



INCREMENTO DE PEQUEÑAS EMPRESAS CON REDES SOCIALES POR EL USO DE UN SMARTPHONE

Emilio Flores Villacrés

Magíster en Educación Superior por la Universidad de Guayaquil. Ingeniero en Sistemas Administrativos Computarizados. Catedrático de la Universidad de Guayaquil.
emilio_flores_2009@hotmail.com

María Isabel Asanza Molina

Magíster en Educación Superior por la Universidad de Guayaquil. Economista. Catedrática de la Universidad de Guayaquil.

maria-isabel-asanza@hotmail.com

Melvin López Franco

Magíster en Administración de Empresa por la Universidad de Guayaquil. Ingeniero Comercial. Catedrático de la Universidad de Guayaquil.
melvinleonardo@hotmail.com

Resumen

La pregunta de investigación es: hasta qué punto los negocios pequeños han aumentado el uso de las redes sociales con los Smartphone. Smartphones han beneficiado la vida humana para proporcionar muchas herramientas en un dispositivo sencillo. Los Smartphone también tienen ser una ventaja al crecimiento de las redes sociales. Las redes sociales ayudan a la comunicación de personas haciendo que ello un requerimiento para negocio, especialmente para los que recién empiezan.

Primero tiene que sobreentenderse la evolución de Smartphone y cómo aparece en el mundo entero. También conocer las consecuencias de tener un Smartphone es positivas y negativas. El uso de la red social y descripción de cada una. Las redes sociales que más se utilizan son: Facebook, Twitter e Instagram. Entonces analice los problemas que las redes sociales pueden traer. Una vez que es claro la tecnología el trabajo se enfocará en los negocios pequeños. Características de negocios pequeños para analizar los asuntos sociales y éticos. Otra parte importante es el impacto de las redes sociales en los negocios pequeños. En conclusión los Smartphone aumentan el uso de las redes sociales y las redes sociales son un beneficio para los negocios pequeños.

Palabras clave: Negocios, Redes Sociales, Smartphone, Tecnología, Asuntos Sociales.

Abstract

The research question is: to what extent small businesses have increased their use of social networks with the Smartphone. Smartphones have benefited human life to provide many tools in one simple device. The Smartphone also be an advantage to the growth of social networks. Social networks help people communication making it a requirement for business, especially for those just starting.

First you must be implied Smartphone evolution and how it appears in the world. Also know the consequences of having a smartphone is positive and negative. The use of social networking and description of each. Social networks most commonly used are: Facebook, Twitter and Instagram. Then analyze the problems that social networking can bring. Once it is clear technology work will focus on small businesses. Features small businesses to analyze the social and ethical issues. Another important part is the impact of social media in small business. In conclusion the Smartphone increase the use of social networks and social networks are a benefit to small businesses.

Business - Social Media - Smartphone - Technology - Social Affairs

1. INTRODUCCIÓN

Empresas¹

Es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo de su mercado meta con la finalidad de lucrar o no; y que es construida a partir de conversaciones específicas basadas en compromisos mutuos entre las personas que la conforman.

Tipos de Empresa Clasificados Según Diversos Criterios:²

Existen diferentes tipos de empresas entre ellas:

De acuerdo a su forma jurídica:

- **Unipersonal:** son aquellas empresas que pertenecen a un solo individuo. Es este quien debe responder ilimitadamente con su patrimonio frente a aquellos individuos perjudicados por las acciones de la empresa.
- **Sociedad Colectiva:** son las empresas cuya propiedad es de más de una persona. En estas, sus socios responden de forma ilimitada con sus bienes.
- **Cooperativas:** son empresas que buscan obtener beneficios para sus integrantes y no tienen fines de lucro. Estas pueden estar conformadas por productores, trabajadores o consumidores.
- **Comanditarias:** en estas empresas existen dos tipos de socios: por un lado, están los socios colectivos que participan de la gestión de la empresa y poseen responsabilidad ilimitada. Por otro, los socios comanditarios, que no participan de la gestión y su responsabilidad es limitada al capital aportado.
- **Sociedad de responsabilidad limitada:** en estas empresas, los socios sólo responden con el capital que aportaron a la empresa y no con el personal.
- **Sociedad anónima:** estas sociedades poseen responsabilidad limitada al patrimonio aportado y, sus titulares son aquellos que participan en el capital social por medio de acciones o títulos.

De acuerdo a su tamaño

- **Microempresa:** son aquellas que poseen hasta 10 trabajadores y generalmente son de propiedad individual, su dueño suele trabajar en esta y su facturación es más bien reducida. No tienen gran incidencia en el mercado, tienen pocos equipos y la fabricación es casi artesanal.
- **Pequeñas empresas:** poseen entre 11 y 49 trabajadores, tienen como objetivo ser rentables e independientes, no poseen una elevada especialización en el trabajo, su actividad no es intensiva en capital y sus recursos financieros son limitados.
- **Medianas Empresas:** son aquellas que poseen entre 50 y 250 trabajadores, suelen tener áreas cuyas funciones y responsabilidades están delimitadas, comúnmente, tienen sindicato.
- **Grandes empresas:** son aquellas que tienen más de 250 trabajadores, generalmente tienen instalaciones propias, sus ventas son muy elevadas y sus trabajadores están sindicalizados. Además, estas empresas tienen posibilidades de acceder a préstamos y créditos importantes.

¹ Thompson Ivan, Concepto de Empresa, 2006. Disponible en: <http://www.promonegocios.net/empresa/concepto-empresa.html>

² Tiposde.org, Tipos de empresa Disponible en: <http://www.tiposde.org/empresas-y-negocios/4-tipos-de-empresas/>

De acuerdo a la actividad:

- Empresas del sector primario: son aquellas que, para realizar sus actividades, usan algún elemento básico extraído de la naturaleza, ya sea agua, minerales, petróleo, etc.
- Empresas del sector secundario: se caracterizan por transformar a la materia prima mediante algún procedimiento.
- Empresas del sector terciario: son empresas en que la capacidad humana para hacer tareas físicas e intelectuales son su elemento principal.
- También de acuerdo a la procedencia del capital:
- Empresas públicas: son aquellas en las que el capital proviene del Estado, ya sea municipal, provincial o nacional.
- Empresas privadas: su capital proviene de particulares.
- Empresas mixtas: en este caso, el capital proviene tanto de particulares como del Estado.

Marketing³

Es un concepto inglés, traducido al castellano como mercadeo o mercadotecnia. Se trata de la disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades.

Se dice que el marketing es un proceso social y administrativo porque intervienen un conjunto de personas, con sus inquietudes y necesidades y porque necesita de una determinada cantidad de elementos tales como la organización, la implementación y el control, para un desarrollo eficiente de las actividades.

La única función que debe cumplir es alcanzar las metas que la empresa se plantea en lo que respecta a venta y distribución para que esta se mantenga vigente.

Hoy en día existen muchos tipos de marketing, aquí se presentan algunas definiciones:

Marketing directo: consiste en un sistema interactivo que consigue seguidores y resultados en sus transacciones dándose a conocer a través de los medios publicitarios de un lugar.

Marketing relacional: Se incluye dentro del marketing directo y se basa en un principio fundamental que dice que no hay que vender, sino hacer amigos y ellos serán quienes compren. Conseguir beneficio a cambio de la satisfacción del cliente.

Marketing virtual: recibe también el nombre de cibermarketing y es el que se aplica a Internet, y que se encuentra dirigido a toda persona en el mundo que tenga un ordenador y conexión a la red. En este marketing existen herramientas SEO que son las que permiten que las empresas alcancen una buena visibilidad y puedan vender mejor sus productos o servicios.

Redes Sociales

Las redes sociales son unos medios populares del siglo 21. Es interesante para averiguar cómo los Smartphone influyen en las redes sociales y se convierten en una necesidad para los negocios

³ Definición de marketing - Qué es, Significado y Concepto. Disponible en: <http://definicion.de/marketing/#ixzz3KxZQq1On>

pequeños. Así mismo las redes sociales se benefician y son importantes para los negocios pequeños. Los negocios pequeños usan las redes sociales como una conexión a los sastres. Las redes sociales son una buena vía al dueño conecte el cliente. ⁴

Hoy las redes sociales son una de las actividades más populares por la mayor parte de las personas alrededor de mí. De un punto de vista global el documento mostrará cómo la sociedad lleve se por una tendencia y cómo beneficia a los negocios pequeños.

SmartPhone⁵

Se denomina Smartphone a la familia de teléfonos móviles que disponen de un hardware y un sistema operativo propio capaz de realizar tareas y funciones similares a las realizadas por los ordenadores fijos o portátiles, añadiéndole al teléfono funcionalidades extras a la realización y recepción de llamadas y mensajes telefónicos. Conocidos también como teléfonos inteligentes (smart es inteligente y phone es teléfono en inglés) son considerados como la evolución tecnológica a los clásicos teléfonos móviles.

Los primeros Smartphone se diferenciaron de los móviles de la época añadiendo funciones extras como organizadores personales incorporados en el teléfono, estos organizadores incluían aplicaciones como un bloc de notas, un calendario donde anotar citas, reuniones y alarmas, un gestor para la recepción y envío de correos electrónicos (email), un teclado QWERTY que facilitaba la escritura en el teléfono, entre otros. Estos móviles dieron un paso tecnológico con el objetivo de asemejarse a ciertas funcionalidades que solo los ordenadores fijos y portátiles de aquella época podían ejecutar, pero con la ventaja de tenerlo en un pequeño dispositivo fácilmente transportable.

2. CONTENIDO

Negocios Pequeños

Los negocios pequeños son una vía para ganar dinero dando un cambio un producto que son útil o benefician por nada del mundo. Los negocios pequeños no tienen una gran cantidad de empleados porque no requerirá muchos empleados.

El número de empleados no es el único factor que debe ser considerado; tenga que ser considerando otro descompone en factores la cantidad del producto que vino al negocio. Ejemplos de negocios pequeños son restaurantes, panadería, fotógrafos, peinadores, la escala pequeña de la fabricación y otros que no requieren una gran cantidad de empleados. ⁶

Las características predominantes del negocio pequeño son el número de empleados. Otra característica la cantidad de la producción y la inversión que es la marca encima no es grande. El uso de materiales en encima es limitado y la complejidad del producto es baja. No requiere una gran cantidad de materiales porque no existe una cantidad grande del trabajo. Si una persona tiene un negocio pequeño de fotografía sea necesitado una computadora con programas para editar los cines y una cámara de fotografiar profesional. ⁷

Existen diferencias entre negocios pequeños y los grandes. Las empresas grandes son compañías y negocios pequeños grandes refiera a un negocio privado con un dueño. Existen tres diferencias entre los negocios grandes y pequeños: las personas, el entorno y el dinero. En un negocio pequeño allí

⁴ Intuir 2012

⁵ Smartphone - Explicación y definición de Smartphone, Disponible en: <http://www.quees.info/que-es-un-smartphone.html>

⁶ Isabella F. 2013

⁷ Deekay 2009 Ciertas características de negocios pequeños. DailyOjo. Disponible en <http://dailyojo.com/articles/some-characteristics-of-small-businesses.html>

pueda trabajar el tipo diferente de personas es una mezcla y variedad con el mismo objetivo por ejemplo en un restaurante todos que trabajan quiera allí que el cliente es cómodo y contento. ⁸

En las empresas grandes, debido al número grande de empleados trabajan en los departamentos diferentes con los objetivos diferentes creando también grupos de trabajar amigos en la compañía. El entorno es considerando una diferencia porque la estructura de un negocio grande en los aspectos de horarios y jerarquías de manejo se bien estructurado. Esto es lo opuesto de un negocio pequeño porque es una falta de estructura, una falta del horario, una falta de reuniones e instrucciones sobre el trabajo así que podría ser difícil para un nuevo empleado para conseguir.

El dinero en un negocio grande podría tener accionistas mientras que un negocio pequeño tiene dueños. Otra diferencia importante es que los negocios pequeños ofrecen un producto sencillo o foco en un sencillo coloque en un nicho la oferta en vez grande más productos y más variedades. La comercialización y anuncio son diferentes demasiado porque para un negocio pequeño el dueño gusta que el producto para promoverse pero con un bajo costo de dinero y el anuncio podría ser visto en sólo un lugar y las empresas grandes pueden tener su anuncio en todas partes en una ciudad o en un país porque exigen más vendiendo. ⁹

En la Internet existen muchos anuncios sobre el negocio pequeño que diga "Click aquí y gane 1 millón de dólares" o palabras similares. Existen anuncios falsos que podrían ser virus y para el negocio pequeño esto es un aspecto negativo. Los negocios pequeños alcanzan para vender en la Internet y a veces la fiabilidad sobre ello es baja debido al miedo que podría ser un anuncio falso que dañaría la computadora.

Otro asunto enfrentado en pequeño negocio, es la certificación porque ciertos productos no pueden estarse vendiendo en ciertos lugares a menos que existe un certificado como cierto alimento de orgánico o cause una enfermedad libre sin ello las ventas podrían ser limitadas.

La transportación del producto en un negocio pequeño no puede tener el dinero para preguntar por una cantidad grande de materiales y si el negocio tiene la competencia no pueden competir el precio más de la competencia. La seguridad es siempre una preocupación. En el negocio pequeño deben tener una computadora que tiene toda la información de ello y siguen cómo está creciendo el mercado del producto.

Podría ser fácil un corte de la información que arruinaría todo el negocio. La seguridad debe tener un acceso limitado por ciertos empleados. La propiedad intelectual es también un asunto porque un negocio pequeño puede ser creado por una idea creativa y antes de la persona empiezan el uno más de negocio puede robar la idea y elaboración mejor. Autenticidad para los empleados en un negocio pequeño creando una entrada en el sistema de usuario en la red. Vigilancia en un negocio para controlar los empleados sigue las políticas apropiadamente. La ciudadanía digital es mostrar el comportamiento bueno de un empleado como un ciudadano usando la Internet y la red. Todo de este para evitar que los empleados usen la red en una vía incorrecta; por ejemplo, en el negocio pequeño un empleado pueda conectar una red social y marca se insolencia o comentarios de mal a otros en el negocio de computadora y el negocio puede estar en un aprieto.

Tecnología¹⁰

La tecnología es el conjunto de saberes, conocimientos, experiencias, habilidades y técnicas a través de las cuales los seres humanos cambian, transforman y utilizan nuestro entorno con el objetivo de

⁸ Rudolff 2009 Las 4 diferencias críticas entre las compañías grandes y pequeñas. El blog de pequeño Compañía Disponible de:
<http://www.themallcompanyblog.com/TheBlog/2009/06/the-4-critical-differences-between-large-companies-and-small-ones/>

⁹ Hamel 2012 Diferencia entre empresas grandes y negocios pequeños. Chron. Disponible en <http://smallbusiness.chron.com/difference-between-big-businesses-small-business-35285.html>

¹⁰ Tecnología - Explicación y definición de la tecnología , Disponible en: <http://www.quees.info/quees-la-tecnologia.html>

crear herramientas, máquinas, productos y servicios que satisfagan nuestras necesidades y deseos. Etimológicamente, la palabra tecnología proviene del griego tekne (técnica) y logos (conocimientos).

El origen de la tecnología data de la edad de piedra, cuando nuestros ancestros descubrieron la existencia en la naturaleza de una serie de piedras (sílex, cuarzo, obsidiana....) extraordinariamente duras las cuales podían moldear y afilar, este descubrimiento junto con la experiencia desarrollada para afilarlas, les permitió fabricar los primeros cuchillos, hachas y herramientas de corte las cuales les facilitaba las labores de caza asegurándose una ración de comida diaria.

Imagen No. 1 Tecnología



Fuente: <http://marketingenredessociales.com/marketing-en-redes-sociales-tendencias-para-el-2015.html/>

Smartphones

El Smartphone se inventaba para dar a humanos la facilidad de la comunicación. Es claro la evolución empezando del teléfono entonces teléfono celular y finalmente Smartphone. En el siglo de XIX, el teléfono se inventaba por Alexander Graham Bell.

El teléfono ha evolucionado para llegar a ser hoy lo que son los Smartphone. La invención del teléfono celular empezó en 1973 “The móvil revolución de teléfono consiguió su principio en 1973 con la invención de Cubero de avión del teléfono móvil; Apple rompió todos los reglamentos con el iPhone en 2007”.¹¹ El avión hace toneles en el año 1973 esté trabajando para el MOTOROLA. Era la primera persona para hacer una llamada con Motorola DynaTAC, era el primer teléfono celular. “Aunque el teléfono era revolucionario para ser “portable,” el teléfono pesado en a casi dos pounds”.¹² Esto significa que aunque era una nueva invención conozca para siendo portátil, era gravoso debido al peso. “Acordar la agencia de telecomunicaciones de U.N., suscripciones a servicio de

¹¹ Hanson, 2011 A brief history of smartphone [infographic]. Technorati. Disponible en: <http://technorati.com/technology/article/a-brief-history-of-smartphone-infographic>

¹² Bogart, 2013 The Evolution of Cellphones 40 years of gadgets. Global news. Disponible en: <http://globalnews.ca/news/453037/the-evolution-of-cellphones-40-years-of-gadgets/>

teléfono móvil alcanzó 4.6 mil millones y espere crecer a 5 mil millones en 2010".¹³ Todos los años aumentos los usuarios de móvil telefonan servicios.

En las primeras generaciones "Los teléfonos móviles originalmente eran mucho más grandes que los actuales y ellos se diseñaban inicialmente para la instalación solo en vehículos"¹⁴

En la primera generación los teléfonos móviles se hacían para los vehículos. En la segunda generación el SMS incluido móvil enviando como mensaje que inicialmente se volvía posible en las redes de GSM y finalmente en todas las redes digitales.¹⁵

En la segunda generación tienen pocas herramientas, ello nombró 2G. En la tercera generación llamada 3G los teléfonos sagaces tienen nuevas herramientas tal como radiodifusión de radio y televisión. La cuarta generación nombró conectividad de Internet de 4G "makes 3G disponible a las computadoras múltiples simultáneamente sobre Wi-Fi, antes que sólo a una computadora sencilla por la vía de un USB plug-in"¹⁶

En los 3G y 4G ello es aparente que los Smartphone se convertían en una herramienta con muchos beneficios tal como de unión sobre Wi-Fi. La evolución fue de un grande y diseñado para vehículos de hacer rápida la semilla de internet y la conexión está disponible para varios dispositivos. Dentro de un dispositivo que no es más de 2 gramos existen un caso, batería, pantalla, micrófono / audífonos, cámara de fotografiar, astilla tal como otros. "Usted puede conseguir una máquina separada, pequeña y poderosa para hacer llamadas de teléfono, mantenga su calendario y libreta de direcciones, entretenga le, juegue su música, dan a direcciones, toman cines, verifique su correo electrónico, y haga innumerable otras cosas".¹⁷

Imagen No. 2 Smartphone



Fuente: <https://www.linkedin.com/today/post/article/20140828155107-98848146-global-smartphone-market-by-2014-beyond-the-rise-of-low-cost-high-end-smartphones>

¹³ Cullen 2012 History of cellphone technology. QRReaders.net. Disponible en <http://www.qrreaders.net/articles/history-cellphone-technology.html>

¹⁴ María, 2008 What are 1st, 2nd and 3rd generation mobile phones. Articlebase. Disponible en: <http://www.articlesbase.com/technology-articles/what-are-1st-2nd-and-3rd-generation-mobile-phones-467075.html>

¹⁵ Mary (2013),

¹⁶ Roy, (2010). Cell phone generations 1g, 2g, 3g and now 4g. Tech blog. Disponible en: <http://forums.techeblog.com/others-cell-phone/1205-cell-phone-generations-1g-2g-3g-now-4g.html>

¹⁷ Coustan, 2010 Cómo trabajos de Smartphone. Howstuffworks. Disponible en <http://www.howstuffworks.com/smartphone.htm>

Es un dispositivo pequeño con tantas funciones, con muchas herramientas que puede usar. Éstos son todos los beneficios que las personas pueden tener en un Smartphone. Todos pueden tener acceso a la Internet en el dispositivo pequeño haciendo posible para verificar correo electrónico. Las personas pueden usarlo para organizar los días con el calendario y añaden que alarmas para recordarles. También pueda descargar aplicaciones y tener acceso a las redes sociales tales como la mayoría Facebook, Instagram, Twitter, Youtube y lo nuevo la enredadera todas las redes sociales pueden ser unidas entre ellos. Las redes sociales le permiten para mirar videos, envíe mensajes, y cargue videos e imágenes.

Todos estos beneficios pueden crear distracciones para la sociedad. Cenas familiares por ejemplo los padres y niños están en sus Smartphone sin obrar recíprocamente con otros partes de la familia. "Están causando un bloque en comunicación cuando son diseñados para hacer fácil la comunicación".¹⁸ Existen ciertas desventajas de Smartphone tal como ellos están distrayendo, caro y seguridad. "Terminamos sin pagar atención al mundo". La distracción de texto, visitando o la red penetrante en su Smartphone crea para no prestar atención a otras cosas como tarea escolar, las tareas, sus amigos y familia. Según) el coste de un Smartphone es una desventaja porque no solo es el Smartphone sino también los accesorios como los casos, el proyecto móvil y datos empacan y también tiene que pagar ciertas aplicaciones que tienen un costo.¹⁹

También la seguridad es un asunto de mucho cuidado debido a que existen aplicaciones que se bajan por que salen en con una propaganda llamativa pero en realidad pueden contener un código oculto que podría descargar o enviar información por medio de una conexión a internet sin ninguna autorización. Esto significa que pueda tener el riesgo en el hurto de identidad y pueden realizar transacciones sin que sean realizadas por el usuario.

Redes sociales

La red social es una herramienta que puede usar para tropezar con otras personas a través de ello, a través de los sitios sociales. Las aplicaciones de las redes sociales que puede descargar de su Smartphone. Los adolescentes, adultos, personas, películas famosas, tv, serie, revistas, periódicos y otros han una cuenta en las redes sociales. Todos lo usan así las redes sociales son una excelente comercialización. En las redes sociales año a año crece. Cada red social tiene sus características propias pero básicamente todo de ellos sea cargar videos, cines, textos, entre otros.²⁰

Todo de esto empieza a llamar la atención de más personas y cada día allí es aún más personas uniendo a las redes sociales. La mayor parte de las redes sociales se creaban y desarrollaban en los EE.UU. Según UNC la más popular red social en los EE.UU. en 2006 era MySpace pero no es considerar en el año pasado porque su popularidad tiene disminución. Con la apariencia del Facebook en el mismo año se convertía en la nueva tendencia.²¹

Una de las redes más sociales populares sitios para negocios son Facebook y twitter. Instagram es básicamente unos nuevos sitios de red sociales para los negocios pequeños. Las redes sociales que serán considerados son twitter, Instagram y Facebook.

Facebook es un sitio de red social que era creado por Mark Zuckerberg. La red social era creada para ser un juego para los estudiantes de Harvard en que visitantes de "website pudieron comparar dos estudiante fotografían cerca lateral de lado y deje decidir los espectadores era "caliente" y que

¹⁸ Torilsmith, 2012 Negative effects of smartphones on society. Wordpress. Disponible en: <http://torilsmith.wordpress.com/2012/01/24/negative-effects-of-smartphones-on-society>

¹⁹ Munno 2013 the disadvantages of smartphones. Desertrose. Disponible en: <http://blog.desertrose.net/the-disadvantages-of-smartphones>

²⁰ Roeder 2011 Why social networking? About.com Social media. Disponible en: <http://personalweb.about.com/od/easyblogsandwebpages/a/whysocialnetwor.htm>

²¹ Corlis 2012 An Introduction to 7 of the Most Popular Social Networks for Business. Hubspot. Disponible en: <http://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/33340/An-Introduction-to-7-of-the-Most-Popular-Social-Networks-for-Business.aspx>

era "no". Que pudo tomar las imágenes de los estudiantes porque cortó la red de seguridad del Harvard.²²

En 2004, él vino con la idea de una red social nombrando "The Facebook". "Quiso crear un sitio Web que puede unir personas alrededor de la universidad." Él creó Facebook así los estudiantes en universidades pueden tener una conexión entre cada uno otros.²³

Las estadísticas de Facebook en 2013 son de 1 mil millón de usuarios. "La porción más grande de los usuarios de Internet de acuerdo al número total de la población está en los EE.UU.-49,9%. El próximo es Canadá (49,3%), Corea del Sur (46,6%), Australia (44,4%), Rusia (41,9%)"²⁴.

Imagen No. 3 Herramientas: Redes sociales



Fuente: <http://www.insightsmagazine.com.ec/2014/05/26/cuales-son-las-redes-mas-usadas-en-el-pais/>

La estructura del Facebook es nueva alimentación que es los nuevos anuncios; añade o acepte amigos; el timeline que puede ver los postes de los amigos que una persona tiene; la pared donde aparezca el público del amigo de persona envían mensajes para ellos y las actualizaciones, si una persona como una imagen, estatus, comente y tenga entre otros la opción para hacer clic sobre el semejante perfecto que es unos pulgares se levantan; los mensajes privados son llamados inbox; las notificaciones que el consejo alguien un mensaje, quiera entre otros; y grupos o páginas.

Las aplicaciones son ésas pueden estar creando eventos, notas, añaden que imágenes y videos. También el Facebook tiene la característica de juegos por ejemplo un juego popular de este año es el apretón de caramelo.

El twitter es una red social creada en 2006 por Jack Dorsey, cristal de Noé, piedra de biz y Evan Williams, todo de ellos eran envueltas en la creación de twitter. Según MacArthur (2013) en seis años, la base de usuario de Twitters ha crecido a más de 200 millones usuario mensuales activos. También según su twitter era originalmente una plataforma de comunicaciones con base en sms por Jack Dorsey. Entonces presentó la idea para el Odeo los fundadores de la compañía Evan y apedree. Dijeron que Jack para desarrollar la idea. "El crecimiento móvil está atrapando también en con el

²² Bellis 2011 Who invented Facebook? About.com Inventors. Disponible en: <http://inventors.about.com/od/fstartinventions/a/Facebook.htm>

²³ Zeevi, 2013 the ultimate history of Facebook. Socialmedia today. Disponible en: <http://socialmediatoday.com/daniel-zeevi/1251026/ultimate-history-facebook-infographic>

²⁴ Emarketer 2013

60% usando aplicaciones de Smartphone – en el Reino Unido, el 80 % de activos usuarios están usando los teléfonos para acceder a las redes”.²⁵

Este estadístico muestra que el 60% de los usuarios de twitter se une por la vía de Smartphones. Los usuarios en el twitter tienen @ en el comienzo. A “tweet” significa que un mensaje corto limitado a 140 caracteres y ello parecerá el timeline del seguidor. Un twitter puede ser la réplica que es respuesta, retweet y favorito un twitter significa que una persona como el twitter. También puede ser hacer que el perfil y gorjean privado y no pueda ser el retweed por seguidores y si alguien no sigue no pueden leer los twitters. El twitter tiene el #Hashtags que sido hecho para los tópicos populares en los twitters. El twitter tiene ciertas características quiera lea los twitters de las personas la persona siguen. Dirija el mensaje que es mensajes privados con una persona que siguió retrocede. Tender tema en que se pueden ver a nivel mundial o cada país los más populares tópicos en una lista. La búsqueda de botón que puede encontrar nombres de usuario o twitters con los hashtags. También tenga la característica de cargar las imágenes también. La persona que tiene más seguidores del cantante Justin Bieber con 41, 067,894 todavía crecientes.

Instagram es una red social en que una persona puede cargar una imagen y aplicar un filtro. Los cines se tuvieron por deber ver el semejante estuvieron prendado de un polaroide viejo.

El instagram se creó por a Kevin Systrom y Mike Krieger. Instagram se lanzaba en noviembre de 2010 sólo en almacén de manzana, era una aplicación única para los dispositivos de manzana. En 2012 Instagram era disponible al sistema operativo de Android. Instagram del mismo año se compraba por Facebook para los 1 millón de dólares.

Según “El Economista” de un periódico la aplicación tiene 19 tipos diferentes de filtros y los efectos de vendimia con los colores diferentes. Una vez que aplica el efecto que usted puede compartir la pintura por la vía de twitter, Facebook y flickr.²⁶

Desde 2013 Instagram incorporó videos. El usuario puede cargar los cines y videos cortos. Instagram es la estructura con la casa en que una persona puede visualizar sus seguidores carga; Explore en que existe los cines con la mayor parte del gusto; el botón donde puede ser cargan los cines; noticias o notificaciones ése es dividido en notificaciones de seguidores y las notificaciones de la persona; el perfil de usuario en que es todas las publicaciones de usuario.

Instagram también tiene la opción de “Like” y “Comment” que es mostrarse otro igual a la pintura y hace que un comentario sobre la pintura, con el golpecito doble en la imagen el usuario puede gustar una pintura.

La red social da beneficios a las personas porque proporciona una buena vía de la comunicación. También puede conectar viejos amigos. También una red social puede traer el beneficio para un negocio mejore su reputación.²⁷

La desventaja de las redes sociales como los Smartphone es la distracción. Es una distracción especialmente para los adolescentes; gastan mayor tiempo en los sitios sociales de red que en sus estudios o tareas. “Haga accesible la posibilidad para intrusos para comprometer el fraude y correos electrónicos no deseados de lanzamiento y el virus attacks”.²⁸

Es muy fácil de crear las cuentas falsas en las redes sociales con la información que una persona tiene el poste encima. Es peligroso que alguien las personas aptas en estos sitios porque pueden ser cuentas falsas creadas por los criminales o alguien que pueda dañar a la persona.

²⁵ O Carroll, 2012 Twitter users pass 200 million. Theguardian. Disponible en: <http://www.guardian.co.uk/technology/2012/dec/18/twitter-users-pass-200-million>

²⁶ Basu 2013 Brief History Instagram. Visual.ly. Disponible en: <http://visual.ly/brief-history-instagram>

²⁷ Fuentz 2013 Social Media Advantages and Disadvantages. Hubpages. Disponible en: <http://marzfuentz.hubpages.com/hub/Social-Media-Advantages-and-Disadvantages>

²⁸ SHRM, 2012

Herramientas a utilizar:²⁹

En función del producto o negocio a promocionar y del mercado al que se dirige centrar los esfuerzos en unas herramientas u otras, pero para intentar dar una visión real y general nombraré algunas de las herramientas más usadas a las que puedes recurrir en tu estrategia:

- Yahoo Answers
- Menéame
- Facebook
- Tuenti
- LinkedIn
- Viadeo
- Xing
- Squidoo
- Ning
- Twitter
- Youtube

Key Performance Indicators (KPI): Los KPI son los indicadores que se van a utilizar para medir la consecución de los objetivos.

- Reputación: se puede tomar como referencia el Pagerank
- Notoriedad: el ranking de Alexa es uno de los métodos de valoración
- Posicionamiento orgánico: definir las palabras clave a posicionar o con las que se quiere trabajar.
- Tráfico del site: medición de los visitantes únicos de la web. Se puede usar Google Analytics aunque recomiendo usar al menos dos sistemas de estadísticas.
- Tiempo de permanencia del usuario: conocer el tiempo medio que cada visitante pasa en nuestra web.
- Fuentes de entrada: se debe analizar por dónde vienen los visitantes a la web, si es por buscadores, porque escriben directamente el nombre de nuestra web en el explorador o llegan a través de un link o mención en otra web o red social.
- Conversión: ¿qué es lo que se quiere que haga el visitante final? Puede ser que el objetivo sea que se registre en nuestra web y deje los datos para posteriormente mantenerle informado de nuestras novedades o quizá se vende un producto y el objetivo final es que el visitante se convierta en comprador.

²⁹ Las Redes Sociales aplicadas a pequeños negocios. Disponible en:<http://www.juanmerodio.com/2010/las-redes-sociales-aplicadas-a-pequeños-negocios/>

- Una vez contestadas todas estas preguntas y enfocado el PPI a nuestro negocio, es hora de poner en marcha y crear los perfiles en las distintas redes sociales que se vaya a usar, y empezar a “trastear” para familiarizarse con ellas.

Hasta qué punto los negocios pequeños tienen aumento al uso de las redes sociales con el uso del Smartphone

La evolución de tecnología y lo avanzado de los Smartphone y redes sociales, los asuntos sociales y éticos y el impacto a los negocios pequeños. Después que negocios se lanzan las personas de Smartphone comience comprando les convirtiéndose en una tendencia y necesidad. Este tecnológico avance haya transformado la vía en que entreacto de humanos.

En el pasado cuando una persona llama alguien por un teléfono y no respondió la persona piense que no deba ser doméstico y probado de nuevo posterior. Hoy con los Smartphone si alguien no responde alguien una llamada por teléfono móvil la persona probablemente piensa existe un problema porque le es ignorando y odiando³⁰. Previamente de la apariencia de los Smartphone el ser humano obra recíprocamente más a menudo con otra persona. Hoy el ser humano obra recíprocamente sólo con el smarthphone. El uso de las redes sociales se crecía con la apariencia de los Smartphone.³¹

Impacto

Las redes sociales son una nueva herramienta para vender. Los negocios pequeños usan las redes sociales para crecer las ventas. Ellos lo usan como la publicidad para el negocio. Los negocios pequeños toman el beneficio de la Internet y empieza a crear como la publicidad para los productos. Allí está poniendo un aviso de negocios pequeños; existen los negocios pequeños que son únicos en las redes sociales.

El porcentaje de los usuarios de negocio pequeño en las redes sociales es el 73%. Facebook es la dirección de la red social para usar lo en pequeño negocios. Las redes sociales son un beneficio grande para un negocio pequeño.³²

Todos usan las redes sociales así que ellos pueden ver un anuncio fácilmente encima. Las redes sociales benefician los negocios pequeños porque puede ser unido a través de ello todo el tiempo; por ejemplo con el twitter.

Con las redes sociales también el negocio pequeño puede responder cualquier pregunta que los sastres tienen, cualquiera duda sobre el producto. Si el negocio pequeño está en más de una red social el negocio puede ser más confiable y tenga más clientes.

El cliente espera mayor información sobre el negocio y la red social le ayude dando eso. Es verdadero que la competencia también será activa en las redes sociales pero esta es una oportunidad para analizarlo. A través de las redes sociales los negocios no se solo comunican sino también influencia en el cliente.³³

Los negocios pequeños pierden con las redes sociales. El 60% de los dueños de estos negocios dice que no han obtenido ningún beneficio mientras que compartido en las redes sociales. Existen efectos negativos para los negocios pequeños en línea debido a un control reducido sobre contentar, horarios impredecibles y publicidad mala. La comunicación dirigida al cliente en las redes sociales pueden tener los comentarios negativos porque las redes sociales son abiertas para todos. Por ejemplo, una

³⁰ Petronzio, 2013 Before cellphones. Mashable. Disponible en: <http://mashable.com/2013/03/13/before-cellphones-comic/>

³¹ Helsby 2013 Use of Smartphones for Social media on the Increase. Dialaphone. Disponible en: <http://www.dialaphone.co.uk/blog/2013/04/04/use-of-smartphones-for-social-media-on-the-increase>

³² Bennett 2012 Social media making a big impact on Small Business. All Twitter. Disponible en: http://www.mediabistro.com/alltwitter/social-media-small-business_b26932

³³ Webstrategies, 2013

persona con una cuenta falsa en la red social hace un comentario negativo sobre el producto. La consecuencia es que está creando una publicidad mala para el producto.

El tiempo que requiere teniendo el negocio en una red social es no tener un horario porque el cliente determina a qué hora que quieren avisarle con mensajes encima. Por ejemplo a la noche un sastre tiene una pregunta urgente y el negocio debe contestar rápidamente. En las redes sociales pueden existir las malas interpretaciones con el tono de mensajes y pueda crear una reputación mala para el negocio. También para el empleado la red social puede ser una distracción. Por ejemplo, gaste tiempo en el twitter en la cuenta de negocio y él empieza a leer las noticias que le comprometen a la red social.

Los negocios pequeños están creciendo con las redes sociales para conseguir los mensajes fuera. Las redes sociales se ofrecen al cliente un más grande y mundialmente venta. ³⁴

Las redes sociales dan a la oportunidad para seducir el cliente con el producto para mostrar que los negocios pequeños son la mejor opción. Sugerencias para los negocios pequeños así ellos pueden trabajar mejores las redes sociales. Antes del negocio pequeño empieza a los usos la red social buscan las personas que están hablando del producto y la competencia. ³⁵

De los usuarios una razón para seguir o como la cuenta de negocio pequeño nunca insistiendo. Si nadie está obrando recíprocamente con la cuenta el negocio pequeño debe hacer preguntas para mantener una conversación. Comparta videos e imágenes porque están golpeando y las personas lo gusta y sea fácil con un Smartphone para tomar una pintura y cargue directamente lo en la cuenta. Ciertos negocios pequeños se encuentran sólo en las redes sociales que cargan las fotos del producto y ponen el número telefónico para más información.

³⁴ Jimenez 2012 Gran Impacto del Social Medio en los pequenos negocios. PuroMarketing. Disponible en: <http://www.puromarketing.com/42/14275/gran-impacto-social-media-pequenos-negocios.html#>

3. CONCLUSIONES

Para concluir las redes sociales crece con la aparición de los Smartphone. Tomó el tiempo de la invención de teléfono celular hasta ellos pueden alcanzar esta nueva tecnología. Ambas redes sociales y Smartphone se convierten en una herramienta importante para la vida humana. Los Smartphone facilitan el uso de las redes sociales. Los usuarios de Facebook y twitter se conectan de manera constantemente por este dispositivo... Cuando una persona quiere comprar un teléfono celular lo que consideran la mayoría es el sistema operativo Android o la Apple para las aplicaciones, la mayor parte de ellos por las redes sociales. Olvidar los aspectos negativos que esto crea (enviciamiento) la evolución de la tecnología es un progreso para el humano. También es muy útil para las vidas diarias para organizarlo en una mejor forma. La comunicación mejora con la aparición de los Smartphone. Ello depende de cada persona el uso que le dan a la tecnología. Cada uno decide si tome como una ventaja para el humano pasan los Smartphone y redes sociales para usarlo en un buen trecho por ejemplo mejora un negocio pequeño. No para sólo usan las redes sociales para la vida social.

Los negocios pequeños se aprovechan con los nuevos medios sociales. Normalmente el dueño de los negocios pequeños no tiene una gran cantidad de dinero pero la solución es fácil en esta década. Para comenzar el negocio puede empezar con una cuenta en una red social y trabajar lo el exterior sin una cantidad grande del dinero. Con fotos o los videos sobre el producto conseguirán la atención de los clientes. Para los adultos jóvenes esto es una excelente la idea y pueden alcanzar la experiencia del negocio. Por ejemplo, existe una cuenta en el instagram para vender pañuelos grandes de colores y en ella se cargan las imágenes, además de la información de donde contactarlos y un texto para que puedan enviar mensajes por whatsapp y realicen sus compras. Existen muchos así negocios pequeños empezados por jóvenes con los productos comunes y populares.

De un punto de vista personal el uso de las redes sociales en los negocios pequeños es la mejor idea para mantenerse creciendo como un negocio. Con el número de las personas ser en las redes sociales es imposible ignorar que ayudará un negocio pequeño; porque ayudará el negocio para promover y vender el producto. De una experiencia personal está golpeando los clientes en el instagram de ropas y accesorios que he comprado algunos de ellos. El aumento de Smartphones el uso de las redes sociales para la accesibilidad fácil de ello. Las redes sociales son uno de requisitos en el tiempo para comprar un Smartphone. Los negocios pequeños aumentan el uso de las redes sociales para los beneficios para ello. En conclusión el negocio pequeño aumentó al uso de las redes sociales con los Smartphone.

4. Referencias Bibliográficas

- Basu, K. (2012). Brief History Instagram. Visual.ly. Disponible en: <http://visual.ly/brief-history-instagram>
- Bates, D. (2013). Instagram hits 100 million users, with 10 million joining the retro photo service in the last month. Mail Online. Disponible en: <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2285331/Instagram-hits-100m-users--reveals-10m-joined-retro-photo-service-MONTH.html>
- Bellis, M. (2011). Who invented Facebook? About.com Inventors. Disponible en: <http://inventors.about.com/od/fstartinventions/a/Facebook.htm>
- Bennett, S. (2012). Social media making a big impact on Small Business. All Twitter. Disponible en: http://www.mediabistro.com/alltwitter/social-media-small-business_b26932
- Bogart, N. (2013). The Evolution of Cellphones 40 years of gadgets. Global news. Disponible en: <http://globalnews.ca/news/453037/the-evolution-of-cellphones-40-years-of-gadgets/>
- Can Social Media Have an Impact on Small Businesses and How? (2012). Webstrategies. <http://www.webstrategiesinc.com/can-social-media-have-an-impact-on-small-businesses>
- Cassery, M. (2013). Why Small Businesses are losing on Social Media. Forbes. Disponible en: <http://www.forbes.com/sites/meghancassery/2013/04/17/why-small-businesses-are-losing-on-social-media/>
- Corliss, R. (2012). An Introduction to 7 of the Most Popular Social Networks for Business. Hubspot. Disponible en: <http://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/33340/An-Introduction-to-7-of-the-Most-Popular-Social-Networks-for-Business.aspx>
- Cornell, S. (2011). Disadvantages of Smartphones. Chron. Disponible en: <http://smallbusiness.chron.com/disadvantages-smart-phones-54076.html>
- Coustan, D. (2010). How smartphones works. Howstuffworks. Disponible en: <http://www.howstuffworks.com/smartphone.htm>
- Cullen, K. (2012). History of cellphone technology. QRReaders.net. Disponible en: <http://www.qrreaders.net/articles/history-cellphone-technology.html>
- Deekay. (2011). Some Characteristics of Small Businesses. DailyOjo. Disponible en: <http://dailyojo.com/articles/some-characteristics-of-small-businesses.html>
- Definición de marketing - Qué es, Significado y Concepto. Disponible en: <http://definicion.de/marketing/#ixzz3KxZQq1On>
- Dube, J. (2012). Why Smartphones are the future of social networking. Forbes. Disponible en: <http://www.forbes.com/sites/jondube/2012/05/08/why-smartphones-are-the-future-of-social-networking/>
- Fuentz, M. (2013). Social Media Advantages and Disadvantages. Hubpages. Disponible en: <http://marzfuentz.hubpages.com/hub/Social-Media-Advantages-and-Disadvantages>
- Hamel, G. (2011). Difference Between Big Businesses & Small Businesses. Chron. Disponible en: <http://smallbusiness.chron.com/difference-between-big-businesses-small-business-35285.html>
- Hanson, S. (2011). A brief history of smartphone [infographic]. Technorati. Disponible en: <http://technorati.com/technology/article/a-brief-history-of-smartphone-infographic/>
- Helsby, C. (2013). Use of Smartphones for Social media on the Increase. Dialaphone. Disponible en: <http://www.dialaphone.co.uk/blog/2013/04/04/use-of-smartphones-for-social-media-on-the-increase/>

- How Small Businesses Are Using Social Media. (2012). Intuit websites. Disponible en: <http://www.intuit.com/websites/small-business-social-media-infographic/>
- In 2013 Facebook will have 1 billion users. (2013). Begin Group. Disponible en: http://beginingroup.com/en/top/news/market_news/1353
- Jimenez, I. (2012). Gran Impacto del Social Medio en los pequeños negocios. PuroMarketing. Disponible en: <http://www.puromarketing.com/42/14275/gran-impacto-social-media-pequenos-negocios.html#>
- Juul, I. (2011). Characteristics of a Small Business. Examiner.com Disponible en: <http://www.examiner.com/article/characteristics-of-a-small-business>
- Kevin y Mike sacan jugo a Instagram. (2012). El economista. Disponible en: <http://eleconomista.com.mx/protagonistas/facebook/2012/04/10/kevin-mike-sacan-jugo-instagram>
- Klinefelter, M. (2013). 10 best social apps. Laptop mag. Disponible en: <http://blog.laptopmag.com/best-social-apps>
- Las Redes Sociales aplicadas a pequeños negocios. Disponible en: <http://www.juanmerodio.com/2010/las-redes-sociales-aplicadas-a-pequenos-negocios/>
- MacArthur, A. (2006). The real history of twitter, in brief. About.com Twitter. Disponible en: <http://twitter.about.com/od/Twitter-Basics/a/The-Real-History-Of-Twitter-In-Brief.htm>
- Maria, M. (2008). What are 1st, 2nd and 3rd generation mobile phones. Articlebase. Disponible en: <http://www.articlesbase.com/technology-articles/what-are-1st-2nd-and-3rd-generation-mobile-phones-467075.html>
- Mercer, C. (2012). Negative Effects Social Media Business. Azcentral. Disponible en: <http://yourbusiness.azcentral.com/negative-effects-social-media-business-12640.html>
- Moment, R. (2012). Business ethics for small businesses. About.com small business information. Disponible en: <http://sbinformation.about.com/od/bestpractices/a/businessethics.htm>
- More than half of people that access social networks on their smartphone do so on a near daily basis. (2012). Comscore data mine. Disponible en: <http://www.comscore.com/2012/02/more-than-half-of-people-that-access-social-networks-on-their-smartphone-do-so-on-a-near-daily-basis/>
- Munno, K. (2013). The disadvantages of smartphones. Desertrose. Disponible en: <http://blog.desertrose.net/the-disadvantages-of-smartphones/>
- O Carrol, L. (2012). Twitter users pass 200 million. Theguardian. Disponible en: <http://www.guardian.co.uk/technology/2012/dec/18/twitter-users-pass-200-million>
- Parker, C. (2012). How social networking is impacting smartphones. Pulse2. Disponible en: <http://pulse2.com/2012/10/10/how-social-networking-is-impacting-smartphones/>
- Petronzio, M. (2013). Before cellphones. Mashable. Disponible en: <http://mashable.com/2013/03/13/before-cellphones-comic/>
- Roeder, L. (2011). Why social networking? About.com Social media. Disponible en: <http://personalweb.about.com/od/easyblogsandwebpages/a/whysocialnetwor.htm>
- Roy, A. (2010). Cell phone generations 1g, 2g, 3g and now 4g. Tech blog. Disponible en: <http://forums.techeblog.com/others-cell-phone/1205-cell-phone-generations-1g-2g-3g-now-4g.html>
- Rudolf, E. (2009). The 4 Critical Differences Between Large and Small Companies. The Small Company Blog. Disponible en: <http://www.thesmallscompanyblog.com/TheBlog/2009/06/the-4-critical-differences-between-large-companies-and-small-ones/>

- Scott, C. (2012). Social media accounts for one-third of smartphone usage, survey finds. Social Times. Disponible en: http://socialtimes.com/social-media-accounts-for-one-third-of-smartphone-usage-survey-finds_b113668
- Small Business vs. Large Business what's the Difference? (2011). Pay Roll Services for Small Businesses. Disponible en: <http://payrollservicesforsmallbusiness.org/small-business-vs-large-business.html>
- Smartphone a modern day necessity? (2012). Technavio. Disponible en: <http://www.technavio.com/blog/smartphone---modern-day-necessity>
- Social and Ethical issues. (2010). ITGS. Disponible en: <http://itgs.wikispaces.com/Social+%26+Ethical#Social%20and%20Ethical%20Issues>
- Social Media: What are the advantages and disadvantages of social networking sites? What should we include in a policy? (2012). SHRM. Disponible en: <http://www.shrm.org/TemplatesTools/hrqa/Pages/socialnetworkingsitespolicy.aspx>
- Thompson Ivan, Concepto de Empresa, 2006. Disponible en: <http://www.promonegocios.net/empresa/concepto-empresa.html>
- Tiposde.org, Tipos de empresa Disponible en: <http://www.tiposde.org/empresas-y-negocios/4-tipos-de-empresas/>
- Torilsmith (2012). Negative effects of smartphones on society. Wordpress. Disponible en: <http://torilsmith.wordpress.com/2012/01/24/negative-effects-of-smartphones-on-society/>
- Writing, A. (2012). Problems marketing products small scale business. Chron. Disponible en: <http://smallbusiness.chron.com/problems-marketing-products-small-scale-business-590.html>
- Zeevi, D. (2013). The ultimate history of Facebook. Socialmedia today. Disponible en: <http://socialmediatoday.com/daniel-zeevi/1251026/ultimate-history-facebook-infographic>