



# UNIVERSIDAD POLITECNICA DE GUANAJUATO MANAGEMENT REVIEW

Revista UPGTO Management Review 2021

Vol.6 Núm.1

---

**LA TRASCENDECIA DE LA PUBLICIDAD A  
TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES.**

**THE TRANSCENDENCE OF ADVERTISING  
THROUGH SOCIAL NETWORKS.**

---

Nanci Paola Tovar Sánchez  
npaotovar14@gmail.com

Recepción: 25 de enero de 2021, Aceptación: 05 de marzo de 2021

No. de Reserva 04-2014-08111025600-23  
ISSN: 2007-977X

DOI: <https://doi.org/10.18583/umr.v6i1.173>  
Open Access bajo la licencia [licencia CC-BY 4.0 \(https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



# LA TRASCENDENCIA DE LA PUBLICIDAD A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES.

## THE TRANSCENDENCE OF ADVERTISING THROUGH SOCIAL NETWORKS.

Nanci Paola Tovar Sánchez  
npaotovar14@gmail.com

No. de Reserva 04-2014-08111025600-23

ISSN: 2007-977X

2

### Resumen

En la investigación se presentará un estudio y análisis sobre la trascendencia que ha tenido la publicidad a las redes sociales, con el objetivo de analizar y comprender por qué la publicidad ha llegado para quedarse en las plataformas online. De acuerdo con Cámara (2019), en el mundo online se encuentra muchos soportes publicitarios y las redes sociales se han convertido en el medio favorito de muchos negocios, para hacer publicidad gracias a las grandes ventajas que estas aportan, como el alcance de tener una buena estrategia publicitaria debido a las millones de visualizaciones que se obtienen de los usuarios que se encuentran en las redes sociales y además requiere de poca inversión, las plataformas ofrecen paquetes de acuerdo a las necesidades de cada negocio o persona que quiera promocionarse en ella.

**Palabras clave:** Publicidad, Estrategia publicitaria, Redes sociales, Usuarios, Negocios.

### Abstract

The research will present a study and analysis on the importance that advertising has had on social networks, with the aim of analyzing and understanding why advertising has come to stay on online platforms. According to Camara (2019), in the online world there are many advertising media and social networks have become the favorite medium of many businesses, to advertise thanks to the great advantages they provide, such as the scope of having A good advertising strategy due to the millions of views obtained from users who are on social networks and also requires little investment, the platforms offer packages according to the needs of each business or person who wants to promote themselves in it.

**Key words:** Publicity, Publicitary strategy, Social networks, Users, Business.

### INTRODUCCIÓN

Tal parece que la publicidad no es algo que sea reciente, la publicidad ha existido muchos años atrás, iniciando con pequeños escritos y través de voceros hasta llegar a lo que hoy en día conocemos como lo son los comerciales en televisión, folletos, lonas publicitarias, perifoneo, volantes, y el favorito de muchos videos e imágenes en las redes sociales. La publicidad es una de las grandes herramientas con las que cuenta marketing, la publicad trata de crear innovadoras formas de difundir información, de una marca, producto, servicio o algún anuncio informativo, buscando llegar a los ojos y oídos de la mayor cantidad de personas posibles.

De acuerdo con Ramírez (2020), la publicidad en las redes sociales es una gran oportunidad para todas esas empresas que buscan mejorar las ventas y visibilidad, además podrán segmentar su mercado de manera precisa, se puede tener un control en el presupuesto y los costos son relativamente bajos, contarán con una gran cantidad de estadísticas e información acerca de su anuncio y cuenta con una gran variedad de formatos como lo son los textos, videos, audios, imágenes permitiéndole crear un contenido a su gusto y explayar su creatividad.

La publicidad ha evolucionado demasiado a lo largo de los años, cada vez más novedosa, adaptándose a las nuevas generaciones y a las nuevas tecnologías buscando llegar a todo el mercado meta, las generaciones de hoy en día cada vez están más familiarizados con la era digital por lo que la publicidad tiene que introducirse más a estos nuevos cambios que surgen con el paso del tiempo.



## DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La presente investigación es realizada debido al incremento de publicidad en las redes sociales en los últimos años, este tipo de plataformas se han convertido en las preferidas de las empresas para darse a conocer, de acuerdo con Gañan (2018), la publicidad en internet ha abierto nuevas oportunidades de negocios a empresas y marcas y ha ganado la presencia de publicidad por parte de las empresas en las redes sociales.

Para lograr tener el reconocimiento que se desea y el aumento de las ventas hay que tomar en cuenta a quien va dirigido el producto o servicio, esto ayudará a segmentar el mercado y por lo tanto se tiene que analizar en donde se encuentran el mayor número de usuarios a los que será destinada la publicidad, aquellas personas que puede estar interesadas en comprar lo que se le está ofreciendo, también se debe considerar el presupuesto con el que cuenta la empresa para llevar a cabo esta inducción a las redes y establecer el tipo de publicidad que se hará, como tomar en cuenta el formato que se utilizará para poder crear algo innovador, divertido y llamativo para los usuarios y se puede llegar a un gran número de vistas y por lo tanto de ventas.

## MARCO TEÓRICO

### ¿Qué es publicidad?

De acuerdo con ASAP (2020), "la publicidad es el acto de llamar la atención pública sobre un producto o servicio. La publicidad hace referencia a los anuncios pagados que incluyen un mensaje persuasivo de un patrocinador identificado. Se trata de presentaciones de tipo impersonal y promociones de una empresa o firma que habla de sus productos a sus clientes actuales o potenciales".

De acuerdo con la Universidad ETAC (2020), "la Publicidad es una rama de la Mercadotecnia; es la parte responsable de la promoción pagada de un producto o un servicio, de hecho, es la que se encarga de utilizar toda la información sobre el producto y sus consumidores para crear las campañas de divulgación en los diferentes medios de comunicación".

## ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

De acuerdo con Sordo (2019), la estrategia publicitaria son aquellas acciones innovadoras y emprendedoras que realiza una empresa para llevar sus clientes un producto o servicio, con el objetivo de promocionarse a través de diferentes canales, existen cuatro tipos de estrategias publicitarias los cuales son los siguientes:

**1. Publicidad de contenido:** Consiste en influir directamente a los consumidores, se busca llegar a un mayor número de personas a través de un mensaje directo y claro.

- ◇ **Publicidad informativa:** Busca hacerle ver al cliente los beneficios de la marca que se está publicitando.
- ◇ **Publicidad comparativa:** Este tipo de estrategia se compara con sus competidores, mostrándole a los consumidores que el producto o servicio que se le está ofreciendo les proporciona mayores beneficios.
- ◇ **Contenido emotivo:** Busca adentrarse a las emociones de las personas que vean el anuncio.

**2. Publicidad pull:** La estrategia pull va dirigida a los consumidores que ya conocen la marca, a las personas que buscan saber más de la misma y comprarla, el objetivo es seguir en la mente de los consumidores.

**3. Publicidad push:** Busca introducir un nuevo producto o servicio al mercado, hace presencia en diferentes medios para que las personas conozcan la nueva marca.

**4. Publicidad con base en el consumidor:** Se centra en su mercado meta.

- ◇ **Business to business:** De empresa a empresa, se debe de crear un mensaje claro y resaltar los beneficios que obtendrán con el producto o servicio.
- ◇ **Business to consumers:** De empresa a consumidor, es el más común en las redes sociales, televisión, etc.
- ◇ **Consumer to consumer:** De consumidor a consumidor: es más común en las redes sociales y consiste en que una persona compre productos por mayoreo y este a su vez los venda con sus conocidos.



## REDES SOCIALES

De acuerdo con Escobar (2020), las redes sociales son sitios web o aplicaciones que le permiten a muchas personas interactuar con otras en todo el mundo, en muchas de ellas puedes conocer a personas que son de otro país, creencias, cultura, etc. así como compartir contenido en tiempo real y rápido, como una fotografía o video, una ubicación, una frase o pensamiento, las redes sociales son una nueva manera de mantenerse comunicado y al tanto de todas las novedades que pasan en el mundo. Hoy en día existen muchas de estas plataformas y son un gran foco de atención de millones de personas por lo que se ha convertido en las favoritas de muchas empresas para publicitar sus productos o servicio llegando al reconocimiento de muchos posibles clientes

## USUARIOS

Los usuarios son aquellas personas que se encuentran activos frecuentemente en las diferentes redes sociales que hoy en día están de moda, incluso tienen una cuenta en ellas para identificarse, creando perfiles con sus gustos y preferencias y hay diferentes tipos de usuarios.

De acuerdo con Internet paso a paso (2020), estos son los tipos de usuarios que se encuentran en las redes sociales:

- **Nuevo o novato:** Como su nombre lo dice son aquellos usuarios han iniciado por primera vez en alguna de la plataformas activas y disponibles.
- **Hooligan o fanático:** Son aquellos fanáticos de marcas, equipos deportivos, artistas, entre otros y básicamente son adoradores de estos tipos de contenido.
- **Fantasma:** Aquellos usuarios que no publican ni comentan nada, solo suelen comunicarse a través de chats privados, observan los contenidos de las redes, pero no suelen dar opinión de nada.
- **Troll o hater:** Personas que solo les gusta molestar a los demás utilizando palabras altisonantes, obscenas, causando problemas a los demás.
- **Hoygan:** Son aquellas personas con muchas faltas de ortografía.
- **Perfiles falsos:** Son los usuarios que suplantan la identidad de otras personas en especial de artistas.
- **Proactivos:** Comparten sus conocimientos y participan constantemente dejando comentarios positivos.
- **Crítico o egoísta:** Son usuarios que creen saber más que la propia marca y critican cada publicación.
- **Spammer:** Usuarios que normalmente esparcen mensajes publicitarios.

## NEGOCIOS

Un negocio es una entidad con fines de lucrar, vendiendo productos o servicio, cumpliendo con alguna necesidad de las personas, y para darse a conocer suelen crear campañas publicitarias, buscando el reconocimiento e incrementar sus ventas por lo que las redes sociales se han convertido en su sitio favorito para llevar a cabo sus campañas publicitarias.

### ¿Cómo ha cambiado la publicidad a lo largo de los años?

De acuerdo con Mejía (2020), estos son algunos de los acontecimientos que marcaron la publicidad:

- (1841). Aparecen los agentes de publicidad el primero conocido fue Volney B. Palmer.
- (1905). La primera promoción de una celebridad fue cuando Fatty Arbuckle dice que los cigarrillos Murad son los preferidos por los hombres con gustos refinados.
- (1957). Nacimiento de los comerciales en televisión de más larga duración, el anuncio de Mr. Clean, que todavía se utiliza hoy.
- (1963) David Ogilvy marca el comienzo de la era moderna de la publicidad con esta frase: "el consumidor no es un idiota, ella es como tu esposa".
- (2020) TikTok red social muy utilizada por adolescentes, llega a 800 millones de usuarios, superando a Twitter, LinkedIn y Snapchat.



## ¿Cuándo dieron inicio las redes sociales?



### Facebook:

De acuerdo con Salinas (2017), fue lanzada en el 2004 y creada por Mark Zuckerberg, Facebook es una red social en la cual se puede interactuar con tus amigos más cercanos e incluso con personas que no se conocen además que puedes compartir fotos y videos de tu vida cotidiana por lo que ha llevado a Facebook a tener muchos usuarios.

De acuerdo con Alcalá (2017), surgió en el 2005 creada por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, YouTube es una red audiovisual en la cual los usuarios crean canales de contenido educativo, comedia, música, entretenimiento, etc. y cualquier persona puede acceder a ellos.

### Youtube:



### Twitter:

La cual de acuerdo con Webempresa (2018), se trata de una de las redes más populares que existen en la actualidad y su éxito reside en el envío de mensajes cortos llamados "tweets". Fue creada por Jack Dorsey y su equipo en 2006 y la idea fue inspirada en el envío de fragmentos cortos de texto, donde se puede añadir un enlace, imágenes, vídeo, encuestas o incluso un gif.

De acuerdo con Nueva prensa digital (2020), lanzada en el 2010 la cual es creada por Kevin Systrom y Mike Krieger, es una plataforma en la cual se pueden compartir fotografías con pequeños mensajes.

### Instagram



### Tik Tok:

la cual surge en el 2016 de acuerdo con Yúbal FM (2020), el nombre original de la aplicación es Douyin que significa "sacudir la música" en chino, fuera de China recibe el nombre de TikTok, permite crear, editar y subir videoselfies musicales de 1 minuto, pudiendo aplicarles varios efectos y añadirles un fondo musical. También tiene algunas funciones de Inteligencia Artificial, e incluye llamativos efectos especiales, filtros, y características de realidad aumentada.

## ESTADÍSTICAS GENERALES DE LAS REDES SOCIALES A ANALIZAR.

De acuerdo con Ahlgren (2020), estas son algunas de las estadísticas de las redes sociales este 2020:



FACEBOOK

- Tiene 1.66 mil millones de usuarios activos diarios, 35 millones de los usuarios actualizan su estado en un día.
- Los jueves y viernes hay un 18% más de actividad, el 88% de los usuarios accede a la página desde sus dispositivos móviles.
- El 53 % de los adultos que se encuentran en Facebook rara vez se conectan a la plataforma, el 88% de los usuarios solo entran a la página para mantener contacto con familiares y amigos.
- Los adultos de 50 a 64 años que usan Facebook cubren un 65%.
- De los usuarios 54% mujeres usuarias mientras que los hombres representan el 46%.
- Se encuentra un 74% de los asalariados de altos ingresos use Facebook para buscar y comprar diversos productos.
- Un 44% de los usuarios admite que lo que ven en Facebook los influye para comprar.
- El 57% de las marcas dicen haber tenido efectividad absoluta al promocionar sus productos o servicios.
- Se encuentran más de 80 millones de páginas comerciales en Facebook, las cuales son utilizados por más de 2 mil millones de usuarios en todo el mundo.
- El 26% de los usuarios que hicieron clic en anuncios informó haber realizado una compra.
- El aumento y la efectividad de las impresiones de anuncios generados en Facebook han aumentado un 33% desde 2019 hacia el año 2020.





INSTAGRAM

- Cuenta con 500 millones de usuarios activos diarios.
- Un 60% de los usuarios están activos diariamente.
- Los usuarios menores de 35 abarcan un 69%.
- Un 52% de los usuarios de Instagram son mujeres y el 48% de los usuarios son hombres.
- Un 32% de lo usuario están entre los 25 y 34 años de edad.
- De los 18 a los 34 años son el grupo de edad más activo.
- El 46% de los usuarios viven en zonas urbanas, 35% en zonas suburbanas y 21% en zonas rurales.
- Se cuenta con 400 millones de historias de Instagram todos los días de las cuales un tercio de los más vistos son creados por las empresas.
- Un 98% de marcas de moda se encuentran activas.
- El 72% de los usuarios dicen haber compraron un producto que vieron en la aplicación.
- Los videos son un 38% más populares que las imágenes.



TWITTER

- Se encuentran 1.3 billones de cuentas de Twitter y solo 330 millones son usuarios activos.
- El 80% de los usuarios activos acceden al sitio vía teléfono móvil.
- 2 mil millones de videos son vistos todos los días.
- El 44% de los usuarios son mujeres y el 56% son hombres.
- El 80% de sus usuarios son Millennials ricos.
- Un 80% de los usuarios acceden a la red en un dispositivo móvil.
- El 77% de los usuarios se sienten más positivos acerca de una marca cuando su Tweet ha sido respondido.
- Un 67% de todas las empresas B2B usa Twitter como una herramienta de marketing digital.
- 40% de los usuarios informaron comprar algo después de verlo en Twitter.
- Hay en promedio 164 millones de anuncios que se muestra en Twitter todos los días.



YOUTUBE

De acuerdo con Mohsin (2020), la estadística de YouTube son las siguientes:

- En el mundo YouTube tiene 2 mil millones de usuarios convirtiéndose en la segunda plataforma más popular en las redes sociales.
- Esta red social cuenta con 80 idiomas diferentes abarcando el 95% de la población en internet.
- Los usuarios que más usan YouTube están entre los 11 y 15 años y un 90% entran por lo menos una vez por día , además un 51% de los adultos mayores de 75 años que suelen utilizar internet también ven videos de la plataforma.
- Los usuarios que se encuentran activos están en promedio 1000 millones de horas al día en YouTube obteniendo miles de millones de visualizaciones en los contenidos de la plataforma.
- YouTube se ha convertido en una plataforma muy popular entre las empresas contando con un 62% de ellas activas en esta red social.
- Un 70% de los usuarios prefieren entrar a YouTube en sus dispositivos móviles.
- El 90% de las personas activas en esta red social dicen haber conocido nuevas marcas o productos al navegar en la misma.

De acuerdo con Valero (2020), estas son las estadísticas de una de la red social más reciente:



TIKTOK

- Tiene 800 millones de usuarios activos.
- La aplicación esta traducida en 39 idiomas.
- Los usuarios de 16 y 24 años de edad abarcan un 41%, un 55.6% de sus usuarios son hombres y 44.4% son mujeres.
- Un 50% de los usuarios han compartido el video de alguien más en otra red social.



## MÉTODO

Esta investigación es documental informativo su propósito es el análisis de diferentes fuentes de información sobre el tema de la publicidad en las redes sociales, seleccionando y recopilando información a través de la lectura y mediante este proceso se deducirá las hipótesis planteadas de acuerdo a la percepción de las lecturas empleando una opinión personal.

## RESULTADOS O DISCUSIONES

Las redes sociales realmente son una gran herramienta para la publicidad, debido a altos números de usuarios activos día a día en las redes sociales y en este 2020 han aumentado, la publicidad tiene que evolucionar rápidamente al ritmo de las tecnologías y el cambio de las personas, por lo que se busca actualizarse a las preferencias de los comensales y para llegar a ellos hay que saber en dónde encontrarlos, en donde es más probable de que vean y compren y es ahí en donde entran las redes sociales.

Contando con una enorme variedad de opciones para poder ser vistos y reconocido, dependiendo del producto o servicio y el mercado al que va dirigido se puede elegir entre las múltiples redes sociales promocionar lo deseado y de acuerdo con las estadísticas un gran número de personas que vieron un pequeño anuncio en su red social favorita optaron por adquirir el producto.

## CONCLUSIÓN

Esta investigación es muy interesante debido a la amplia información que se puede encontrar y debido a la gran importancia que tiene la publicidad para que una marca pueda ser reconocida por muchos de los posibles clientes, las generaciones de ahora cada vez son más arraigados a internet eso los lleva a las múltiples plataformas que existen para socializar y mantenerse al tanto de las novedades en sus alrededores y en el mundo.

Para que una marca sea llamativa para las nuevas generaciones y les parezca una gran opción de compra hay que mostrarles de la manera más creativa que lo que está a punto de conocer y posteriormente pueda comprar le llevara grandes beneficio que le puedan interesar y satisfacer aquella necesidad que deseaba cubrir, las redes sociales le ofrecen justamente todo eso a las empresas costos bajos y alcanzables, un índice alto de espectadores y muchas maneras de crear una campaña publicitaria además de mucha información para monitorear y evaluar los resultados que está obteniendo.



## REFERENCIAS

- Ahlgren, M. (2020). ESTADÍSTICAS Y DATOS DE FACEBOOK PARA 2020. Recuperado de: <https://www.websitehostingrating.com/es/facebook-statistics/>
- Alcalá, N. (2017). ¿Cuál fue el primer vídeo que se subió a YouTube? Recuperado de: <https://graffica.info/quien-creo-youtube/#:~:text=YouTube%20fue%20creado%20en%202005,por%201.650%20millones%20de%20d%C3%B3lares.>
- ASAP. (2020). ¿Cuál es la diferencia entre marketing y publicidad? Recuperado de: <http://www.asap.com.ve/blog/marketing-y-publicidad>
- Cámara Valencia. (2019). ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE HACER PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES? Recuperado de: <https://www.mastermarketing-valencia.com/comunicacion-publicidad/por-que-es-importante-hacer-publicidad-en-redes-sociales/>
- Escobar, C. (2020). ¿Qué tipos de redes sociales existen? Recuperado de: <https://sproutsocial.com/insights/tipos-de-redes-sociales/>
- Gañan, V. (2018). La importancia de la publicidad en las redes sociales. Recuperado de: <https://blog.servilia.com/la-importancia-de-la-publicidad-en-las-redes-sociales/>
- Internet paso a paso. (2020). Tipos de usuarios de redes sociales ¿Cuáles son y por qué debes conocerlos? Recuperado de: <https://internetpasoapaso.com/tipos-usuarios-redes-sociales/>
- Mejía, J. (2020). HISTORIA DE LA PUBLICIDAD: DESDE LOS EGIPCOS HASTA LA PUBLICIDAD ONLINE + INFOGRAFÍA + VIDEO. Recuperado de: <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/historia-de-la-publicidad-evolucion-desde-los-egipcios-hasta-la-publicidad-online/>
- Mohsin, M. (2020). Estadísticas YouTube 2020 [Infografía] – 10 Datos fascinantes de YouTube. Recuperado de: <https://www.oberlo.com.mx/blog/estadisticas-youtube>
- Nueva prensa digital. (2020). Efemérides 6 de Octubre: Décimo aniversario del lanzamiento de Instagram. Recuperado de: <https://soynuevaprensadigital.com/npd/en-abril-de-2012-y-mas-de-300-millones-en-diciembre-de-2014/>
- Salinas, A. (2017). La historia real del éxito de la red social Facebook. Recuperado de: <https://mott.marketing/la-historia-real-del-exito-de-la-red-social-facebook/>
- Sordo, A. (2019). Estrategias de publicidad: definición, tipos y ejemplos. Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-publicidad#:~:text=La%20estrategia%20publicitaria%20son%20las,a%20trav%C3%A9s%20de%20diferentes%20canales.>
- Universidad ETAC. (2020). MERCADOTECNIA Y PUBLICIDAD: ¿CÓMO SE COMPLEMENTAN? Recuperado de: <https://etac.edu.mx/blog-etac/index.php/mercadotecnia-y-publicidad/>
- Webempresa. (2018). ¿Qué es twitter? ¿Cómo funciona? ¿Cómo puedo usarlo para mi organización? Recuperado de: <https://www.webempresa.com/blog/que-es-twitter-como-funciona-2.htm>
- Yúbal FM. (2020). Qué es TikTok, de dónde viene y qué ofrece la red social de vídeos. Recuperado de: <https://www.xataka.com/basics/que-tiktok-donde-viene-que-ofrece-red-social-videos>
- Ramírez, C. (2020). ¿Por qué invertir en publicidad en redes sociales este 2020? Recuperado de: <https://futurite.com/blog-marketing-digital/por-que-invertir-en-publicidad-en-redes-sociales-este-2020/>
- Valero, I. (2020). 20 estadísticas de TikTok que te harán descargar la aplicación. Recuperado de: <https://brandme.la/blog/20-estadisticas-de-tiktok-que-te-haran-descargar-la-aplicacion/>





Derechos de Autor (2021) Nanci Paola Tovar Sánchez



Este texto está protegido por la licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Usted es libre de Compartir - copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato- y Adaptar el documento -remezcla, transformar y crear a partir del material- para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

**Atribución:** Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de la licencia - Texto completo de la licencia](#)

