



## EL USO DE LAS REDES SOCIALES, COMO FACEBOOK, EN UNA ESTRATEGIA PROMOCIONAL. AÑO 2015

Patricia Chávez Basulto<sup>1</sup>, Ma. Alicia Cervantes Avalos<sup>2</sup>, Luz Elena Perez Meza<sup>3</sup>, Teresa Amalia Rosales Estrada<sup>2</sup>, Ma. del Carmen Ruiz Nuñez<sup>3</sup>, Minaski Elidee Duran Padilla<sup>2</sup>, Sandra Eva Lomelí Rodríguez<sup>2</sup> y Ma. de los Angeles Ochoa Cedeño<sup>3</sup>

1 Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Ciénega, 2 UDG, 3 U DE G. chavezb\_6@hotmail.com

Las nuevas tecnologías, la masificación del internet y los medios electrónicos han permeado en nuestra sociedad y están llegando cada vez más a los diferentes estratos de la escala social, ampliando la participación de la clase baja y media en el uso del internet. De tal manera, que hoy día, casi todos tenemos acceso a una computadora (incluyendo tabletas y smartphones) así como a las redes sociales. Este estudio intenta demostrar la factibilidad de la promoción de bienes y servicios en la red social FACEBOOK, así como los resultados que se obtienen al seguir esta estrategia. El e-commerce o comercio electrónico se hace cada vez más popular entre los empresarios, incluso los microempresarios han encontrado en ésta, una fuente importante de ventas y promoción. Mediante un estudio de carácter exploratorio y una pregunta lanzada a través de la propia red social, se llegará a resultados sobre la opinión de los encuestados en el impacto de facebook y las compras de productos que ahí se promueven.

Se realiza también un análisis de los hábitos de los cibernautas, incluye tiempo de conexión, uso de las redes, edades y sexo de mayor impacto, para identificar un perfil que permita obtener mejores resultados en el uso de esta estrategia promocional.

**Conclusiones de la investigación.** En la región Ciénega, el uso del facebook esta muy popularizado, sin embargo, cuando se trata de realizar una compra, el 80% desconfía de hacerlo a través de internet. Y los que dijeron si comprar, es solo con un remitente conocido y de confianza.