

# Redes sociales como tienda virtual y de tendencia

**ACTUALIZA TU NEGOCIO AL MERCADO MODERNO**



## Índice

Presentación.....	3
Introducción.....	4
<b>Capítulo 1:</b> Definición e importancia de las redes sociales en los negocios.....	5
<b>Capítulo 2:</b> Cuatro beneficios de las redes sociales para los negocio.....	6
<b>Capítulo 3:</b> ¿Qué plataforma de redes sociales es mejor?.....	7
<b>Capítulo 4:</b> ¿Por qué Facebook?.....	7
<b>Capítulo 5:</b> ¿Por qué Instagram?.....	8
<b>Capítulo 6:</b> Seis consejos para crecer con IG y FB.....	9
<b>Capítulo 7:</b> Encuesta y sus resultados.....	11
Conclusiones.....	12
Glosario.....	12
Anexos.....	13
Referencias.....	14

## Presentación

La importancia del presente libro radica en destacar la funcionalidad actual de las redes sociales como tienda virtual de éxito y tendencia. En sí, se considera trascendental este tema debido a que muchas de las redes sociales han ayudado a que las empresas crezcan gradualmente en los últimos años. Así pues, se pretende generar conocimiento sobre las diferentes herramientas que ofrecen ciertas redes sociales para el aumento de las ventas de bienes y servicios.

Se espera que los lectores puedan sacar el mayor provecho de toda la información contenida en este libro para que su empresa crezca y se adapte a las nuevas preferencias de compra por los consumidores del mercado actual.

## Introducción

“Hay muy pocas empresas que tendrán éxito en nuestro mundo empresarial moderno si no tienen una buena planificación de mercado que incluya algunas redes sociales. Tus clientes están en línea y te están buscando allí” (Gómez, 2020, p. 6). Por ello, a la luz de esta realidad, se piensa que es sumamente necesario concientizar e informar a la población empresarial costarricense sobre la aplicación de las redes sociales para los distintos tipos de negocios. Además, se considera clave y esencial contar con redes sociales debido a la tendencia moderna de compra. Del mismo modo, se delimitará la exposición de las redes sociales a únicamente dos, específicamente Instagram y Facebook, ya que estas son las más usadas y conocidas por los compradores digitales.

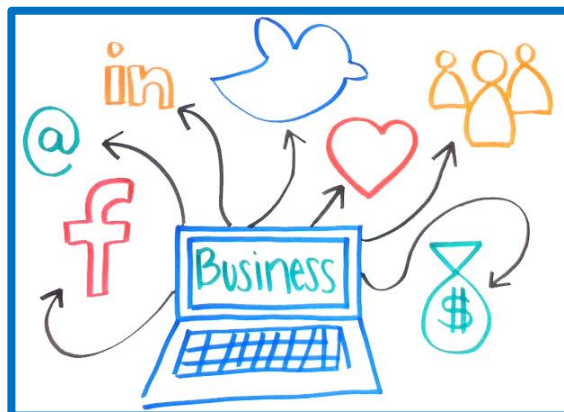
## Capítulo 1: Definición e importancia de las redes sociales en los negocios

Para iniciar, es clave entender el significado de red social para poder tener una mejor comprensión a lo largo de este escrito. Entonces, con base a la definición elaborada por el escritor Romain Risoan, se destaca lo siguiente:

Hoy en día, cuando oímos hablar de red social, entendemos que se trata de una red social virtual. Enseguida pensamos en Facebook, Viadeo, Twitter, LinkedIn y en todos esos sitios web más o menos conocidos. Sin embargo, para ser exactos, habría que diferenciar entre «redes sociales» y «medios de comunicación social».

Del mismo modo, podemos disociar los medios de comunicación habituales de estos nuevos medios de comunicación que implican contenido interactivo y tecnología.

La red social virtual y, de manera más general, el medio de comunicación social, es la representación de la red



social real en un universo virtual, representado principalmente por Internet. Así que podremos reproducir casi todas esas acciones de nuestra vida diaria que nos permiten interactuar con otros individuos, pero en un universo virtual (2019, p. 28).

Ahora bien, una vez entendido su significado, es vital vincular su importante relación con los negocios. Y es que día a día vemos como las diferentes redes sociales han cambiado la forma de hacer negocios, es decir, ya no nos ofrecen únicamente una visión del mundo, de las culturas o de las personas, sino también del mercado empresarial. Para nadie es un secreto que en la actualidad sabemos más de los productos que nos interesan gracias a las redes sociales (música, comida, tecnología, tenis, etc.). Entonces, a raíz de esta realidad se considera esencial contar con al menos una red social sobre nuestro propio negocio, ya que estamos viviendo la era industrial 4.0, la cual nos obliga estar actualizados con todas las herramientas tecnológicas de

necesidad por el consumidor, porque si no lo hacemos, las probabilidades de desaparecer del mercado son altas. En fin, para sobrevivir y competir en el mercado empresarial se afirma de manera convincente poseer numerosas redes sociales.

## Capítulo 2: Beneficios de las redes sociales para los negocios

Las ventajas que ofrecen las redes sociales a las empresas son cuantiosas, por lo que es valioso mencionar algunas de ellas. A continuación se detallan las más importantes:

1

**Mayor posicionamiento (SEO):** Las redes sociales empresariales pueden aportar mayor tránsito a su sitio, lo que genera un mejor posicionamiento en los motores de búsqueda como Google, Mozilla, Bing, etc. En otras palabras, gracias al SEO se consigue una mayor visibilidad de tu negocio.

2

**Reputación online:** Gracias a las redes sociales se generan comentarios positivos y mejoran la presencia de su empresa en internet, lo cual es un elemento clave para obtener una notable reputación online y con ello mejorar las oportunidades de negocio (ventas).

3

**Servicio de atención al cliente:** Al contar con redes sociales se da la oportunidad de entablar conversación con potenciales o actuales clientes, logrando una mayor fidelización y haciendo que lo piensen dos veces al querer comprar a nuestra competencia.

# 4

**Oportunidad de incremento de ventas:** Con todo lo anterior mencionado (beneficio 1, 2 y 3) las redes sociales empresariales se convierten en canales de comunicación poderosos para conseguir aumentar las ventas, siempre y cuando se gestionen de manera profesional.

## Capítulo 3: ¿Qué plataforma de redes sociales es mejor?

Se sabe sobre la existencia de muchas redes sociales, pero la pregunta primordial a hacerse es: ¿Cuál de las redes sociales es mejor para mis necesidades empresariales? Bueno, quizás a primera vista puedes decir que todas son increíbles y que debes tener cada una de ellas. En realidad, todas son útiles, cada una posee muchos clientes y características que las hacen únicas, pero recuerda que no todos tus clientes están en cada una de las redes sociales dispuestos a difundirte, eso puede resultar muy difícil.

Entonces, ¿cómo sabrías cuál red social es la más adecuada para tu negocio? A lo largo de esta literatura se profundiza en dos de las redes sociales más usadas y populares del mercado digital, como lo es Facebook e Instagram. Así pues se proporciona una breve descripción de estos dos medios sociales con relación a su funcionamiento. Al mismo tiempo, se piensa que enfocarse en una sola red social podría generar un ahorro de tiempo y de dinero logrando cumplir los objetivos empresariales de manera eficiente. Para terminar, es importante mencionar que gracias al ABC.CR: informe digital de Costa Rica de iLifebelt, podemos conocer cuáles son las redes sociales más utilizadas en Costa Rica y que podrían generar mejores resultados en los negocios.

## Capítulo 4: ¿Por qué Facebook?

A pesar de la constante competencia y la creación de nuevas plataformas de redes sociales, Facebook (FB) continúa predominando como la más utilizada en Costa Rica con más de 3.30 millones de usuarios activos. Por ello, se decide tomar en cuenta en este apartado a FB debido a que es el sitio digital donde más costarricenses se

encuentran conectados diariamente. Entonces, si FB es el número uno en Costa Rica es seguro decir que puede ayudarte a comercializar sus productos o servicios con potenciales clientes y a ganar más ventas. En sí, esta red social se considera la mejor cuando se trata de trabajar en línea y con cientos de usuarios activos. Para nadie es un secreto que el costarricense pasa varias horas al día en línea, por lo que es estratégico captar su atención y convertirlos en posibles clientes.

Por otro lado, Facebook ofrece numerosas herramientas que pueden ayudarte a comercializar en mayor grado. Tal es el caso de la publicidad orgánica y la publicidad



paga tradicional basada en la forma como quieras llegar a tus clientes. De esta manera, Facebook se convierte en un lugar perfecto donde puedes encontrar inclusive clientes de algún mercado específico. En fin, si ya tienes poca o buena presencia en línea y el negocio marcha bien, Facebook será la red social más

adecuada para iniciar a crecer de una forma más acelerada.

## Capítulo 5: ¿Por qué Instagram?

Ahora bien, en segundo lugar, con menos de la mitad de usuarios que Facebook, se encuentra Instagram con 1.50 millones. Para nadie es un secreto que Instagram (IG) es el mundo de las fotos y las imágenes, o sea, la mayoría de lo que se verá cuando trabajes en este sitio es una gran cantidad de fotos de empresas y personas de todo el mundo. Inclusive, cuando los usuarios navegan por IG observan primero la imagen que el propio texto, ya que se debe hacer "click" en la publicación para ver más y obtener la información completa.

Así, Instagram es una buena opción si tu negocio realmente puede beneficiarse del uso de imágenes para exhibir su trabajo o producto. En otras palabras, las imágenes



son la regla cuando se trata de este sitio de redes sociales. Además, cuanto mayor sea la calidad y cuanto más creativo puedas hacer esas imágenes, más harás que tus clientes potenciales se sientan atraídos a lo que estás haciendo y lo que tienes disponible para la venta. De hecho, es posible tener muchos seguidores que ni siquiera mirarán las palabras que publiques en tu sitio. Sin embargo, esto no significa que no debas dedicar algo de tiempo en las palabras a ser incluidas en la publicidad que vas a agregar. Para concluir, es trascendental reiterar que Instagram funcionará mejor para ti si vas a confiar en muchas fotos para vender tu producto o servicio.



## Capítulo 6: Seis consejos para crecer con IG y FB



**Conoce muy bien tu audiencia:** Se debe conocer con mucha precisión la audiencia, para lo cual se deben definir tanto aspectos demográficos (rango de edad, nivel económico, nivel cultural, lugar de residencia, estado civil, etc.) como psicográficos (intereses, estilos de vida, personalidad, etc.). El conocimiento profundo de la audiencia garantizará un crecimiento saludable del número de fans de tu página de IG y FB.



**Crea contenido de valor en tu página:** Para crear contenido de valor agregado para tu audiencia es necesario conocerla muy bien, para lograr identificar el tipo de contenido de su interés. Es importante incorporar el contenido en diferentes formatos: fotografías, infografías, videos y material multimedia.



**Responde los comentarios y motiva la participación de tu comunidad:** El administrador debe estar atento a responder de manera oportuna cualquier inquietud o comentario que se realice en la página. Además, es importante realizar preguntas para animar la participación de la comunidad. Cuando la participación se logra se dice que se ha logrado engagement en la página de Facebook o Instagram. Cuando no se responden los comentarios en la página o no se publica periódicamente puede impedir el crecimiento de la comunidad y se convierte en un elemento negativo para la reputación de la empresa.



**Utiliza tu sitio Web para promocionar tu página de IG y/o FB:** Debes integrar tu sitio Web con la página de Instagram y/o Facebook. Esta integración puede ser de dos formas: mediante un botón de «síguenos en Instagram/Facebook», o bien, a través de una publicación de los últimos post y comentarios de la página de IG y/o FB en tu sitio Web.



**Utiliza publicidad de IG y/o FB para crecer tus seguidores:** La publicidad de es una estrategia muy efectiva para aumentar la cantidad de fans en tu página, ya que te permite segmentar los usuarios a los que se les mostrará por edad, ubicación, estudios, temas de interés, etc. Algunos estudios muestran que es la manera más importante de crecer las comunidades en las páginas de IG/FB. A pesar que es un método rápido y sencillo de conseguir fans para tu página se debe tener en cuenta que se requiere invertir dinero para lograrlo.



**Has concursos y activaciones en tu página de IG y/o FB:** Crea concursos que sean especialmente diseñados para tu audiencia. Para tener éxito en los concursos ten en cuenta: el premio debe ser de interés para la audiencia, las reglas y condiciones de uso deben quedar muy claras desde el principio y se deben cumplir las normas de Instagram y Facebook para la elaboración de concursos.

## Capítulo 7: Encuesta y sus resultados

Para este apartado se encuestan a 30 personas como población muestra de dicho estudio, esto mediante Google forms. El objetivo principal es conocer de manera práctica los sitios web y redes sociales que los costarricenses tienden a utilizar para comprar sus bienes y servicios de interés de forma digital. La pregunta que se realiza es abierta.

- ¿En cuáles sitios tiendes a comprar artículos y servicios de interés personal?

Con base a los resultados obtenidos y mostrados en la figura 1 (adjunta en anexos) se evidencia que los usuarios de redes sociales y sitios web tienden a utilizar en mayor medida Facebook para comprar bienes y servicios, ya que representa un 37% de la población encuestada. Por lo tanto, se refleja que Facebook es el principal lugar digital donde los costarricenses se ven atraídos por los productos que se publican por las diferentes tiendas virtuales (páginas). Al mismo tiempo, se observa que a pesar de que Instagram es una red social mucho más nueva y reciente en comparación con Facebook, esta mantiene un alto porcentaje de tendencia en cuanto compras digitales. La diferencia entre ambos sitios es de un 4%, esto debido a que Instagram posee un 33%.

Por otro lado, cerca de la red social de Instagram se posiciona el buscador de Google con un 27%, o sea que los compradores digitales buscan sus productos de interés directamente desde el buscador de Google, accediendo a las distintas plataformas web de los empresarios de bienes y servicios. Y por último, con un 3% se encuentra la plataforma web de Yuplón (de grupo Nación), la cual ha sido muy concurrida en los últimos años para la compra de servicios mayoritariamente.

En síntesis, es claro que las redes sociales están jugando un papel clave cuando se trata de promocionar los bienes y servicios. Hoy en día toda la población está conectada y comunicada gracias a las redes sociales. Quizás no todos las utilizan con el objetivo principal de comprar, pero al final tantos productos juntos en un solo lugar hacen que los usuarios de Facebook e Instagram se vean tentados de adquirir algún beneficio.

## Conclusiones

Como fue evidente, las dos redes sociales analizadas mostraron cuantiosas características que las hacen excelentes herramientas digitales para dar a conocer de mejor forma tus negocios. Se observó que tanto Instagram como Facebook son opciones útiles para conseguir un mayor número de clientes. En suma, se evidenció que Facebook es la red social más usada en Costa Rica, la cual podría ser utilizada por los empresarios de manera estratégica para llegar a más personas y aumentar las ventas. Aun así, a pesar de que Instagram ocupa la segunda posición, de igual forma sigue siendo una alternativa funcional y efectiva para captar potenciales clientes.

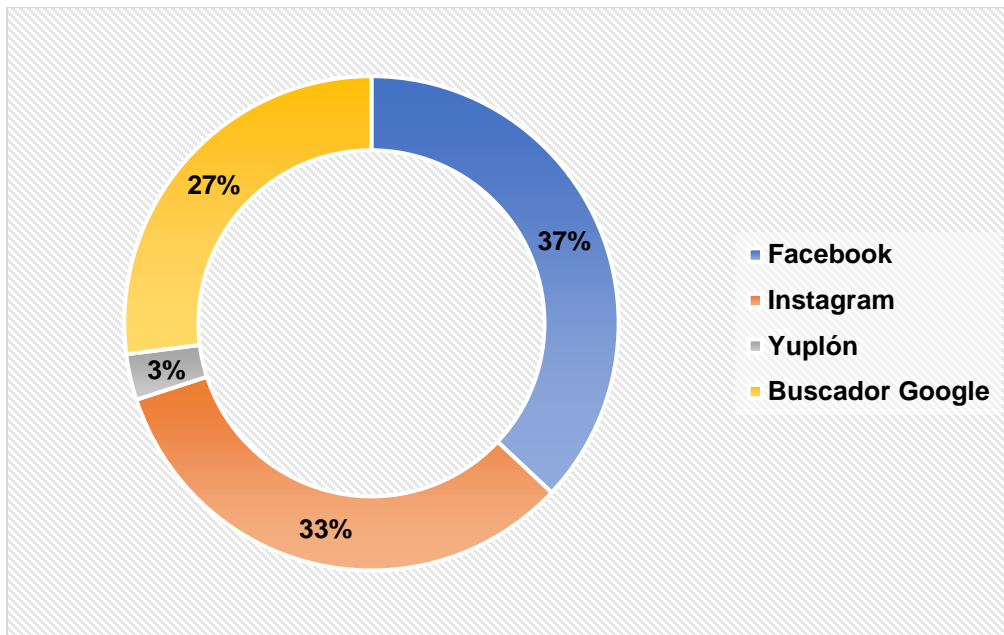
Con base a las estadísticas proporcionadas, es claro que los empresarios costarricenses deben autoexaminarse y verificar que estén actualizados con las herramientas más actuales y modernas del mercado digital, como lo es una página de Instagram y/o Facebook. Esto debido a que se muestra un número importante de consumidores que comprar bienes y servicios mediante estas dos redes sociales principalmente. Para terminar, en el mundo de los negocios se aplica también la afirmación teórica de Darwin sobre que “sólo la especie más fuerte sobrevive”, porque si las empresas de hoy en día no se adaptan a los nuevos cambios modernos las probabilidades de desaparecer del mercado son altas. En fin, en pleno 2021 una empresa de productos que no cuente con una página de Instagram o Facebook se está conduciendo por un camino de ventas obsoleto, anticuado y olvidado.

## Glosario

**SEO:** El posicionamiento en buscadores, optimización en motores de búsqueda o SEO (del inglés Search Engine Optimization), es un conjunto de acciones orientadas a mejorar el posicionamiento de un sitio web en la lista de resultados de Google, Bing u otros buscadores de internet (Redondo, 2020, s. p).

**Engagement:** “El uso de la palabra engagement significa literalmente «enganche»...” (Saracho, 2011, p. 163).

## Anexos



**Figura 1.** ¿En cuáles sitios tiendes a comprar artículos y servicios de interés personal?

## Referencias

- Gómez, L. (2020). *Secretos Explosivos de Marketing en Redes Sociales*. Reino Unido: Park Publishing House.
- Mejía, J. (2019). ¿Cómo hacer crecer una página de facebook: pasos para aumentar los seguidores de tu empresa? Marketing Digital, Social Media y Transformación Digital -Juan Carlos Mejía Llano. Recuperado de: <https://www.juancmejia.com/redes-sociales/7-pasos-para-aumentar-los-me-gusta-o-fans-en-la-pagina-de-facebook-de-tu-empresa/>
- Perrusquía, R. (2017). Importancia de las redes sociales. Funnel Marketing Experts. Recuperado de: <https://funnel.mx/blog/importancia-redes-sociales-empresa/#:~:text=Las%20Redes%20Sociales%20Empresariales%20pueden,dar%20visibilidad%20a%20tu%20negocio>
- Redondo, S. (2020). *SEO para dummies*. Madrid: Grupo Planeta.
- Rissoan, R. p. 28. *Redes sociales: comprender y dominar las nuevas herramientas de comunicación*. Barcelona: Editions ENI 2019.
- Saracho, J. (2011). *Talento organizacional: Un modelo para la definición organizacional del talento*. Chile: RIL editores.
- Solares, C. (2021). iLifebelt. ¿Cuales son las redes socailes más utilizadas en Costa Rica en el año 2021? Recuperado de: <https://ilifebelt.com/redes-sociales-mas-utilizadas-en-costa-rica-en-2021/2020/12/>