



**TRABAJO DE GRADO**  
**Opción Seminario-Diplomado.**

**Revisión del impacto de las Redes Sociales en la Gestión Organizacional**

Corporación Universitaria Remington.  
Ciencias Empresariales  
Administración De Empresas.

Gloria Alexandra Ruiz Duque – CC 1.088.037.552  
Silvana Cardona Cárdenas – CC 1.004.767.750

Asesor Temático: César Augusto García Mosquera. Magíster en Administración Económica y  
Financiera.

Opción de Trabajo de grado Seminario-Diplomado.  
2024.

## Tabla de contenido

Resumen.....	3
Palabras clave.....	3
1. Pregunta orientadora de la búsqueda .....	4
2. Metodología de búsqueda de la información .....	5
3. Sustentación teórica de la pregunta.....	6
3.1 Introducción. ....	6
3.2 Direccionamiento Estratégico. ....	7
3.3 Adaptación y crecimiento empresarial.....	7
3.4 Herramientas RRSS en las organizaciones .....	8
3.5 Globalización .....	9
3.6 Generalidades de las redes sociales. ....	10
3.7 Las redes sociales en el marketing.....	11
3.8 Importancia de las Estrategias en las Organizaciones. ....	12
3.9 Discusiones. ....	13
4. Conclusiones y anotaciones finales .....	15
5. Lista de Referencias.....	17

## **Resumen**

A continuación se podrá apreciar por medio de este informe la importancia de lo que se vive al día de hoy en cuando el impacto que generan las redes sociales en las organizaciones y como estas han ido transformado de una manera óptima y eficaz los diferentes objetivos de cada compañía adicional a como se ha ido revolucionando por su paso en la sociedad , al día de hoy las redes sociales son usadas no solamente para obtener una comunicación constante con personas en el mundo , estas han transformado la forma en la que las compañías han obtenido reconocimiento y reputación con una mayor optimización de recursos y alcanzando mejores resultados en poco tiempo .Estas han transformado cada una de las organizaciones en el mundo adecuándose al nuevo entorno digital .

## **Palabras clave**

Digital, Optimización, Estrategias, Transformación, Innovación.

## **1. Pregunta orientadora de la búsqueda**

La revolución digital y sus beneficios en como las redes sociales han transformado de una forma positiva las organizaciones en todo el mundo, ya que estas pudieron generar aportes económicos significativos para el desarrollo; adicional a esto, también generaron una adaptabilidad a la Era digital en la que el mundo se encuentra actualmente. Las compañías deben estar a la vanguardia si desean generar más utilidad y sumarse a este cambio, el cual ayuda no solo a tener mayor reconocimiento y recordación de la marca, sino también obtener mejores resultados con su gestión.

Las redes sociales impactaron la forma en la que las personas se comunican y se relacionan, obligan a las empresas a ser innovadoras y conocer a detalle su público objetivo para crear lazos estratégicos, permitiéndoles tener un gran nivel de alcance e impulsar sus ventas, sin embargo, a pesar de los beneficios, también se debe tener cuidado con los desafíos o riesgos provenientes de estas plataformas, ya que una crisis de reputación o una fuga de datos podría estar comprometiendo todo el avance alcanzado, gracias a estas nuevas tecnologías, es por esto, que se plantea la siguiente pregunta orientadora para la realización de la búsqueda de información, en la realización del presente informe.

¿Cómo las redes sociales han podido impactar de manera positiva las organizaciones en la actualidad?

## **2. Metodología de búsqueda de la información**

Al realizar una indagación totalmente exhaustiva por diferentes sitios web recopilando de manera cuidadosa toda la información que fuera valiosa para complementar el presente informe sobre el Impacto del uso de las redes sociales en la gestión organizacional garantizando su confiabilidad y actualización que respalde el estudio realizado.

La indagación se llevó a cabo por medio sistemas informáticos como lo son Google académico y el apoyo de lo que es IA para complementar diferentes textos sugeridos, clasificando la información encontrada en diferentes líneas de precisión y efectividad en cuando al tema investigando, todo esto respetando los diferentes autores o fuentes halladas respetando dichas autorías para no cometer plagio.

Una vez se encontraron datos claros y veraces, se ejecutó la elaboración del presente informe adjuntando al final del mismo nuestras opiniones y puntos de vista para concluir con el mismo.

### **3. Sustentación teórica de la pregunta**

#### **3.1 Introducción.**

Las redes sociales son todas las herramientas digitales que permiten la interacción de diferentes personas de cualquier parte del mundo, abarca un gran portafolio como los websites y aplicaciones. Las redes sociales han tenido una evolución significativa a través del tiempo, su origen empieza en la época de 1990; hoy en día es el primer medio de comunicación de las sociedades y es fundamental en la interacción de las empresas con sus clientes, puesto que las redes sociales permiten utilizarse para diferentes fines como es el entretenimiento, la venta o compra de artículos, informarse, opinar, entre otras actividad; estos contenidos se comparten de manera rápida y eficiente llegando a cualquier lugar de forma instantánea.

Este global fenómeno obliga a las diferentes empresas a innovar y crear sus propias redes sociales ya sea por Facebook, Instagram, páginas web o la que considere pertinente para su compañía y que le permita adaptarse a las tendencias cambiantes del mercado, desarrollando un plus diferenciador de sus competidores lo cual se vuelve un reto cada día, pero también resulta de gran ayuda para conocer las necesidades y preocupaciones de sus clientes, creando lazos de confianza, fortaleciendo la lealtad a la marca e incrementando así la participación en el mercado, lo cual ayuda a la empresas a ganar posicionamiento de sus marcas (Casaló,2012)

El objetivo del presente informe es dar a conocer como las organizaciones pueden aplicar de manera adecuada las herramientas que ofrece la actualidad y como por medio de estas puedan crear modelos empresariales dentro de su direccionamiento estratégico con planes de expansión e innovación llevándolas a que sean exitosas.

### **3.2 Direccionamiento Estratégico.**

En un entorno de constantes cambios, las empresas deben estar preparadas para afrontar cual situación sin descuidar su intención, es por ello que el direccionamiento estratégico es el proceso por el cual las empresas fijan su propósito, misión, visión y como llegarán a ellas a largo plazo, siendo una herramienta que alinea los recursos y dedicaciones para lograr el alcance de los objetivos propuestos; esto proporciona a la empresa una visión clara como debe actuar en un futuro.

teniendo en cuenta y poniendo en práctica esta herramienta las empresas tienen la facilidad de adaptarse a los cambios y exigencias del entorno tanto externo como interno, contando también con objetivos, estrategias y procesos claros que faciliten la toma de decisiones y el alcance de los objetivos propuestos; con esta y otras teorías como el desarrollo organizacional y cultura organizacional que buscan potencializar los conocimientos, habilidades y destrezas, con el objetivo de la optimización de recursos y maximización de resultados (Armijos-Robles,2020).

Con este modelo se podrá fijar estrategias y acciones que lleven al éxito, fortaleciendo la innovación, procesos, sostenibilidad y competitividad de la organización; lo que se necesita para seguir progresando, tener la capacidad de adaptación y estar preparados para los cambios exigidos por el mercado. Para llegar a esto se debe tener dedicación y constante supervisión de los avances y posibles mejoras, yendo más allá de la planeación tradicional, preparándose así para afrontar adversidades complejas fuera de lo rutinario.

### **3.3 Adaptación y crecimiento empresarial.**

Por medio de las estrategias las organizaciones toman decisiones para determinadas situaciones, crean planes de acción ante las adversidades para estar preparados en el momento que sucedan, también para alcanzar los objetivos propuestos y encaminar la compañía al éxito.

Es fundamental dentro de las organizaciones tener la capacidad de adaptarse a los cambios y tener estrategias que se pueden implementar en cualquier área o nivel dentro de la compañía, esto permite conocer como competirá el mercado e identificar las estrategias más eficaces y los

planes de acción que tiene preparados circunstancias imprevistas o el constante cambio del mercado. Identificando e implementado estrategias se puede llegar al éxito y alcanzar los objetivos de la empresa, ya que esta permite tener claridad al tomar decisiones ante situaciones difíciles (Carmona-De Ríos,2018).

Como primer paso se debe conocer las características y la necesidad del entorno de la empresa, asegurando que todo los esfuerzos e inversiones que se han realizado estén alineados con los objetivos definidos, al igual que la distribución de los recursos se esté dando de forma adecuada llegando así a una mejora continua y tener una sostenibilidad a largo plazo. Para alcanzar el éxito no solo se necesitan estrategias bien definidas, también tener una buena comunicación donde todo el personal tenga conocimiento de esos plenes de acción, ya que es parte fundamental el trabajo en equipo y la comunicación asertiva, donde se facilite la adaptación en el mercado y entorno de constantes cambios, contribuyendo al continuo crecimiento de la organización que los lleve al éxito.

### **3.4 Herramientas RRSS en las organizaciones**

Las herramientas RRSS (redes sociales) son aplicaciones, plataformas o programas que ayudan a las empresas para gestionar y optimizar el uso de las redes sociales, estas herramientas varían sus características de acuerdo a las necesidades de cada organización y son ideales para aquellas compañías que sean ser efectivos y eficientes; cuentan con la posibilidad de facilitar tareas como la programación de publicaciones, seguimiento del público, elaborar contenido, desarrollar estrategias, entre otras, lo que ayuda a estar más activos en las redes sociales.

En la actualidad el uso de las redes sociales ha propagado, poniéndose al alcance de la mayoría de las personas, las cuales usan por lo menos una red social, son herramientas tan diversas que tanto su uso como la personalidad de quien lo usa varias he incluso se llega a una identidad por medio de ellas (Briceño, R.,2019).

Cada vez son las mas las empresas que se suman a la tendencia de las resdess, puesto que son herramientas fundamentales que ayudan a concetar con su publico de forma directa, mejorar la comunicacion tanto interna como externa, refuerza el Desarrollo y puesta en practica de estrategias y fortalece la reputacion de la marca, por medio de estas herrmaientas las organizaciones pueden sacar provecho, creando campañas de consciendca donde influyan a las personas a tener una vida sana y otros aspectos que puedan favorecer la cotidianidad de las personas, diferenciandose de sus competidores siendo mas que solo una marca sino tambien aportanto a la vida.

El internet y las redes sociales han trasformado el marketing tradicional, gracias al avance de la tencologia en los ultimos años se ha formado cambios en los consumidores y el mercado, creando la exigencia del marketing digital, el cual ayuda a solucionar las nuevas necesidades de mercado y satisfaciendo a los consumidores (Membuela-Pollán, 2019)

### **3.5 Globalización**

En la actualidad las organizaciones deben prepararse y afrontar números cambios gracias a la globalización, estas deben procesar grandes cantidades de información para estar actualizadas y ajustar sus estrategias para el cumplimiento de sus objetivos y metas, a través de la innovación, el crecimiento, la competitividad y la toma de decisiones le permite un desarrollo integral de las actividades y el aprovechamiento de las tecnologías para enfrentarse los cambios de la globalización, logrando un desarrollo tanto económico como organizacional (Flores, M. G., 2021).

La globalización no es un fenomeno recientes, este se ha dado desde la antiguedad y a lo largo del tiempo ha generado significativos cambios, es el proceso mediante el cual el mundo se integra, en particular el comercio y los flujos financieros, tambien se puede dar a traves de factores sociales, culturales, ambientales o politicos (Fanjul, E. (2020).

Como consecuencia de las necesidades y exigencias de la sociedad surge la globalización, en un mundo de constantes cambios el mercado ve la necesidad de crear alianzas con empresas de diferentes países, a lo que lleva la internacionalización, logrando beneficios en ambas partes y que estas tengan accesibilidad a nuevas informaciones. Es de suma importancia que las organizaciones estén en constante innovación y contar con la capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios o imprevistos que conlleva las nuevas tecnologías.

La globalización trae a las empresas beneficios como un entorno mas amplio, en el cual puede incrementar su competitividad, la expansión de mercados y estar a la vanguardia de este mundo digitalizado en el que la manera de vivir de la sociedad cada día cambia más.

### **3.6 Generalidades de las redes sociales.**

Las redes sociales son plataformas digitales que permite estar conectado unos con otros, compartir información o contenido y estar interactuando de forma instantánea; tiene una forma de accesibilidad a través de internet y en diversos dispositivos como smartphones, computadores y Tablet; estas redes son usadas por individuos de todas las edades con fines de entretenimiento, opinión, informativas, comerciales, entre otras.

Cada día se vuelven más importantes en la vida cotidiana de las personas, es una realidad a nivel global que con el pasar de los días se posiciona cada vez más; gracias a su facilidad de uso, sencillas y multifuncionalidad estas plataformas han transformado la manera de comunicación y relacionamiento de las personas.

El nacimiento del internet y las redes sociales trajo consigo gran impacto en la sociedad moderna; esta era cuenta con tres factores fundamentales: componer, compartir y difundir, lo que favorece no solo las relaciones comunicativas, el acceso a la información, la conectividad sino también la manera de percibe el mundo y la facilidad de influir en las personas (Shicay-Quezada,2020).

La estrecha relación entre la sociedad y las redes sociales está en constante transformación lo que ha obligado a las empresas a adaptarse a las nuevas tendencias y necesidades de su público; los emprendimientos han visto una oportunidad en las redes sociales y plataformas de internet para ofrecer sus productos o servicios de fácil acceso, gran alcance y en poco tiempo. Permitiendo establecer una relación más cercana entre el consumidor y el fabricante a través de la retroalimentación, fortaleciendo también la lealtad y reconocimiento de marca (Shicay-Quezada,2020).

Las redes sociales abren nuevas oportunidades a pequeños emprendimientos que se introducen en el mercado, maximizando sus ventas, dando a conocer y promocionando sus productos a un costo mínimo, sin embargo, las empresas deben tener claro cuál es su público objetivo y porque red sociales llegara a ese objetivo y tendrá mayor alcance, aunque son utilizadas por la gran mayoría de personas, existen segmentos muy específicos de consumidores que requieren características y medios más formales y únicos.

### **3.7 Las redes sociales en el marketing.**

Las redes sociales son una herramienta fundamental para el uso de publicidad digital, en la actualidad las diferentes compañías en el mundo se suman al uso de esta nueva herramienta ya que estas pasaron de ser un canal de comunicación a una herramienta de publicidad estrategia para todas las organizaciones, por medio de ella pueden obtener mucha más alcanzabilidad hacia sus clientes de manera fácil, rápida y lo mejor a un bajo costo.

Las redes sociales pueden ofrecer mucho más que solo publicidad, también crean un acercamiento directo con el público objetivo gracias a los diferentes algoritmos que estas herramientas pueden facilitar. Así las empresas o pequeños emprendedores pueden conocer de una manera más rápida los gustos o preferencias de sus clientes sin gastar más. Otra herramienta importante que incluyen las redes sociales son los llamados influencer, los cuales son personajes de los diferentes canales de video con una gran cantidad de seguidores en los cuales ellos por

medio de videos o imágenes cómicas publicitan los productos de las compañías, estos se vuelven virales en cuestión de segundos y pueden ayudar a incrementar las ventas de la compañía de una manera mucho más ágil.

Las redes sociales al ser canal de comunicación efectivo también pueden ser usadas para la fidelización de clientes es por ello que es totalmente necesario conocer los gustos o exigencias del público objetivo utilizando la técnica de escucha activa. Por segundo conocer cuál es su sentir y darle un valor agregado para que de esta manera siempre esperen lo mejor del producto o compañía. este sistema se implementa por medio de un canal de sugerencias e inquietudes (en vivo) por medio de las redes sociales, creando diversas charlas con los clientes. sorteos en línea para así obtener una conexión más eficaz con los clientes y fidelizándolos de una forma más creativa (Quiñonez, 2017).

### **3.8 Importancia de las Estrategias en las Organizaciones.**

Las estrategias son muy importantes para definir el oriente de una organización debido a que estas pueden ayudar a las compañías en su curso por medio de la toma de decisiones, ayuda a esclarecer los objetivos, la importancia en los que estos toman un papel fundamental para el rumbo de una empresa

Estas estrategias parten desde el momento en el que los supervisores estudian cada uno de los factores o ventajas internas de la compañía, como también sus factores externos que pueden ayudar a cumplir los objetivos en el tiempo actual y como estas podrían definir su futuro en el mercado. Es por ello que se encargan de implementar nuevas estrategias de marketing ya sea para el lanzamiento de un nuevo producto o para mejorar la presentación de la compañía ante el público, de esta manera la empresa por medio de metas puede lograr su objetivo y aumentar de manera significativa las ventas, las cuales son el factor más importante de la empresa (Luzuriaga, 2021).

Si bien conocemos cuales son los objetivos y a donde se quiere llegar por medio de estrategias bien definidas y con un enfoque claro la compañía podría asegurar el éxito a futuro aportando también lo necesario para que pueda salir adelante en un entorno mucho más difuso y encontrar una oportunidad de estar a flote en donde pueda ocurrir una crisis.

### **3.9 Discusiones.**

El Direccionamiento estratégico es el proceso por el cual las empresas fijan su propósito, misión, visión y como llegaran a ellas a largo plazo, siendo una herramienta que alinea los recursos y dedicaciones para lograr el alcance de los objetivos propuestos; esto proporciona a la empresa una visión clara como debe actuar en un futuro. (Armijos-Robles,2020) con esta y otras teorías como el desarrollo organizacional y cultura organizacional que buscan potencializar los conocimientos, habilidades y destrezas, con el objetivo de la optimización de recursos y maximización de resultados. Es válido afirmar la misión y la visión son los factores que pueden orientar a una organización a tener un desarrollo efectivo a futuro y que son totalmente fundamentales para que una organización pueda desarrollar una cultura sostenible y competitiva, ya que por medio de esta se garantiza que los procesos de la organización obtengan mayor eficacia para su desarrollo y puedan obtener una mayor efectividad al desarrollar los objetivos que esta se propone. Es por ello que creemos que es de vital importancia tener clara una dirección estratégica, porque esta no solamente nos lleva al desarrollo de una organización sino también a el desarrollo de un proyecto personal en donde nos imponemos políticas y objetivos adicional que nos permite adaptarnos a una economía cambiante como a la que nos afrontamos en el día a día, integrando también valores y capacidades personales para llegar al éxito de la misma.

Las redes sociales son una herramienta fundamental para el uso de publicidad digital, en la actualidad las diferentes compañías en el mundo se suman al uso de esta nueva herramienta ya que paso de ser un canal de comunicación a una herramienta de publicidad estrategia. Las redes sociales al ser canal de comunicación efectivo también pueden ser usadas para la fidelización de clientes es por ello que es totalmente necesario conocer los gustos o exigencias del público objetivo utilizando la técnica de escucha activa (Quiñonez, 2017). Gracias al avance de las redes

sociales las marcas tienen la posibilidad de llegar a gran cantidad de personas sin las limitaciones como los tenían los medios tradicionales, la mayor ventaja es que permite dirigir sus anuncios a públicos específicos segmentándolos por factores como la edad, intereses, ubicación, entre otras. Asegundo a si llegar a las personas correctas que estén interesados en este tipo de productos y sean mas propensos a relacionarse con la marca, lo que genera una reducción de costos y efectividad de la publicidad.

Las redes sociales tienen la habilidad a través de contenido visual generan en el público el deseo de compra, emite emociones y llama la atención con facilidad, siendo así una herramienta fundamental para cualquier estrategia de marketing digital. Las empresas a través de este medio pueden difundir contenido innovador estableciendo una conexión con su público por medio de emociones.

En la actualidad las redes sociales se han convertido en una parte fundamental en la vida de muchas personas a nivel global, y gracias a ello tiene la capacidad de influir no solo en las percepciones individuales y estilos de vida sino que también afecta la cultura colectiva y las normas sociales, con lo cual las empresas a través de campañas que dan a circular a través de las redes sociales poseen el poder de redefinir que se considera atractivo, importante o aceptable en la sociedad, lo que trae consigo la constante transformación de como ver el mundo.

#### 4. Conclusiones y anotaciones finales

En la actualidad los avances tecnológicos han traigo numerosos beneficios para todo de persona, como lo son las redes sociales, pues ha facilitado muchas de las tareas del día a día de los individuos, gracias a ella se ha podido interactuar con personas de cualquier parte del mundo he incluso adoptar prácticas de que son de gran utilidad; pero sin duda alguna han sido un factor fundamental dentro de las organizaciones, ya que por medio de estas no solo se comunican con sus clientes sino que también crean lazos de confianza e identidad de su marca, su rápida y efectiva forma de compartir contenido de manera instantánea y al alcance de millones de personas a un costo bajo es sin duda un factor que las empresas micro y macro pueden usar a su favor. Puesto que los medios tradicionales tienen ciertas limitaciones, las redes sociales se viralizaron rápida, son parte de la cotidianidad de las personas a nivel global.

Esta Hera cuenta con tres factores fundamentales: componer, compartir y difundir, lo que favorece no solo las relaciones comunicativas, el acceso a la información, la conectividad sino también la manera de percibe el mundo y la facilidad de influir en las personas (Shicay-Quezada,2020). A través de plataformas como Facebook, Twitter, Instagram, entre otras, las empresas facilitan la comunicación de manera directa y constante con sus clientes y seguidores, también permite promocionar sus productos y servicios a través de contenido visual llamativo e interactivo donde no solo se realizan promocionan, sino que se tienen en cuanto los gustos y necesidades de su publico objetivo, sin embargo, se debe saber al target, no es únicamente tener una persona que suba fotos, comentarios, cargue videos o actualice datos, debe ser alguien visionario que comprenda el comportamiento del consumidor, tenga claro la segmentación de los clientes, empático y con la capacidad de evaluar e interpretar las tendencias y cambios del mercado, entre otros aspectos muy relevantes, que contribuya eficientemente a los objetivos de la empresa, la innovación y este comprometido.

También en el ámbito interno las redes sociales han contribuido positivamente a las empresas en la cultura organizacional, siendo mas activa y colaborativa, permitiendo que los colaboradores interactúan más entre sí, compartan ideas, compartir soluciones atractivas ante los

problemas y favorezca el trabajo en equipo, lo que puede impulsar a la innovación, fomentar un ambiente colaborativo el cual influya positivamente en la producción y rendimiento de la empresa, otros aspectos que se pueden beneficiar, es la retención de personal, ya que al ser un ambiente inclusivo y atractivo reduce la rotación de personas y impulsa a los colaboradores a tener un desarrollo profesional beneficiando también a la empresa. Las redes sociales permiten un entorno activo, cooperativo y creativo con lo que se puede sacar provecho en un aumento de productividad, satisfacción y éxito organizacional.

## 5. Lista de Referencias.

- Armijos-Robles, L., Campos-Carrillo, A., & Hidalgo-Luzuriaga, Y. (2020). Estudio del direccionamiento estratégico en el desarrollo organizacional en Latinoamérica: Una revisión de literatura (2009-2018). *Economía y Negocios*, 11(1), 104-117.
- Briceño, R. (2019). La Protesta en Redes Sociales como herramienta para los movimientos sociales.
- Carmona-De Ríos, C. (2018). ¿Cuál es la importancia de implementar estrategias en las organizaciones? *Revista científica anfibios*, 1(1), 71-79.
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Guinalíu, M. (2012). Redes sociales virtuales desarrolladas por organizaciones empresariales: antecedentes de la intención de participación del consumidor. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 15(1), 42-51
- Fanjul, E. (2020). Qué es la globalización. *Iberglobal*. Consultado el, 16, 2018-2.
- Flores, M. G., & Flores, J. D. (2021). Impacto de la globalización en las estrategias de negocios en las empresas ecuatorianas. *E-IDEA Journal of Business Sciences*, 3(11), 1-11.
- Luzuriaga, S. A. J., & Cuenca, C. D. H. (2021). Las estrategias de marketing y su importancia en las empresas en tiempos de COVID. *Espíritu emprendedor TES*, 5(1), 45-68.
- Membiela-Pollán, M., & Pedreira-Fernández, N. (2019). Herramientas de Marketing digital y competencia: una aproximación al estado de la cuestión. *Atlantic Review of Economics (ARoEc)*, 3(3).
- Quiñonez, C. J. M., & Rodríguez, T. C. C. (2017). Redes sociales factor predominante en la fidelización del cliente. *Dominio de las Ciencias*, 3(4), 519-532.
- Shicay-Quezada, A., & Villacís-Mendoza, C. (2020). El antes y después de las redes sociales en Cuenca. *Los morlacos y las redes sociales*.