

1. [Inicio/](#)
2. [Archivos/](#)
3. [Vol. 3 Núm. 2 \(2018\)/](#)
4. Artículos

La importancia de las TIC en la construcción de opinión pública de los emprendimientos

- Byron Antonio Castro Villacis Universidad de Guayaquil, Ecuador
<http://orcid.org/0000-0002-8031-3829>
- Leivis Stalin Rodriguez Figueroa Universidad de Guayaquil, Ecuador
- Ericka Pamela Arroyo Vargas Universidad de Guayaquil, Ecuador
- Victor Valdes Cabrera Universidad de Guayaquil, Ecuador
<http://orcid.org/0000-0002-1774-3519>

DOI: <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n2.2018.591>

Resumen

El presente artículo científico se basa en mostrar como la innovación y la aplicación de contenidos en las redes sociales de los emprendimientos mediante las TIC, el Storytelling y Content Marketing se logra reputación digital trascendental, se pretende mostrar el éxito de posicionamiento de marca y de ventas dirigido a un público objetivo claramente identificado y definido. Se propone una metodología analítico – descriptiva de estas técnicas para mostrar la efectividad de las campañas digitales del negocio en la era 2.0. Se presentan los resultados de una mejor difusión de información con clientes que sienten la necesidad de seguir las cuentas de los emprendimientos para más información; se atrae audiencias importantes con el fin de conocer la marca y generar ventas sin perder de vista a los usuarios profundos. El resultado de la creación de estrategias es un incremento en ventas y una excelente reputación digital a la vez que se logra conocer a las audiencias que se identifican con el emprendimiento, aprovechando el mundo digital, el cual es una excelente red de difusión para captar a públicos específicos con ciertas características especiales.