

**LAS REDES SOCIALES Y SU EFECTO DE POSICIONAMIENTO A NIVEL EMPRESARIAL, CASO MÉXICO Y ESTADOS UNIDOS.**

Andrés Roberto Barradas (España) y Michelle Siano (México).<sup>1</sup>

**Introducción.**

El ser humano es social por naturaleza, busca la integración social al medio que lo rodea, es decir la aceptación como una persona capaz de expresar sus ideas, y aportar algo importante a los demás. En la búsqueda por esta capacidad de interacción, las redes sociales han resultado de gran utilidad. De acuerdo con cifras otorgadas por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) existen 115 millones de mexicanos, de los cuales 56.5% de la población tienen acceso al ciberespacio. De este porcentaje, nueve de cada 10 utiliza el internet para buscar productos o servicios, porque las personas hoy en día no compran a la ligera, sino que se preocupan por comparar marcas y precios.

## **Una empresa y una red social, estar en la mente del cliente.**

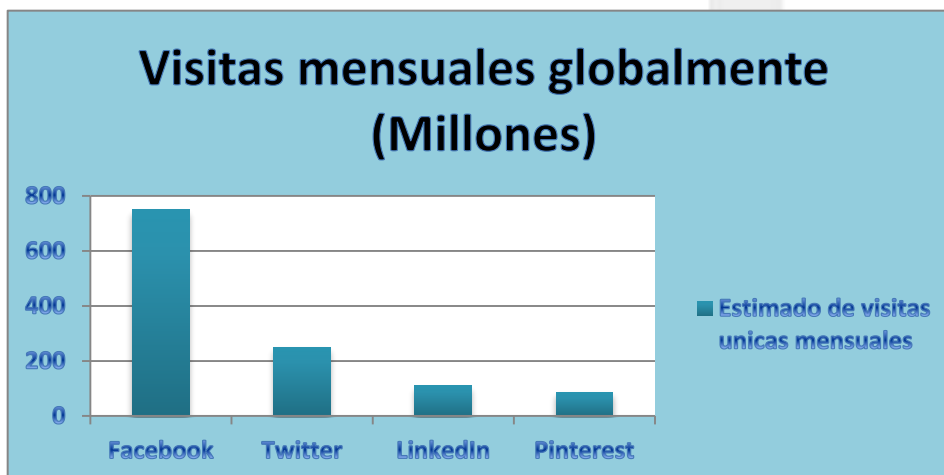
### **Comunicar, dar a conocer, virtualmente.**

La presente investigación se ubica en el espacio comprendido entre las empresas y sus clientes, tanto los actuales como los potenciales, y la comunicación que puede ser establecida a través de los medios digitales y las redes sociales. La sociedad ha evolucionado buscando diversas formas y/o espacios de comunicación, valiéndose de herramientas tangibles y no tangibles, como la imprenta, el teléfono, el cine, y últimamente, los medios digitales. La internet surgió como un espacio de interacción e intercambio de información, en el que varios usuarios pueden compartir sus gustos e intereses, apoyados por mensajes, fotografías, webinars y audiovisuales. De manera particular, resulta de especial interés el estudiar las redes sociales y la utilización que algunas empresas han hecho de ellas.

Para ello se ha focalizado el universo de dos países vecinos: México y Estados Unidos. Con cuadros comparativos de uno y otro país, se muestran estadísticas de una utilización óptima que algunas empresas han hecho de las redes sociales.

### **Las redes sociales en la escena empresarial, caso Estados Unidos y México.**

Según un estudio hecho en octubre de 2013 por eBizMBA, que se basa en el “Alexa Global Traffic Rank” y en el U.S. Traffic Ranklas, las redes sociales más populares en el mundo son Facebook y Twitter, seguidas por LinkedIn y Pinterest.<sup>2</sup>



Gráfica realizada a partir de datos de eBizMBA

Es notorio el avance que ha tenido Facebook como una red social que engloba a la mayor cantidad de usuarios, también en México existe un estudio hecho por la Asociación Mexicana de Internet, A.C. (AMIPCI): “*Hábitos de los usuarios de Internet en México 2013*”<sup>3</sup>, de acuerdo al cual, 9 de cada 10 internautas mexicanos entran a alguna red social, convirtiéndose en la tercera actividad más común online con un 82%, quedando detrás de envío de mails y búsqueda de información. Otro estudio realizado también por la AMIPCI, llamado “*MKT digital y redes sociales en México 2012*”<sup>4</sup>, detectó que las redes sociales más utilizadas son Facebook, con 90% de internautas inscritos, le sigue Youtube con 60%, Twitter con 56%, Google+ con 37% y por último Hi-5 con 25%. Sin embargo las empresas tienen otras preferencias, Facebook sigue estando en el primer lugar con 92% de empresas inscritas, Twitter tiene más popularidad entre las empresas con un 86% y Youtube queda en tercer lugar con 68%.

### **Redes sociales más utilizadas por empresas en Estados Unidos**

De acuerdo a un artículo publicado en INC.com<sup>5</sup>, las empresas que tienen un uso provechoso de Facebook en Estados Unidos son:

- Bare Escentuals – Maquillajes

774,319 likes, 16, 262 personas están hablando de esto.

En su página de Facebook, cualquier persona puede publicar en su Wall, cerca de 200,000 fans aportan mensajes a la empresa y opiniones. Uno de los cambios

palpables que esta empresa realizó en sus empaques, se debió precisamente a los comentarios de los usuarios de su página de Facebook.

- Bonobos – Ropa masculina

337,311 likes, 4924 personas están hablando de esto.

Bonobos fue creado por dos alumnos de Stanford que crearon una línea de ropa, esta empresa comenzó a funcionar en el espacio virtual (online) y Facebook se convirtió en un enlace para generar nuevos clientes que impulsó las ventas. En ella los usuarios pueden participar activamente en la comunicación con esta empresa. Su fundador, Andy Dunn, declaró que *"Every business needs a stroke of good luck,"... "For us, that was Facebook."* Gracias a su éxito, cuentan con tiendas en Nueva York y e Nordstrom.

- Burt Bees – Productos de belleza naturales

1, 599,942 likes, 19,221 personas están hablando de esto.

Esta compañía se especializa en la venta de productos de belleza naturales y a través de su Facebook se han vuelto más conocido, valiéndose de esta red social para conectarse con 1,599,942 de usuarios. En su página aparecen campañas que ofertan cupones en sus productos que puedes adquirir fácilmente por internet.

- Stella & Dot – Joyería y accesorios

323,486 likes, 8550 personas están hablando de esto.

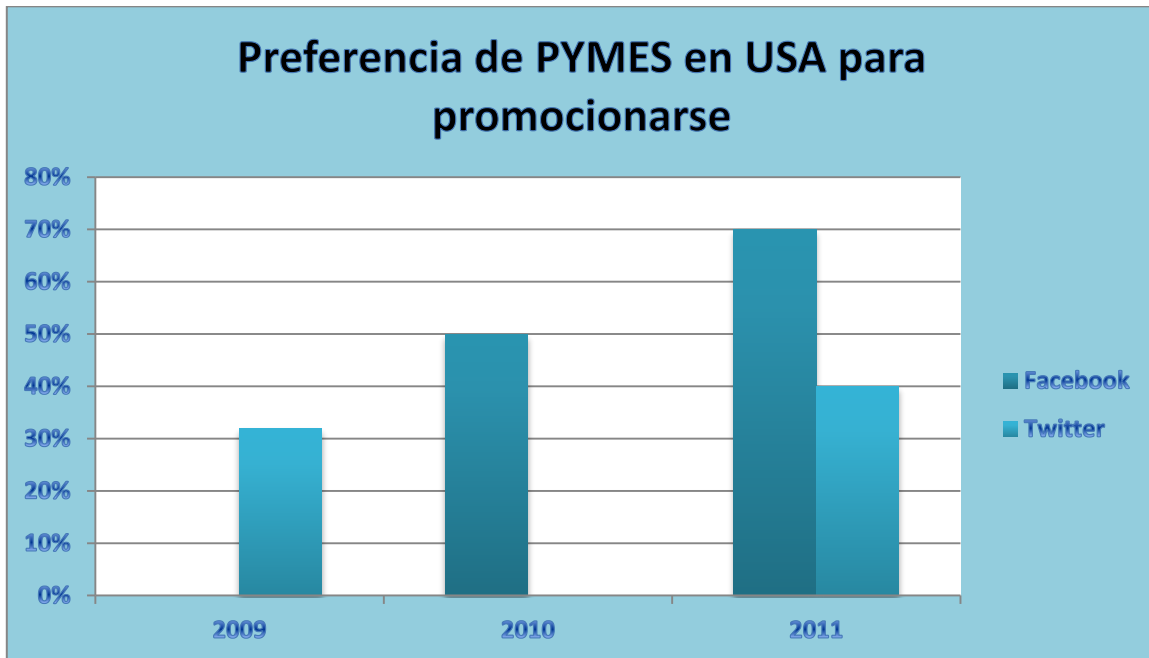
El concepto de esta empresa es muy sencillo: vender joyería a través de representantes de ventas. Lo más impresionante es su manera de comunicarse con sus equipos de ventas, ya que postean en Facebook tutoriales: videos e imágenes de cómo y con qué usar cada una de las piezas que tienen.

<b>Empresa</b>	<b>Seguidores Facebook</b>	<b>Seguidores Twitter</b>	<b>Seguidores Google+</b>
<u>Bare Escentuals</u>	774,319	68,564	En 68 círculos
<u>Bonobos</u>	337,311	39,749	+1,139
<u>Burt Bees</u>	1,599,942	48,104	En 27 círculos
<u>Stella &amp; Dot</u>	323,486	35,530	Comunidad- 49 miembros

<sup>6</sup> Tabla realizada a partir del artículo “20 best company Facebook pages”

En el artículo de John Paul Titlow<sup>7</sup>, basado en un estudio hecho a partir de “Merchant Circle”<sup>8</sup> (red de dueños de negocios locales en Estados Unidos), se afirma que 70% de los negocios locales de Estados Unidos usan Facebook para promocionarse, 20% más que el año anterior con esta red que funciona para que las empresas puedan publicitarse sin adquirir un costo tan alto como lo sería el contratar una agencia de publicidad, carteles espectaculares, etc.

El mismo estudio asegura que los Updates de Facebook son tres veces más efectivos que los de Twitter, entendiendo por efectividad el hecho de que el consumidor compra en línea, accediendo mediante los links, a las tiendas online. Características como las cover photos, los timelines con las novedades de la página, permiten a las empresas publicitar promociones, precios, artículos y mantener informado al usuario/cliente, y al potencial consumidor. Cerca del 40% de los dueños de pequeños negocios respondieron que usan Twitter para promocionarse, lo que lo deja lejos de su competidor Facebook.

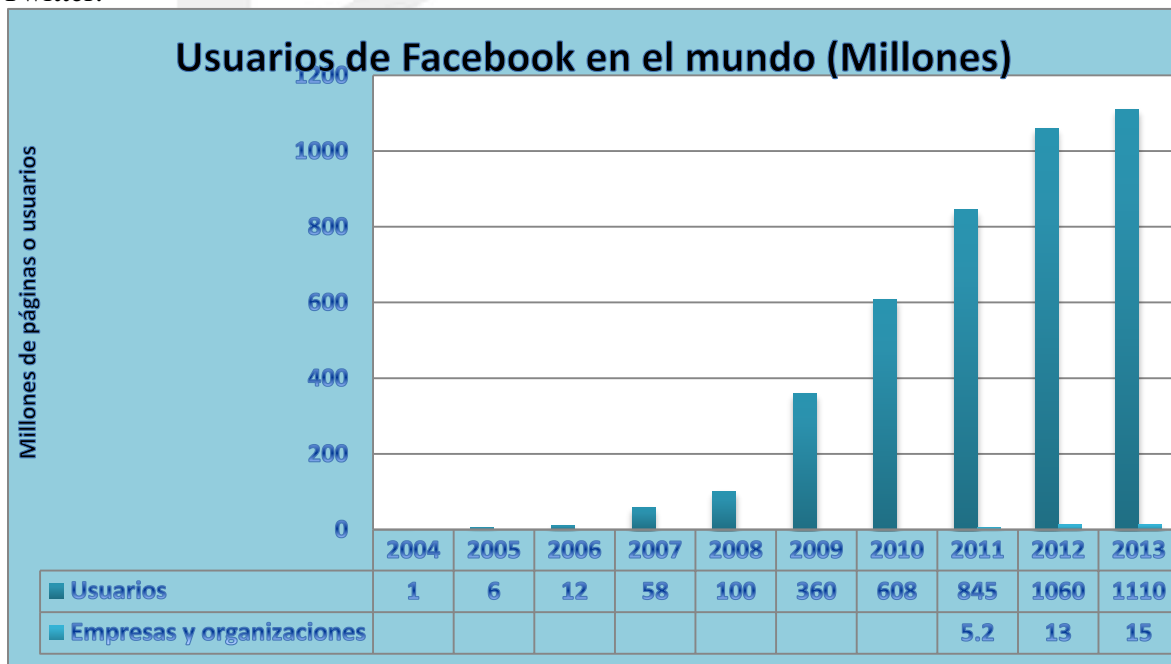


<sup>9</sup> Gráfica realizada a partir del estudio “Merchant Circle”

Dan Levy, director global del sector empresas de Facebook, comentó en “Borrell Associates’ Local Online Advertising Conference” en Nueva York en marzo de 2013, que de enero a marzo de este mismo año, más de 2 millones de nuevos negocios se registraron en Facebook. Haciendo un total de 15 millones de empresas, negocios y organizaciones que cuentan con una cuenta de esta red social.<sup>10</sup>

**Redes sociales utilizadas en el sector empresarial en México.**

Según el estudio “Medios Sociales en Latinoamérica 2012”, elaborado por Burson-Marsteller<sup>11</sup>, el 76% de los negocios en México usan Redes sociales, 65% de las principales empresas latinoamericanas usan Twitter, Facebook, YouTube o blogs corporativos, una proporción baja en comparación del promedio mundial que es de un 87%. Este mismo estudio sostiene que en 2012 había más empresas con cuentas de Twitter que de Facebook en Latinoamérica, 50% de las empresas tenían Facebook, contra un 53% con cuentas en Twitter.



<sup>12</sup> Gráfica realizada a partir de News. Yahoo, TechCrunch y Newsroom de Facebook

Sergio Gutiérrez Garay, experto en medios digitales, afirma que 8 de cada 10 empresas ya tiene un perfil en redes sociales, debido a que 9 de cada 10 personas que usan internet en México.<sup>13</sup> El estudio "Hábitos de los usuarios de Internet en México 2013" de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI)<sup>14</sup>, arroja como resultado que en 2012, las principales redes sociales en México fueron: Facebook con 95% de los usuarios, Youtube con 60%, Twitter con 86% y Google+ con 42%. Este mismo estudio establece que la red

social con mayor presencia de marcas es Facebook, así lo percibe 93% de los usuarios de internet entrevistados.

Según la AMIPCI, 6 de cada 10 personas que entran a alguna red social les gusta la publicidad en este tipo de plataformas, un aumento de 7.0% desde el 2012, y la red social con más presencia de marcas, 93% de las personas encuestadas, es Facebook. La AMIPCI sostiene que 6 de cada 10 empresas hacen publicidad por internet, 92% tienen Facebook y 82% postea diariamente<sup>15</sup>

Estas cifras muestran la ventaja que ha tomado Facebook, muy probablemente debida a una propagación ligada a los jóvenes, seguida de cerca por Twitter como las más utilizadas en la República Mexicana.

Al respecto de las cifras que arrojan diversos estudios sobre Facebook, Paula Bellizia, directora del sector empresa de Facebook Latinoamérica, comentó en una conferencia en México en abril de 2013, que México es el 5º país con mayor número de usuarios de Facebook a nivel mundial, y el 2º de Latinoamérica, por ello Facebook quiere impulsar y sumar a las empresas mexicanas a su plataforma digital. Bellizia comentó el caso de Menbur, empresa de zapatos española que vio un aumento en sus ventas online del 35%, y un alza en el porcentaje de visitas a su página de Facebook del 20%.<sup>16</sup>

Youtube, perteneciente a Google, recibe más de 800 millones de visitantes únicos al mes y cada minuto se suben 72 horas de videos, y más de 400 millones de dispositivos móviles tienen el App de Youtube, de acuerdo a la publicación de Ángeles Gutierrez en PuroMarketing<sup>17</sup> También Francisco Rubio y Alejandro Ángeles<sup>18</sup>, por parte de CNNExpansión, se expresan a favor de esta red social; Robert Kyncl, director global de contenidos de Youtube, dice que México está en el top 5 en los mercados globales de audiencia de Youtube y que 30 millones de mexicanos visitan diariamente esta página. La plataforma de videos hizo un programa, según la cantidad de suscriptores y reproducciones



en los canales de ciertos socios, en donde pueden llegar a tener hasta 55% de ingresos por publicidad.

Entre algunos ejemplos de modelos de negocio surgidos a partir de esta red social, se encuentra *werevertumorro*, un canal creado por Gabriel Montiel y que se ubica entre los 20 canales más vistos del mundo con 4.7 millones de suscriptores y 854 millones de reproducciones; sus ingresos rondan los \$800,000 dólares por publicidad (cifras no oficiales). Otro canal muy popular es *Cocina al Natural*, donde Sonia Ortiz y Celia Marín comparten sus recetas. Con cerca 87,000 de suscriptores, ingresos mensuales son de \$45,000 pesos, no solamente ganan de publicidad en Youtube, sino que empresas como La Costeña y Comercial Mexicana les pagan para que usen sus productos a la hora de cocinar (publicidad).

En el caso de Facebook, a continuación presento algunas empresas que han sabido sacar provecho de esta red social.

- Cinépolis- Cines

**4, 415,524 likes, 212,099 personas están hablando de esto.**

Cinépolis es una empresa mexicana que está llevando su crecimiento a algunos países de Latinoamérica, cuenta con complejos VIP en Estados Unidos y también tienen presencia en India. Esta empresa ha sabido aprovechar la tecnología para aumentar su posicionamiento de marca. A través de su página de Facebook los usuarios pueden adquirir boletos para el cine, y existe la posibilidad de postear el plan para invitar a otros usuarios.

La venta de boletos por medio de las redes sociales ha crecido mucho desde 2010, dando gran fuerza a la representación que Cinépolis tiene en los medios digitales, con un sentido de la innovación que le permitió utilizar herramientas como un app para comprar boletos. Efrén Tapia, gerente de Medios Electrónicos de Cinépolis,

comenta al respecto, que 60% de todas sus ventas se logran vía canales alternativos, que principalmente son las redes sociales.<sup>19</sup>

- Fondant Pasteles

Esta es una empresa conformada por cinco personas que se dedican a vender pasteles decorativos. Un ejemplo de una empresa que funciona vía Facebook. ¿Cómo? Su fundadora, Araceli Ríos, diseña un pastel y sube la foto a Facebook, alguien le pide el pastel, ella le envía la cotización y el pastel se entrega a domicilio, de esa forma no hay gastos fijos en la renta de un local o en publicidad, el trabajo se hace desde casa.

- Volaris- Aerolínea

**704,774 likes, 35, 491 personas están hablando de esto.**

Durante 2012, gracias a los usuarios de sus redes sociales, Volaris pudo generar casi 2 millones de pesos mensuales, 10% de los usuarios que entran a la página de Volaris desde redes sociales hacen una compra. La aerolínea hace estudios y análisis para dar seguimiento al comportamiento de los usuarios que llegan a adquirir boletos por esta vía.

En el 2012 Volaris fue nombrada la aerolínea mundial con el mejor servicio al cliente mediante Facebook, según la encuestadora estadounidense en medios digitales “Socialbakers”,<sup>20</sup> las aerolíneas responden en promedio al 55% de sus usuarios, mientras Volaris responde al 78%. Un año después Volaris volvió a ser reconocida por esta misma encuestadora como la aerolínea con el mejor manejo de redes sociales en Latinoamérica.<sup>21</sup> Sai Sánchez, líder de comunicación digital de

Volaris, agradeció a sus seguidores y dijo que es importante para ellos mantener una conversación fluida con sus clientes.

- Palacio de Hierro - Tienda departamental

**1, 710,333 likes, 105, 733 personas están hablando de esto**

El Palacio de Hierro es una tienda departamental que lleva 125 años en el mercado, su página de Facebook está actualizada con promociones, catálogos y opciones de compra en línea. La empresa está trabajando con MAInteractive, una agencia interactiva que ayuda a la empresa con sus redes sociales. Esta agencia implementó en Facebook “Shop and share”, una herramienta con la que el usuario puede revisar el catálogo, adquirir su compra, y compartir con otros usuarios.<sup>22</sup> Cuenta también con Pinterest (2,917 seguidores), en donde se pueden ver diversos artículos de acuerdo a las temporadas y catálogos.

- Xamania – Productos de cuidado personal

**10, 047 likes, 195 están hablando de esto**

Xamania es una empresa creada en las redes sociales que se encarga de producir y vender para el cuidado personal que son hechos a mano. En un artículo publicado por “El Economista”<sup>23</sup> se apunta que en el 2011 40% de sus ventas se dieron por redes sociales. Al lanzar nuevos productos, semanas después se pueden ver comentarios de clientes respecto a sus experiencias, además de que a través de su página de Facebook se pueden obtener descuentos especiales.



Empresa	Seguidores Facebook	Seguidores Twitter	Seguidores Google+
Cinépolis	4, 415,524	1, 143, 092	+72, 137
Volaris	704, 774	6, 087	+158, 072

<b>Palacio de Hierro</b>	1, 710, 333	247, 145	No cuenta con Google+
<b>Xamania</b>	10, 047	956	No cuenta con Google+

<sup>24</sup> Tabla realizada con los datos obtenidos en esta investigación.

De acuerdo a estas cifras, Cinépolis es la empresa del entretenimiento que más éxito ha conseguido al posicionarse mediante sus redes sociales en poco más de 5 millones y medio de usuarios, seguida por El Palacio de Hierro con casi 2 millones de usuarios y seguidores de sus redes sociales, en tanto que Volaris se acerca al millón de usuarios que le permiten una gran interacción con sus clientes. Xamania por su parte, cuenta con la mayor parte de su actividad en estas redes, desde donde los clientes actuales y potenciales pueden comunicarse y adquirir productos.

A continuación se muestra una tabla con los seguidores en Facebook, Twitter, Google+ de las empresas abordadas en esta investigación en orden decreciente.

	<b>Empresas Mexicanas</b> 	<b>Empresas Estadounidenses</b> 
<i>Empresa</i>	<b>Cinépolis</b>	<b>Burt Bees</b>
<i>Seguidores Facebook</i>	4, 415,524	1,599,942
<i>Seguidores Twitter</i>	1, 143, 092	48,104
<i>Seguidores Google+</i>	+72, 137	En 27 círculos
<i>Empresa</i>	<b>Palacio de Hierro</b>	<b>Bare Escentuals</b>
<i>Seguidores Facebook</i>	1, 710, 333	774,319

<i>Seguidores Twitter</i>	247, 145	68,564
<i>Seguidores Google+</i>	No cuenta con Google+	En 68 círculos
<i>Empresa</i>	<b>Volaris</b>	<b>Bonobos</b>
<i>Seguidores Facebook</i>	704, 774	337,311
<i>Seguidores Twitter</i>	6, 087	39,749
<i>Seguidores Google+</i>	+158, 072	+1,139
<i>Empresa</i>	<b>Xamania</b>	<b>Stella &amp; Dot</b>
<i>Seguidores Facebook</i>	10, 047	323,486
<i>Seguidores Twitter</i>	956	35,530

Los datos de la tabla la tendencia que las empresas han seguido, algunas como Cinépolis han innovado no solo en los productos que ofrecen (primera cadena mexicana en abrir salas de cine en Estados Unidos, salas VIP en el sur de California), sino en la forma de comunicarse con sus clientes, vía medios digitales como Facebook, Twitter o Google+

La evolución de los medios digitales nos lleva a pensar que las redes sociales apenas comienzan a mostrarse, diversificando sus áreas de influencia mediante videos, fotografías, o mensajes de pocos caracteres, en una sociedad cambiante, en donde *“la capacidad de innovación de las empresas es fundamental en la búsqueda de una mayor interacción en las redes sociales”*<sup>25</sup>. Los procesos de comunicación para las empresas han evolucionado, transformando los modelos operativos llevados a cabo dentro de las organizaciones que buscan la interacción con el cliente.

## Referencias.

“20 best company Facebook pages”

<http://www.inc.com/ss/20-best-company-facebook-pages?slide=15>

<http://readwrite.com/2011/02/18/70-of-local-businesses-use-facebook-for-marketing#awesm=~ohKMo8cKVjBIPk>

“Merchant Circle” Febrero 2011

<http://www.merchantcircle.com/corporate/press/2011-01-15-social-marketing-continues-meteoric-rise-among-local-businesses.html>

“Facebook’s Dan Levy touts small business growth: Advertisers have nearly doubled since January”

<http://techcrunch.com/2012/12/06/facebook-small-business-stats/>

“Facebook: 15 million business, companies, and organizations now have a Facebook page”  
Marzo 2013

<http://venturebeat.com/2013/03/05/facebook-15-million-businesses-companies-and-organizations-now-have-a-facebook-page/>

“Number of active users at Facebook over the years” Mayo 2013

<http://news.yahoo.com/number-active-users-facebook-over-230449748.html>

“Timeline” por Facebook

<http://newsroom.fb.com/Timeline>

“Latin America Social Media Check-up 2013” por Burson- Marsteller’s

<http://www.slideshare.net/BursonMarstellerLATAM/latam-sm-study-2013-spanish>

“Empresas mexicanas quieren 'likes' de sus clientes”

Publicado por Notimex el Domingo 16-06-2013

<http://www.dineroenimagen.com/2013-06-16/21728>

<http://www.mejoresempresasmexicanas.com/blog/?p=2321>

“Hábitos de los usuarios de Internet en México 2013”

<http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=348&Type=1>

“MKT digital y redes sociales en México 2012”

<http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=198&Type=1>

“La importancia de Youtube para las empresas”

<http://www.puromarketing.com/10/15418/importancia-youtube-para-empresas.html>

“Los mexicanos que ganan con Youtube”

<http://www.cnnexpansion.com/expansion/2013/07/04/los-mexicanos-mas-vistos>

“Facebook va tras las Pymes mexicanas”

23 de abril 2013

<http://www.elfinanciero.com.mx/extensions/12215-facebook-va-tras-las-pymes-mexicanas.html>

“Cinépolis lanza app para la venta de boletos vía Facebook”

7 de octubre 2011

<http://www.merca20.com/cinopolis-lanza-app-para-la-venta-de-boletos-via-facebook/>

“Socialbakers nombre a Volaris la aerolínea número uno en servicio al cliente en Facebook”

25 de junio 2012

<http://www.volaris.mx/es/conocenos/sala-de-prensa/socialbakers-nombra-volaris-la-aerolinea-numero-un/>

“Volaris es la aerolínea número uno en el manejo de sus redes sociales en Latinoamérica”

19 de junio 2013

<http://www.volaris.mx/es/conocenos/sala-de-prensa/volaris-es-la-aerolinea-numero-uno-en-el-manejo-de/>

“Redes sociales: Te lo vendo en Facebook”

6 de mayo 2012

<http://eleconomista.com.mx/especiales/facebook/2012/05/06/redes-sociales-te-lo-vendo-facebook>

“Xamania: el reto es concretar mayores ventas”

27 de marzo 2012

<http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2012/03/27/xamania-reto-concretar-mayores-ventas>

BARRADAS, Andrés. 100 AUTORES EN 500 PALABRAS. AMCO. Ed. La Gunilla. p. 45.

---

<sup>1</sup> Andrés Roberto Barradas Gurruchaga. Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad Universidad Autónoma de Barcelona. Director del programa de Comunicación y Medios Digitales. Tecnológico de Monterrey Campus Santa Fe [arbarradas@itesm.mx](mailto:arbarradas@itesm.mx)



Michelle Siano. Alumna de Lic. en Mercadotecnia y Comunicación. Tecnológico de Monterrey Campus Santa Fe

<sup>2</sup> <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>

<sup>3</sup> <http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=348&Type=1>

<sup>4</sup> <http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=198&Type=1>

<sup>5</sup> “20 best company Facebook pages” <http://www.inc.com/ss/20-best-company-facebook-pages?slide=0>

<sup>6</sup> “20 best company Facebook pages” <http://www.inc.com/ss/20-best-company-facebook-pages?slide=0>

<sup>7</sup> <http://readwrite.com/2011/02/18/70-of-local-businesses-use-facebook-for-marketing#awesm=~ohKMo8cKVjBIPk>

<sup>8</sup> <http://www.merchantcircle.com/corporate/press/2011-01-15-social-marketing-continues-meteoric-rise-among-local-businesses.html>

<sup>9</sup> <http://www.merchantcircle.com/corporate/press/2011-01-15-social-marketing-continues-meteoric-rise-among-local-businesses.html>

<sup>10</sup> <http://venturebeat.com/2013/03/05/facebook-15-million-businesses-companies-and-organizations-now-have-a-facebook-page/>

<sup>11</sup> <http://www.slideshare.net/BursonMarstellerLATAM/latam-sm-study-2013-spanish>

<sup>12</sup> <http://news.yahoo.com/number-active-users-facebook-over-230449748.html>

<http://newsroom.fb.com/Timeline>

<http://techcrunch.com/2012/12/06/facebook-small-business-stats/>

<sup>13</sup> <http://www.dineroenimagen.com/2013-06-16/21728>

<sup>14</sup> <http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=348&Type=1>

<sup>15</sup> <http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=198&Type=1>

<sup>16</sup> <http://www.elfinanciero.com.mx/extensions/12215-facebook-va-tras-las-pymes-mexicanas.html>

<sup>17</sup> <http://www.puromarketing.com/10/15418/importancia-youtube-para-empresas.html>

<sup>18</sup> <http://www.cnnexpansion.com/expansion/2013/07/04/los-mexicanos-mas-vistos>

<sup>19</sup> <http://www.merca20.com/cinopolis-lanza-app-para-la-venta-de-boletos-via-facebook/>

<sup>20</sup> <http://www.volaris.mx/es/conocenos/sala-de-prensa/socialbakers-nombra-volaris-la-aerolinea-numero-un/>

<sup>21</sup> <http://www.volaris.mx/es/conocenos/sala-de-prensa/volaris-es-la-aerolinea-numero-uno-en-el-manejo-de/>

<sup>22</sup> <http://blogs.maintinteractive.com/martinaceves/2011/02/04/socialcommerce-app-de-el-palacio-de-hierro-en-facebook-by-maintinteractive/>

<sup>23</sup> <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2012/03/27/xamania-reto-concretar-mayores-ventas>

<sup>25</sup> BARRADAS, Andrés. 100 AUTORES EN 500 PALABRAS. AMCO. Ed. La Gunilla. p. 45.