



*Las redes sociales como estrategia de fortalecimiento de los negocios en la ciudad de Guaranda*

*Social networks as a strategy to strengthen business in the city of Guaranda*

*As redes sociais como estratégia para fortalecer os negócios na cidade de Guaranda*

Iván Marcelo Yacchirema-Taraguay <sup>I</sup>

[iyacchirema@ueb.edu.ec](mailto:iyacchirema@ueb.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0001-5956-0836>

Víctor Hugo Quizhpe-Baculima <sup>II</sup>

[vquizhpe@ueb.edu.ec](mailto:vquizhpe@ueb.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0003-3161-0269>

**Correspondencia:** [iyacchirema@ueb.edu.ec](mailto:iyacchirema@ueb.edu.ec)

Ciencias Económicas y Empresariales  
Artículo de Investigación

\* **Recibido:** 23 de abril de 2023 \* **Aceptado:** 12 de mayo de 2023 \* **Publicado:** 01 de junio de 2023

- I. Magíster en Gestión de Marketing y Servicio al Cliente, Ingeniero en Marketing, Docente Universidad Estatal de Bolívar, Ecuador.
- II. Magíster en Administración de Negocios MBA, Ingeniero Comercial, Docente Universidad Estatal de Bolívar, Ecuador.

## Resumen

El presente artículo tiene como objetivo realizar un análisis de la importancia de las redes sociales como estrategia de fortalecimiento de los negocios en la ciudad de Guaranda

El diseño de la investigación es cuantitativo, con una revisión documental además de la recolección de datos numéricos que ayudó a describir el fenómeno de estudio, se sustenta la presente investigación en la aplicación de una encuesta estructurada de 11 preguntas a una muestra de 370 encuestados en la ciudad de Guaranda.

Los resultados más significativos son: con el 57% manifiestan estar de 10 a 15 minutos en redes sociales, con un 26% hasta 30 minutos, con el 49% y el 30% de los encuestados manifiestan que el Facebook e Instagram respectivamente son las redes sociales que utilizan con mayor frecuencia, en relación a la pregunta ha visto alguna publicidad de productos o servicios en las redes sociales, el 25% si ha visto y el 75% no lo ha visto, y al preguntarles si considera que las Redes Sociales son una herramienta estratégica efectiva para promocionar y difundir los productos y servicios de los negocios en Guaranda, en su mayoría con el 97% si lo considera y apenas el 3% no.

Finalmente, la conclusión principal es: las estrategias de marketing como son la creación de contenidos, información de los productos o servicios, videos, respuesta inmediata y publicidad enfocadas en las redes sociales fortalecen, dan presencia, posicionan y fidelizan a los clientes.

**Palabras Clave:** Redes Sociales; Estrategia; Negocios.

## Abstract

The objective of this article is to carry out an analysis of the importance of social networks as a strategy to strengthen business in the city of Guaranda.

The research design is quantitative, with a documentary review in addition to the collection of numerical data that helped to describe the study phenomenon, the present investigation is based on the application of a structured survey of 11 questions to a sample of 370 respondents in the city of Guaranda.

The most significant results are: 57% say they spend 10 to 15 minutes on social networks, 26% up to 30 minutes, 49% and 30% of respondents say that Facebook and Instagram are the social networks respectively. social networks that they use most frequently, in relation to the question, have they seen any advertising for products or services on social networks, 25% have seen it and 75% have not seen it, and when asked if they consider that Social Networks are an effective

strategic tool to promote and disseminate the products and services of businesses in Guaranda, mostly with 97% considering it and only 3% not.

Finally, the main conclusion is: marketing strategies such as content creation, information on products or services, videos, immediate response and advertising focused on social networks strengthen, give presence, position and retain customers.

**Keywords:** Social networks; Strategy; Business.

## Resumo

O objetivo deste artigo é realizar uma análise sobre a importância das redes sociais como estratégia para fortalecer os negócios na cidade de Guaranda.

O desenho da pesquisa é quantitativo, com revisão documental além da coleta de dados numéricos que ajudaram a descrever o fenômeno do estudo, a presente investigação baseia-se na aplicação de uma pesquisa estruturada de 11 perguntas a uma amostra de 370 entrevistados na cidade de Guarandá.

Os resultados mais significativos são: 57% dizem passar 10 a 15 minutos nas redes sociais, 26% até 30 minutos, 49% e 30% dos inquiridos dizem que o Facebook e o Instagram são as redes sociais respectivamente. frequentemente, em relação à questão, já viram alguma publicidade de produtos ou serviços nas redes sociais, 25% já viram e 75% não viram, e quando questionados se consideram que as Redes Sociais são uma ferramenta estratégica eficaz para promover e divulgar os produtos e serviços das empresas de Guaranda, a maioria com 97% considerando e apenas 3% não.

Por fim, a principal conclusão é: estratégias de marketing como criação de conteúdo, informações sobre produtos ou serviços, vídeos, resposta imediata e publicidade focada em redes sociais fortalecem, dão presença, posicionam e retêm clientes.

**Palavras-chave:** Redes sociais; Estratégia; Negócios.

## Introducción

Es inminente el crecimiento de las redes sociales en la era digital; son los medios de comunicación más utilizados por las personas para mantener relaciones las unas con las otras, además de ser utilizadas para entretenimiento, comercialización entre otras actividades.

A lo largo de los años fueron surgiendo y evolucionando las nuevas redes sociales con diferentes interfaces y características. Podemos citar la gran evolución que hubo desde las primeras redes creadas hasta las que son las más usadas recientemente, como, por ejemplo, el caso de Facebook e Instagram. En las primeras redes sociales se producía sólo el intercambio de mensajes entre los usuarios y en las actuales existen la exposición de perfiles con información personal, fotos, además de formas de comunicación y ventas mucho más exhaustivas, internet viene consolidándose cada vez más como una de las principales tecnologías existentes y las personas están cada vez más conectadas a ellos. (Durango , 2014)

Las redes sociales han provocado gran impacto en la forma de comunicación debido al gran avance tecnológico que representan, de igual manera se fundamenta en la gran ventaja de incluir un enfoque de eficiencia y factibilidad para desarrollar conexiones comerciales que contribuyan a cumplir con las exigencias del mundo actual.

El avance de las tecnologías de la información y la comunicación, así como la globalización hace posible que el uso de software, los sistemas de mercadotecnia y las redes sociales se fusionen para convertirse en una herramienta mercadológica al alcance de casi cualquier persona, el Marketing Digital y las redes sociales cada año sigue creciendo y tomando parte del mercado perteneciente a los medios tradicionales, además de generar también nuevas oportunidades de mercado, que no existirían sin Internet. (Martinez Oviedo & Reynoso Ibarra , 2016)

En la actualidad, las redes sociales se han convertido en una herramienta efectiva para todos los negocios que desean darse a conocer en el mercado, ya sean en la venta de productos o servicios. Cada vez son más los negocios que utilizan las redes sociales como parte de su estrategia de marketing, ya que les permite llegar a un público más amplio y diverso, y establecer una relación más cercana con sus clientes y clientes potenciales. En este artículo, se analizó cómo las redes sociales pueden ser utilizadas como estrategia para la potencialización y fortalecimiento los negocios locales de la ciudad de Guaranda.

Las redes sociales como herramientas de comunicación que ofrece internet se han amoldado perfectamente a las necesidades de los individuos o un mercado comercial, por lo que no solo son útiles en el ámbito laboral, sino también para mantener contacto con el círculo social, familiar, comercial; además, en la actualidad se vive constantemente un proceso de cambio tecnológico a un ritmo vertiginoso. (Ridao Rodrigo, 2022)

Las acciones estratégicas que se desarrollan y abordan hoy en el mundo digital por intermedio de las redes sociales son de gran ayuda y muy importante para los negocios, dando lugar a que los clientes puedan interactuar de manera directa con el negocio generando así una manera dinámica la comunicación.

La aplicación de estrategias en redes sociales para los negocios locales de la ciudad de Guaranda tiene como finalidad proporcionar un horizonte objetivo de aprovechar estos medios digitales para la creación de un valor diferenciador como lo son los contenidos, mayor personalización de la venta de productos y servicios, interacción con el cliente y fidelización, generando así una diferencia en relación con la competencia.

El objetivo de este artículo es determinar la importancia de las redes sociales utilizadas como estrategia digital para los negocios. Además, se busca destacar las ventajas de utilizar las redes sociales como parte de una estrategia de marketing. En última instancia, el objetivo es ayudar a promocionar sus productos o servicios, llegar a un público más amplio y diverso, y establecer relaciones más cercanas con sus clientes potenciales.

## **Metodología**

La investigación realizada con respecto a las redes sociales como estrategia de fortalecimiento de los negocios en la ciudad de Guaranda, se utilizó una investigación cuantitativa además de la recolección de principios teóricos bibliográficos, científicos y de recolección de datos numéricos que ayudó a describir el fenómeno de estudio.

La obtención de los datos partió de la aplicación de la técnica de la encuesta con su herramienta el cuestionario estructurado no disfrazado a 370 encuestados de la ciudad de Guaranda.

Cabe mencionar que la investigación recurrió a fuentes primarias y secundarias para la obtención de la información. la primera mediante la aplicación de la técnica de la encuesta; y como secundarias se tuvo la consulta en artículos científicos, fuentes bibliográficas, capítulos de libros, lo que permitió fundamentar y sustentar de mejor manera la investigación.

## Resultados

En la presente investigación se realizó varias preguntas a los encuestados de la ciudad de Guaranda, con el fin de recolectar información referente al tema de investigación, de los cuales se obtuvieron los siguientes resultados.

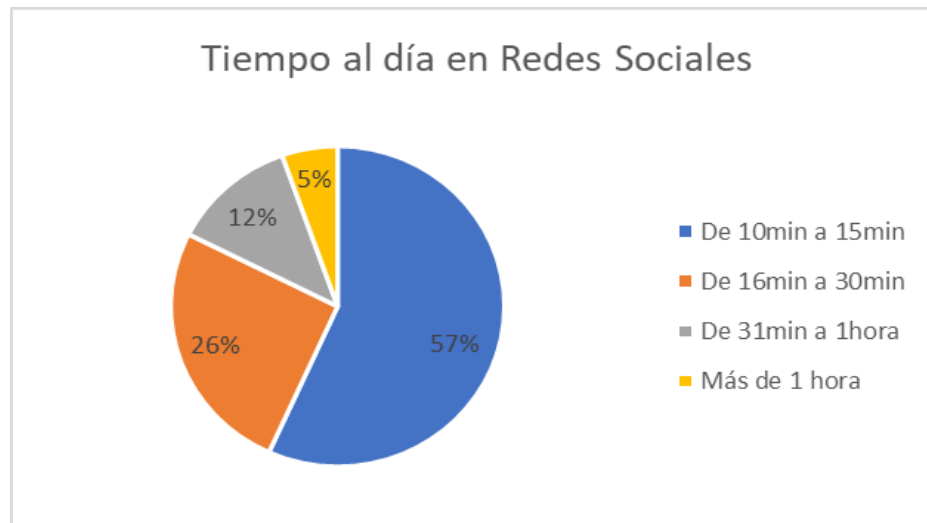


Figura 1. Tiempo al día en redes sociales.

Fuente: Encuesta, 2023

Analizada la información suministrada por los encuestados se puede evidenciar que más de la mitad con el 57% dedican a la revisión de las redes sociales en un intervalo de 10 a 15 min, seguido de un porcentaje menor con el 26% que lo dedican hasta una media hora, lo que se puede establecer como un tiempo adecuado para poder difundir información de los negocios locales de la ciudad de Guaranda.

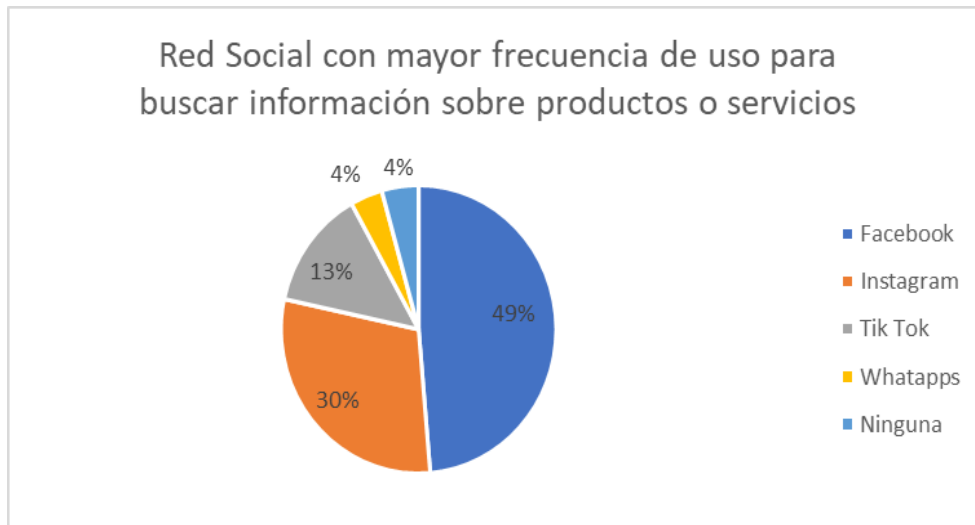


Figura 2. Red Social con mayor frecuencia de uso.

Fuente: Encuesta, 2023

El 49% de los encuestados manifiestan que la red social que más usan para buscar información sobre productos o servicios es Facebook, seguida con el 30% de Instagram y en menor porcentaje con el 14% pero a tener en consideración por su viralización en la actualidad es Tik Tok.

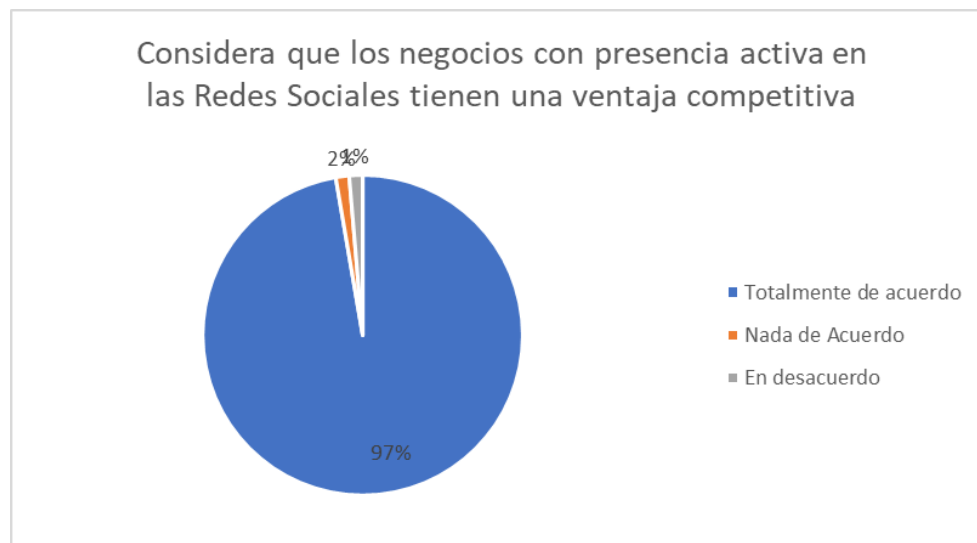


Figura 3. Ventaja competitiva de los negocios con presencia en Redes Sociales

Fuente: Encuesta, 2023

Como se evidencia en la información obtenida en su mayoría con el 97% de los encuestados manifiestan estar totalmente de acuerdo que los negocios de venta de productos o servicios en a la



ciudad de Guaranda al tener una presencia activa en Redes Sociales tiene una ventaja competitiva y diferenciadora en el mercado en relación con la competencia y con los negocios que no poseen presencia en redes sociales.

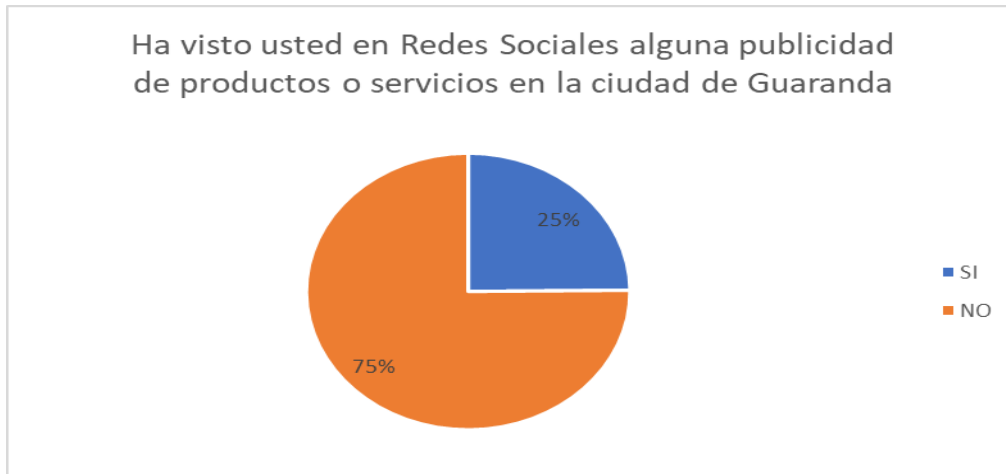


Figura 3. Publicidad en Redes Sociales

Fuente: Encuesta, 2023

De los encuestados el 75% manifiesta no haber visto en Redes Sociales alguna publicidad de un producto o servicio antes de su adquisición, esto determina una debilidad en los negocios de la ciudad, debido a que, en una era digital, al no estar en promocionándose en medios digitales no se está en el mercado.

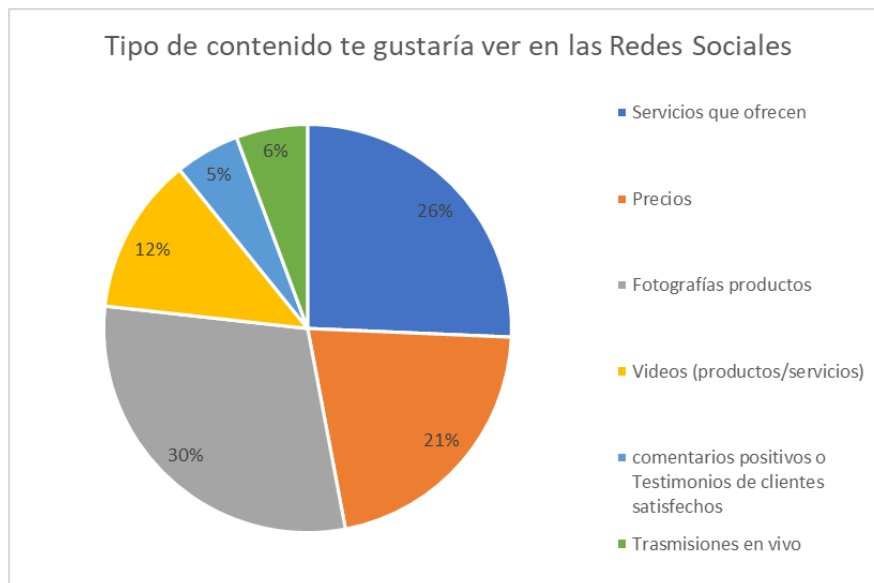


Figura 3. Tipo de contenido en Redes Sociales

Fuente: Encuesta, 2023



Se puede evidenciar en los resultados recolectados que con el 30% los encuestados manifiestan que es más atractivos las fotografías de los productos o servicios como contenido en redes sociales, con el 26% los encuestados también desean poder observar publicidad de servicios los negocios locales y con un 21% la visualización del precio es un factor muy importante en la estrategia de redes sociales.



Figura 3. Ventaja de negocios con presencia en Redes Sociales

Fuente: Encuesta, 2023

Como se puede evidenciar, del total de los encuestados, en su mayoría con el 97% expresa que las redes sociales son una herramienta estratégica para promocionar y difundir los productos y servicios de los negocios de la ciudad.

## Discusión

La presente investigación permite dar un punto de vista objetiva de la utilización de las redes sociales como estrategia para el fortalecimiento de los negocios en la ciudad de Guaranda, según los resultados obtenidos se puede manifestar que más de la mitad con un 57% utilizan las redes sociales de 10 a 15 minutos al día y con el 26% utilizan hasta media hora, de la redes sociales más utilizadas con el 49% Facebook esta entre sus primeras opciones, seguida de Instagram con el 30% y en un porcentaje minoritario pero a considerar esta Tik Tok con el 13%, al ser las redes sociales un vitrina para la difusión, promoción y venta de productos y servicios de negocios en un mercado ya digital, se planteó la pregunta si los clientes han visualizado alguna publicidad de los negocios

locales, con el 75% manifiestan que no lo han visto, y esto se debe a que solo aplican y utilizan las redes sociales de manera empírica y en un círculo cerrado de difusión y apenas un 25% lo han visto.

En la actualidad, las redes sociales se han convertido en una herramienta estratégica efectiva de marketing digital, su importancia radica en su manejo adecuado, como también en la creación de contenidos y video para la difusión y comunicación de productos y servicios.

## Conclusiones

Las redes sociales son una herramienta importante para el fortalecimiento de los negocios en la ciudad de Guaranda, debido a que se pueden utilizarlas para llegar a nuevos clientes y mejorar la visibilidad del negocio en el mercado.

Los negocios que utilizan las redes sociales tienen una ventaja competitiva sobre aquellos que no lo hacen y pueden ayudar a los negocios a diferenciarse de la competencia y mejorar la fidelidad de los clientes.

Es importante que los negocios tengan una estrategia clara de redes sociales para maximizar su impacto, esto debe incluir la identificación de las plataformas adecuadas para sus clientes, la creación de contenido y la medición del impacto.

A medida que las redes sociales continúan evolucionando y cambiando, es importante que los negocios se mantengan actualizados sobre las últimas tendencias, esto ayuda a contribuir en el fortalecimiento de los negocios en Guaranda.

## Referencias

1. Durango , A. (2014). *Las Redes Sociales* . Estados Unidos .
2. Martínez Oviedo , A. F., & Reynoso Ibarra , O. Y. (2016). Las redes sociales como impulsor en el crecimiento de los Emprendedores y las MiPyMes. *Revista de Negocios & PyMES*, 65.
3. Ridaó Rodrigo, S. (2022). *La Puntuación en Redes Sociales*. España: iberoamericana/Vervuert.