

## 5. RESULTADOS OBTENIDOS.

En esta sección se analizarán los resultados que se obtuvieron de la investigación de las redes sociales en las empresas que fueron seleccionadas para el estudio.

Se observa que hay tres tipos de comportamientos en las empresas con respecto a las redes sociales, el primero se relaciona con cuales son las redes sociales mas usadas, enseguida cuantas redes sociales se usan y el tercero siendo cuantos seguidores/fanes tienen las empresas en las redes sociales donde se encuentran suscritas (figura 5.1).

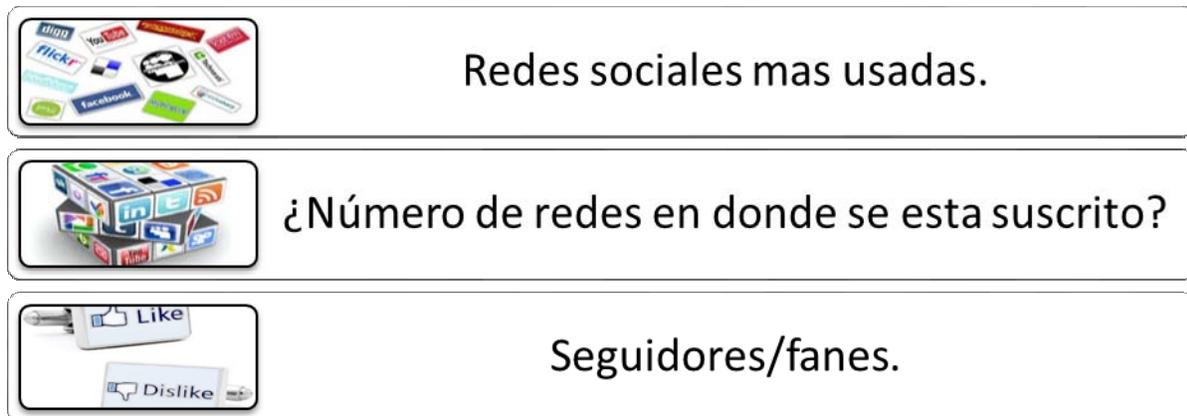


Figura 5.1 Comportamiento de las redes sociales en las empresas.

### 1 – Datos generales.

El conjunto de las empresas seleccionadas para aplicar este estudio muestra la siguiente información:

- Solamente el 24% de las empresas cuentan con un sitio web.
- El 32.5% de las empresas se encuentran registradas en alguna de las redes sociales.
- Las 80 empresas seleccionadas para el estudio cuentan con un correo electrónico. La mayoría de las empresas lo usan como un medio de

comunicación secundario entre clientes/proveedores, siendo el primero por teléfono.

- Las empresas que se encuentran registradas en *Facebook* y *Twitter*, usan estas redes como una fuente para mostrarle a los clientes fotos de productos o servicios que ofrecen, así como también ofrecen promociones, responden dudas que los clientes hacen y hacen dinámicas para que los clientes se ganen descuentos en sus compras como por ejemplo: “El primer cliente que comente en esta publicación se gana el 10% en su siguiente compra”. Y así es como se gana a la audiencia y se crea una participación de sus suscriptores/fanes, incrementando una relación cliente/empresa.
- Las empresas que tienen pocos seguidores es porque no mantienen un perfil que constantemente se actualice, provocando que los seguidores que tengan se aburran y dejen de seguir sus publicaciones o mensajes.
- El 45% de las empresas usa *Facebook* como su red social principal, seguida de *Twitter* con 26% y *LinkedIn* en tercer lugar con el 18%.
- La mayoría de las empresas cuenta con una sola red social.
- Es en la red social *Facebook* donde las empresas tienen más seguidores/fanes en contraste con las otras redes.
- Ninguna de las empresas seleccionadas para el estudio usan *YouTube* o *Hi5* que es una de las redes más conocidas y usadas en México.
- El servicio de *Google+* fue lanzado apenas el 28 de junio de 2011 y cuenta con tecnologías muy avanzadas como la de videoconferencias con grupos grandes de usuarios.

## **2 – Redes sociales en las empresas.**

La investigación se realizó para conocer en que redes sociales se encuentran registradas todas las empresas consideradas en este estudio. Cada red se usa con motivos diferentes y es necesario conocerlas para explotarla al máximo para que en un futuro sean consideradas como una ventaja competitiva.

El 45% de las empresas usa principalmente la red social *Facebook* y los usos que le dan es la promoción de sus productos o servicios en fotografías, respuestas a cuestiones de los clientes y promociones o dinámicas para recibir descuentos o premios (figura 5.2).

El 26% de las empresas usa *Twitter* y principalmente se usa como un medio de comunicación móvil, debido a esto, se crea una oportunidad para las empresas acerca de mantener a un público en movimiento y que no trabaja en un lugar fijo. Las estrategias que mayormente usan las empresas son las de mantener un servicio para responder cuestiones de clientes y promocionar sus artículos por medio de imágenes.

En cuanto a las organizaciones que utilizan *LinkedIn*, se utiliza para fines distintos. Las empresas la utilizan para contratar a personal ya que se ofrecen servicios para ver los currículos de los usuarios, experiencia profesional y conexiones con otras empresas. Las redes sociales que menos se utilizan son *Google+* con el 5%, *MySpace* con el 3% y en la categoría de otras con el 3%, se manifiesta la red social *Blogger*, que permite crear y publicar una bitácora en línea. Para publicar contenidos, el usuario no tiene que escribir ningún código o instalar programas de servidor o de scripting.

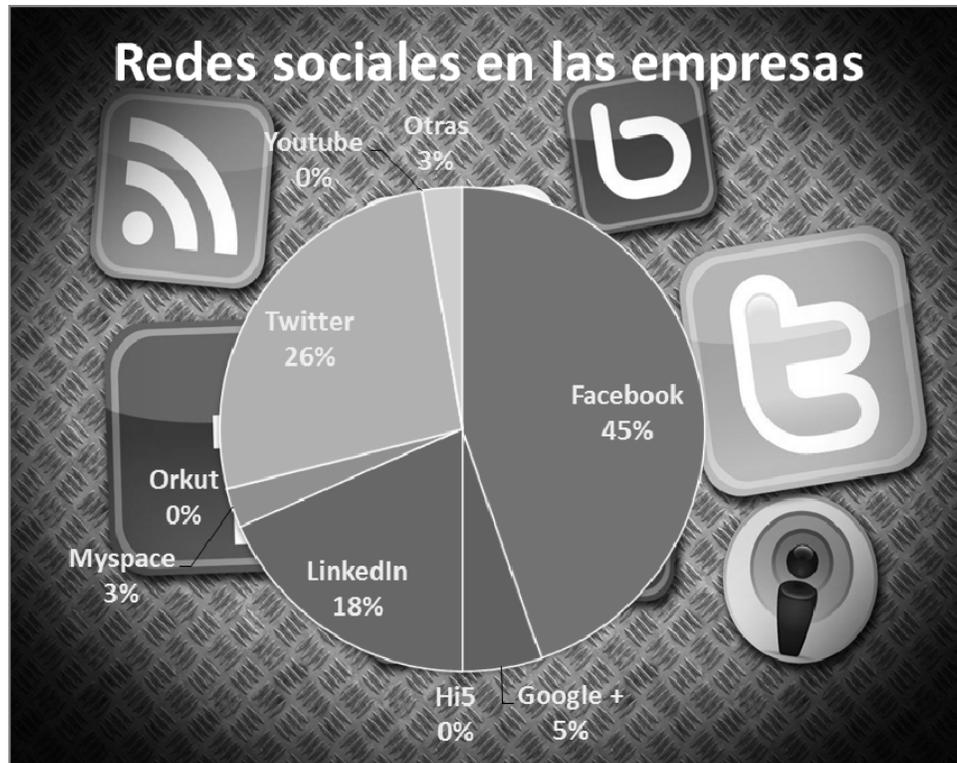


Figura 5.2 Resultados obtenidos acerca de las redes sociales en las empresas.

### 3 – ¿Cuántas redes sociales usa en sus empresas?

De las empresas que se encuentran registradas en las redes sociales, se obtuvo la siguiente información:

- El 18% de las empresas en el estudio se encuentran registradas en únicamente una red social, siendo Facebook donde las empresas mayormente se registran. Seguida por *Twitter*, *LinkedIn* y *Google+* (figura 5.3).
- El 6% de las empresas se registraron a dos redes sociales, siendo *Facebook* y *Twitter* las más usadas.
- El 4% mantiene un registro en al menos 3 redes sociales, siendo *Facebook*, *Twitter* y *LinkedIn* las redes en las que se registran.

- Únicamente el 1% de las empresas se han registrado en 4 redes sociales, siendo *Facebook*, *Twitter*, *LinkedIn* y *Google+* donde las empresas están suscritas.

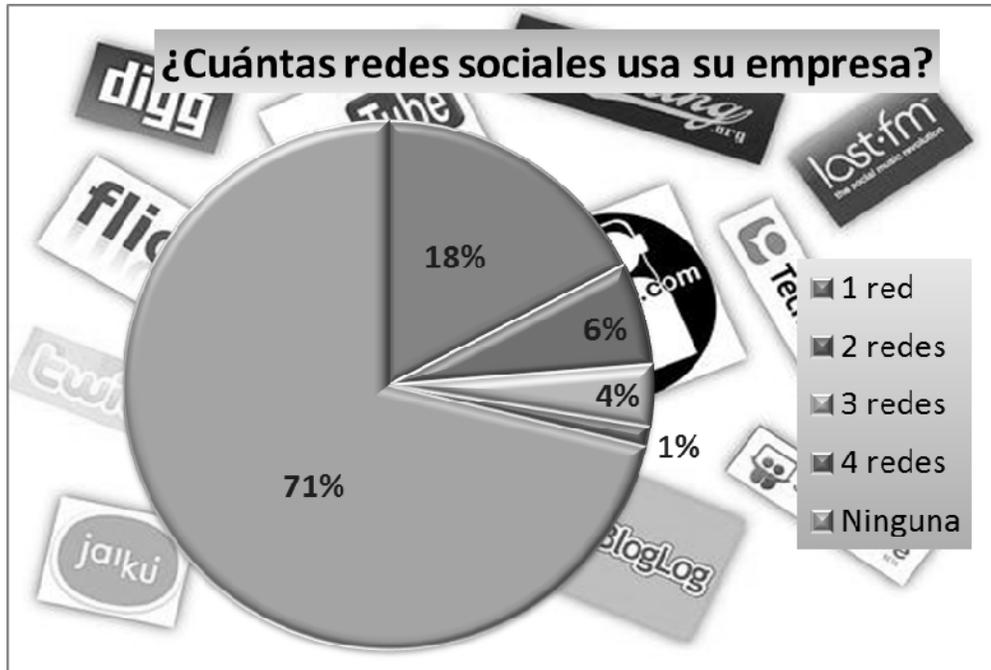


Figura 5.3 Redes sociales donde las empresas están registradas.

#### 4 – Seguidores/fanes en total.

Los seguidores/fanes representan a los clientes, tanto regulares como a los clientes potenciales.

De la información de la base de datos que se obtiene, se dice que donde más se tienen seguidores es en la red social *Facebook*, seguida de *Twitter*, *LinkedIn*, *Google+*, *MySpace* y *Blogspot*. Cabe mencionar que las empresas que más tienen seguidores, son las Radiofusoras, principalmente por que sus seguidores incluyen a todas las personas de diferentes edades, en contraste con las empresas cuyos fanes son mayormente adultos (figura 5.4).



Figura 5.4 Seguidores/fanes en total.

## 5.1 ESTRATEGIAS PARA EL APROVECHAMIENTO DE LAS REDES SOCIALES EN LAS EMPRESAS

En esta sección se darán a conocer siete estrategias para implementar las redes sociales y así convertirlas en herramientas que en un futuro se conviertan en ventajas competitivas. Las estrategias se pueden apreciar en la figura 5.5.

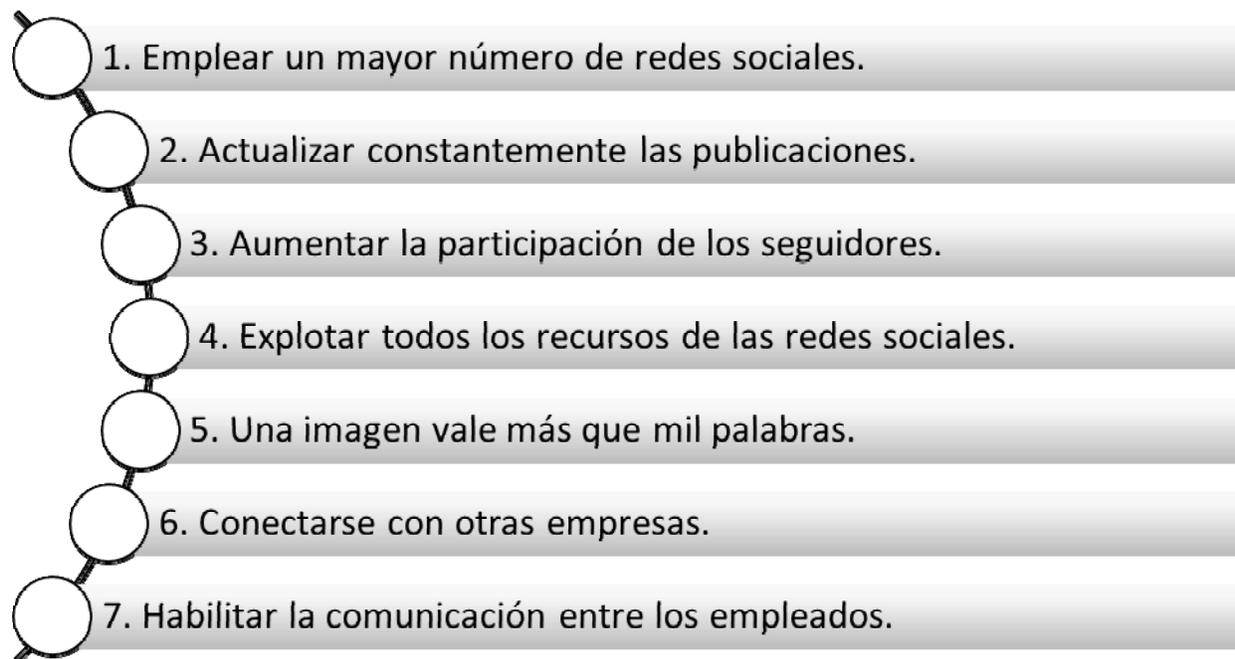


Figura 5.5 – Estrategias para las redes sociales en las empresas de la región.

### **1. Emplear un mayor número de redes sociales.**

De acuerdo a los resultados obtenidos en el capítulo anterior en la sección de “Número de redes en las que se está registrado”, el 11% de las empresas están suscritos a 2 o más redes sociales, mientras que el 18% cuenta con una sola red y el 71% no cuenta con una red.

Para aquellas empresas que no cuentan con una red, el primer paso es suscribirse a una y empezar a hacerse publicidad en ella para retener a los clientes frecuentes y para atraer a clientes potenciales.

En cuanto a las empresas que solamente se han registrado en una red, es muy recomendable que se suscriban a otras redes sociales para así incrementar la presencia de la empresa en la red. Si ya se está en *Facebook*, incluir a *Twitter*, a *LinkedIn*, *Google+* de preferencia, debido a que son las más comerciales en México o a cualquier otra red social que sea de su agrado.

Para aquellas empresas que tengan dos o más redes sociales, lo necesario es actualizar sus perfiles, publicaciones o mensajes para que sus seguidores no se aburran y hacer que los clientes se interesen en la empresa y en todos los productos o servicios que ofrezca.

## **2. Actualizar constantemente las publicaciones.**

La falta de publicaciones constantes crea uno de los problemas más significativos en las redes sociales. Cuando existe una falta de consistencia por parte de los usuarios, los seguidores comienzan a preguntarse el por que “siguen” a una empresa que no publica regularmente, provocando entonces que sus seguidores los eliminen de sus listas de contactos y haciendo una reacción en cadena de que pierdan mas y mas clientes cada día.

Lo indicado en este caso es establecer a una persona a que diariamente actualice las publicaciones, mensajes o comentarios para que los clientes vean que si existe una participación de la empresa y que además puedan decirle a sus amigos sobre esto y que nuevos clientes se agreguen a lista de contactos de las empresas.

Se puede tomar el ejemplo de *Starbucks*, diariamente actualiza su página de Facebook, responde a los mensajes de los clientes en *Twitter* y actualiza LinkedIn. Sus seguidores en *Facebook*, crecen cada día y en este 2012 su suma llega a los 31 millones.

## **3. Aumentar la participación de los seguidores.**

Una de las principales estrategias que las empresas utilizan en las redes sociales es hacer que los seguidores participen en sus publicaciones, mensajes o incluso en discusiones de tópicos relevantes sobre sus productos.

Por ejemplo las empresas pueden hacer preguntas como:

- ¿Qué piensas sobre este producto?
- ¿Qué cambiarías en este servicio?
- ¿Por qué prefieres nuestro producto?
- Entre otras.

Se pueden hacer ese tipo de dinámicas o incluso aplicar otros tipos de actividades como la de dar privilegios a los usuarios como descuentos, promociones o premios con alguna actividad.

Lo mejor que se puede hacer en una red social es la de mantener a un público interesado y entusiasmado por la empresa y sus productos o servicios.

#### **4. Explotar todos los recursos de las redes sociales.**

Muchos usuarios de las redes sociales no explotan todos los recursos que ofrecen por la falta de conocimiento de la red.

El conocer todas las funciones que se ofrecen en las redes sociales hace que un usuario tenga una experiencia mas alta que la de otros y esto hace que otros usuarios se interesen en el y hace que crezca su lista de contactos. Un caso en donde más se presenta esta experiencia es en la red social de *Blogger*, red que permite crear y publicar una bitácora en línea, donde muchos de sus suscriptores desconocen todas las funciones que se ofrecen, como incluir un juego en línea como *Pac-Man*, un reloj tridimensional, imágenes dinámicas o texto con diferentes efectos.

Otras redes como *LinkedIn*, permiten la conexión con otras empresas y la de visualizar los currículos de prospectos para empleados.

El conocimiento de todas las funciones que ofrecen las redes sociales hace que las empresas se coloquen en un nivel más alto que otras empresas que desconocen el potencial de las redes sociales.

## **5. Una imagen vale más que mil palabras.**

Los artículos que contienen imágenes relevantes consiguen un 94% más de vistas, de lo que se benefician, sobre todo, los contenidos que tienen que ver con política, deportes y noticias. Cuantos más elementos multimedia contengan los artículos, más vistas obtendrán.

La publicidad se encarga de crear una estrategia para generar el consumo de un producto o el posicionamiento de una marca; las imágenes crean una escena de una realidad diseñada, de acuerdo a las indicaciones del publicista y a su estrategia, de esta forma, se conceptualiza la idea en una imagen que refuerza y explica de la mejor forma la campaña publicitaria generando mayor aceptación y éxito en el mercado.

Cuando una empresa publica una fotografía o imagen sobre su producto o servicio, hace que sus seguidores instantáneamente se den cuenta y les llama la atención haciendo que estos compartan las imágenes con sus amigos y hace que crezca la red.

## **6. Conectarse con otras empresas.**

Tener una presencia en línea hoy en día es mucho más que tener un sitio web. Todo el mundo está de acuerdo en como las empresas tienen que llegar a los consumidores a través de estos canales innovadores. Lo que pocos saben es el cómo las empresas deben llegar a la otra con el uso de estas mismas herramientas.

Al conectar a clientes, proveedores y socios en una red, hacen que las empresas indirectamente se conecten a muchos otros negocios y pueden encontrar otras relaciones potenciales también. El resultado es una amplia red en donde las oportunidades fluyen.

Cuando dos empresas se conectan se crea una relación donde los dos pueden salir beneficiados como puede ser una relación del tipo empresa-proveedor, los dos se ayudan mutuamente y ganan en ambas partes.

## **7. Habilitar la comunicación entre los empleados.**

Las organizaciones no pueden existir sin comunicación, si no hay comunicación es imposible que los empleados sepan qué hacen sus compañeros, que la dirección reciba información y que supervisores y líderes de equipos giren instrucciones. La coordinación del trabajo es imposible en estas condiciones, lo que provocaría el colapso de las organizaciones.

La comunicación contribuye al cumplimiento de todas las funciones administrativas básicas (planeación, organización, dirección y control) a fin de que las organizaciones puedan alcanzar sus metas y vencer los desafíos que se les presentan.

Cuando la comunicación es eficaz, tiende a alentar un mejor desempeño y una mayor satisfacción laboral la gente comprende mejor sus labores y se siente más involucrada en ellas en ciertos casos, incluso renunciará voluntariamente a algunos de sus antiguos privilegios al advertir la necesidad de hacer un sacrificio.