



Sistema basado en SaaS para la gestión de redes sociales para Pymes

System SaaS-based for social media management for SMEs

JESÚS AYALA DÍAZ DE LEÓN^a, LUIS FELIPE FERNÁNDEZ MARTÍNEZ^{a*}

^aMaestría en Cómputo Aplicado, Departamento de Ingeniería Eléctrica y Computación, Instituto de Ingeniería y Tecnología, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Chihuahua, México.

*Autor de correspondencia. Correo electrónico: lfernand@uacj.mx

No. de resumen

4CP22-8

Formato

Ponencia

Evento

4.º Coloquio de Posgrados IIT

Presentador

Jesús Ayala Díaz de León

Tema

Cómputo Aplicado

Estatus

Estudio en curso

Fecha de la presentación

Noviembre 22, 2022

Resumen

Las redes sociales pueden permitir a los negocios mejorar su visibilidad ante potenciales clientes, a la vez de conseguir una mayor notoriedad y competitividad ante otras empresas. El lograr ofrecer un servicio que reúna las capacidades y funciones de las redes sociales en una herramienta todo en uno, podrá ser de utilidad para las Pymes que busquen mejorar sus estrategias publicitarias de sus productos. El buscar lograr mejores resultados de mercadeo por medio de la gestión de redes sociales, es una tarea ya presente en las empresas: ya sea mediante roles internos o servicios externos. No obstante, el uso de las Pymes o empresas en México sobre los servicios automatizados y en línea para esta área, es poco recurrente con respecto a otros países. El llegar a un prototipo funcional de un SaaS ha permitido invitar a administradores o publicistas de negocios para poner a prueba las funcionalidades del sistema. La incorporación de las redes sociales más populares y para el manejo de perfiles configurados en el concepto de negocio es posible por medio de tecnología API. Adicionalmente, el sistema propuesto como servicio puede ayudar a mejorar los resultados en publicidad y sin una alta inversión de recursos.

Palabras clave: Pymes, gestión de redes sociales, SaaS, mercadeo, publicidad.

Abstract

Social Media can allow businesses to improve their visibility on potential clients, at the same time they look to achieve more notoriety and competitiveness with other companies. Being able to offer a service that brings together the capabilities and functions of social networks in an All-in-one tool could be useful for SMEs looking to improve their advertising strategies for their products. The search to achieve better marketing results through the management of social networks is a task already present in companies: either through internal roles or external services. However, the use of SMEs or companies in Mexico on automatized and online services for this area is infrequent compared to other countries. Reaching a functional prototype of a SaaS has allowed business administrators or advertisers to be invited to test the system's functionalities. The incorporation of the most popular social networks and the management of profiles configured in the business concept is possible through API technology. In addition, the system proposed as a service can help improve advertising results without a high investment of resources.

Keywords: SMEs, social media management, SaaS, marketing, publicity.

Entidad legal responsable del estudio

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Financiamiento

Beca del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT).

Conflictos de interés

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.