

**UNIVERSIDAD PANAMERICANA**  
Facultad De Ciencias Económicas  
Licenciatura en Administración de Empresas



**Importancia de la publicidad por redes sociales para los Centros de Servicio  
Automotriz en la ciudad de Guatemala.**

(Artículo científico – trabajo de graduación)

Luis Alexander Estacuy Ramírez

Guatemala, diciembre 2019

**Importancia de la publicidad por redes sociales para los Centros de Servicio  
Automotriz en la ciudad de Guatemala.**

(Artículo Científico – Trabajo de graduación)

Luis Alexander Estacuy Ramírez

Ingeniero Alfredo Noack (**Asesor**)

M. Sc. Silda Iliana Miranda (**Revisora**)

Guatemala, diciembre 2019

**AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA**

**M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus**

Rector

**Dra. Alba Aracely Rodríguez de González**

Vicerrectora Académica

**M. A. César Augusto Custodio Cobar**

Vicerrector Administrativo

**E.M.B.A. Adolfo Noguera Bosque**

Secretaria General

**AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz**

Decano

**Licenciado Samuel Zabala**

Coordinador

REF.:C.C.E.E.ADMON.CT.A05-PD.006.2019

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
GUATEMALA, 04 de julio de 2019  
DICTAMEN

**Tutor:** Licenciado Manlio Alfredo Noack  
**Revisor:** Licenciada Silda Miranda Medina  
**Carrera:** Licenciatura en Administración de Empresas.

**Tesis titulada:** "Importancia de la publicidad por redes sociales para los centros de servicio automotriz en la ciudad de Guatemala".

Presentada por: **Luis Alexander Estacuy Ramírez.**

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

**En el grado de: Licenciado.**



M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz  
Decano  
Facultad de Ciencias Económicas

Guatemala, marzo 2019.

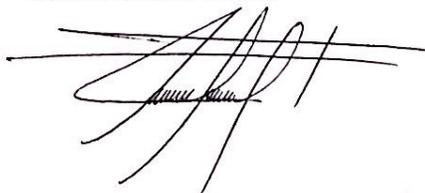
Señores  
Facultad de Ciencias Económicas  
Presente

Por este medio doy fe que soy autor del Artículo Científico titulado **“Importancia de la publicidad por redes sociales para los Centros de Servicio Automotriz en La Ciudad de Guatemala”** y confirmo que respete los derechos de autor de las fuentes consultadas y consigne las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad como autor del contenido de este Artículo científico y para efectos legales soy el único responsable de su contenido.

Atentamente,

Luis Alexander Estacuy Ramírez  
Licenciatura en Administración de Empresas  
Carné No.: 201400167

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Luis Alexander Estacuy Ramírez', is written over a horizontal line. The signature is stylized and somewhat cursive.

Guatemala, 9 de marzo de 2,019

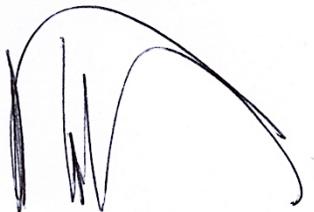
Señores.  
Facultad de Ciencias Económicas  
Universidad Panamericana  
Presente

Estimados señores:

En relación a la Asesoría del Artículo científico titulado: **“Importancia de la publicidad por redes sociales para los centros de servicio automotriz en la ciudad de Guatemala”**, realizado por Luis Alexander Estacuy Ramírez, carné 201400167, estudiante de la licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la Asesoría del mismo, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



Lic. Manlio Alfredo Noack  
Colegiado Activo 10249

Guatemala, 12 de abril 2019

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Universidad Panamericana

En relación al trabajo del artículo científico con el tema: **Importancia de la publicidad por redes sociales para los centros de servicio automotriz en la ciudad de Guatemala**, realizado por Luis Alexander Estacuy Ramírez, estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, con carné 201400167, he procedido a la revisión del mismo, haciendo constar que cumple con los requerimientos de estilo, establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo a lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



M.Sc. Silda Iliana Mijanda Medina  
Colegiado 8455  
Tel: 58252144

## **Dedicatoria**

### **A Dios**

Gracias por su infinita bondad y misericordia, por darme salud y bendición para alcanzar mis metas personales y profesionales.

### **A mis padres**

Vilma Janneth Ramírez Gomez

Alder Alexander Estacuy Letona

Siempre estaré agradecido por su incansable esfuerzo por educarme y apoyarme en todo, que este triunfo sea recompensa de todo lo que han hecho por mi.

### **A mis hermanas**

Jaquelin Alexandra Estacuy Ramírez

Katherine Janneth Estacuy Ramírez

Por su apoyo y amor incondicional siempre.

### **A mi novia**

Andrea Lucia Tan Porras

Infinitamente agradecido por el apoyo y por ser parte de este éxito académico.

### **A mi Universidad**

Por ser el medio por el cual se forman profesionales de éxito.

### **A mi asesor**

Manlio Alfredo Noack

Por su paciencia y deseos de ayudar para lograr la excelencia dentro de la Universidad.

# Contenido

	<b>Pagina</b>
<b>Abstract</b>	i
<b>Introducción</b>	ii
<b>1. Metodología</b>	
1.1 Planteamiento del Problema	1
1.2 Pregunta de Investigación	2
1.3 Objetivos de Investigación	2
1.3.1 Objetivo General	2
1.3.2 Objetivos Específicos	2
1.4 Definición del tipo de investigación	2
1.4.1 Investigación Exploratoria	2
1.5 Sujeto de Investigación	3
1.6 Alcance de la Investigación	3
1.6.1 Temporal	3
1.6.2 Geográfico	3
1.7 Definición de la Muestra	3
1.8 Definición de los instrumentos de investigación	4
1.9 Recolección de Datos	4
1.10 Procesamiento y análisis de datos	4
<b>2. Resultados</b>	
2.1 Presentación de Resultados	5
<b>3 Discusión y Conclusiones</b>	
3.1 Extrapolación	10
3.2 Hallazgos y análisis general	12
3.3 Conclusiones	13
<b>Referencias</b>	
Bibliográficas	14
Digitales	15
Anexos	16

## **Abstract**

La publicidad en redes sociales es un fenómeno que se ha convertido en indispensable para las empresas y no digamos en los centros de servicio automotriz que su objetivo es llegar a muchos mas clientes potenciales y así poder mostrar el trabajo y servicios que se ofrecen logrando una comunicación mas rápida y cercana con respecto a los negocios.

Las ventajas de utilizar las redes sociales como medio publicitario para los centros de servicio automotriz, permite generar una comunicación a corto plazo, se puede realizar una segmentación avanzada y mas rápida, es un nuevo medio, mas fácil de utilizar con plataformas y formatos que permiten conseguir un alcance mayor.

Para lograr llegar a las conclusiones descritas, fue necesario la aplicación de encuestas las cuales nos muestran datos en que los clientes potenciales indican que si es importante el poder llegar a los clientes potenciales por medio de las redes sociales y que la mayoría de los establecimientos a donde ellos acuden regularmente no manejan este tipo de plataformas.

## **Introducción**

La investigación sobre la importancia de la publicidad por redes sociales para los centros de servicio automotriz en la ciudad de Guatemala, se realizó con el objetivo de determinar y conocer las ventajas de utilizar las redes sociales como medio de publicidad para dichos establecimientos.

Las redes sociales hoy en día han incorporado nuevas plataformas y alternativas para empresas, en internet podemos encontrar muchos tipos o maneras de canales de publicidad, sin embargo, las redes sociales han llegado a ganar mayor presencia. El fenómeno de la publicidad en redes sociales para los centros de servicio automotriz ha tomado un cambio drástico en los últimos años, según estudios revelaron que el 80% de los profesionales en el área de marketing hoy en día consideran las redes sociales como una fuente demasiado importante para tener oportunidades de clientes potenciales ya que permiten un impulso adicional para atraer nuevos clientes, se puede lograr llegar a mucha más gente por un costo sumamente bajo.

Es así como el presente documento nos muestra información de carácter científico de acuerdo al marco teórico y de campo en los cuales nos muestra los resultados y las ventajas que las redes sociales nos ofrecen hoy en día para lograr un mayor impacto en las personas de la ciudad de Guatemala

# Capítulo 1

## Metodología

### 1.1 Planteamiento del Problema

La publicidad en internet se caracteriza por ser un tipo de publicidad que utiliza la red como medio de comunicación, ya sea una web o blog, el correo electrónico, las redes sociales o cualquier otra plataforma o sistema virtual.

La publicidad por medio de redes sociales se ha vuelto indispensable para las empresas y así lograr transmitir y mostrar el trabajo que ofrecen y llegar a muchos mas clientes potenciales mas fácilmente, así mismo crear una comunicación mas rápida y cercana con respecto a temas de negocios.

Gracias a los cambios tecnológicos, la publicidad por redes sociales ha incorporado nuevas plataformas y oportunidades de negocio para las empresas ya que permite ganar mayor presencia a un numero elevado de clientes potenciales a un precio menor que cualquier otro sistema publicitario ya que nos permite realizar una segmentación mas avanzada y así generar notoriedad a corto plazo.

Hoy en día en la ciudad de Guatemala existen varios centros de servicio automotriz y aceiteras que atienden a los mas de 1,500,000 vehículos que transitan diariamente, la mayoría de los establecimientos ofrece los mismos servicios y pocos se diferencian por calidad, precio y atención al cliente, por esta misma razón es que la publicidad a través y por redes sociales se vuelve de gran importancia para poder llegar al cliente y exponer los beneficios de visitar X establecimiento.

## 1.2 Pregunta de Investigación

¿Como impacta la publicidad en redes sociales a los Centros de servicio automotriz en la ciudad de Guatemala?

## 1.3 Objetivos

### Objetivo General

Conocer el impacto que la publicidad online puede llegar a causar en los Centros de servicio automotriz de la ciudad de Guatemala y las ventajas rentables que puede dar.

### Objetivos Específicos

- Determinar si los centros de servicio automotriz ya conocen como funciona la publicidad por redes sociales.
- Definir el tipo de publicidad que los centros de servicio utilizan para promocionarse.
- Definir si los clientes potenciales utilizan las redes sociales como medio para localizar el lugar a donde llevar su vehículo.

## 1.4 Definición del Tipo de Investigación

### Investigación Exploratoria

Es aquella que se realiza para dar cobertura a temas que se han estudiado de forma muy general, y acerca de los cuales no hay estado del arte ni información abundante.

En el caso del tema Importancia de la publicidad por redes sociales para los Centros de Servicio Automotriz en La Ciudad de Guatemala, se busca identificar el beneficio y ventajas de utilizar publicidad mediante redes sociales. El estudio permitirá definir hasta qué publico y a donde se puede llegar utilizando publicidad en línea para los centros de servicio automotriz de la ciudad de Guatemala.

## 1.5 Sujetos de Investigación

Sujeto 1:

- Dueños de Vehículos
- Personas entre 20 y 65 años.
- Trabajadores de lunes a viernes.
- Viven y trabajan en la Ciudad de Guatemala

## 1.6 Alcance de la Investigación

Temporal:

La investigación se desarrolla en el periodo comprendido entre el 20 de enero y 9 de febrero del año 2019.

Geográfico:

El estudio se realizará a los clientes de centros de servicio automotriz de el perímetro de la ciudad de Guatemala.

## 1.7 Definición de la Muestra

Se define la muestra para la investigación utilizando la fórmula infinita ya que no se sabe con exactitud el numero de clientes que visitan los centros de servicio en la ciudad de Guatemala.

Fórmula Infinita:

$$n = \frac{z^2 * P * Q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

$$n = \mathbf{385 \textit{ Personas}}$$

## 1.8 Instrumentos de Investigación

Encuesta: Para el sujeto de investigación, los dueños de vehículos se diseño una encuesta para conocer su opinión acerca de la publicidad de los centros de servicio automotriz a donde ellos llevan sus vehículos.

## 1.9 Recolección de Datos

El proceso a utilizar para la recolección de datos es por medio de encuestas vía Google Docs., que es una manera mas precisa y fácil de llegar a mas personas a encuestar.

La recopilación de datos se llevará a cabo de el jueves 3 de enero a el miércoles 16 de enero.

## 1.10 Procesamiento y Análisis de Datos

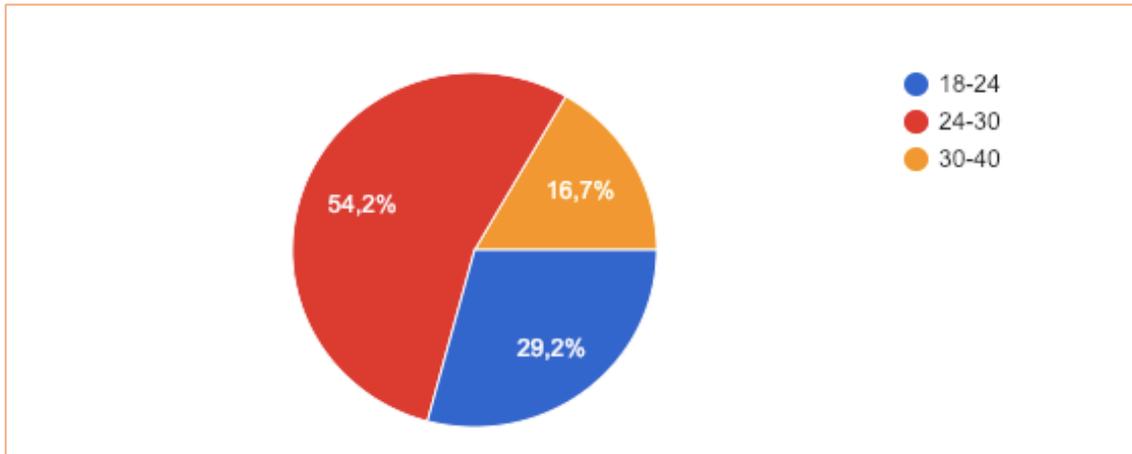
- Se realizará un conteo manual de las encuestas.
- Se trasladarán los datos electrónicos a hojas de calculo de Microsoft Excel
- Se calcularán los porcentajes en las hojas de calculo.
- En base de los porcentajes calculados se desarrollarán las graficas

## Capítulo 2

### Presentación de resultados

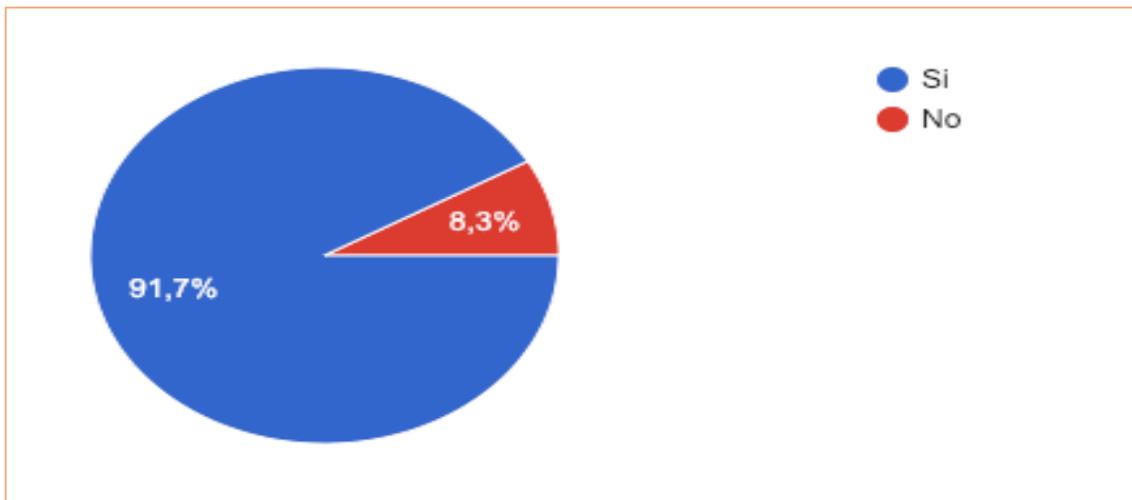
Adjuntamos graficas y conclusiones de cada pregunta de nuestras encuestas:

#### 1. Edad



La gráfica indica que la edad de las personas encuestadas ronda entre los 24-30, es una edad media que nos muestra que son personas jóvenes que les interesa llevar a un buen lugar su vehículo.

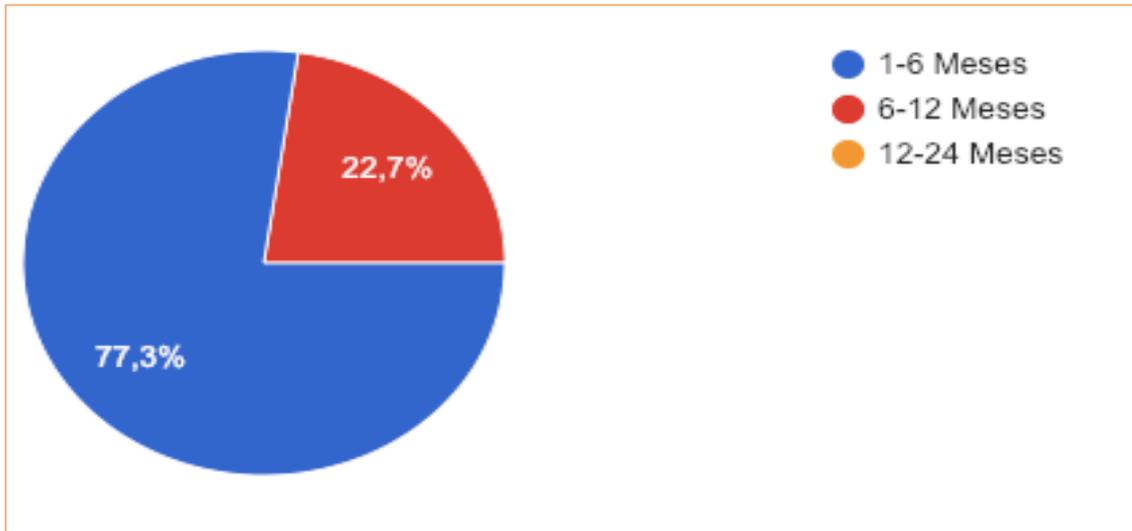
#### 2. ¿Tiene vehículo?



Fuente: Elaboración Propia, año 2019

La mayoría de las personas encuestadas de la ciudad de Guatemala que ronda los 24-30 años nos indicaron que si tienen su vehículo propio.

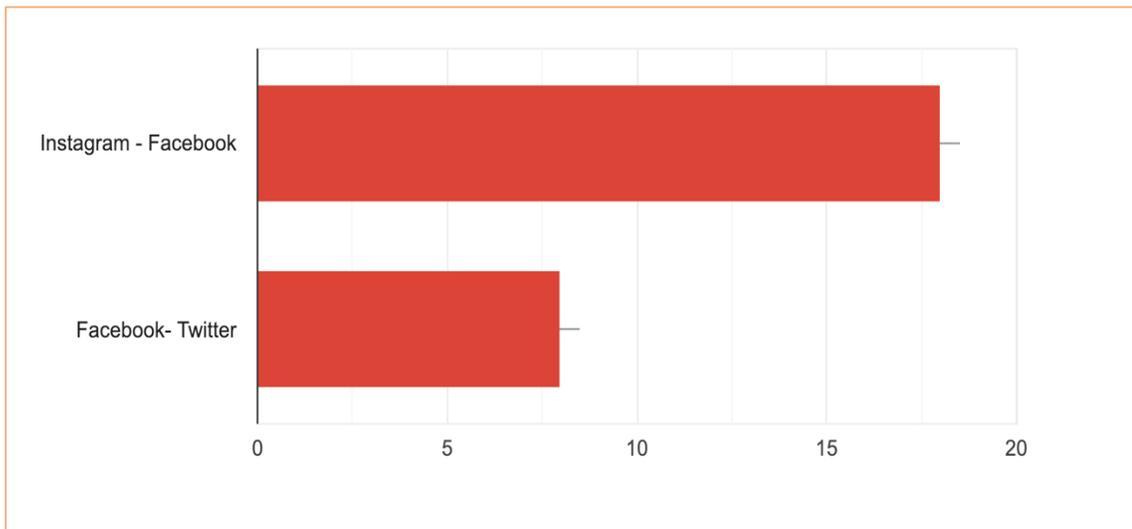
### 3. ¿Cada cuanto lleva su vehículo a revisión?



Fuente: Elaboración Propia, año 2019

Más de el 75% de las personas encuestadas nos indicaron que llevan su vehículo a revisión entre 1-6 meses, quiere decir que al año van un máximo de 2 veces a revisión de sus vehículos.

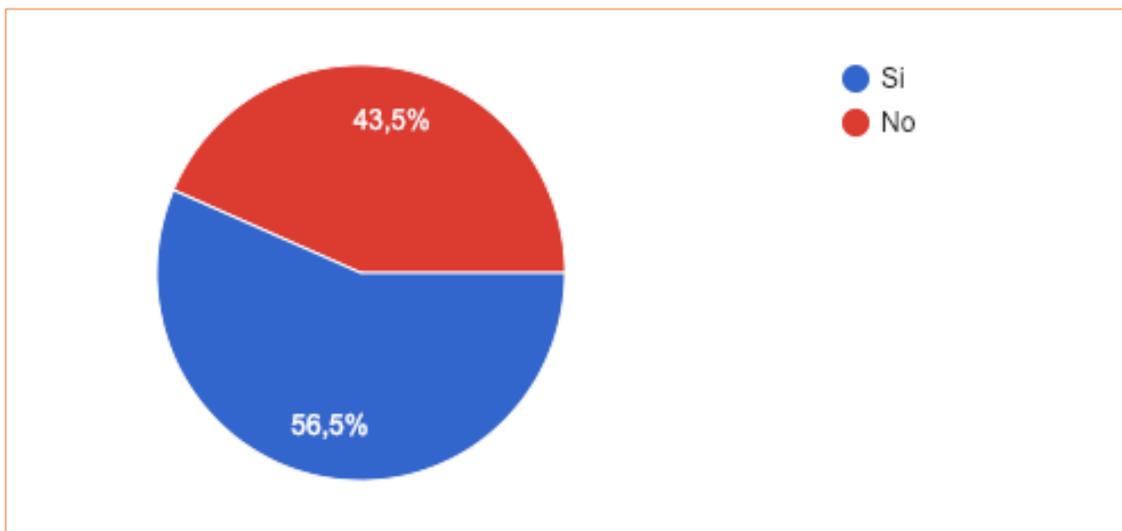
### 4. ¿Qué redes sociales utiliza más?



Fuente: Elaboración Propia, año 2019

Más del 80% de las personas encuestadas nos indicaron que utilizan más Instagram y Facebook

**5. ¿Utiliza las redes sociales para buscar el lugar a donde llevar su vehículo?**



Fuente: Elaboración Propia, año 2019

Más de la mitad de las personas en la actualidad utilizan las redes sociales para buscar el centro de servicio automotriz a donde llevar su vehículo.

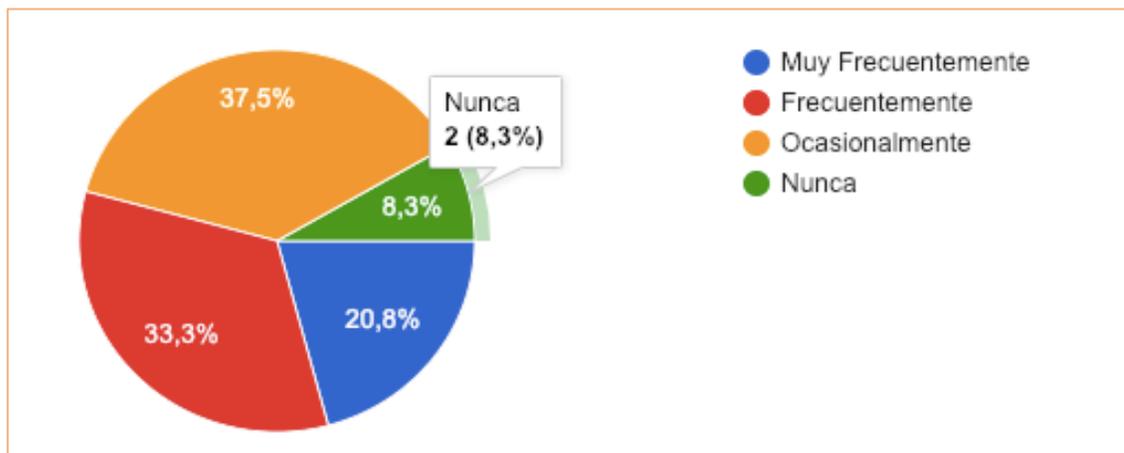
**6. ¿Qué es más cómodo para usted?**



Fuente: Elaboración Propia, año 2019

Los resultados de dicha pregunta indicaron que más de la mitad de las personas encuestadas se les hace más fácil revisar las redes sociales y verificar si existen promociones o ofertas especiales en los centros de servicio.

### 7. Con qué frecuencia ve publicidad de los centros de servicio automotriz.



Fuente: Elaboración Propia, año 2019

Estos resultados son sumamente importantes porque la mayoría de las personas indicó que ocasionalmente ve publicidad de los centros de servicio automotriz, es una oportunidad para utilizar la publicidad de dichas redes sociales.

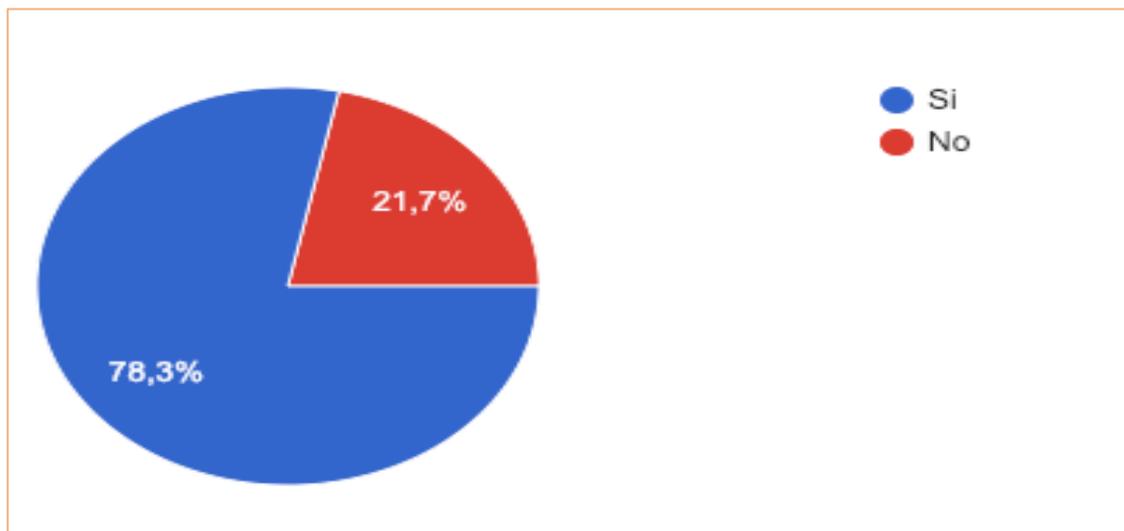
### 8. Si encuentras en redes sociales una oferta o promoción del centro de servicio, usted...



Fuente: Elaboración Propia, año 2019

Mas de el 50% de nuestros encuestados prefieren escribir a la pagina en la cual vieron la promoción u oferta.

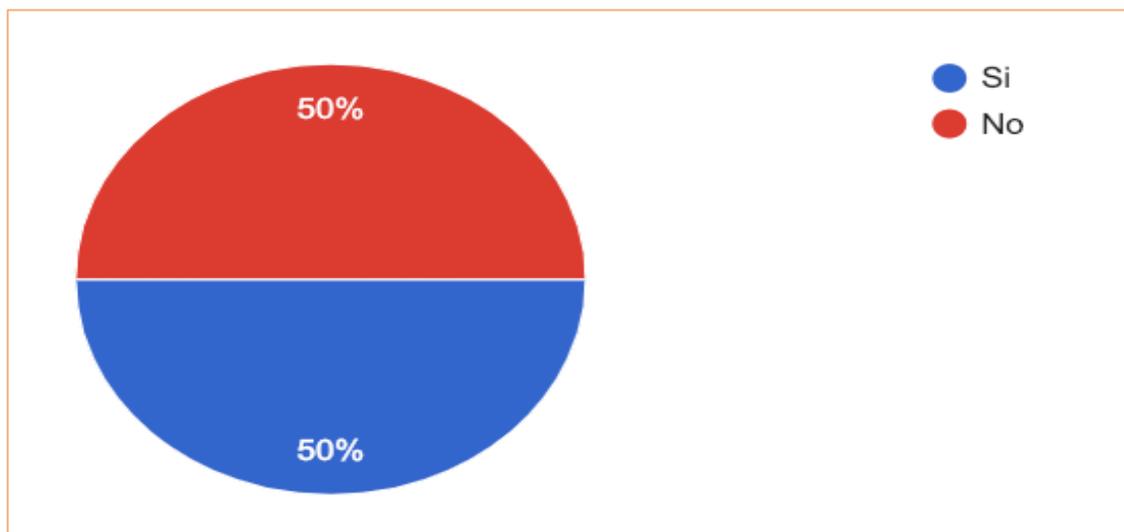
**9. ¿El centro de servicio al cual acude, cuenta con página de Facebook e Instagram?**



Fuente: Elaboración Propia, año 2019

Los resultados de esta pregunta nos muestran que más de el 75% de los centros de servicio al cual acuden los encuestados si cuentan con paginas en las redes sociales, sin embargo, no muchos utilizan la publicidad.

**10. ¿Si su respuesta fue SI, su centro de servicio publica promociones u ofertas sobre los servicios que ofrece?**



Fuente: Elaboración Propia, año 2019

La mitad de los centros de servicio al cual acuden nuestros encuestados si publican promociones sobre los servicios que ofrecen.

## **Capítulo 3**

### **Discusión y Conclusiones:**

#### **3.1 Extrapolación**

La Publicidad en Redes sociales

Por Miguel Alonso-Martirena de la Llana – Publicidad en la Web 2.0 - 2014

Desde que comenzara la actividad de las redes sociales on-line, hace una década, su servicio ha ido evolucionando y ha sabido adaptarse a las necesidades del negocio. Como se comentaba anteriormente, debido a su potencial para atraer a tal cantidad de usuarios en todo el mundo, fue cuestión de tiempo que comenzase a gestionarse un negocio publicitario que mueve una gran cantidad de dinero.

Por un lado, las redes sociales han querido aprovechar su popularidad y su gran acogida para rentabilizar su actividad. Y la mejor manera que han encontrado para conseguir ingresos ha sido la publicidad. De esta forma, ponen a disposición de los anunciantes un espacio dentro de su plataforma, para que estos coloquen sus anuncios a cambio de una prestación dineraria. Por otro lado, los anunciantes han encontrado en las redes sociales un nuevo canal de publicidad para hacer llegar sus anuncios a una gran cantidad de personas.

En el sistema económico actual, cualquier medio resulta valioso para ofrecer publicidad y las redes sociales no iban a ser una excepción. La posibilidad de conocer las características de los usuarios de las diferentes redes sociales supone para las empresas una oportunidad de segmentación y de adaptación de los contenidos para los potenciales clientes. En ellas los anunciantes han encontrado un nuevo canal de publicidad que les está ofreciendo muchas alternativas.

Contrastando mi opinión y la de dicho autor del artículo anterior, comparto muchas de las ideas que el plantea, Comenzando con la evolución tan drástica que han tenido las redes sociales si bien es cierto dicho artículo fue realizado en el 2014, hoy en el 2019 nos podemos dar cuenta que la evolución ha sido sumamente elevada comparando con años anteriores, las redes sociales han realizado cambios para adaptarse a las necesidades de los usuarios y empresas que utilizan los servicios. En lo que se refiere a Facebook ha convertido la plataforma para poder realizar negocios y anuncios publicitarios de una manera mas fácil y eficiente.

Mediante los resultados obtenidos en nuestra encuesta nos muestra que mas de el 65% de los usuarios prefieren utilizar las redes sociales para buscar y encontrar el lugar al cual quieren y necesitan llevar su vehículo a sus servicios respectivos.

Partiendo de esos resultados, podemos decir que hoy en día las redes sociales son un medio por el cual es mas rentable anunciarse y llegar a muchos mas consumidores por un esfuerzo menor y por menos dinero ya que estas plataformas dan opción a llegar a muchos mas clientes potenciales pagando una cierta cantidad de dinero, es una opción mucho mas económica que cualquier otra y a mi parecer es mas rentable y se llega a mas futuros clientes.

Hoy en día es necesario y vital que cada empresa tenga página en alguna red social para lograr que clientes regulares y clientes potenciales logren encontrar información acerca de los servicios o productos que se ofrecen.

### 3.2 Hallazgos y análisis general

Según los resultados que obtuvimos mediante la investigación hemos encontrado varios puntos a favor que responden a nuestra pregunta de investigación.

Comenzamos preguntando ¿Como Impacta? Los resultados y datos de las preguntas 5 y 6 nos muestran que mas de el 65% utiliza las redes sociales para para buscar el lugar a donde ir y llevar su vehículo a sus servicios respectivos o revisiones de rutina.

La otra parte de la pregunta era dirigida hacia los Centros de Servicio Automotriz en la ciudad de Guatemala, en la pregunta 2 me di cuenta de que mas de el 88% de las personas encuestadas cuenta con vehículo propio y así mismo mas de el 50% utiliza las redes sociales para buscar opciones de a donde llevar el vehículo, sin embargo, mas de el 40% de personas nos indicaron que ocasionalmente ven anuncios publicitarios de el lugar a donde acuden para realizar sus servicios.

En este caso podemos contrastar los resultados a las preguntas que realizamos a los encuestados y es que mas de el 65% nos indico que tiene vehículo, que utiliza las redes sociales para ubicar el lugar a donde llevar el vehículo y que prefieren buscar en redes sociales que otros medios. Pero de parte de los centros de servicio encontramos que tienen descuidado el área de las redes sociales no le ponen el interés que se debe sin pensar que seria un medio efectivo por el cual llegar a los clientes potenciales.

### **3.3 Conclusiones**

Se logró comprobar las ventajas que puede llegar a tener un centro de servicio automotriz si utiliza la publicidad por redes sociales ya que más de el 70% de los dueños de vehículos, que transitan a diario por la ciudad de Guatemala, utilizan las redes sociales para buscar a donde llevar su vehículo y a el lugar donde lo llevan no tiene pagina de Facebook y si tiene no utiliza la publicidad como forma de promocionarse.

Se encontró que no más de el 35% de los centros de servicio, a los cuales visitan los clientes potenciales, utilizan la publicidad en redes sociales y mucho menos publican promociones sobre servicios y productos en las redes sociales.

Efectivamente más de el 75% de los encuestados nos indicaron que si utilizan las redes sociales como medio para buscar promociones o servicios para llevar su vehículo a servicio o revisión de rutina.

## Referencias

### 4.1 Bibliográficas:

1. **Estrategias de Marketing Digital** - Fernando Macia – 1 Edición – 2017 – pagina 8-14
2. **La guía avanzada de el community manager** - Juan Carlos Mejía – 2 edición – 2018 – pagina 62-80.
3. **Publicidad en la Web 2.0** – Miguel Alonso-Martirena de la Llana – 1 edición – 2014 – pagina 122-127.

### 4.2 Digitales:

Por Miguel Alonso-Martirena de la Llana – Publicidad en la Web 2.0 - 2014

Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/847/retrieve>

## **Anexos**

# La importancia de la publicidad por redes sociales para los centros de servicio automotriz.

Importancia de las redes sociales para los centros de servicio automotriz.

## 1. Edad

Marca solo un óvalo.

- 18-24  
 24-30  
 30-40

## 2. Tiene Vehículo?

Marca solo un óvalo.

- Si  
 No

## 3. Cada Cuanto lleva su vehículo a revisión?

Marca solo un óvalo.

- 1-6 Meses  
 6-12 Meses  
 12-24 Meses

## 4. Que redes sociales utiliza mas?

Selecciona todos los que correspondan.

- Instagram - Facebook

## 5. Utiliza las redes sociales para buscar el lugar al cual llevar su vehículo?

Marca solo un óvalo.

- Si  
 No

## 6. Que es más comodo para usted?

Marca solo un óvalo.

- Llamar para cualquier consulta acerca de precios y servicios?  
 Visitar su pagina en las redes sociales y enterarse de las ofertas y promociones actuales.

**7. Con que frecuencia ve publicidad sobre centros de servicio automotriz?**

*Marca solo un óvalo.*

- Muy Frecuentemente
- Frecuentemente
- Ocasionalmente
- Nunca

**8. Si encuentra en redes sociales una oferta o promoción de el centro de servicio, usted...**

*Marca solo un óvalo.*

- Escribes a la pagina para mas información
- Visitas el lugar para tener informacion mas detallada

**9. El centro de servicio al cual acude, tiene pagina de Facebook, Twitter o Instagram?**

*Marca solo un óvalo.*

- Si
- No

**10. Si su respuesta fue Si, Su centro de servicio publica promociones u ofertas sobre los servicios que ofrece?**

*Marca solo un óvalo.*

- Si
- No

**11. Cree que es importante para un centro de servicio automotriz tener actividad en redes sociales?**

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Si
- No