


 Investigaciones | [volver](#)
**Título**

"Utilización de las redes sociales como herramienta de marketing en pequeñas empresas y micro-emprendimientos del Partido de La Matanza"

**Código de proyecto**

C2-ECO-024

**Director**

Saracino Sandra

**Equipo de investigación**

- Franco; Marcelo
- Lutes; Ruben
- Ballarini; Barbara
- Gabela; Lucas

**Resumen**

Las estrategias de marketing han cambiado y evolucionado notablemente en los últimos años, acompañando los cambios en el comportamiento del público y las innovaciones tecnológicas. Ya desde hace más de 20 años, las empresas desarrollan estrategias de marketing de base de datos, intentando conocer en profundidad a sus clientes actuales y a sus clientes potenciales. Estas estrategias están dirigidas a segmentos específicos del mercado, cada vez más pequeños y hasta incluso en algunos casos, las empresas se comunican con los clientes en forma personalizada. En estos mercados actuales, los cambios se aceleran y son constantes y las empresas exitosas son aquellas que mejor se adaptan a estos cambios. La aparición de la Web 2.0 es otro hito en las comunicaciones interpersonales y las empresas han comenzado a estudiar cuáles son los caminos que pueden recorrer ya que los usuarios dejan de ser pasivos en la Red y contribuyen en el contenido siendo parte, informando, comunicando y generando nuevo conocimiento. La adaptación del marketing a la nueva Web 2.0 debe estar centrada en ese público y debe buscar una interacción entre la marca y los clientes con contenidos relevantes y diferenciadores: es el nuevo Marketing 2.0. Las empresas deben sumar sus campañas de Marketing 2.0 a sus campañas de publicidad, promoción y de marketing de base de datos. Ahora, los clientes toman decisiones apoyándose en redes de confianza que forman opiniones. La aparición y desarrollo de las Redes Sociales ha revolucionado las comunicaciones entre las personas y por consiguiente, las empresas deben analizar, estudiar e implementar nuevas técnicas para sacar provecho de esta nueva tendencia.