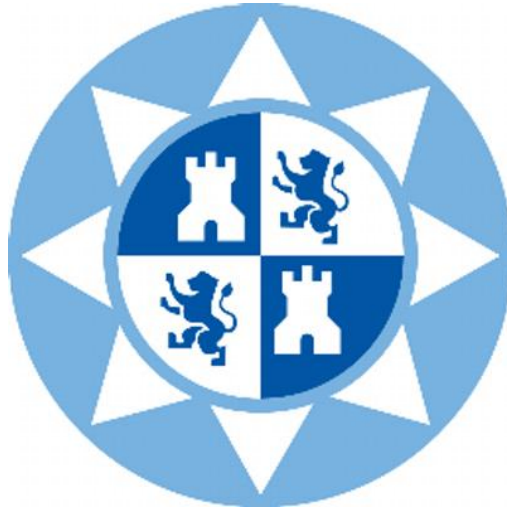


UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA  
GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE  
EMPRESAS



Curso 2018/2019

**IMPACTO DE LAS TIC Y REDES  
SOCIALES EN LA EMPRESA**

Alumno Javier Rodríguez Martínez

Tutor Académico Marina Villena Navarro

# INDICE

<b>RESUMEN / ABSTRACT</b> .....	<b>3</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>4</b>
<b>1 OBJETIVOS</b> .....	<b>5</b>
<b>1.1 Importancia de las nuevas tecnologías en la empresa</b> .....	<b>5</b>
<b>1.2 Influencia de las redes sociales en la empresa</b> .....	<b>5</b>
<b>1.3 Relación entre TIC y Productividad de la empresa</b> .....	<b>5</b>
<b>2 METODOLOGÍA</b> .....	<b>6</b>
<b>3 MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>6</b>
<b>3.1 Estrategia empresarial</b> .....	<b>6</b>
<b>3.2 Economía</b> .....	<b>7</b>
<b>3.3 Entorno y Economía Digital</b> .....	<b>8</b>
<b>3.3.1 TIC-Comercio electrónico y Redes Sociales</b> .....	<b>10</b>
<b>3.3.1.1 ¿Qué son las Tics (tecnologías de la información y comunicación)?</b> .....	<b>10</b>
<b>3.3.1.2 ¿Cómo afectan las TIC al crecimiento económico?</b> .....	<b>10</b>
<b>3.3.1.3 ¿Qué es el Ecommerce o Comercio Electrónico?</b> .....	<b>11</b>
<b>3.3.1.4 ¿Qué son las Redes Sociales?</b> .....	<b>13</b>
<b>4 IMPORTANCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA EMPRESA</b> .....	<b>14</b>
<b>4.1 Implementación de las TIC</b> .....	<b>14</b>
<b>4.1.1 Elearning (Formación de los empleados)</b> .....	<b>15</b>
<b>4.1.2 Segmentación de mercado (público objetivo)</b> .....	<b>16</b>
<b>4.1.3 Empleo de Influencers por parte de las empresas</b> .....	<b>18</b>
<b>5 INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA EMPRESA</b> .....	<b>20</b>
<b>5.1 ¿Cómo ha sido la adaptación de las empresas a este tipo de comunicación social?</b> .....	<b>21</b>
<b>5.2 ¿En qué redes sociales se encuentran nuestros clientes?</b> .....	<b>22</b>
<b>5.3 ¿El producto o servicio de nuestra empresa encaja con los usuarios de esa red social?</b> .....	<b>23</b>
<b>5.4 ¿Objetivos de nuestra empresa para estar en redes sociales?</b> .....	<b>23</b>
<b>5.5 ¿De cuántos recursos dispone nuestra empresa?</b> .....	<b>23</b>
<b>5.6 ¿Cuáles son las principales redes sociales para empresas?</b> .....	<b>24</b>
<b>5.7 ¿Qué es exactamente lo que las redes sociales pueden aportar dentro de las empresas?</b> .....	<b>27</b>
<b>6 RELACIÓN ENTRE TIC Y PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA</b> .....	<b>29</b>
<b>6.1 ¿Cómo han mejorado las tecnologías de la información y comunicación la productividad de las empresas?</b> .....	<b>30</b>
<b>7 CASO PRÁCTICO</b> .....	<b>33</b>
<b>CONCLUSION</b> .....	<b>35</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	<b>36</b>
<b>WEBGRAFIA</b> .....	<b>38</b>

# RESUMEN / ABSTRACT

## RESUMEN

A lo largo de este proyecto voy a investigar qué impacto han tenido estas nuevas tecnologías en la producción de las empresas y se darán argumentos claros para demostrar que vamos encaminados hacia una transformación digital que afectara al enfoque de las empresas con respecto a su entorno.

Con esta investigación veremos qué impacto han tenido algunas de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) como Redes Sociales e Internet en la gestión, estructura y economía organizativa de la empresa.

Se analizaran las principales TIC que emplean en la actualidad las empresas, como han influido en el desarrollo de su trabajo y las ventajas que les proporcionan. El mundo está cambiando y cada vez hay más formas de hacer negocios por eso estas tecnologías serán de mucha utilidad para las empresas.

## ABSTRACT

Throughout this project I will investigate what impact these new technologies have had on the production of the companies and clear arguments will be given to show that we are heading towards a digital transformation that will affect the approach of companies with respect to their environment.

With this research we will see what impact some of the information and communication technologies (ICT) such as Social Networks and Internet have had on the management, structure and organizational economy of the company.

The main ICTs currently used by companies will be analyzed, as they have influenced the development of their work and the advantages they provide. The world is changing and there are more and more ways of doing business that is why these technologies will be very useful for companies.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente estamos ante una industria conectada y globalizada que evoluciona a partir de las nuevas infraestructuras digitales, hablar de industria conectada es hablar de nuevas formas de relacionarse con clientes y proveedores, de nuevos productos y modelos de negocio y, por tanto, de una transformación completa de la industria a partir de las posibilidades de la tecnología. Una herramienta imprescindible que ha revolucionado el mundo de las empresas es Internet, se ha convertido muy rápido en un medio de comunicación global para compartir información entre uno o varios usuarios, también es considerada por muchos empresarios como uno de los canales de publicidad más importantes ya que nos ayuda a dar a conocer nuestro negocio de manera simple y rápida sin necesidad de estar cara a cara con el cliente. Actualmente la forma de hacer negocios y gestionar las empresas está muy afectada por las nuevas tecnologías por lo que los empresarios necesitan un adecuado soporte de las TICS (Tecnologías de Información y Comunicaciones), esta herramienta va a permitir a las empresas evolucionar, competir y subsistir.

# 1 OBJETIVOS

Estamos inmersos en un proceso de transformación digital, debido a estos cambios se genera mucha información que es necesaria para las empresas, uno de los principales problemas que surge a los directivos es como obtener esa valiosa información sin perder más recursos de los necesarios, por lo que las tecnologías de la información y comunicación son de mucha utilidad en el mundo empresarial. A continuación se muestra un desglose de los diferentes objetivos del presente trabajo.

## 1.1 Importancia de las nuevas tecnologías en la empresa

Una empresa que quiere evolucionar y adaptarse a estos tiempos digitales para mejorar su posicionamiento en el mercado necesita de nuevas tecnologías, pero estas tecnologías no son un fin sino una ayuda para realizar procesos de forma más eficiente. En este proyecto pretendo investigar qué impacto tienen estas nuevas tecnologías en la estructura de la empresa

## 1.2 Influencia de las redes sociales en la empresa

Son muchas las utilidades y recursos que nos da la tecnología, por eso es muy importante saber cómo utilizarlas de la manera más eficiente y así lograr que nuestro negocio sea altamente competitivo. Uno de los principales recursos son las redes sociales, como pueden ser (Twitter, Facebook, Instagram). Mi intención con este proyecto analizando la información de diferentes fuentes es hacer ver a las empresas la importancia que actualmente tienen las redes sociales en los negocios (análisis, toma de decisiones, control)

## 1.3 Relación entre TIC y Productividad de la empresa

En este último objetivo pretendo mediante el estudio del protocolo Internet ver cómo influye esta tecnología en el beneficio y la productividad de las organizaciones.

## 2 METODOLOGÍA

Mi Proyecto se basa en la investigación de las nuevas tecnologías de comunicación e información en el ámbito empresarial con el fin de conocer su utilidad e interés en el proceso estratégico de la empresa, el tipo de metodología utilizado la clasificamos como “descriptiva”, esta investigación se ha podido llevar a cabo mediante la recopilación de información de las diferentes Webs y bases de datos necesarios para argumentar y explicar los objetivos de mi proyecto, como son el impacto de las nuevas tecnologías, influencia de las redes sociales y estudiar la relación entre TIC y productividad de la empresa. Para realizar este proyecto me he ayudado de otros proyectos de investigación y bibliografías útiles para desarrollar y argumentar este Trabajo Fin de Grado. Para complementar esta información he consultado bases de datos estadísticos como INE (Instituto Nacional de Estadística), y OCDE (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico).

## 3 MARCO TEÓRICO

En este apartado hago una descripción detallada de cada uno de los elementos teóricos que serán utilizados en el desarrollo de la investigación, estos elementos están directamente relacionados con los objetivos de mi proyecto, para argumentar dichos elementos utilizo diferentes Webs, Blogs y Artículos

### 3.1 Estrategia empresarial

En este apartado desarrollo mediante artículos y citas que significa una estrategia empresarial para ayudarnos a comprender la base del estudio.

La dirección estratégica de la empresa se encarga de realizar diferentes planes estratégicos para llevar a cabo sus diferentes objetivos, pero según **(Robert Kaplan, 2011)** de diez planes estratégicos formulados solo uno se

implementa de forma exitosa por lo que esto puede llevar a la empresa a un estado de conformismo y falta de visión y motivación de los empleados y esto repercutir en los niveles de competencia de la empresa en el mercado.

Las empresas no deben conformarse con solo un plan estratégico, deben interactuar constantemente con los cambios del entorno y tener una visión estratégica a largo plazo, deben preguntarse qué nuevas necesidades tendrá el cliente y las tecnologías a utilizar para mantenerse fuerte en un mercado competitivo.

### 3.2 Economía

Como todos sabemos la Economía es la ciencia que se ocupa de la producción, distribución y consumo de bienes.

Desde una visión subjetiva o marginalista (**Lionel Robbins**) *“La economía es la ciencia que se encarga de la satisfacción de las necesidades humanas mediante bienes que siendo escasos tienen usos alternativos entre los cuales hay que optar”*.

Desde una visión objetiva o marxista (**Federico Engels**) *“Se centra más en las leyes que rigen la producción, distribución, circulación y consumo de bienes materiales para satisfacer las necesidades humanas”*.

Con estas definiciones, podemos ver la importancia que tiene la economía al dedicarse al estudio de los recursos escasos y limitados, su distribución de los mismos entre los diferentes individuos para así satisfacer las necesidades humanas.

Es importante ver cómo afecta esta ciencia a la sociedad y es necesario realizar diferentes estudios como bien dice en su libro “Economía” (**Samuelson, Paul y Nordhaus William**) para ver de qué manera las sociedades utilizan estos recursos para producir mercancías y distribuirlas. La palabra economía tiene muchos usos que permiten vincularla con diferentes aspectos de intercambios comerciales.

Uno de los más importantes en la actualidad es la **economía sostenible**, trata de una economía basada en el cuidado del medio ambiente y mejora de calidad de vida de la sociedad.

Luego tenemos la **economía empresarial**, la propia empresa se encarga de utilizar sus propios recursos y servicios para lograr una posición competitiva en el mercado.

Por ultimo tenemos la **economía de mercado**, sistema económico libre, donde empresa y cliente establecen sus propias condiciones en el proceso de compra-venta.

### 3.3 Entorno y Economía Digital

El universo digital ha revolucionado radicalmente nuestra manera de entender las empresas y su funcionamiento. Actualmente, vivimos una transformación digital de las empresas dónde los datos (Big Data) se han convertido en uno de los activos clave de las compañías. La red se adentra cada vez más en todos los ámbitos de nuestra vida, lo que hace que las empresas tengan la necesidad de adaptarse a este nuevo entorno y reinventar sus procesos sea cuál sea el área funcional o sector en el que operan.

Encuesta realizada por el grupo (**Zemsania Global, 2018**) 94,1% de las empresas considera que ya disponen de una estrategia digital. Un dato curioso es que el 11,8 de las empresas cree que su proceso de digitalización ya terminó. Dan por hecho que no se trata de algo continuo sino que lo ven como un objetivo a cumplir y esto es un error ya que esto puede hacer que la empresa entre en un estado de conformismo y a la larga al no disponer de nuevas estrategias la empresa deje de ser competitiva en el mercado como se expuso anteriormente en la estrategia empresarial. Es necesario que estos procesos sigan en marcha para asegurar la calidad del servicio o producto a través de las vías online. No basta con estar en Internet, sino que hay que adaptarse a esta realidad y dominar sus herramientas.

La economía digital tiene mucha importancia en las empresas actuales, según la (**OCDE, 2000**) es el motor más importante de innovación, competitividad



y crecimiento, tiene un enorme potencial para los empresarios europeos y las pequeñas y medianas empresas (PYME).

Tenemos que tener conocimiento de que la mitad de la población está en internet y un tercio dispone de una red social, mediante un artículo realizado por (**Kosha Gada, 2016**) indica que un 53% de la población tienen dispositivos móviles y abarcan todas las edades, razas, geografías y actitudes en todo el planeta. La Economía Digital es una infraestructura tecnológica que dispone de dispositivos e interfaces intuitivos, amplias redes de audiencia, por lo que es un nuevo medio para la publicidad y un suministro ilimitado de contenido.

La Economía Digital está compuesta por cuatro subsectores que a través de ellos se pueden crear nuevos modelos de negocio o mejorar los ya existentes integrándolos a las actividades diarias de la empresa generando un ambiente más atractivo y competente en estos tiempos de transformación digital.

**INFRAESTRUCTURAS** Empresas de hardware, proveedores de servicios de Internet, fabricantes de equipos de soporte a la red y los desarrolladores de aplicaciones para el correcto funcionamiento de la misma.

**APLICACIONES** Empresas que constituyen el mapa de servicios por encima de la capa anterior que permite operar online en la red y sea posible el comercio electrónico.

**COMERCIO ELECTRÓNICO** Todas las empresas que emplean Internet para proveer sus servicios y ofrecer sus productos en forma B2B o B2C.

**NUEVOS INTERMEDIARIOS** Empresas que prestan servicios digitales mixtos a través de la red, como por ejemplo: agencias de viajes, agentes online y empresas de subastas online.

### 3.3.1 TIC-Comercio electrónico y Redes Sociales

Tanto las TIC como las Redes sociales desempeñan un papel muy importante en la economía digital, se trata de un conjunto de herramientas de tipo tecnológico y comunicacional que nos permiten transmitir de forma fácil y eficiente la información.

**En primer lugar**, voy a responder a una serie de preguntas para que nos ayude a profundizar un poco más sobre esta herramienta.

#### 3.3.1.1 ¿Qué son las Tics (tecnologías de la información y comunicación)?

Tecnologías basadas en campos de la informática y telecomunicaciones nos permiten conseguir nuevas formas de comunicación, anteriormente se utilizaban las tecnologías de comunicación (TC) compuestas por radio, telefonía y televisión pero en la actualidad con la llegada de internet debemos disponer de tecnologías que nos permitan una mayor y fácil acceso a la información que hay en las redes y esas son las tecnologías de comunicación e información (TIC), según **(Thompson y Strickland, 2004)** las tecnologías de información y comunicación son diferentes dispositivos, herramientas, equipos que van a ayudar a las empresas a utilizar tal cantidad de información que hay en las redes para conseguir un gran crecimiento y desarrollo económico. Con estas tecnologías las empresas pueden obtener información en tiempo real y así facilitarles la búsqueda de información.

#### 3.3.1.2 ¿Cómo afectan las TIC al crecimiento económico?

Podemos decir que se trata de la “Nueva Economía” como expone **(Miguel ángel Galindo Martín)**. Con la llegada de internet muchas empresas al estar conectadas entre sí han conseguido expandir su negocio a nuevos mercados consiguiendo así muchos nuevos clientes. Encuesta realizada por **(OCDE, 2000)** *“Dicha producción supone entre el 2,5 y el 4,5% del PIB total a precios corrientes, se puede considerar que la contribución al crecimiento sería importante si las industrias TIC crecen de una forma más rápida que otras”*.

### 3.3.1.3 ¿Qué es el Ecommerce o Comercio Electrónico?

Es el proceso de compra, venta o intercambio de bienes, servicios e información a través de medios electrónicos tales como internet y otras redes informáticas, este tipo de negocio ha ganado fuerza en los últimos años cuando los consumidores se dieron cuenta de que la plataforma de Internet es un entorno seguro para comprar sus productos, según **(Del Águila, 2000)** “*Es el desarrollo de actividades económicas a través de las redes de telecomunicaciones*”, nos permite por ejemplo encontrar un producto a menor coste, realizar una mejor negociación con el vendedor y la comodidad de la adquisición del bien o producto, pero los consumidores tienen que estar seguros si quieren utilizar este medio para comprar sus productos ya que se pierde por completo la cercanía entre vendedor y el comprador y la capacidad de visualizar el producto que se quiere adquirir. El comercio electrónico no es solo una herramienta de apoyo para las transacciones comerciales, según **(M. Martín-Moreno, F. Sáez Vacas)** apoya la función de marketing de la empresa, por ejemplo, compra venta electrónica, búsqueda de información comercial, negociación entre comprador y vendedor, publicidad online y atención al cliente, además de incluir la prestación de servicios como asesoramiento legal online, servicio postventa, o soporte electrónico para colaboración entre empresas”.

Las empresas que se decidan a utilizar el sistema de venta online deben saber que existen varios modelos de negocio Ecommerce, en el que destacan el modelo B2B (Business to Business) empresas venden productos a otras empresas, B2C (Business to Consumer) empresas venden productos al consumidor, C2B (Consumer to Business) el consumidor pone su servicio a disposición de empresas, C2C (Consumer to Consumer) relaciones empresariales entre consumidores.

Los beneficios que obtendrán las empresas al utilizar este sistema de negocio serán por ejemplo la flexibilidad de tiempo que nos permitirá crear una tienda virtual trabajando desde casa evitando el tener que ir al puesto de trabajo, otra de las ventajas es la autonomía para diseñar el producto al gusto de nuestro público objetivo, baja inversión al no pensar en gastos habituales de luz, alquiler

y salario de nuestros empleados. Pero no todo son ventajas ya que existe una alta competencia en la que miles de personas han tenido la misma idea de utilizar este tipo de negocio, tendríamos que realizar un análisis de mercado antes de dar el paso de crear una tienda online, entrega y devolución del producto al consumidor ya que pueden haber pocos servicios de entrega de productos, debemos tener un buen servicio de atención al cliente para evitar que nuestra empresa coja fama de mala entrega de los pedidos, por ultimo ver el stock que podemos ofrecer, tenemos que analizar que producto será más demandado, para evitar este problema podemos albergar en nuestra tienda online productos de otros vendedores dándoles una comisión por venta realizada.

Una vez decididos a usar este modelo de negocio las empresas tendrán que seguir unos determinados pasos para crear Ecommerce o tienda online, en primer lugar debemos comprar un dominio en el que debe estar relacionado con el producto que queremos vender a nuestros clientes (simple y fácil) asimilación, Elegir una herramienta de Ecommerce, sino disponemos de conocimientos de programación debemos buscar servicios que nos ayuden a crear nuestro Ecommerce, nos podemos servir de grupos de Facebook para buscar el mejor servicio que se adapte a nuestras necesidades, seleccionar la forma de pago de nuestros productos (tarjeta de crédito, PayPal, en efectivo), elegir un tipo de producto físico o digital, nuestra prioridad es la elección de un producto físico ya que es el mercado del que estamos acostumbrados (Libros, Ropa, Alimentos), los productos digitales como su nombre indica se distribuyen de forma online( Ebooks, Cursos y Software) y están más expuestos a la piratería por lo que tenemos que tener especial cuidado, por último y más importante es la logística de nuestra empresa ya que lo que más premian los clientes al no tener ellos el control de seguimiento del producto, es que la empresa online a la que compran cuiden la distribución y seguimiento de su producto.

**En segundo lugar**, voy a explicar que son las redes sociales y cómo van a influir en la dirección estratégica de la empresa, para ello me apoyo en las citas de diferentes autores que aplican esta herramienta al entorno económico.

### 3.3.1.4 ¿Qué son las Redes Sociales?

Nuestro mundo se ha digitalizado completamente, estamos conectados a la red en todo momento a través de Ordenadores, Smartphone, Tablet, por ello uno de los canales que nos va a permitir compartir información entre los usuarios es la llamada red social, según **(Orihuela, 2008, p.59)** se pueden considerar como *“los nuevos espacios virtuales en los que nos relacionamos y en los que construimos nuestra identidad”*. Disponemos de varias plataformas digitales (Facebook, Twitter, Instagram) que nos permiten de forma sencilla y rápida establecer contacto con nuestros clientes o grupos sociales, con esto conseguiremos que nuestra empresa tenga reseñas positivas y poco a poco se vaya expandiendo por la red, según **(Flores, 2008, p. 74)** *“lugar de encuentro, de reuniones de amigos, personas o clientes que tienen intereses comunes”*. Nos apoyamos desde el entorno digital para movilizar ideas, iniciativas y causas solidarias. No debemos equivocarnos en encasillar a las redes sociales como un juego en el que existe un encuentro inesperado, según **(Fernández, 2008)** debemos utilizar estos espacios virtuales organizados para desarrollar proyectos, llevar a cabo diferentes servicios y la toma de decisiones utilizando todo el potencial que se puede obtener de la virtualidad.

Analizando estas definiciones podemos decir que las redes sociales son medios dinámicos que no necesitan un nodo central para transmitir información, estas redes nos van a permitir desarrollar nuestros proyectos y encaminarlos hacia un mercado global.

Usuarios en el que sus intereses son más generalistas con el objetivo de entablar conversaciones sin centrarse en un tema en particular utilizamos las llamadas redes horizontales (Facebook, Twitter...), redes utilizadas por las empresas como banner publicitario de sus productos y atención al cliente.

Por el contrario si el interés de los usuarios es tratar un tema en concreto común a todos emplearemos las redes verticales (LinkedIn, Instagram...), estas redes son más utilizadas para la búsqueda de empleo.

## 4 IMPORTANCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA EMPRESA

La revolución tecnológica en la que están inmersas las empresas es posible gracias a estas nuevas tecnologías, las TIC forman parte de la cultura tecnológica, amplia nuestras capacidades físicas y mentales y nos permiten la posibilidad de desarrollo social.

En muy pocos años, las empresas han ido implementando las TIC en las actividades empresariales ya que con la digitalización es imprescindible su uso y perfeccionamiento del manejo de estas, integrándose en los productos y servicios (empleo de páginas Web para vender sus productos). Por tanto, las empresas han visto de su importancia estratégica, que les permita tomar una posición ventajosa en el mercado actual. Además, Internet, Ordenadores y Smartphone, permiten a las empresas acceder fácilmente a la información sobre socios, clientes y consumidores en cualquier momento y lugar. Por último, es necesario resaltar la importancia de la innovación empresarial, las empresas deben innovar de forma continua para ser competitivas, no pueden quedarse estancadas, con el fin de ganar nueva posición de mercado, reducir costes, incrementar la eficiencia en la gestión del negocio. La innovación es importante para actualizar procesos, tecnologías, estilos de gestión y liderazgo dentro de la empresa.

### 4.1 Implementación de las TIC

Antes de la incorporación de las tecnologías de la comunicación a la empresa se debe seguir un plan que consiste en una serie de etapas y acciones que nos facilitara el seguimiento y ejecución de las TIC en la organización de la empresa y nos permita obtener oportunidades de negocio. Debemos proponer unos proyectos para la implementación de las TIC

En primer lugar tenemos que proporcionar a los empleados de la empresa las herramientas y conocimientos necesarios para el uso de estas nuevas tecnologías y así lograr nuevas formas de trabajo además de conseguir que

nuestros empleados realicen mejor sus funciones dentro de la empresa, para lograr este proyecto será necesario la creación de una estructura de red, estableciéndose puntos de redes (cableada o inalámbrica).

En segundo lugar y uno de los puntos más importantes es que nuestros empleados deben saber utilizar los medios tecnológicos para la promoción de productos y comunicación con clientes y proveedores y así incrementar la productividad de los empleados ya que facilitan la aceptación obteniendo nuevos conocimientos en el uso de la tecnología.

#### 4.1.1 Elearning (Formación de los empleados)

El futuro de las empresas pasa por la digitalización y aumento de inversión en I+D y una vez obtenida esa tecnología es de suma importancia que los empleados se familiaricen rápido con ella para sacar el máximo rendimiento, los empleados deben disponer de la formación necesaria para digitalizar la empresa. Las empresas deben acompañar y facilitar en todo el proceso la formación digital a aquellos departamentos de métodos más tradicionales, para lograr un resultado muy positivo para la empresa. Disponemos de varios niveles de formación, en la **formación básica** el empleado debe saber desenvolverse en el uso del correo electrónico, navegación en la red y seguridad informática para evitar amenazas externas evitables de manera sencilla, **formación media** como en el uso de redes sociales, herramientas de gestión de tareas (app móvil, herramienta web), herramienta de gestión de proyectos (nube, intranet, aula virtual), **formación alta**, Software de gestión de clientes (CRM) como pueden ser registros de llamadas, Software de contabilidad para llevar un perfecto control de los balances de la empresa y Software de producción en el que los ingenieros encargados de producir un determinado producto deben formarse para así conseguir una mayor efectividad y productividad. Disponemos de varias metodologías para formar a nuestros empleados las más destacadas son la **Gamificación** es la formación online a través de juegos, es una metodología visual y dinámica, **Mobile learning** disponemos de cursos más breves y específicos a través del móvil, permitiéndonos disponer de estos cursos en cualquier lugar y tener más tiempo para formarnos , **MOOC** (Massive Open Online Courses) con este proceso conseguiremos que nuestros trabajadores

reciban una instrucción más eficiente con la ayuda de expertos de diferentes universidades.

A través de este método permiten a las empresas ahorrar costes, flexibilidad de horario y ubicación, además de facilitar la formación sobre todo tipo de TIC.

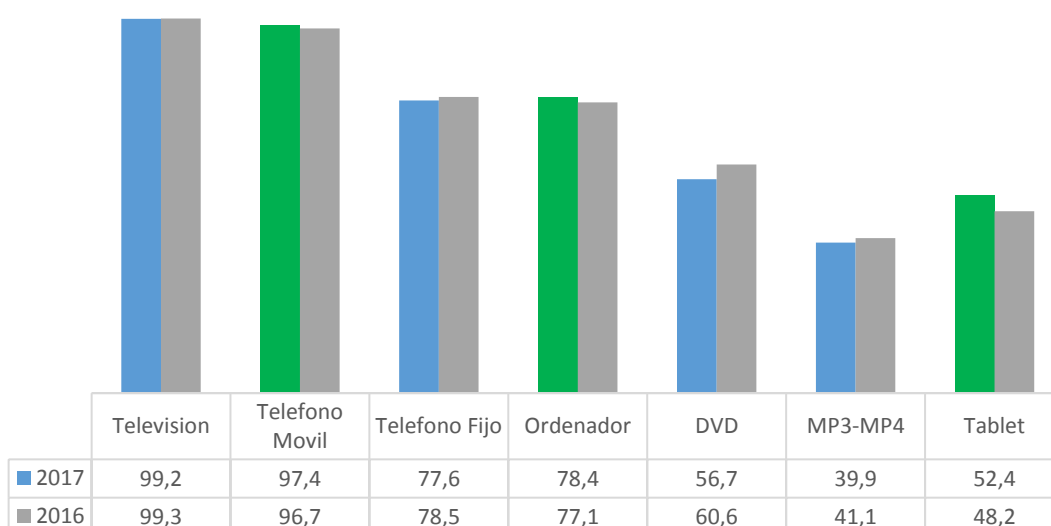
En tercer lugar hacer uso de una red social (Facebook, Twitter, LinkedIn...) para dar a conocer nuestra empresa, esto nos permitirá establecer una relación más directa y promocionar nuestros productos a nuevos clientes, debemos seleccionar que información de nuestra empresa se desea dar a conocer y a qué tipo de cliente vamos a comunicar nuestras promociones.

Por ultimo desarrollar e implementar un sistema de información que permita el control de entradas y salidas de productos mejorando la atención en los procesos de venta.

#### 4.1.2 Segmentación de mercado (público objetivo)

El 97,4% de los hogares dispone de teléfono (fijo o móvil) y el 78,4% disponen de un ordenador lo que les permitirá acceder a internet y comprar o vender de forma fácil productos sin necesidad de moverse de casa. Por tanto, las empresas tienen que saber aprovechar estos medios para dar a conocer su negocio, enviando información de la empresa a través de estos soportes de comunicación. (INE, 2018)

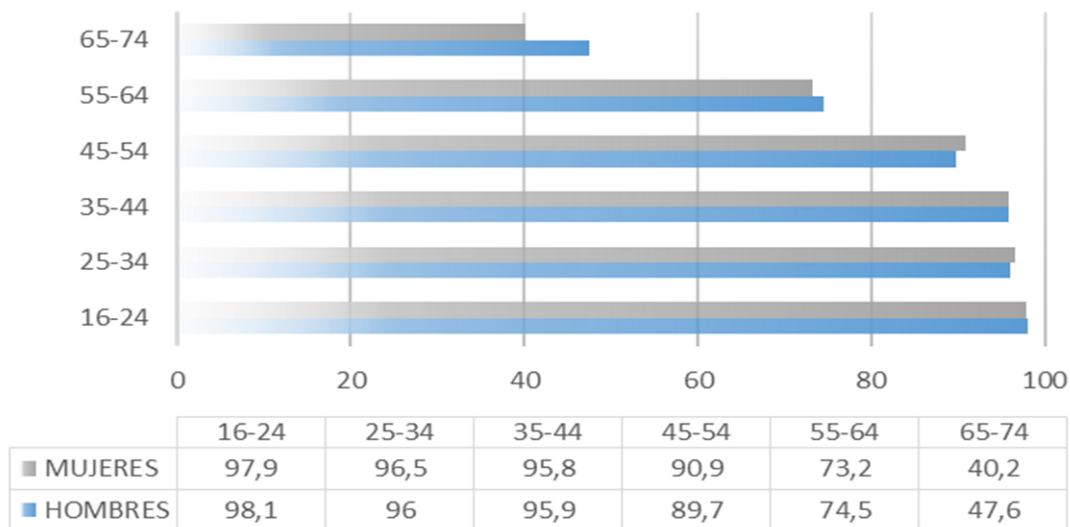
### EQUIPOS TECNOLOGICOS (HOGAR)





(INE, 2018) “El uso de Internet es una práctica mayoritaria en los jóvenes de 16 a 24 años, con un 98,1% en los hombres y un 97,9% en las mujeres. Al aumentar la edad descende el uso de Internet en hombres y mujeres, siendo el porcentaje más bajo el que corresponde al grupo de edad de 65 a 74 años (un 47,6% para los hombres y un 40,2% para las mujeres)”.

## POBLACION (GRUPOS EDAD) USO INTERNET ULTIMOS TRES MESES



(INE, 2018)

Analizando estos datos vemos que los adolescentes son mirados por las empresas como potenciales clientes en el que sus actividades más realizadas son recibir o enviar correo electrónico y buscar información tanto en web como redes sociales sobre productos o servicios. Pese a que no disponen del dinero suficiente para comprar, pueden influir en las decisiones de compra del hogar. Las empresas, son conscientes de esta influencia que ejercen sobre el consumo del hogar y utilizan estrategias de persuasión, para realizar una fuerte presión en el condicionamiento de las compras. Con el empleo de las TIC las empresas pueden llegar fácilmente a la población objetivo a través del teléfono móvil, páginas web, o correos electrónicos (Ecommerce).

### 4.1.3 Empleo de Influencers por parte de las empresas

Las empresas conocen perfectamente el boom que ha supuesto la llegada de internet a la sociedad por lo que se valen de algunas estrategias que pueden disparar las ventas de sus productos, una de las estrategias consiste en la contratación de **INFLUENCERS**, básicamente son personas que han ganado popularidad en entornos digitales ya que transmiten sus opiniones a través de las redes sociales, mediante este sistema de marketing como su propio nombre indica pueden influir en las decisiones de los usuarios (clientes) a la hora de comprar un producto o promocionar una marca. Estos Influencers tienen mucha importancia en la sociedad actual como son Bloggers, Youtubers o Instagramers.

Poco a poco las empresas se ponen en contacto con estos Influencers para establecer un nuevo tipo de negocio, en el que estos personajes públicos publicitan y promocionan una marca, un estudio realizado por (**Augure**) indicó *“84% de las empresas que utilizaron este marketing influyente, el 81% expuso que resultó ser muy eficaz”*.

Una de las formas que tienen las empresas para calcular la influencia que tiene ese Influencer en la red, se realiza mediante un estudio Word of Mouth Marketing Association (WOMMA), en el que podemos ver el número de personas que comparten el contenido de ese Influencer, compras derivadas de los productos valorados por el influencer, número de conversaciones sobre la campaña, tema o interés y el CTR (Click Through Rate) mide el interés y eficiencia del anuncio por el número de clics.

Para ver que impacto han tenido las TIC y el Comercio electrónico en la empresa, me ayudo de varias encuestas realizadas por el INE (instituto nacional de estadística).

(**INE, 2018**) *“Tres de cada cinco empleados en empresas con 10 o más trabajadores usan ordenadores con fines empresariales y más de la mitad utiliza ordenadores con conexión a Internet en el primer trimestre de 2018. Respecto a las empresas con conexión a internet, el uso de publicidad dirigida (anuncios que varían dependiendo del comportamiento de los usuarios) ha aumentado del*

21,7% en el primer trimestre de 2017 al 22,8% en el mismo periodo de 2018. También se ha incrementado el uso de medios sociales por las empresas (del 49,6% al 51,8%). Por el contrario, la compra de servicios en la nube se ha reducido 1,4 puntos respecto al primer trimestre de 2017, al situarse en el 23,2%. El 76,7% de las empresas utilizan la firma digital en alguna comunicación con agentes externos y el 87,3% emplean sistemas internos de seguridad. Ambos datos son similares a los registrados en el primer trimestre de 2017”.

#### Principales variables. Porcentajes

	1er trimestre de 2018	1er trimestre de 2017
Personal que usa ordenadores con fines empresariales	60,1	60,1
Personal que usa ordenadores conectados a internet con fines empresariales	52,5	51,9
Empresas que emplearon especialistas en TIC	19,2	22,1
Empresas con sistemas internos de seguridad	87,3	87,0
<b>Empresas con conexión a Internet, de las cuales:</b>	98,7	98,7
- Conexión a Internet y sitio/página web <sup>(1)</sup>	78,2	77,7
- Banda ancha móvil <sup>(1)</sup>	81,5	82,4
- Usan firma digital <sup>(1)</sup>	76,7	77,1
- Usan medios sociales <sup>(1)</sup>	51,8	49,6
- Compran servicios en la nube <sup>(1)</sup>	23,2	24,6
- Utilizan publicidad dirigida <sup>(1)</sup>	22,8	21,7

<sup>(1)</sup>Porcentaje sobre el total de empresas con conexión a Internet

(INE, 2018) “El 19,6% de las empresas con 10 o más empleados realizaron ventas mediante comercio electrónico en el año 2017. El volumen de negocio generado por estas ventas alcanzó los 259.622,5 millones de euros, con un aumento del 13,7% respecto a 2016. El valor de las ventas por comercio electrónico mediante páginas web o apps fue de 109.042,5 millones de euros, lo que supuso un aumento del 27,5% respecto al año anterior”.

VOLUMEN VENTAS-MILLONES €	2017	2016	VARIACION ANUAL
TOTAL VENTAS	259.515,6	228.323,1	13,7
VENTAS POR WEB O APPS	109.042,5	85.542,9	27,5
VENTAS INTERCAMBIO ELECTRONICO DATOS	150.473,1	142.780,3	5,4

(INE, 2018) “El 32,1% de las empresas con 10 o más empleados realizaron compras mediante comercio electrónico en 2017. El volumen total de los pedidos de bienes y servicios realizados a través de comercio electrónico fue de 206.672,09 millones de euros, con un aumento del 3,7% respecto a 2016. El valor de las compras por comercio electrónico mediante páginas web o apps fue de 75.104,7 millones de euros, un 17,8% más que en 2016”.

VOLUMEN COMPRAS-MILLONES €	2017	2016	VARIACION ANUAL
TOTAL COMPRAS	206.647,3	199.324,6	3,7
COMPRAS POR WEB O APPS	75.104,5	63.767,8	17,8
COMPRAS INTERCAMBIO ELECTRONICO DATOS	131.542,6	135.556,8	-3,0

(INE, 2018) “Las compras a través de comercio electrónico representaron el 19,7% de las compras totales de las empresas de 10 o más empleados, frente al 20,7% del año anterior. Las ventas a través de comercio electrónico representaron el 17,3% del total de ventas efectuadas por las empresas de 10 o más empleados, frente al 16,6% del año anterior”.

## 5 INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA EMPRESA

Este medio de comunicación virtual ha tenido un rápido avance durante esta era digital en la que los usuarios han sabido adaptarse demasiado bien sobre todo los jóvenes de entre 16-24 años.

Las empresas han sabido de su importancia y están empezando a adaptarse igual de bien que los usuarios. Empresas que no dominan este medio efectivo y de bajo coste están perdiendo fidelización con sus clientes. La fidelización del cliente es una de las cosas más importantes que la empresa tiene que tener en cuenta, ya que la mayoría de empresas están equivocadas en

intentar una y otra vez captar nuevos clientes pero a su vez están desatendiendo a los clientes que ya tienen.

A través de la red social permite a la empresa establecer contacto directo con el cliente viendo que incidencia tiene y resolviéndola si es posible de manera rápida, con esto conseguiremos hacer ver al cliente que se le valora y confié en nuestra marca.

Debido a los grandes avances tecnológicos que acompañan a la sociedad, las redes sociales son un elemento indispensable en cualquier estrategia de marketing, tanto para mantener satisfecho a nuestro cliente, como para poder captar más clientes en el inmenso mundo de internet.

## 5.1 ¿Cómo ha sido la adaptación de las empresas a este tipo de comunicación social?

En principio las empresas dudaban en implementar este tipo de medio en la organización de la empresa, no disponían de los conocimientos suficientes para dominarlas ya que era un nuevo fenómeno y desconocían su verdadero alcance, pensaban que al integrarlas en las actividades rutinarias de la empresa los trabajadores harían mal uso de estas redes sociales y eso conllevaría a la pérdida de productividad, reputación y seguridad de la empresa.

**PÉRDIDA DE PRODUCTIVIDAD** algunos directivos prohibieron el uso de las redes sociales en los puestos de trabajo ya que podría afectar a la productividad de los empleados, según (**Estudio Morse**) afirma que *“la popularidad de las redes sociales ha crecido considerablemente en los últimos años y la tentación de visitar estos sitios en horas de trabajo es cada vez mayor”*. Según un estudio realizado (**Trend Micro**) reveló *“una cuarta parte de los empleados visita sitios de redes sociales desde sus puestos de trabajo”* esto hace que baje la productividad y eso sea muy negativo para los intereses de la empresa.

**SEGURIDAD** es de suma importancia tratar este tema ya que uno de los peligros que puede derivar el uso de estas redes es la intromisión de usuarios externos a nuestra empresa y la fuga de información esencial de nuestra

empresa que puede ser de mucha utilidad para nuestros competidores, pudiendo perder esa ventaja competitiva en el mercado. Por ejemplo, si accedemos desde nuestro puesto de trabajo a redes sociales o webs en la que acceden millones de personas y en nuestros ordenadores existe información valiosa de nuestra empresa, tenemos gran riesgo de que esa información sea robada ya que existen usuarios especializados en ciberdelincuencia (hackers) que intentaran sacar beneficio de esa valiosa información.

Por ultimo tenemos que tener en cuenta la **REPUTACIÓN** ya que la empresa debe ser fiel a su valor ético y moral, debe dar ese ejemplo a sus empleados para conseguir una buena reputación y lograr que nuestra empresa muestre esos valores a los clientes consiguiendo un mayor éxito

Lo que quieren evitar los directivos de las empresas es que se hable mal del trabajo, insultos al jefe que dé mala imagen a la empresa, ya que estas redes están en auge y llegan a millones de usuarios y eso no sería nada bueno para la empresa. Una vez conocidos los distintos problemas que pueden llevar el uso de estas redes sociales en la empresa, si los directivos realizan un buen estudio de mercado y ven que el empleo de estos medios les resultara beneficioso para la productividad de su empresa, deben adaptar estas redes a sus acciones y objetivos que quieren alcanzar.

Antes de abrir perfiles en las redes sociales para publicitar nuestro negocio las empresas deben atender a varias cuestiones para ver cuáles son más adecuadas para cada caso.

## 5.2 ¿En qué redes sociales se encuentran nuestros clientes?

Nuestra empresa debe investigar un poco qué tipo de clientes visitan esa red social y en que productos o servicios están más interesados, no debemos crear un perfil en donde los clientes demanden un servicio muy distinto al que ofrecemos.

### **5.3 ¿El producto o servicio de nuestra empresa encaja con los usuarios de esa red social?**

Nuestra empresa debe dar soluciones y respuestas a los usuarios que estén en ellas. Clientes que contacten con nuestra empresa deben sentirse bien informados sobre lo que nuestra empresa ofrece.

### **5.4 ¿Objetivos de nuestra empresa para estar en redes sociales?**

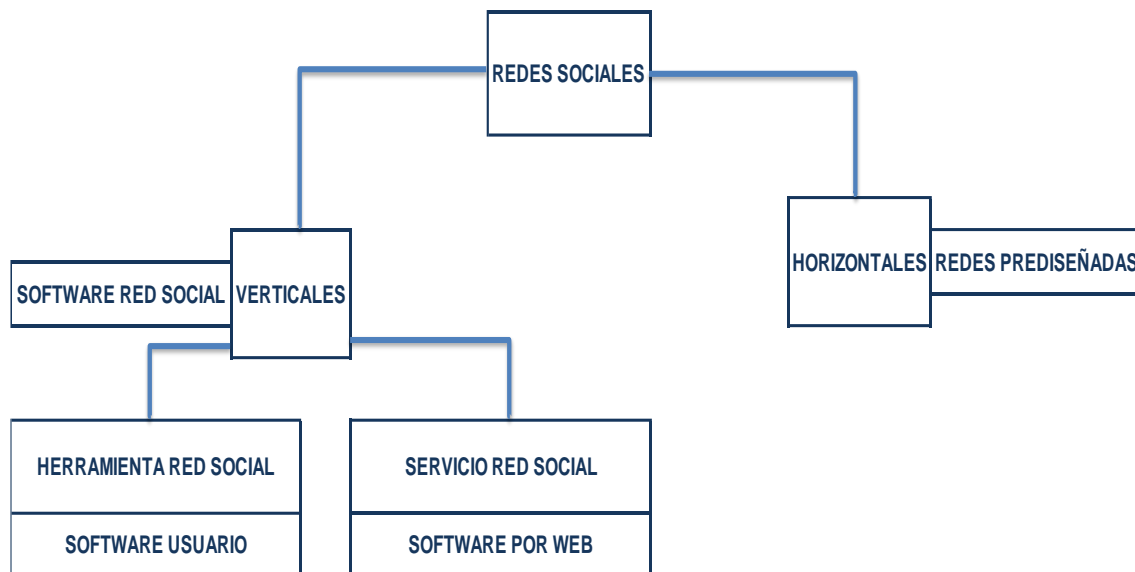
Debemos definir una estrategia y desarrollar un plan de acción para que nuestra empresa tenga una presencia en las redes sociales. En primer lugar debemos generar confianza, esto genera una imagen de transparencia y cercanía. En segundo lugar también debemos generar ventas aunque no debe ser un objetivo a corto plazo pero si debe ser un objetivo a plantearse para captar un target específico. Por último el posicionamiento de la marca, las redes sociales son una de las herramientas más potentes para ello, por lo que nuestro producto o servicio tiene una gran probabilidad de darse a conocer y tener éxito.

### **5.5 ¿De cuántos recursos dispone nuestra empresa?**

Las redes sociales no son gratis, tenemos que valorar cuantos recursos humanos y económicos disponemos y valorar cuanto tiempo y dinero estamos dispuestos a dedicarles. Si vamos auto gestionar nuestros perfiles debemos dedicarles un tiempo muy importante, a su vez si utilizamos FreeLancer (agencias dedicadas a crear perfiles en redes sociales) tendremos que valorar el dinero que gastemos para ello.



## 5.6 ¿Cuáles son las principales redes sociales para empresas?



### 1. Redes sociales generalistas u horizontales

Redes prediseñadas en la que los usuarios se incorporan, hablan de cualquier tema, su objetivo es que los usuarios interactúen entre si y puedan intercambiar información.



Red social más utilizada, ideal para negocios B2C, en ella las personas hablan de su vida personal, gustos concretos, en definitiva muestran su cara más personal. Si disponemos de un negocio B2C es muy recomendable que creamos un perfil en ella, por ejemplo negocios como gimnasios, agencias de viajes, cines, venta de productos tecnológicos etc.



## Twitter



Red social para empresas más utilizada. La gran ventaja de esta red es su rapidez, su contenido es volátil y pasa rápido, tenemos que estar muy activos en ella y estar atentos de nuestros tuits para que nuestro producto tenga éxito. El dinamismo que permite Twitter nos permite realizar diálogos rápidos y directos (ideal para atención al cliente), complemento perfecto para un negocio B2B y B2C.

## Instagram



Esta red social va a permitir a los usuarios el poder enviar tanto información como fotos al instante, en el caso de las empresas el poder mostrar un producto y lograr su expansión en la red.

## 2. Redes sociales especializadas o verticales

Especializadas en profesiones ya que nos permite una mayor selección de usuarios de los que disponemos de sus datos profesionales.

## LinkedIn



Red social más utilizada para buscar empleo, también es la mejor red para negocios B2B. En ella se buscan relaciones profesionales que generen negocio. Un buen uso de ella implica publicar contenidos basados en aspectos laborales. Esta red permite el servicio Social Sellan para realizar ventas online.

### 3. Redes sociales temáticas

En este grupo encontramos contenidos enfocados a un mismo tema o formato, un lugar de almacenaje gratuito en la red para compartir, ver, comentar, buscar o descargar videos.

**YouTube**



Para las empresas suele ser costoso el crear videos en esta red ya sea por tiempo o dinero. Puede ser una barrera para que las empresas se publiciten aquí. Pero si realmente nuestra empresa quiere disponer de un canal de YouTube, el propio YouTube nos enseña a crear vídeos con poco presupuesto. Una de las ventajas es que las empresas no suelen disponer de un canal de YouTube es decir adentrarse en el videomarketing por lo que nos diferenciaría mucho de la competencia y nuestra marca tendría posibilidad de éxito.

### 4. Redes sociales de geolocalización

Redes sociales para empresas que tengan negocios locales y necesiten potenciar su presencia en Apps de geolocalización.

**Google My Business**



Red de localización de negocios en la que los clientes ponen sus reseñas que dan información adicional de ese local, facilitando su promoción además de facilitar al cliente la calidad del servicio.

## 5.7 ¿Qué es exactamente lo que las redes sociales pueden aportar dentro de las empresas?

Con estas redes sociales lo que las empresas buscan como principal objetivo es conseguir la fidelización de clientes, a través de ellas los clientes pueden comunicarse con la propia empresa o entre los diferentes consumidores de ese producto o servicio, medio social que permite a las empresas dar atención directa, ofertar y promocionar sus productos a sus clientes a muy bajo coste. Las empresas contratan a diferentes Community Managers para que lleven por ellas estos medios sociales, se encargaran de ver cómo actúan y piensan los diferentes compradores y modificaran constantemente sus redes para atraerlos. Cuando las empresas se decidan a contar con las redes sociales deben tener en cuenta las ventajas pero también los riesgos. Ya que los errores se propagan más rápido que los aciertos en las redes sociales.

Entre las ventajas de las redes sociales en la empresa tenemos:

**RECLUTAMIENTO DE PERSONAL** Redes especializadas en contactos profesionales. Herramienta útil para la captación de personal reduciendo costes de selección.

**CAPTACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS** Mediante encuestas, votaciones y comentarios, detectar a bajo coste la mejora de productos o servicios.

**INVESTIGACIÓN DE MERCADO** Posibilidad de estudiar mercados para ver las necesidades del cliente que tienen sobre un determinado producto o servicio.

**MUESTRA DE PRODUCTOS** Facebook, Twitter, YouTube, Instagram son medios ideales que van a permitir a las empresas, mostrar sus productos o servicios a un público objetivo muy amplio.

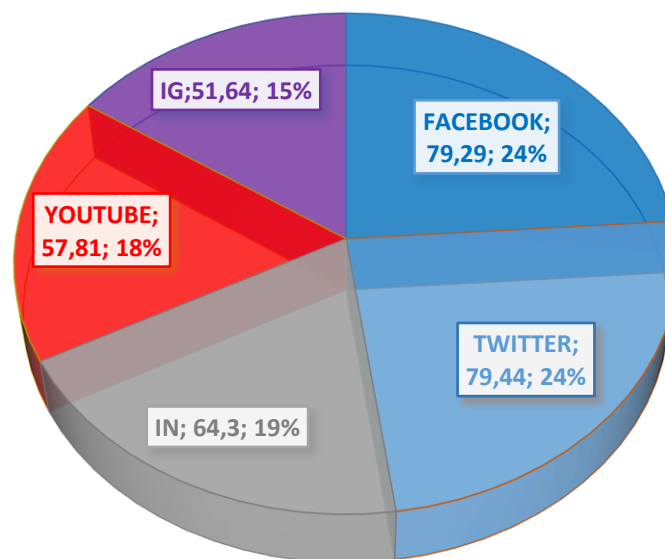
**MEDICIÓN DE INVERSIONES** Podemos saber mediante las inversiones cuantas personas mostraron interés en nuestros anuncios, cuantas compartieron nuestro servicio y cuantas interactuaron con la empresa.

**ATENCIÓN AL CLIENTE** Debido a su facilidad para generar relaciones, podemos ofrecer un servicio de atención al cliente personalizado que en otros canales sería más complicado.

**B2C (BUSINESS TO CONSUMER)** Tipo de estrategia que realiza una empresa cuando los clientes son muchos y quiere conseguir llegar directamente al cliente.

**B2B (BUSINESS TO BUSINESS)** Creación de vínculos con otras empresas para posibles sinergias.

**ABARATAMIENTO DE COSTES** La utilización del canal es gratuita aunque sea empresa. Hacer marketing en redes sociales es más económico que hacerlo en otros canales.



(Adigital, 2015)

(Adigital, 2015) *“El 85% de las empresas usa las redes sociales con fines de negocio, gestionando sus redes sociales con recursos internos, mientras que el 43,65% de las empresas encuestadas tienen un perfil de Community Manager (es un profesional de marketing digital, se va a encargar de la gestión y desarrollo de la comunidad online de una empresa o marca). Más de la mitad de las*

*empresas consideran que han obtenido más beneficios de lo invertido. Uso de redes sociales por parte de las empresas, Twitter (79,44), Facebook (79,29), LinkedIn (64,30), YouTube (57,81), Instagram (51,64)”.*

## 6 RELACIÓN ENTRE TIC Y PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA

Esta innovación tecnológica ha supuesto que las empresas deban adaptarse a este cambio digital, teniendo gran importancia en la productividad de las mismas.

**(CASTELLS, 2004)** *“El informalismo es la sociedad construida alrededor de las tecnologías de la información basadas en la microelectrónica y que opera mediante software, siendo relevante el nuevo paradigma tecnológico que constituye la base material de la nueva sociedad del siglo XXI, entendiendo por paradigma el modelo conceptual que establece los principios de actuación. Nos encontramos por tanto ante un nuevo modelo conceptual y no solo la aplicación de las nuevas fuentes de información o conocimiento al anterior paradigma de la era industrial”.*

Estas innovaciones tecnológicas desarrolladas durante estos últimos años han tenido un fuerte impacto en los procesos productivos de las empresas pero también han permitido un crecimiento económico de los países. Diversos estudios muestran que el empleo de las TIC en la empresa ha supuesto un incremento de la productividad convirtiéndolas en la nueva base de la economía.

Para valorar positivamente la incidencia de las nuevas tecnologías debe hacerse una valoración conjunta con otros factores que se modifican y se intercomunica.

## 6.1 ¿Cómo han mejorado las tecnologías de la información y comunicación la productividad de las empresas?

El empleo de estas nuevas tecnologías en el ámbito de trabajo ha supuesto para las empresas una redefinición completa mejorando considerablemente diferentes campos del sector productivo. Mejora enormemente la eficiencia de procesos mediante su simplificación, automatizando tareas repetitivas y agilizando la comunicación permitiendo a los empleados centrarse en tareas de mayor importancia. Colaboración y Comunicación más rápida y eficiente entre los empleados, todos conectados entre sí independiente de la jerarquía interna y puedan compartir información y colaborar en los diferentes proyectos de la empresa de una manera más rápida y eficiente. Controlar los costes, con estas tecnologías nos permitirá llevar un control mucho más exhaustivo detectando los diferentes problemas y actuar en sectores de la empresa menos eficientes. Por último y más importante es el aumento de la seguridad ya que es una pieza clave para la productividad de nuestra empresa y la tecnología nos ayudara a evitar amenazas importantes no solo en productividad sino en la continuidad de la empresa.

A continuación voy a hablar de una de las herramientas tecnológicas que han supuesto un gran avance para las empresas en esta época de gran revolución tecnológica.

Esta herramienta es sin duda **Internet**, se ha convertido en imprescindible en cualquier empresa tanto Pymes como empresas de gran tamaño. Se ha ido demostrando que el empleo de ordenadores por parte de los trabajadores de las empresas ha supuesto un incremento notable en su productividad y con ello lograr producir más benéficos. El uso de Internet en el ámbito empresarial es incuestionable, ya que el volumen de negocio que se realiza a través de la red aumenta cada día.

(**SANCHEZ J.L**) A principios de 1998 más del 70% de las empresas empezaron a implementar esta herramienta digital (Internet) para el desarrollo

de sus actividades empresariales, consiguiendo una mejora anual del 0,2 al 0,4% de la productividad laboral.

A continuación voy a analizar diferentes aspectos que proporciona el empleo de internet:

**MEJOR INFORMACIÓN** Uno de los principales objetivos que tienen las empresas hoy en día es la obtención de información ya que bien utilizada puede incrementar la productividad. Pero toda información requiere un coste y eso puede ser un problema para las pequeñas empresas, el segundo problema es la cantidad de tiempo que se tiene que emplear para la búsqueda de esa información, se tiene que hacer una selección de las distintas web lo que conlleva mucho tiempo. Para hacer frente a esos problemas, la propia empresa deberá formar a sus trabajadores en el uso de estas nuevas tecnologías (Elearning).

**MEJOR COMUNICACIÓN** Con la aparición del correo electrónico la comunicación entre clientes, proveedores y los propios empleados ha sufrido un importante cambio ya que antes se utilizaba solo el teléfono y fax, con esta herramienta vamos a incrementar enormemente la productividad, con ella manejaremos una gran cantidad de información a un coste de dinero y tiempo mucho menor.

En la actualidad una de las características más famosas con las que cuenta internet es la “nube” o llamada técnicamente “Cloud Computing” nos va a permitir intercambiar información a través de la nube tanto a nivel interno de la empresa (Intranet) como con los principales clientes o proveedores como hemos dicho antes supondrá supone un gran ahorro de coste de tiempo y dinero.

**TRANSACCIÓN UNIVERSAL** Para que la productividad de nuestra empresa aumente es necesario que la propia empresa afronte un cambio en la organización del trabajo y la forma de realizar los negocios. Para lograr ese cambio de organización las TIC nos facilitaran la dispersión geográfica y nos permitirán obtener nuevos métodos de trabajo (Teletrabajo) con las distintas funciones de información (herramientas informáticas o tecnologías de la comunicación).

Con el uso de las nuevas tecnologías de comunicación como intranet, correo electrónico, redes sociales, nube, la relación directa entre empresario y trabajador ya ha pasado a un segundo plano ya que no es necesario un contacto personal directo, también la empresa puede realizar una prestación de servicios a distancia pudiendo realizarse fuera del ámbito territorial nacional de la propia empresa.

Internet va a permitir a nuestra empresa cambiar la forma de realizar los negocios a través de la venta por la red. Es importante incrementar el uso del comercio electrónico ya que las TIC están obteniendo cada vez mayor importancia en este nuevo entorno social. Puede ser poco beneficioso no implementar estas herramientas tecnológicas en la organización de la empresa. Cada vez son más las empresas que se lanzan a comercializar sus productos en internet, ya sean empresas de pequeño tamaño (pymes) o de gran tamaño, ya que es una forma más fácil de llegar al cliente nacional y extranjero.



## 7 CASO PRÁCTICO

En este apartado voy a analizar como una pequeña empresa con el uso de las TIC y Redes sociales ha conseguido incrementar enormemente su productividad llevándola a ser unas de las principales empresas en venta online o Ecommerce.

### Pc componentes



**Pc Componentes** o la bautizada por muchos como el Amazon murciano, facturó el año pasado 314 millones de euros, con un beneficio neto de 9,3 millones. Para este año, la firma prevé rondar los 380 millones, tras crecer otro 20%. Se ha convertido desde hace tiempo en una de las tiendas de tecnología de referencia en España.

Tiene presencia actualmente en tres importantes redes sociales como son (Instagram, Twitter y Facebook) en la que disponen de miles de seguidores, sus Community Managers muestran novedades de sus productos, ofertas, concursos y actualidad del sector de la tecnología y electrónica, en estas redes los CM pueden atender las consultas con mayor rapidez.

Entre las tres redes sociales que emplea Pc Componentes, donde más interactúa con sus usuarios es sin duda Instagram que obtiene un 21% frente a los 13%, 6% de Twitter y Facebook.

El Amazon murciano ha liderado por tercer año las redes sociales frente a empresas como el Corte Inglés y MediaMarkt. **Social Elephants** es una de las mayores consultoras de redes sociales, señala a Pc Componentes como la compañía más valiosa en función de su valor de marca, liderando con un engagement (fidelización del usuario) del 1,7%, su estrategia se basa en la información inmediata y cercanía con sus usuarios logrando también liderar en **Share of Voice** (NSoV), es una métrica que resulta muy útil para determinar el

nivel de participación de una marca en un canal online, obteniendo el mejor resultado con un 40%. Esto tiene más mérito si nos fijamos por ejemplo en la comunidad que tienen Pc Componentes (910K) frente al Corte Ingles (2.70M) superando en Share of Voice en un 3%. Destaca también en el servicio de asistencia al cliente, reflejado por conversaciones diarias con los clientes, es decir, el número de tweets que las marcas dirigen directamente a sus seguidores, con casi 50 conversaciones al día, esto hace que su servicio de atención al cliente funcione realmente bien y si el cliente tiene algún problema con algún producto este se solucione con la mayor eficacia y rapidez. La empresa ha declarado con los datos obtenidos de este estudio que la implementación de esta estrategia ha sido óptima, en la que se intenta sacar el máximo potencial que ofrecen las redes sociales para estar más cerca de sus clientes.



## CONCLUSION

Tecnologías de la comunicación e información (TIC) han supuesto grandes cambios y son de suma importancia para las formas de funcionar y el entorno de las empresas aunque en el mercado son lentas ya que se las considera un coste en vez de una inversión a largo plazo, pero a la larga se aumenta la productividad, reduciendo costes de dinero y de tiempo ya que conseguimos evitar tareas rutinarias, mejorando la calidad y aumentando las ventas debido a la expansión de mercado, por si solas no bastan pero les permiten mantener comunicación a grandes distancias (videoconferencias) consiguiendo cerrar negocios tanto con proveedores como inversionistas de todo el mundo, también permiten realizar ventas online. Las empresas de hoy en día tienen que disponer si o si de internet y publicitar su negocio en la red, ya que como bien dice (**Bill Gates**) *“Si tu negocio no está en Internet es que no existe”*. La innovación ha llevado a las empresas a compartir archivos y datos en la nube también conocida como Cloud Computing permitiendo bajar costes de tiempo y dinero y a su vez mantenerse en conexión a grandes distancias. Este tipo de tecnologías ha cambiado el mundo empresarial, permitiendo a estas empresas disponer de nuevos canales publicitarios, como son internet y las redes sociales. Disponer de la herramienta Ecommerce es una buena opción para entrar en el mundo de los negocios permitiendo a pequeñas empresas vender sus productos y establecer relación con los clientes de forma más sencilla, tenemos que aprovechar esta herramienta de negocio ya que está en pleno crecimiento y viendo el estado actual de nuestra sociedad tenemos que adaptarnos a los cambios, nuevos retos tecnológicos para ser competitivos en el mercado y que nuestro negocio tenga éxito.

## BIBLIOGRAFIA

- **Alfonso Gimeno, Vicente (2010)** *La influencia de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones y su repercusión en las estrategias empresariales: La banca online y su aplicación en las cooperativas de crédito-*  
<https://www.tdx.cat/handle/10803/52170>
- **Javier Gálvez Ortiz (2017)** *Impacto y vinculación de las TIC y redes sociales en la dirección estratégica*  
<http://dspace.umh.es/bitstream/11000/3773/1/TFG%20G%C3%A1lvez%20Ortiz%2C%20Javier.pdf>
- **Marina Villena Navarro** *Tecnologías de la Información y Comunicación Tema 3*
- **La Evolución Del Marketing Tradicional Al De Influencia: los influencers**  
[https://www.unav.edu/documents/4889803/13079787/62\\_Orvalle+-+La+evoluci%C3%B3n+del+Marketing+tradicional+al+de+influencia+Los+influencers.pdf/5d9ee093-ff02-1d1a-c20f-714e021e9c5d](https://www.unav.edu/documents/4889803/13079787/62_Orvalle+-+La+evoluci%C3%B3n+del+Marketing+tradicional+al+de+influencia+Los+influencers.pdf/5d9ee093-ff02-1d1a-c20f-714e021e9c5d)
- **Samuelson, P.** *Economía.* McGraw –Hill Decimoséptima Edición, Pág. 4.
- **Méndez, S.** *Fundamentos de Economía .* Mc Graw Hill 3era Edición Pág. 11.
- **Thompson, A. y Strickland, A. (2004).** *Administración Estratégica.* Editorial Mc Graw Hill, México.
- **Galindo, M. Á.** *Las tic y su papel en el crecimiento económico y en la nueva economía.*  
<https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/370/15.pdf>
- **Águila, D. (2000).** *Comercio Electrónico y Estrategia Empresarial.* Pág 41. 2 .
- **M. Martín-Moreno, F. Sáez Vacas** *Análisis preliminar del comercio electrónico.*
- **Castells, M. (2004).** *La Sociedad Red: Una visión global.* Alianza Editorial. Pág. 33.
- **Rincón, C. D. ( 2011 ).** *Ejecución Estratégica en 6 Pasos.* Revista Gerente, No 278 .
- **Sanchez, J. I.** *¿Pueden las Tecnologías de la Información mejorar la productividad?*
- **Miguel Peris, S., Caplliure Giner, E.V., García Sastre, M.A.** *“El fenómeno de la compra interactiva en España”, “Esic Market, Revista Internacional de Economía y Empresa”, Mayo-Agosto 2002 (núm. 112)*
- **Europeas, C. d. (1997 y 1999).** *Libro Blanco del Comercio.*
- **José Patricio Pérez Rufí** *Estructura del mercado audiovisual*  
[http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1220/concepto\\_red\\_social.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1220/concepto_red_social.html)

- **Subdirector del Laboratorio de Comunicación Multimedia (2017)**  
*[http://jorgebardalesf.blogspot.com/2017/07/la-red-social-las-redes-sociales-son\\_19.html](http://jorgebardalesf.blogspot.com/2017/07/la-red-social-las-redes-sociales-son_19.html)*
- **Orihuela, J.L. (2008).** *Internet, la hora de las redes sociales*  
*<http://www.ecuaderno.com/2008/10/14/la-hora-de-las-redes-sociales/>*
- **Fernández, L. A. (2008).** *Investigar en tiempos de crisis y redes.*  
*<http://www.madrimasd.org/informacionldi/analisis/opinion/opinion.asp?id=37289>*
- **Flores, J.M. (2008).** *Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales.* Pág 74
- **Ribera, J. (2001).** *El impacto de internet en las operaciones de la empresa.* *Revista de Antiguos Alumnos del IEEM, ISSN 1510-4214, Año 4, Nº.1 3 (Diciembre), Pág 42-46.*

## WEBGRAFIA

- **INE. (16 Octubre 2018).** *Uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y del comercio electrónico en las empresas.* Obtenido de [https://www.ine.es/prensa/tic\\_e\\_2017\\_2018.pdf](https://www.ine.es/prensa/tic_e_2017_2018.pdf)
- **INE. (5 Octubre 2017).** *Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.* Obtenido de [https://www.ine.es/prensa/tich\\_2017.pdf](https://www.ine.es/prensa/tich_2017.pdf)
- **Julian Perez Porto y Ana Gardey (2008, Act 2012)** Obtenido de <https://definicion.de/economia/>
- **Zemsania Global Group. (2018).** *Cómo Utilizan Las Empresas El Entorno Digital En 2018.* Obtenido de <https://www.zemsania.com/empresas-entorno-digital-en-2018/>
- **Sató, J. (2016).** *Economía Digital.* Obtenido de <http://satogames.es/es/2016/11/26/la-economia-digital/>
- **Gada, K (2016)** *Digital Economy in 5 min, Forbes* Obtenido de <https://www.forbes.com/sites/koshagada/2016/06/16/what-is-the-digital-economy/#2ed491e87628>
- **Moldtrans, C. (31 Enero 2017).** *Blog, Las empresas en el entorno digital.* Obtenido de <https://www.moldtrans.com/las-empresas-en-el-entorno-digital/>
- **Reflexiones sobre redes sociales (9 Diciembre 2011).** *Definición y clasificación.* Obtenido de <http://cent.uji.es/octeto/node/2600>
- **Adigital. (25 Febrero 2015).** *gnmedia.* Obtenido de <http://www.gnmedia.es/usuarios-de-redes-sociales-en-empresas-espanolas-2014/>
- **D<sup>a</sup> Carmen Algar Jiménez (1 Enero 2014).** *La influencia de las Tics en la productividad de la empresa.* Obtenido de <http://www.informatica-juridica.com/trabajos/la-influencia-de-las-tics-en-la-productividad-de-la-empresa/>
- **Javycc. (14 Marzo 2016).** *Blog, Las TIC como clave en el cambio organizacional.* Obtenido de <http://lafabricadeltiempo.es/las-tic-como-clave-en-el-cambio-organizacional/>
- **Sánchez, L. (17 Agosto 2018).** *Blog, Ventajas de las tics para las empresas.* Obtenido de <https://www.blog.andaluciaesdigital.es/ventajas-de-las-tics-para-las-empresas/>
- **Milenio, T. (5 Abril 2017).** *Blog, La industria conectada es mucho más que tecnología.* Obtenido de <https://www.heraldo.es/noticias/sociedad/2017/04/05/la-industria-conectada-mucho-mas-que-tecnologia-1168273-310.html>

- **Maldonado, J. Á. (1 Agosto 2014).** Gestipolis, *Estrategia empresarial. Formulación, planeación e implantación.* Obtenido de <https://www.gestipolis.com/estrategia-empresarial-formulacion-planeacion-e-implantacion/>
- **Ramos, A. E. (6 Noviembre 2014).** Gestipolis, *Importancia de la economía para los negocios y los gobiernos.* Obtenido de <https://www.gestipolis.com/importancia-de-la-economia-para-los-negocios-y-los-gobiernos/>
- **Marketing Directo (1 Septiembre 2017).** *La evolución de las empresas al entorno digital.* Obtenido de <https://www.marketingdirecto.com/digital-general/e-commerce/la-evolucion-las-empresas-al-entorno-digital>
- **Burgueño, P. F. (2 Marzo 2009).** Blog, *Clasificación de redes sociales.* Obtenido de <https://www.pablofb.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>
- **Rodolfo Coyago Pérez (29 Septiembre 2012).** *Impacto de las tics en la sociedad.* Obtenido de <https://es.slideshare.net/rcoyagop/impacto-de-las-tics-en-la-sociedad-14517134>
- **El Observador (12 Noviembre 2012).** Artículo *Impacto de las redes sociales en los negocios.* Obtenido de <https://www.elobservador.com.uy/nota/el-impacto-de-las-redes-sociales-en-los-negocios-2012111216480>
- **PLC Marketing (24 Febrero 2014).** Blog, Artículo *Influencia de las redes sociales en las empresas.* Obtenido de <https://www.plcmarketing.com/blog/influencia-redes-sociales-empresas/>
- **IGNASI CAVALLÉ (26 Febrero 2018).** Blog, *Objetivos en social media ¿por qué mi empresa debe estar presente en las redes sociales?.* Obtenido de <https://www.mediatick.es/blog/objetivos-en-social-media-para-que-mi-empresa-debe-estar-presente-en-las-redes-sociales/>
- **Álvaro Gutiérrez (18 Enero 2018).** Blog, *PcComponentes, Ecommerce mejor valorado en redes sociales en 2017.* Obtenido de <https://ecommerce-news.es/pccomponentes-ecommerce-mejor-valorado-redes-sociales-2017-72254>
- **Cecarm (11 Febrero 2019).** *PcComponentes lidera por tercer año las redes sociales de las principales marcas de distribución.* Obtenido de <https://www.cecarm.com/actualidad/noticias/pccomponentes-lidera-por-tercer-ano-las-redes-sociales-de-las-principales-marcas-de-distribucion-39228>
- **Ana Nogueira (25 Octubre 2017).** Blog, *Ecommerce: tendencias, plataformas y mejores estrategias.* Obtenido de <https://blog.hotmart.com/es/ecommerce/>
- **Formación en Tecnologías de la Información, un paso necesario tras la concienciación.** Obtenido de <https://ticnegocios.camaravalencia.com/servicios/tendencias/formacion-en-tecnologias-de-la-informacion-un-paso-necesario-tras-la-concienciacion/>
- **Mabel, Cajal (21 Junio 2017).** *Que es una red social: tipos de redes y para qué sirven.* Obtenido de <https://www.mabelcajal.com/2017/06/que-es-una-red-social-tipos-redes-sociales-para-que-sirven.html/>

- **Alto nivel (29 Julio 2010).** *Redes sociales impactan productividad. Obtenido de <https://www.altonivel.com.mx/liderazgo/management/5241-redes-sociales-impactan-productividad/>*