus perfiles sociales y esto no beneficia el fin comercial perseguido por la compañía y que mientras las personas están distraídas en su navegación por la red, realmente no están trabajando, aunque estén, presencialmente, en su puesto laboral(My Job Group, 2012).

Según la firma Learnstuff.com, se dice que uno de cada diez trabajadores se concentra por más tiempo navegando en Internet que en las labores para las que fue contratado. Según, este estudio realizado en Argentina, los trabajadores interrumpen su actividad laboral cada 10,5 minutos para realizar distintas actividades en sus redes sociales(Moreira, 2014).

Sin embargo, una de las posibilidades que están contemplando varios empleadores es la de sumar estas plataformas para agilizar la comunicación y fortalecer los vínculos entre los empleados de la empresa.

Durante los dos últimos años, es común ver que varias empresas en Guayaquil han levantado las restricciones que tienen en cuanto a las posibilidades de ingreso a redes sociales, ya que las mismas constituyen una herramienta de comunicación estratégica.

La red de Universidades, Universidad de Argentina, trabajó un estudio en el que se analiza la situación de distintas empresas. Estas tienen en común la búsqueda de un equilibrio entre el acceso a las plataformas virtuales y la censura de contenidos vinculados a estos espacios.

# USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

## Fundamentación Teórica

### *Revisión literaria*

- *Comunicación:* El proceso de comunicación se puede comprender como una red multidimensional, donde varios procesos se dan simultáneamente y donde quienes intervienen son nudos interceptores y, a la vez, redes por donde se van construyendo los mensajes (Universidad Nacional de Tres Febrero, 2013).
- *Comunicación organizacional:* Es el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una organización o institución. Este, puede ser interno, es decir, basado en relaciones dentro de la organización, o externo (Elias, 2013).
- *TIC:* Las TIC son el conjunto de tecnologías que permiten el acceso, producción, tratamiento y comunicación de información presentada en diferentes códigos. Esto puede ser, imagen, video, sonido (Ortí).
- *Red:* Relacionado a la estructura de un patrón característico. Su definición aplica al ámbito informático y puede ser llevado a otras circunstancias.
- *Social:* Se refiere al conjunto de individuos que relacionan entre sí y conforman una comunidad (Social, 2013).
- *Redes sociales:* Son estructuras compuestas por personas u otras entidades humanas las cuales están conectadas por una o varias relaciones que pueden ser de amistad, laboral, intercambios económicos o cualquier otro interés común (Red Social, 2013).

## USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

La creación de las primeras redes sociales, podrían remitirse a 1971, con el envío del primer correo electrónico con dos ordenadores que se colocaron uno junto a otro (Universidad Politécnica de Valencia, 2011). Posteriormente se crea el BulletinBoardSystem, el cual permitía intercambiar información a través de líneas telefónicas con otros usuarios. A esto, le sigue la fundación de Geocities, TheGlobe.com, AOL Instant Messenger, el portal Friendstar, MySpace, hasta llegar a las redes más populares existentes: Facebook, Twitter, Youtube (Marketing Directo, 2011).

Facebook alcanzó en 2008 los 100 millones de usuarios. La evolución de la plataforma y las distintas aplicaciones que se fueron sumando a ella motivó un incremento de 350 millones de usuarios en 2009. Hasta 2013, la red social creada por el estadounidense Mark Zuckerberg llega a los 1060 millones de usuarios (Candelas, 2013).

La evolución de la red social Facebook y otras que van surgiendo en el camino, como Twitter, va acompañado con nuevas posibilidades de inversión. Desde 2011, las redes sociales con mayor crecimiento –Facebook y Twitter- iniciaron su apuesta por la pauta de marcas comerciales (Guiu, 2013).

Facebook con la división de usuarios y páginas de fans, posibilitó el crecimiento de usuarios que se integraran a la comunidad de un modelo de negocio. Para ello permite, opciones como la pauta, para que usuarios según un determinado perfil tengan en sus sugerencias de página de inicio darle “me gusta” a determinada página de esta red social. Con esto, Facebook también facilita que una mayor cantidad de personas a las que son parte de una comunidad vea determinada publicación sobre un producto.



## USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

El mismo modelo, funciona en la red social Twitter, donde es posible que una marca pague por una cuota inicial, esto permite tener un determinado número de tuits promocionados por día que faciliten la visualización del producto a quienes no siguen la cuenta que está pautando. (Nunez, 2013)

Todas estas formas de crecimiento en redes sociales no solo están vinculadas a una inversión, la regla básica de las redes sociales es generar contenido. Ese es el principal riesgo para las marcas. En el caso de las redes sociales la importancia radica más que alcanzar un alto nivel de seguidores o de usuarios que sigan una marca, es tener una audiencia que lea y comparta los desafíos.

En ese sentido, es primordial para las marcas y corporaciones, además de tener claros los objetivos de sus redes sociales y definido el público al que se quiere llegar, establecer una estrategia de redes (Vásquez R. , 2013).

Además del discurso comercial que es posible integrar a las redes sociales, esta plataforma permite crear un tipo de comunidad con las personas que conforman una empresa, o un determinado grupo social.

Es así, que las redes sociales también se han ido perfilando de acuerdo a los intereses de sus usuarios, de tal manera que hay redes sociales que tienen una finalidad específica, la cual depende, del perfil de usuarios a los que están dirigidos.

Este es el caso de LinkedIn, cuyo perfil de red está orientado a un perfil de personas que crean una comunidad a partir de su trabajo y experiencia. En esta red es posible armar debates y foros sobre determinados temas, en los que los usuarios se involucran por los contactos que tienen.

# USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

La red social Spotify, permite escuchar música, enviarla y hacer recomendaciones. Así como también es posible armar una lista de canciones para playlist. Otros usuarios pueden acceder a este tipo de información.

Otros ejemplos son SoundCloud, una red social orientada para músicos y personas que suben audios y Endomondo, en la cual es posible fijar tareas por grupos y cumplir actividades. Esta última red social se enfoca más en universitarios.

## *Origen de objeto de estudio*

La era de internet ha generado nuevos hábitos en las personas, nuevas formas de interacción, nuevas miradas y formas de pensar el mundo. Estos cambios se han ido expandiendo y regenerando constantemente con soportes que permiten una actividad expandida en el espacio virtual(Elias, 2013).

En un principio, esta posibilidad genera una idea de diversión y espacios de tiempo dedicados a consumir información y transmitirla. Durante el desarrollo de las llamadas Nuevas Tecnologías de la Información (TICS), estos han adquirido un nuevo significado, pues se adaptan a los modos de vida de las personas, especialmente en las grandes ciudades. Esto implica que durante el constante desplazamiento de los habitantes de una ciudad, es cada vez más frecuente el uso de sus dispositivos móviles en lo que se conoce como burbujas de tiempo, donde las actividades no tienen una especialización definida, pero se vuelven más personales (López, 2013).

Durante los últimos 30 años se ha presenciado un cambio estructural acaecido, principalmente, en las economías avanzadas, pero se expande en todas partes del mundo. Este, implica un incremento sustancial del sector de los servicios junto

## USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

con la disponibilidad de productos de servicios y productos basados en la capacidad de almacenamiento, distribución y transmisión electrónica de grandes cantidades de información. Su utilización real y potencial está en expansión no solo en el espectro de actividades económicas, sino en la vida cotidiana (Estrada, 2004).

Internet y por extensión las TIC, fomentan la "híper comunicación", las posibilidades de relacionarse con los demás desde la "movilidad virtual", el ser y estar en un sitio, pero también, el ser y el estar virtualmente en otros espacios y lugares en y a través de la red. Así pues, parece que el principal sentido de uso de las TIC, es el de la relación, evidenciándose que éstas tienen más que ver con lo colectivo que con lo informacional (Gil, 2007).

### *Uso de nuevas tecnologías y creación de plataformas*

A los soportes y a la accesibilidad a la plataforma virtual a nivel mundial, se suma la creación de redes sociales y su incremento de usuarios. “Desde la consolidación de las redes sociales como parte de la vida de las personas, se atravesó una transformación en la forma de consumir medios de comunicación, y el consumidor se volvió más selectivo en información e historias” (IpProfesional, 2013).

El uso creciente de las nuevas tecnologías de la información ha mejorado aspectos como el almacenamiento, el transporte, la entrega, el aprendizaje a larga distancia. Otros aspectos han permitido mejorar equipamiento de hogares, sistema de control eléctrico (Estrada, 2004).

## USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

El uso de las redes sociales puede partir de 1971, año en el que RayTomlinson envió el primer correo electrónico mediante sistemas informáticos militares arcaicos, pero con tecnología habitualmente avanzada al momento y al gran público. Esto, sería el inicio de lo que hoy se conoce como correo electrónico (Guiu, 2013).

La historia pone en disputa la primera red social. Por un lado, se conoce a Geocities, creada en 1994 como la primera red social. Esta se asemejaba a lo que se conoce como tal por su estructura dinámica, y apuntaba a que los usuarios se crearan sus propias páginas de internet personales y las alojaran en diferentes “barrios”, donde podían así interactuar con otras personas que también se encontraban registradas en el sitio. También se menciona a la plataformaSixdegrees de la empresa Macroview como la primera red social. Esto, a pesar de que su lanzamiento fue en 1997. Su dirección web, que ya no es accesible, era sixdegrees.com(IpProfesional, 2013).

La posibilidad de efectividad que tiene la plataforma virtual en acciones específicas puede ser repensada en grupos sociales que han nacido en la red, como Facebook, Tuenti o Twitter. Estos espacios contribuyen no sólo a la aparición de nuevas formas de comunicación por razón de las innovaciones tecnológicas, sino también a mantenerlas. La red como espacio virtual público puede ser comparable al *ágora moderna* (Gordo y Megías, 2006), donde se producen nuevas formas de subjetivar las relaciones mediadas por la apropiación que se hace de las TIC.

Si la expansión de la era virtual produjo un cambio en las relaciones, la llegada de la web 2.0 revolucionó y terminó de posicionar nuevos estándares de conducto para la vida social, cultural y económica de las personas.

## USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

El término Web 2.0 fue utilizado por primera vez por la empresa editorial estadounidense O'Reilly Media (2004). Con esto, intentaban definir una segunda generación web, distinta a lo que se conocía y actualmente se llama web 1.0. La web 2.0 se basa en las comunidades de usuarios, abarca un amplio catálogo de sitios y servicios web que incluyen las redes sociales, los blogs, los wikis, la sindicación de noticias RSS, etc.(Multimedia, 2012).

Su implementación devino en la colaboración e intercambio ágil de información entre los usuarios y el aterrizaje definitivo de las redes sociales.

A partir de este momento, es que surge la red social MySpace, para que finalmente se desarrolle Facebook, Twitter, Skype, las redes sociales de Gmail o LinkedIn.

Estas plataformas plantean una nueva dinámica de intercambio de la información, cuyo uso y acogida puede pensarse como una herramienta para el trabajo como en su momento lo fue el teléfono, la computadora o el fax.

### *La comunicación laboral en redes sociales*

En el entorno laboral una buena comunicación es sinónimo de eficiencia, organización y coordinación; una mala comunicación puede ser motivo de ineficacia, desorden y conflictos internos(Elias, 2013).

Las formas de comunicar en el entorno laboral son fundamentales para ejercer sobre los empleados un método que permita su trabajo coordinado. En ese sentido,

## USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

existen varias herramientas de sistema que buscan integrarlo, pero en la actualidad las redes sociales pueden medir y dinamizar estos procesos.

En la web existe una cantidad infinita de información. Las redes sociales, por su parte, se constituyen como plataformas para las relaciones sociales por lo que es razonable que los empleadores consideren sanciones y limitaciones al uso de redes sociales.

En algunos países, incluido Ecuador como análisis de caso, las empresas tienen determinada una política sobre uso de recursos informáticos en el trabajo, pero no es suficiente; es necesario contar con una política específica para el uso de redes sociales.

### *Estudios internacionales sobre redes sociales*

Desde la creación de Facebook en 2004 a 2009 ya se registraba un número de usuarios que sobrepasaba los 500 millones, más que el total de la población de países como Ecuador, Colombia y Perú (Candelas, 2013).

Este crecimiento vertiginoso se evidencia en otras redes sociales. El crecimiento, va alineado con un uso del tiempo en el que es necesario plantear si puede vincularse a estas plataformas dinámicas de gestión de información puede tener cabida en otros ámbitos sociales, como la educación o el trabajo.

Por otro lado, programas como Google, con sus distintas aplicaciones: Google docs y Google académico se incluyen en una práctica que dinamiza la labor del docente con sus estudiantes. Esta, principalmente está orientada a soportar documentación y multimedia de las clases que se siguen (Rendón, 2013).

## USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Otro ejemplo, son los procesos de selección que se realizan desde los departamentos de Recursos Humanos en la web. Esto, se constata en un estudio realizado en España, en el que se revela que el uso de redes sociales por parte de los departamentos de Recursos Humanos creció un 20 por ciento entre 2012 y 2013. En este medio Internet se constituye como la forma preferida para captar mandos, técnicos y empleados constituyendo un 68,8% de los seleccionados(Adecco, 2013).

Mucho se ha hablado de los ambientes virtuales de aprendizaje que son utilizados por las instituciones de educación virtual para soportar la documentación y multimedia de sus cursos, pero las TIC permiten además muchas otras opciones para acompañar todo tipo de educación, sea ella virtual o presencial.

Varios estudios de investigación plantean el uso de redes sociales para complementar acciones como la enseñanza y la comunicación laboral. Juan José de Haro (2013), en un estudio publicado por el Colegio Amor de Dios de Barcelona entabla el trabajo de las redes sociales para la educación. Según Haro(2013), lo primero es establecer una diferencia entre microblogging y redes sociales cerradas. A los primeros, los define como aquellos que se basan en mensajes breves de texto y su característica principal es la ausencia de elementos para que se genere una interacción social. Las redes cerradas, en cambio, tienen como objetivo principal la interacción de personas.

Es en estas últimas donde Haro plantea la creación de un espacio educativo seguro y exento de injerencias externas, pues por las características de su servidor también permite alojar grupos en los que permanezca la información.

## USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

“Los grupos permitirán la creación de comunidades de práctica dentro de la red” (Haro, 2013). En su propuesta, los grupos de alumnos estarán formados por aquellos que reciban la misma clase o asignatura y su profesor o grupos de alumnos que realizan trabajos utilizando la red como medio de comunicación.

Otra de las formas que se ha fortalecido en el mercado laboral en cuanto al uso de las redes sociales, es la selección del personal.

Un estudio realizado en España por la empresa Jobvite, nuevo Social RecruitingSurvey en 2011, establece que en España el 80,2% de los responsables de selección ha utilizado como otro medio para seleccionar personal las redes sociales. Esto, significó un crecimiento del 6,9% con respecto al año 2010(Marketing Directo, 2011).

Natalia Arroyo, una profesional en el uso de redes sociales, plantea en un documento las posibilidades del uso de redes sociales y las características posibles para ello. Según Arroyo, una de las posibilidades que permite el uso de redes sociales son los sistemas de chat y mensajería, los cuales pueden permitir el intercambio ágil de información sobre aspectos puntuales. El resultado de las facilidades que otorgan las redes sociales es una comunicación integrada y la generación de una idea de comunidad entre los miembros de un equipo. Con esto, además es posible fortalecer la cultura de la colaboración (Vásquez N. A., 2008).

La empresa Microsoft trabajó durante dos años con empleados sobre el uso de redes sociales. La mitad de los entrevistados en esta investigación respondió que las redes sociales contribuyeron a aumentar la productividad. Por su parte, un 30% de



# USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

empresas infravalora el uso de las redes sociales, atribuyéndolas como un momento del ocio. (PuroMarketing, 2013).

De la encuesta trabajada en 32 países, el 37% de los empleados afirmó que realizaría un mejor trabajo, si les permitirían el uso de las redes sociales. Más de la mitad de encuestadas, de edades entre los 18 y los 34 años, exigen que se considere a las redes sociales como una plataforma de trabajo. Entre las principales características destacaron: Comunicación con sus compañeros en un 68%, con sus clientes 47%, y como herramienta de productividad y colaborativa, en un 37% y 29% (PuroMarketing, 2013).

## **Metodología**

Para lograr el objetivo de este proyecto, es indispensable contar con una herramienta de investigación será de tipo descriptiva que permita por medio del estudio y análisis de la investigación, observar los intereses y reacciones de los usuarios con respecto al trabajo desde las redes sociales.

Para efectos del estudio, se realizaron encuestas a personal de mercadeo o comercialización de 30 pymes en la ciudad de Guayaquil para poder analizar los medios de publicidad que utilizan actualmente.

# USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

## Resultados

La investigación plantea establecer las bases para que se realice un estudio sobre redes sociales en la ciudad de Guayaquil, y determinar a través de este la importancia y el interés que tiene para los usuarios utilizarlo.

Se consultó acerca de los medios de comunicación que utilizan para promocionar sus productos o servicios, a lo que 14 empresas respondieron que prefieren las redes sociales (47%).

DETALLE	PORCENTAJE
Radio	20%
Televisión	10%
Redes sociales	47%
Ninguna	23%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta elaborada por el autor

Las 16 empresas que indicaron que no utilizan redes sociales, no fueron tomadas en cuenta para las siguientes preguntas, debido a que su conocimiento sobre esta plataforma no es relevante. En esta pregunta, el resultado fue igual a la tendencia global, basando el porcentaje en el total de datos por empresa, teniendo a la cabeza a la red social Facebook, donde el 79% de las empresas que utilizan redes sociales tienen alguna cuenta para promocionarse.

## USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

En segundo lugar Twitter con el 43% de penetración e Instagram con el 36%. Es importante conocer que los usuarios normalmente poseen cuentas en más de una red social.

DETALLE	PORCENTAJE
Facebook	79%
Twitter	43%
Linkedin	14%
Instagram	36%
Otras	21%

Fuente: encuesta elaborada por el autor

En la tercera pregunta el resultado más destacado es que el 33% de las empresas, utilizan las redes sociales como medio de publicidad de sus productos y servicios. El 25% para comunicarse con sus compañeros de trabajo y organizar tareas y el 17% para captar nuevos clientes. En un mundo globalizado y socialmente activo, es de esperarse este tipo de respuestas, debido a que tanto clientes como proveedores tienen cuentas en redes sociales y es una excelente plataforma para comunicarse.

DETALLE	PORCENTAJE
Sectorizar mercados	4%
Análisis de capacidad de venta	8%
Captar nuevos clientes	17%
Buscar nuevo personal para la empresa	13%
Publicidad	33%
Organización, planificación de tareas	25%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta elaborada por el autor

## USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Se pudo conocer que la frecuencia de publicación de campañas, en el 50% de las empresas encuestadas, es de forma semanal. Esto refleja que existe una realidad en nuestra sociedad y es que las personas invierten mucho tiempo para estar en contacto con la sociedad virtual.

DETALLE	PORCENTAJE
Diaria	21%
Semanal	50%
Mensual	29%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta elaborada por el autor

A pesar del supuesto éxito de las campañas pagadas en redes sociales, únicamente el 36% de las pymes en Guayaquil invierten en este canal de comunicación. La realidad podría ser que este tipo de empresas, al no contar con un capital grande, acceden a esta plataforma social, con la intención de al menos aparecer en internet, pero no lo hacen de la forma correcta.

DETALLE	PORCENTAJE
Gratis	64%
Pagado	36%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta elaborada por el autor

## USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Es importante conocer cuál es el nivel de conocimiento de los usuarios, acerca de los beneficios de las redes sociales. El resultado fue que el 57% tienen un conocimiento regular, mientras que únicamente el 29% dominan el social media. Esto indica que no se está aprovechando correctamente la plataforma social.

<b>DETALLE</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Muy poco	14%
Regular	57%
Avanzado	29%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta elaborada por el autor

La importancia de poder consultar lo siguiente, es para conocer la forma de administrar las redes sociales de las pymes en la ciudad de Guayaquil. Actualmente, el 79% son gestionadas por personal interno de la empresa, que tiene conocimientos básicos sobre esta plataforma. Sin embargo, existe un 21% que contrata servicios de agencias publicitarias o personal externo.

<b>DETALLE</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Personal propio	79%
Tercerizado	21%
No aplica	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta elaborada por el autor

## USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

La última pregunta buscaba conocer qué tan beneficioso ha resultado para las empresas, la utilización de redes sociales. El 50% considera que la productividad ha aumentado significativamente, mientras que el 36% indica que el incremento ha sido poco. No obstante, la percepción es positiva en la comunidad.

<b>DETALLE</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Nada	14%
Poco	36%
Mucho	50%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuesta elaborada por el autor

# USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

## **Conclusiones**

Las redes sociales definitivamente se han convertido en una herramienta de trabajo, algo que hace algunos años se veía como una distracción que mermaba la productividad laboral. Hoy en día, esta plataforma ha permitido mejorar las relaciones sociales tanto internamente (colaboradores) como externamente (clientes y proveedores).

Existen empresas en la ciudad de Guayaquil, que están dando más apertura a la utilización del celular dentro de horarios de oficina, que comparten fotos y eventos con sus colaboradores, que buscan integrar las actividades sociales con las laborales y esto permite que exista mayor armonía con sus empleados.

Por otro lado, ya hay empresas que se han dado cuenta que la publicidad de un producto puede llegar más rápido mediante las redes sociales. Desde las pequeñas hasta las grandes empresas utilizan estas vías para hacerse conocer en diferentes sectores de clientes y para hacer conocer sus productos.

La inclusión de las redes sociales como herramienta de trabajo se puede ver cuando varias personas comentan por Twitter y Facebook que están usando o probando algo nuevo en el mercado, porque vieron que una figura pública nacional o internacional también lo ha realizado.

El resultado de la investigación realizada indica que el 47% de usuarios, utilizan a las redes sociales como medios de comunicación, marketing o publicidad. De esta muestra vemos que las empresas tienen cuentas en Facebook y Twitter 79% y 43% respectivamente y por lo menos semanalmente se están haciendo publicaciones donde

## USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

promocionan todo lo que tiene su empresa. En la actualidad los métodos de publicidad han cambiado, las empresas deben aprovechar que ahora todos se encuentran conectados a la red y es más factible mostrar la publicidad por esta vía. Por lo tanto, se puede concluir que el estudio es favorable y puede servir de guía para empresas que quieran adaptarse a esta nueva tendencia.



# USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

## Referencias Bibliográficas

- Adecco. (2013). *Adecco*. Recuperado el 2014, de Adecco:  
[http://www.adecco.es/\\_data/NotasPrensa/pdf/420.pdf](http://www.adecco.es/_data/NotasPrensa/pdf/420.pdf)
- Alexa. (Mayo de 2014). *Formación Gerencial*. Obtenido de  
<http://blog.formaciongerencial.com/2014/05/16/ranking-redes-sociales-ecuador-mayo-2014/>
- Candelas, R. (15 de Febrero de 2013). *1060 millones de usuarios en Facebook en el 2013*. Recuperado el 26 de Julio de 2014, de Merca 2.0:  
<http://www.merca20.com/facebook-2013-1060-millones-de-usuarios/>
- Elias, A. (2013). *Crece Negocio*. Recuperado el 20 de agosto de 2014, de Crece negocio : <http://www.crecenegocios.com/la-comunicacion-en-una-empresa/>
- Estrada, S. (2004). Patrones regionales de uso y consumo de TICS: Hacia un índice regional de la sociedad de la información. En S. Estrada, *Patrones regionales de uso y consumo de TICS: Hacia un índice regional de la sociedad de la información*. (pág. 2). Madrid: Instituto de Análisis Industrial y Financiero .
- Guiu, D. (2013). *Socialetic.com*. Recuperado el 3 de agosto de 2014, de Socieletic.com:  
<http://www.socialetic.com/historia-de-las-redes-sociales.html>
- Haro, J. J. (2013). *Redes Sociales en Educación*. Barcelona.
- Inec. (2014). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/12-millones-de-ecuatorianos-tienen-un-telefono-inteligente-smartphone/>
- IpProfesional. (2013). *El consumo multiplataforma cambia los hábitos de los usuarios de TV*.
- López, S. T. (2013). Burbujas de Ocio. En R. Igarza, *Burbujas de Ocio* (pág. 8). México: Estudios sobre las culturas contemporáneas.
- Marketii. (2013). *Crecimiento de seguidores en Ecuador*. Quito.
- Marketing Directo. (31 de Enero de 2011). *Marketing Directo*. Recuperado el 26 de Julio de 2014, de Marketing Directo:  
<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/social-media-marketing/breve-historia-de-las-redes-sociales/>
- Moreira, A. (10 de febrero de 2014). Uso de redes sociales en el trabajo. *La Nación*, pág. 3.
- Multimedia, D. d. (2012). ¿Qué es la web 2.0? . ¿Qué es la web 2.0?
- My Job Group. (2012). *Encuesta sobre productividad laboral*. Londres.
- Ortí, C. B. (s.f.). *Universidad de Valencia*. Recuperado el 2014, de Universidad de Valencia: <http://www.uv.es/~belloch/pdf/pwtic1.pdf>
- Panda Lab. (2013). *Índice de Riesgo de las redes sociales para PYMEs en Estados Unidos*. Washigton.
- PuroMarketing. (2013). *PuroMarketing*. Recuperado el 2014
- Red Social. (2013). *Las redes sociales*.

# USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

- Rendón, O. P. (2013). *Suite 101.net*. Recuperado el 2014, de Suite 101.net:  
[http://suite101.net/article/las-tics-integradas-a-la-educacion-a43472#.U\\_WTnvmSwmM](http://suite101.net/article/las-tics-integradas-a-la-educacion-a43472#.U_WTnvmSwmM)
- Social, D. d. (2013). *Definición de Red Social*. Recuperado el 2014, de Definición de:  
<http://definicion.de/red-social/>
- Universidad Nacional de Tres Febrero. (2013). *Universidad Nacional de Tres Febrero*.  
Obtenido de  
<http://loginbp.untrefvirtual.edu.ar/archivos/repositorio/1000/1170/html/Unidad1/archivos/pdf/unidad1.pdf>
- Universidad Politécnica de Valencia. (2011). *Blog Historia de la Informática*. Obtenido de <http://histinf.blogs.upv.es/2011/12/20/redes-sociales/>
- Vásquez, N. A. (2008). *El uso profesional de las redes sociales*. Anuario ThinkEPI.
- Vásquez, R. (2013). Manuel de procedimiento de redes sociales. *Forbes*, 1.

# USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

## Anexos

### Cuestionario de preguntas de encuesta

- 1. ¿Qué medios de comunicación, marketing, publicidad utiliza?**
  - Radio
  - Televisión
  - Redes Sociales
  
- 2. Seleccione las redes sociales en las que su empresa posee una cuenta.**
  - Facebook.
  - Twitter.
  - LinkedIn.
  - Instagram.
  - Otras.
  - No tengo.
  
- 3. ¿Con qué fines laborales utiliza las redes sociales? (Puede seleccionar varias opciones)**
  - Sectorizar mercados
  - Análisis de capacidad de venta
  - Captar nuevos clientes
  - Buscar nuevo personal para la empresa
  - Publicidad
  - Organización y planificación de tareas
  
- 4. ¿Con qué frecuencia crea campañas publicitarias en redes sociales?**
  - Diaria
  - Semanal
  - Mensual
  
- 5. ¿De qué manera utiliza las redes sociales?**
  - Gratis

# USO DE LAS REDES SOCIALES FACEBOOK Y TWITTER COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA PYMES, EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

- Pagado

## **6. Indique su capacidad de conocimiento de los beneficios del uso de las redes sociales**

- Muy poco
- Regular
- Avanzado

## **7. ¿Cómo maneja el uso de las redes sociales?**

- Personal propio
- Tercerizado
- No aplica

## **8. ¿Le ha beneficiado en el incremento de las ventas de su empresa el uso de redes sociales?**

- Nada
- Poco
- Mucho