

**UNIVERSIDAD CATOLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING
EXAMEN COMPLEXIVO: COMPONENTE PRACTIVO**

**Tema: IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS UTILIZADAS EN REDES
SOCIALES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE FLORES Y DETALLES
PERSONALIZADOS EN ECUADOR**

AUTOR

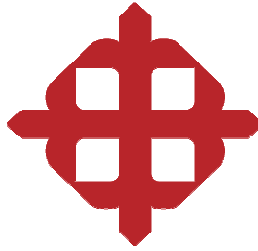
WAGNER ISRAEL MORAN LAZO

TUTOR

Ing. Cristhian Ronny Mendoza Villavicencio MBA.

Año: 2015

UTE B-2014



**UNIVERSIDAD CATOLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

CERTIFICACIÓN

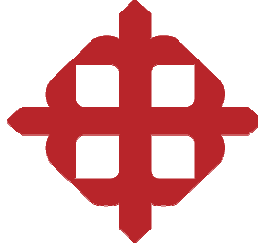
Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Wagner Israel Moran Lazo, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing.

TUTOR

Ing. Christian Ronny Mendoza Villavicencio MBA.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Lic. Patricia Torres Fuentes, Mgs.



**UNIVERSIDAD CATOLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

Yo, Wagner Israel Moran Lazo

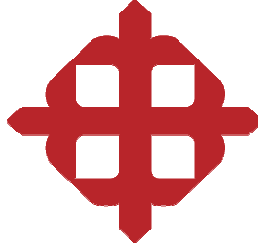
DECLARO QUE:

El trabajo de titulación “Impacto de las estrategias utilizadas en redes sociales para la comercialización de flores y detalles personalizados en Ecuador” previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Marketing**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del componente práctico del examen complejo referido.

AUTOR

WAGNER ISRAEL MORAN LAZO



**UNIVERSIDAD CATOLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

AUTORIZACIÓN

Yo, Wagner Israel Moran Lazo

Autorizo a la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del componente práctico del examen complejo: Impacto de las estrategias utilizadas en redes sociales para la comercialización de flores y detalles personalizados en Ecuador”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

AUTOR

WAGNER ISRAEL MORAN LAZO

AGRADECIMIENTO

Doy gracias al Soberano, dador de la vida, la salud y la sabiduría, al que ordena mis ideas y aclara mis pensamientos, al que me ayuda a tomar buenas decisiones, al forjador de mi camino, al Todopoderoso que lo ha hecho posible.

Agradezco a Dios por haberme dado los padres que tengo, que han sido mi apoyo y sustento a lo largo de todo este camino; a mis hermanas que adornan mis mejores momentos y llenan de alegría el mejor lugar, mi hogar.

DEDICATORIA

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida, por los triunfos y momentos difíciles, que a través de ellos he aprendido a esforzarme y valorar cada día más.

A mis Padres, por acompañarme durante todo mi trayecto estudiantil y por todos esos sabios consejos que buscaban mi bienestar tanto en lo personal como en lo profesional. Por hacer que yo crea en mí, por comprenderme y apoyarme; por ser mis amigos incondicionales.

A aquellas personas que han estado a lo largo de mi carrera de Ingeniería en Marketing como a las personas que hicieron del Marketing algo fundamental, esencial y necesario en mí vida.

INDICE GENERAL

RESUMEN.....	1
Palabras Claves	1
INTRODUCCIÓN	2
DESARROLLO.....	3
VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS REDES.....	9
USO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING EN EL MERCADO.....	11
EXPECTATIVAS DE LAS REDES SOCIALES EN UN FUTURO.....	22
CONCLUSIONES.....	23
BIBLIOGRAFÍA.....	25

RESUMEN

Las redes sociales no sólo han aportado a agilizar la comercialización de productos o servicios sino que también lo han hecho abriendo paso a la aparición de diferentes estrategias de marketing de posible utilización en diferentes mercados, generando un impacto en la mayoría de los casos con resultados positivos debido a la interacción que se genera entre la empresa y el consumidor mejorando las relaciones, expandiendo el mercado meta y comunicando con mayor claridad el mensaje de la empresa.

El objetivo de este ensayo es analizar cómo las estrategias de Marketing basadas en las redes sociales impactan al público, conociendo sus ventajas y desventajas de poder pautar en las diferentes redes sociales y medir el alcance que tiene cada una de ellas para el público objetivo.

Se ha llevado a cabo una investigación desde el inicio de las redes sociales como medio social hasta la aplicación de estrategias de Marketing para beneficio empresarial hasta el punto de tener el conocimiento necesario para iniciar con la elaboración de este ensayo y poder cumplir con los objetivos del mismo.

Palabras Claves:

Redes Sociales, Comercialización, Estrategias, Marketing, Interacción, Mensaje, Flores, Detalles Personalizados.

IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS UTILIZADAS EN REDES SOCIALES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE FLORES Y DETALLES PERSONALIZADOS EN ECUADOR

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales tuvieron sus inicios en el año 1997 con una plataforma de perfiles personales donde por medio de una lista de usuarios se podía interactuar entre sí. Esta red se llamó SixDegrees.com.

Desde entonces las redes sociales se han desarrollado mediante la interacción de las personas con gustos y preferencias similares o a su vez con el intercambio de información, sea ésta de carácter personal o a su vez que simplemente sea interesante para el receptor.

La evolución de las redes sociales ha generado en los grupos de interés muchas ideas como usar éstas como medio de comunicación, dejando de lado el uso de medios de comunicación importantes como lo son la televisión, la radio, prensa escrita, entre muchos más que han sido desplazados en el orden de importancia de varios participantes, no siendo todos ya que existe una gran parte del mercado que desconoce el uso de redes sociales o no sienten interés por conocer de éstas.

“En 2014, según datos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones de las Naciones Unidas (ITU), el número de usuarios de internet a nivel mundial alcanzó los 3 mil millones. Esta cifra representa alrededor del 40% de la población mundial. Además, del total de usuarios de internet, el 32% accede a la red de redes a través de su teléfono inteligente, una forma que incrementa la penetración tecnológica en la cotidianidad.”
(<http://www.cordicom.gob.ec/retos-y-tendencias-de-la-comunicacion-y-el-periodismo-en-2015/>)

En redes sociales como Twitter, facebook, youtube, flicker, entre otras, se generan muchísimas opiniones a diario. Por esta razón, los periodistas e instituciones junto con la sociedad en general necesitan implementar estrategias que permitan retroalimentar y enfatizar el mensaje. Esto lleva al periodista a evolucionar en su modelo de comunicación a un modelo basado en redes sociales.

“Según el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL) y sus últimos datos levantados en 2013, 66 de cada 100 ecuatorianos se conectaron a internet. La última encuesta de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC'S) realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) demuestra que el internet es usado en el país para la educación y el aprendizaje en un 40%, para obtener información en un 27,2% y para comunicarse el 22,4%. El porcentaje de personas con teléfonos inteligentes rápidamente se incrementa.” (<http://www.cordicom.gob.ec/retos-y-tendencias-de-la-comunicacion-y-el-periodismo-en-2015/>)

Jose Enrique Finol, Prometeo de CORDICOM indica que los avances que el Ecuador ha realizado los últimos años, se deben gracias a programas que incentivan y privilegian el desarrollo y conocimiento de nuevas tecnologías. En este caso refiriéndose a implementación de redes sociales para fomentar la comunicación.

Existen varios segmentos de mercado con personas de diferentes gustos, preferencias y a su vez un nivel de aceptación distinto a los demás. Esta es la razón por la cual las estrategias de Marketing son aplicadas en los diferentes mercados, buscando tener un impacto mayor, enfocándose a su mercado meta, evitando cometer errores por medio de una mala comunicación, ya que esto tiene en cambio un impacto negativo en la imagen de la empresa o en el ámbito financiero.

El buen uso de una estrategia de Marketing no sólo genera mayor rentabilidad sino que también mejora la imagen de la empresa frente al

público objetivo y mejora percepciones de los clientes. Por esta razón, se tiene que analizar tanto el entorno externo como el interno.

La evolución y el desarrollo de las redes sociales llegaron al punto en el que los usuarios, en este caso las personas encargadas del manejo de redes sociales para las empresas interactúan con el cliente llevando el control y el seguimiento de ellos. Esta interacción fomenta a que se mejore la cultura empresarial como la tecnológica, dando a conocer de una manera más fácil las necesidades del cliente o a su vez tener mayor conocimiento sobre sus gustos y referencias.

La adaptación de las redes sociales en internet dan como resultado lo llamado Marketing 2.0, que es una fuente de transmisión de mensajes para poder posicionar la marca, diferenciarla, innovarla y a su vez permite el lanzamiento de nuevos productos y servicios. Esta misma permite que las empresas tengan mayor rentabilidad aumentando la atención a ciertos clientes que no se muestran presencialmente sino por medio interactivos.

El marketing 2.0 no sólo es una estrategia muy favorable en los ámbitos mencionados, sino que sus costos son relativamente más bajos que los costos por pautar en diferentes medios de comunicación. Por esta razón, muchas empresas actualmente están optando por implementarla.

Según las enseñanzas de **Kotler y Armstrong (2008)** se llega a la conclusión que cuando se tiene un nivel de comunicación directo con el cliente, éste cliente responde de manera más positiva a un mensaje generado de manera masiva. Esto da paso a que la fidelidad del cliente hacia la empresa se vuelva más fuerte.

Se considera que la década del 2000 al 2010 es la década de las redes sociales ya que dentro de estos años se está viviendo la evolución de acuerdo a las necesidades de las personas. Estas necesidades llevan a las personas a no sólo a visualizar las redes sociales como un medio de interacción, sino como un método de alcance a cierto público objetivo.

De acuerdo al artículo escrito por el consultor digital Juan Pablo del Alcazar Ponce (2015), en su última actualización, donde por medio de información de la página Alexa.com de propiedad de Amazon y Quancast, da a conocer que existen 8.5 millones de usuarios de internet en el Ecuador, de los cuales los que tienen redes sociales, la mayoría utiliza la red social Facebook ya que existen 8.1 millones de personas registradas, de las cuales el 69% visita esta red social por medio de un dispositivo móvil, sea éste un teléfono celular, tablets, entre otros. Pero el enfoque no sólo se basa en esta red social sino en todas las redes sociales que constan en el ranking, como lo es Twitter que cuenta con un aproximado de 2 millones de usuarios, de los cuales el 53% da uso a la red por medio de dispositivos móviles.

Debido a la importancia de las redes sociales y por el enfoque de las personas ellas para poder interactuar, se necesita tener conocimiento del ranking de las redes sociales en el Ecuador por tal razón la siguiente imagen lo da a conocer.



RANKING REDES SOCIALES WEB ECUADOR ENERO 2015



1	Facebook.com
2	Youtube.com
3	Twitter.com
4	Ask.fm
5	Instagram.com
6	Slideshare.net
7	Linkedin.com
8	Scribd.com
9	Pinterest.com
10	Badoo.com
11	Tumblr.com
12	Twoo.com
13	Hi5.com
14	Tagged.com
15	Flickr.com



Formación
Gerencial

FUENTE: FORMACIÓN GERENCIAL INTERNACIONAL Y RANKING ALEXA 4 DE ENERO DE 2015. DATOS REFLEJAN VISITAS WEB, NO INCLUYEN INFORMACIÓN DE APLICACIONES MÓVILES. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.

La competencia que se tiene actualmente en el mundo de las redes sociales se basa en la mayor cantidad de suscriptores que se llegue a tener. Facebook y Twitter han sido las redes sociales con mayor aceptación para poder relacionarse entre personas o con empresas, pero actualmente Instagram siendo una red social que se maneja más por compartir imágenes y videos cortos ha llegado a tener un gran nivel de aceptación en el país, como lo está siendo Snapchat que es una red social que está en etapa de crecimiento.

- Crecimiento de la red social más grande en el Ecuador (Facebook):
 - **2015** / 8 millones de usuarios Facebook Ecuador.
 - **2014** / 7 millones de usuarios Facebook Ecuador.
 - **2013** / 6 millones de usuarios Facebook Ecuador.
 - **2012** / 4 millones de usuarios Facebook Ecuador.
 - **2011** / 2 millones de usuarios Facebook Ecuador.
 - **2010** / 1 millón de usuarios en Facebook Ecuador.
 - **2009** / 400 mil usuarios Facebook Ecuador.

Fuente: “CHRISTIAN ESPINOSA. Periodista. Profesor de Nuevos Medios. Dedicado a la capacitación de Community Managers y Gestión de Redes Sociales. Manejo de Crisis On Line y Vocería 2.0.”

RED SOCIAL EN EL ECUADOR	USUARIOS REGISTRADOS
FACEBOOK	8'500.000
TWITTER	2'000000

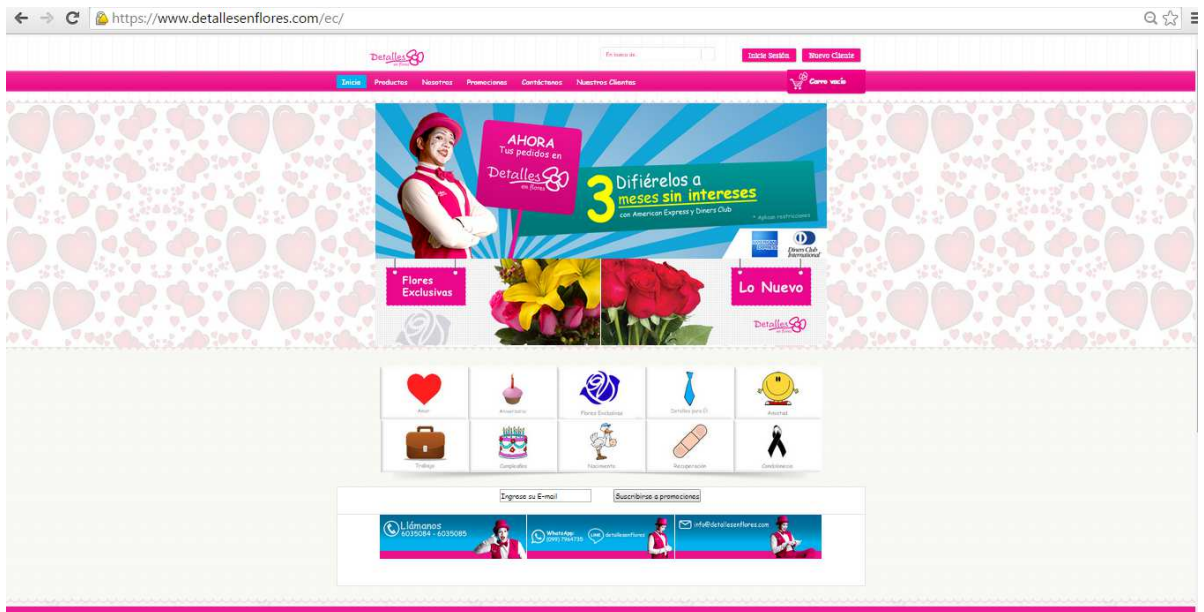
Fuente: www.alexa.com, 2015

En el mercado actualmente existen competidores grandes de flores y detalles personalizados como hay también competidores pequeños. Un competidor con gran desarrollo en el país es Tarjeal.com que es la empresa representante exclusiva de Hallmark en el Ecuador que maneja también autoservicios, papelerías y marcas como Happy Land, Sanrio, Nici, Precious Moments, entre otros. Este sitio web tiene el detalle de cada uno de sus productos codificados entre sí para poder atender pedidos vía internet. Esta empresa tiene presencia en redes sociales como lo es Facebook, Twitter e Instagram. Una empresa más pequeña pero con un gran potencial es la microempresa Detalles en Flores que por medio del internet, logró su crecimiento teniendo actualmente más de mil clientes constantes vía web, no dejando de lado su local en el centro comercial Mall del Sol. Esta empresa realiza entregas a domicilio de pedidos, sean éstos arreglos florales o peluches acompañados de su respectivo detalle teniendo la opción de ser llevado el encargo por un mimo contratado. Los pagos de ambas empresas pueden realizarse por depósito bancario, débito a tarjeta de débito o crédito y pagos en efectivos.

Las empresas que comercializan por internet estos productos, se privan de indicar el precio en las redes sociales, sino que indican el precio al momento de la llamada o por medio del contacto directo con el cliente. Esto lo hacen por cuestión de generar interés o a su vez para proteger el mecanismo de su empresa.

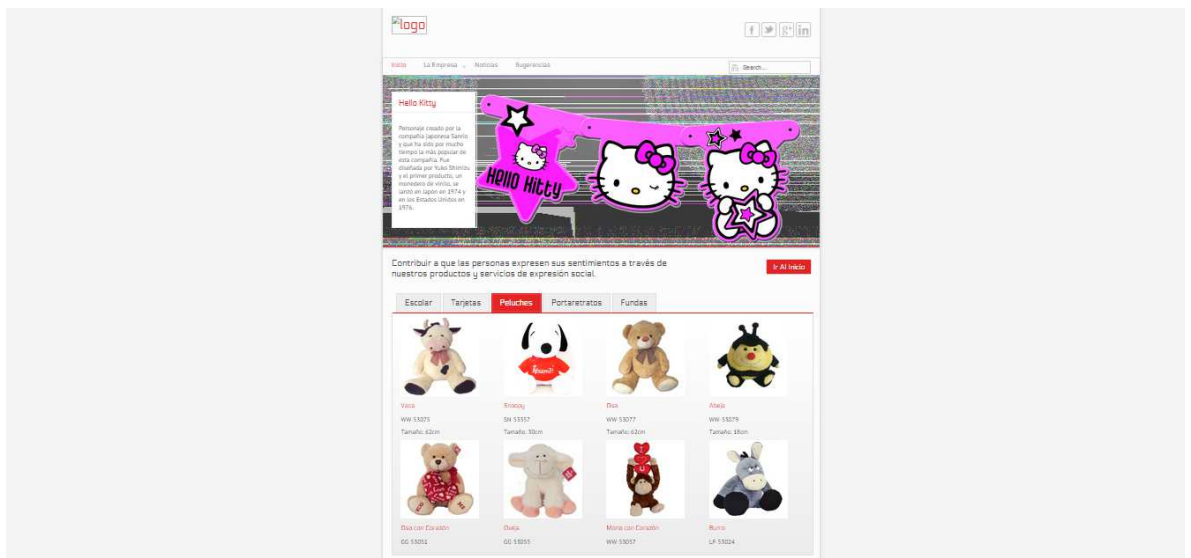
A continuación el inicio de la pagina web de cada una de dichas empresas que han tenido un gran impacto en el mercado de flores y detalles personalizados.

Gráfico 1. Sitio web de la empresa Detalles en Flores



Fuente: <https://www.detallesenflores.com/ec/>

Gráfico 1. Sitio web de la empresa TARJEAL



Fuente: <http://www.tarjeal.com/>

El mercado de flores y detalles personalizados ha crecido debido al uso de redes sociales, debido a la interacción del cliente con la empresa por medio de catálogos mostrados tanto en páginas web como en las redes sociales. Existen promociones que se dan a conocer en las redes o a su vez en la página web como lo hace Detalles en Flores con su jueves loco donde el servicio de mimo baja de precio significativamente. Estas promociones son parte de las estrategias de marketing que se aplican en este mercado que ha tenido impacto positivo.

Realizando el análisis a fondo del uso de estas redes sociales en el Ecuador como un medio para comunicar el mensaje de la empresa o a su vez como un medio para llegar a los clientes con el fin de incrementar las ventas, se tomará el estudio de las estrategias que se usan actualmente por las empresas que han logrado tener éxito en el mercado para así dar paso a la implementación en una empresa que carece de redes sociales.

Para dar paso a esto se tienen que tomar en cuenta varias interrogantes como lo son:

- ¿Cuál es la situación actual de empresas que usan redes sociales en el mercado de arreglos florales y detalles personalizados?
- ¿Cómo las empresas de arreglos florales y detalles personalizados se dan a conocer mediante redes sociales?
- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas del uso de las redes sociales en el mercado de arreglos florales y detalles personalizado.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES

Las redes sociales actualmente brindan muchas ventajas para una empresa enfocándose en la mercadotecnia. Esto las convierte en herramientas útiles para la comunicación de la empresa frente a los clientes, pero a su vez tienen desventajas que por medio del mal uso de la herramienta pueden convertirse en el factor clave para que una empresa llegue al punto que guie al declive de la misma.

Los usuarios que se encargan de que la empresa sea comunicada vía internet por medio de redes sociales son conocidos como community managers. Estos usuarios son los que auditan la marca en los medios sociales. Son los responsables de gestionar, comunicar y dar valor a una marca en el internet.

Los community manager tienen que tener un perfil amplio en el campo de marketing, siendo creativos, asertivos, empáticos, pacientes, dedicados, organizados, resolutivos, autodidácticos, expertos en social media, líderes y a su vez tienen que tener habilidades técnicas como buena ortografía y redacción, teniendo un sentido de actualización en el medio.

La razón por la cual estas personas tienen que mostrar capacidades especiales es porque el nombre de la empresa está en manos de ellos, ya que ellos son los responsables de la publicidad de la empresa frente a los clientes o consumidores online.

Debido a la responsabilidad que se otorga a estos usuarios existen ventajas y desventajas que serán detalladas a continuación:

- **Ventajas:**

- o Mayor alcance: las redes sociales no limitan demográficamente a la empresa ya que en cualquier parte de la ciudad o país puede ser abierto un enlace o página web por medio del internet.

- Aumento de reputación de la empresa: la buena difusión de un mensaje bien elaborado permite a los clientes opinar y percibir a la empresa de una manera positiva.
- Mejora la relación con el cliente: debido a la interacción que se tiene entre empresas y clientes, se crea una relación más fuerte llevando a un nivel de fidelidad por parte del consumidor final.
- Aumento de tráfico web: Las redes sociales son un medio para llegar a la página web principal de la empresa, que sería un método más fiel de comunicar el mensaje ya que pasaría de ser una interacción de redes sociales a visitas a la página web.
- Mayor cantidad de usuarios: actualmente por medio de las redes sociales se puede llegar a usuarios que presencialmente no se podría por diferentes factores.
- Menor costo: las redes sociales tienen un costo muy bajo si se habla de pautar en el medio. La comunicación por medio de publicidad ATL y BTL están reconocidas por su alto costo.
- Establecimiento de base de datos: se crean perfiles de los clientes que permiten a la empresa conocer y tener una relación más limpia con el cliente conociendo sus gustos y preferencias.
- Adición de material multimedia: los videos e imágenes que sean pautados y compartidos en redes sociales o páginas web no tendrán costo si provienen de elaboración propia.
- Comunicación directa con el cliente: El cliente tiene acceso a comunicar cualquier duda en la página web o redes sociales que será respondida por parte de los usuarios en un tiempo estimado.

- **Desventajas:**

- Quejas de clientes: publicaciones negativas en las redes sociales que pueden ser captadas por otros usuarios de la misma.
- Dispersión geográfica: clientes captados que generan comunicación que no constan en el rango objetivo de la empresa.
- Riesgo de duplicación: cuentas falsas de la empresa.
- Riesgo de robo de información: la información de la empresa o estrategias usadas pueden ser usadas por la competencia.
- Riesgo de publicaciones negativas por parte de la competencia: la competencia al tener clientes estables, dan a conocer a ellos una publicidad negativa de otras empresas.

SITUACION DE LAS EMPRESAS DE FLORES Y DETALLES PERSONALIZADOS

Las empresas actualmente se encuentran en una situación de desarrollo ya que siendo pocas empresas las que están reconocidas en el medio, tienen el potencial de poder usar estrategias que generen una buena comunicación en el medio aumentando el nivel de aceptación de los clientes y así las ventas o el uso del producto o servicio que se ofrezca.

Se encuentran en la etapa donde potencializan la obtención del capital, mejoran sus redes sociales, innovan su estrategia, desarrollan mercados, mejoran las capacidades de los colaboradores y optimizan recursos.

La competencia que se tiene en el mercado es una competencia basada en precios y promociones ya que estas empresas actualmente brindan por medio de redes sociales promociones que son atractivas y facilidades de pago para que el cliente pueda elegir el financiamiento y la modalidad de pago que esté más acorde a su gusto. Influye también la creatividad que tengan en la presentación del producto, ya que normalmente las personas que son testigos de la entrega del detalle son los clientes potenciales de la empresa.

La competencia indirecta de estas empresas serían las florerías y los locales comerciales donde venden peluches y arreglos, que basan su economía en la compra y venta de flores de una manera presencial.

USO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING EN LA COMERCIALIZACIÓN DE FLORES Y DETALLES PERSONALIZADOS

Basando los estudios en los principales competidores de este mercado se dará a conocer las estrategias que se han usado para la captación de clientes, crecimiento de cartera de productos, mejora de comunicación entre otros.

La estrategia como factor común de las empresas han sido principalmente las redes sociales como lo es facebook, twitter e instagram.



- Detalles en flores:
 - Seguidores de Detalles en flores en facebook: 6434 usuarios.
 - Seguidores de Detalles en flores en Instagram: 3922 usuarios.

- Seguidores de Detalles en flores en Twitter: 2491 usuarios.
- Flores.com.ec:
 - Seguidores de Flores.com.ec en facebook: 5067 usuarios.
- Flores y mimos:
 - Seguidores de Flores y mimos en facebook: 1145 usuarios.
 - Seguidores de Flores y mimos en twitter: 125 usuarios.

Las redes sociales han sido un gran impacto en el mundo al momento de las relaciones sociales y empresariales, reconfigurando sistemas, campos sociales, producción de conocimiento e interrelaciones personales.

Las empresas actualmente generan su base de clientes a los cuales por medio de correos electrónicos directos se les brinda la información para fomentar el consumo del producto – servicio. Pero el mayor potencial de obtención de clientes está en las redes que son facebook, twitter e instagram que han podido dar a conocer a Detalles en Flores, Flores.com.ec, Flores y Mimos y Tarjeal en el mercado tanto como empresa como su cartera de productos.

Estrategias usadas por medio de facebook

La empresa Detalles en Flores ha logrado un crecimiento muy rápido debido a la captación de clientes que obtuvo por medio de la red social Facebook, donde tenía contacto directo con los clientes y a su vez brindaba una amplia variedad de productos que se podían visualizar en los álbumes de fotos, los cuales podían ser obtenidos llamando a los números de contacto e indicando el código del arreglo o detalle que se deseaba.

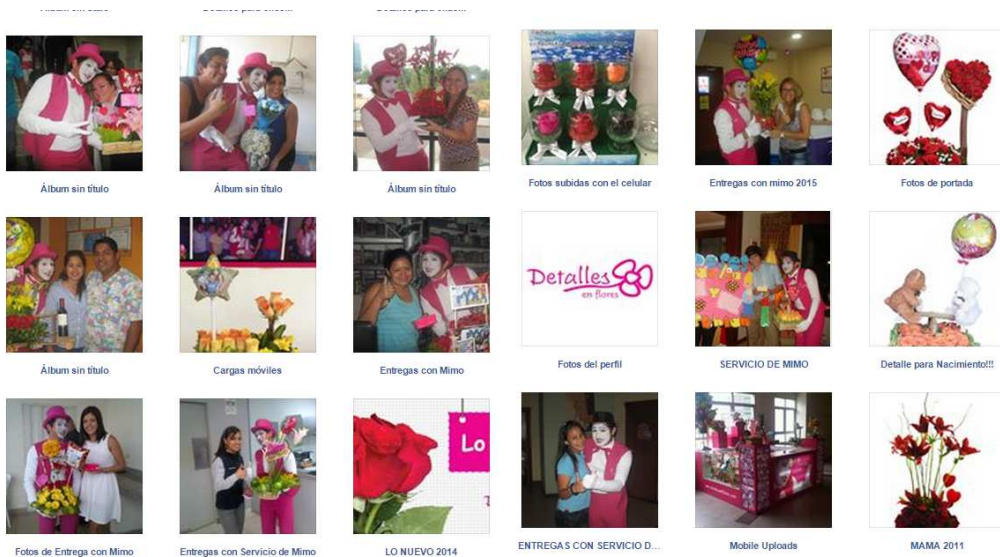
Se fue implementando mejoras como enlaces que llevan directo a la página de la empresa, para crear un perfil como cliente y tener medios de pagos establecidos según preferencia del consumidor.

Página principal de la empresa Detalles en flores en facebook:



<https://www.facebook.com/detallesen.flores/>

Álbumes de fotos de la empresa Detalles en flores en red social Facebook:



https://www.facebook.com/detallesen.flores/photos_stream?ref=page_internal

La empresa Detalles en flores, Flores.com.ec, Flores y mimos y Tarjeal tienen comunicación directa con el cliente por medio de mensajes directos o atención por correos electrónico que permite a los consumidores interactuar con los usuarios de la empresa quienes pueden brindar asesoramiento para la compra.

Estrategias usadas por medio de Twitter

Las publicaciones de fotos de los arreglos florales con códigos y números de contactos son un factor importante en el crecimiento de esta empresa como lo es el uso del HASHTAG que es un encadenamiento de palabras seguidos del signo # que sirven como enlaces de búsqueda.

Ejemplos de hashtags:

#tufloreriadetodoslosdias

#detallesenflores

#tarjeal

#cuidadoconlasimitaciones

#juevesloco

Tweet publicado en la cuenta de Detalles en flores:



<https://twitter.com/detallesnflores>

Tweet publicado en la cuenta de Flores y Mimos:



<https://twitter.com/floresymimos>

Estrategias usadas por medio de Instagram:

Las publicaciones de los productos que brinda la empresa codificados permiten que los consumidores o en este caso los usuarios de las redes sociales tengan una opción más accesible del catálogo de la empresa, usando en las publicaciones hashtags que generan mayor alcance y números de seguidores.



Por medio de los usuarios que siguen las diferentes cuentas de las empresas en mención, se puede dar cuenta que la red social con más

visitantes o usuarios registrados, es la red social Facebook que lidera en visitas como en internautas registrados.

Estrategias basadas en promociones.

El “Jueves loco” de Detalles en Flores consta de un servicio de mimo extra a un precio bajo donde el mimo realiza la entrega del arreglo floral al destinatario.

El precio normal del servicio de mimo es de 25 dólares, el cual tiene un precio de 4.50 dólares solo los días jueves.



La empresa Flores y mimos tiene una estrategia un poco diferente a la de Detalles en flores, ya que se basa en premiar al cliente por la adquisición de un producto.

Por la compra de un arreglo floral mayor a un valor específico, se recibe un porcentaje de descuento o a su vez se recibe un regalo físico como lo es una caja de fresas chocolatadas.

Flores y Mimos a su vez tienen otras promociones eventuales como lo es el servicio a domicilio gratis por celebración de un mes o fecha en especial.

Promoción1: 	Promoción2: 
Servicio de entrega con mimo	Fresas chocolatadas
Por la compra de un arreglo floral mayor a \$30 dólares cancelada en efectivo recibe el 40% de dscto. en el servicio de mimo.	Por la compra de un arreglo floral mayor a \$25 cancelada en efectivo recibe una caja de 5 fresas chocolatadas totalmente gratis.
Precio normal: \$25	Precio normal: \$7.99
Precio de promoción: \$15	

Promoción3: 	Promoción4: 
Servicio a Domicilio	Globos metalizados
Servicio de entrega a domicilio	Globos metalizados
Por este mes recibe el servicio de entrega a domicilio totalmente gratis por la compra de cualquiera de nuestros productos cancelados en efectivo.	Por la compra de un arreglo floral de la categoría amor recibe un globo metalizado de 9 pulgadas totalmente gratis

EXPECTATIVAS DE LAS REDES SOCIALES EN UN FUTURO

Las redes sociales tienen a sufrir cambios drásticos en su evolución. Por esta razón los usuarios encargados del uso de las redes sociales y los expertos de marketing buscan la innovación en todo momento a lo largo de la vida de esta empresa.

Según el ciclo de vida de las estrategias de marketing usadas en las redes sociales se espera que se llegue a una etapa de madurez que lleve al declive de éste. Por este motivo las empresas tienen la necesidad de innovar o generar interacciones que diferencien a sus empresas entre sí.

Un ejemplo de innovación lo tenemos en la red social Facebook que comparando su estrategia con la de la red social hi5 que contaba con más usuarios registrados, pudo evolucionar captando una gran cantidad de usuarios que hi5 perdió por dejar que la etapa de declive llegue a su empresa.

Las redes sociales en el mercado de flores y detalles personalizados tienen un gran potencial que con estrategias bien usadas, ya que se puede convertir a una microempresa en una fuente de ingresos muy grande. Esta es la razón por la cual en el futuro las redes sociales tienen que ser constantemente desarrolladas ya que con el crecimiento de éstas, no sólo existirá una competencia entre empresas sino también competencia entre medios que pautan la publicidad de ellas.

CONCLUSIONES

Se puede llegar a la conclusión que las redes sociales forman actualmente parte de la vida del ser humano y por tal razón llega la idea del uso de estas redes en las empresas para así comunicar su mensaje a los usuarios registrados en ellas, interactuando con ellos, posicionándose, logrando rentabilidad, recordación en el mercado, permanencia y mejorando las relaciones.

El uso de redes sociales tiene ventajas y desventajas que de acuerdo al buen o mal uso de las estrategias, generan un impacto a la empresa. Por esta razón si la empresa lleva una buena comunicación por medio de redes, la rentabilidad de la empresa mejorara junto con su captación de mercado, etc. En otro caso, si la empresa hace un mal uso de las estrategias, le dará una mala imagen y por ende la percepción del cliente será negativa frente al producto o servicio que brinda.

Las redes sociales necesitan personas que se encarguen de sus publicaciones y mantengan a los seguidores interesados e interactuando para lograr en ellos una fidelidad notable. Estas personas tienen que ser personas capacitadas en todo aspecto ya que en sus manos está el nombre de la empresa en la web.

El uso de redes sociales en el mercado de flores y detalles personalizados en el Ecuador tiene un gran potencial y tiende a poder desarrollarse más, debido al impacto que se ha generado tanto en los clientes como en la empresa. A los clientes dando la facilidad de adquisición y a las empresas reduciendo costos de publicidad y por peticiones de clientes fuera del rango del local comercial. Las empresas que usen como estrategia el uso de redes sociales, tienen que apuntar a un alcance máximo y esto se daría pautando en la mayor cantidad de redes sociales o pautar en las redes sociales con mayor cantidad de usuarios registrados, tomando en cuenta los tipos de redes sociales y las personas que las usan por sus gustos y preferencias.

El impacto de las redes sociales en el Ecuador ha sido positivo y no existe saturación de empresas en el mercado de flores y detalles personalizados, por tal razón existe un gran potencial en el uso de ellas en este mercado.

BIBLIOGRAFÍA

<http://www.revistalideres.ec/lideres/emprendedores-empresas-snapchat-redesociales-mensajes.html>

<http://www.revistalideres.ec/lideres/gurus-publicidad-comparten-guayaquil-estrategias.html>

<https://www.detallesenflores.com/ec/2013-04-23-21-22-22/quienes-somos.html>

(s.f.). Obtenido de <http://www.merca20.com/5-estadisticas-el-futuro-de-las-redes-sociales/>

Amazon.com: The Wild World E-commerce. (1998). *Business Week* .

BRUNETTA, H. (2013). *MARKETING DIGITAL*. BUENOS AIRES: FOX ANDINA.

CASTELLÓ MARTÍNEZ, A. (2010). *ESTRATEGIAS EMPRESARIALES EN LA WEB 2.0*. EDITORIAL CLUB UNIVERSITARIO.

CORBELLA, L., & JIMENEZ, S. (2012). *PUROMARKETING.COM*. Obtenido de REDESPYMES.COM: <http://www.puromarketing.com/16/9519/ventajas-desventajas-usar-redes-sociales-como-parte-estrategia-comercial.html>

DEL ALCAZAR PONCE, J. P. (16 de 05 de 2014). *FORMACIÓN GERENCIAL*. Obtenido de <http://blog.formaciongerencial.com/2014/05/16/ranking-redes-sociales-ecuador-mayo-2014/>

DOCTOR TECNO. (06 de 10 de 2014). Obtenido de www.doctortecno.com

DOCTOR TENCO. (27 de 01 de 2015). Obtenido de <http://www.doctortecno.com>

[\(http://www.cordicom.gob.ec/retos-y-tendencias-de-la-comunicacion-y-el-periodismo-en-2015/\)](http://www.cordicom.gob.ec/retos-y-tendencias-de-la-comunicacion-y-el-periodismo-en-2015/)

FONSECA, A. (2014). *MARKETING DIGITAL EN REDES SOCIALES*.

KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2008). *FUNDAMENTOS DE MARKETING* (8 ed., Vol. VIII). MEXICO: PEARSON.

MOYA, E. (2013). *INTELIGENCIA EN REDES SOCIALES*. UOC.r-del-super-bowl/

<http://blog.formaciongerencial.com/2014/05/16/ranking-redes-sociales-ecuador-mayo-2014/>