



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
Facultad de Ciencias Jurídicas Sociales a la Educación
Escuela de Ciencias Sociales, Periodismo, Información y Derecho

CARRERA REDISEÑADA
COMUNICACIÓN SOCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

NOMBRE:

PACHECO DIAZ GABRIELA STEFANIA

TEMA:

REDES SOCIALES Y SU IMPACTO SOBRE
EMPRESARIOS DENTRO DE LA
CIUDAD DE BABAHOYO

NOMBRE DEL TUTOR

MASTER. CINDY MONTECÉ MORENO

Babahoyo-Los Ríos-Ecuador
2024

DEDICATORIA

Este amado y esforzado trabajo de investigación va dedicado primero a Dios que me ha sostenido durante toda la etapa de estudio y me ha formado a través de las pruebas y dificultades formando mi carrera y desarrollo tanto empresarial como personal.

A mi futuro esposo Marcos Rivera por su ayuda incondicional y su apoyo en esas largas jornadas de escritura por secar mis lágrimas en los duros momentos y por reír a mi lado cuando amanece, a mis hijos por su paciencia y sus oraciones para mejorar nuestra estabilidad económica y emocional.

Y como no agradecer con todo mi corazón a mi tutora, MASTER CINDY MONTECE por compartir su amplio conocimiento conmigo por creer en este tema y por dirigir de manera tan extraordinaria mi escritura y desarrollo hasta el final de este impreso, me llevo en mi corazón que aún existen docentes comprometidos que aman su institución y su labor diaria, muchas gracias MISS.

Mi gratitud se queda con esta noble institución que me ha cobijado en todas las etapas estudiantiles, ahora me despido sin antes agradecer a todos y a cada uno de los docentes, chicos de sistemas, secretarias, decanos, autoridades en general que de una u otra manera han estado conmigo en este proceso profesional.

Gracias por todo, este logro también es suyo, con cariño y el corazón lleno de gratitud.

GABRIELA STEFANIA PACHECO DIAZ

AGRADECIMIENTO

Porque nunca me has soltado ni en los peores momentos, nunca me has juzgado y siempre me has enseñado el camino y aun en los no que me has dado he podido sentir tu abrazo y cuidado para todos y cada uno de los míos, mi dedicatoria es para ti padre celestial a todos y a cada uno de los que llenaron la encuesta, mi gratitud toda la vida, su ayuda fue algo muy trascendental en este proyecto.

GABRIELA STEFANIA PACHECO DIAZ

RESUMEN

El presente trabajo de investigación trata de dar pautas para que los emprendimientos en el Ecuador abordan factores claves de éxito para la innovación tecnológica y se detalla cómo aplicarlas en el contexto local. La pandemia fue el escenario para que muchos establecimientos pusieran a prueba su capacidad de adaptación en este entorno digital, convirtiéndose las redes sociales en el principal medio de publicidad para los emprendedores.

Durante el confinamiento, el cierre de empresas fue arrasador trayendo consigo nuevas estrategias para los emprendedores que se dedicaban principalmente a la venta de comidas, fortalecieron el uso de los medios digitales como canales de comunicación con sus clientes.

Analizar el impacto de las redes sociales en los emprendimientos de la ciudad de Babahoyo, tiene como objetivo proporcionar una comprensión profunda de cómo estas plataformas ofrecen nuevas oportunidades para el crecimiento y el desarrollo económico de la ciudad. A través de la revisión de literatura, entrevistas, encuestas y análisis de datos, se buscará identificar estrategias efectivas en el uso de redes sociales y proporcionar recomendaciones a los emprendimientos que buscan aprovechar al máximo el potencial de estas herramientas.

Palabras Claves: Redes Sociales, Impacto de Redes Sociales, Emprendimientos

Abstract

This research work tries to provide guidelines for startups in Ecuador to address key success factors for digital innovation and details how to apply them in the local context. The pandemic was the setting for many startups to test their ability to adapt to this environment, with social networks becoming the main means of advertising for entrepreneurs.

During confinement, the closure of companies and distributors was devastating, bringing with it new strategies for entrepreneurs who were mainly dedicated to the distribution of groceries and prepared foods, strengthening the use of digital media as communication channels with their customers.

Analyzing the impact of social networks on entrepreneurship in the city of Babahoyo has the objective of providing a deep understanding of how these platforms offer new opportunities for the growth and economic development of the city. Through a literature review, interviews, surveys and data analysis, we will seek to identify effective strategies in the use of social networks and provide recommendations to ventures seeking to make the most of the potential of these tools.

Keywords: Social Reses, impact of social networks, entrepreneurship

Índice

Portada	
Abstract	5
Índice	6
1.19	
1.1.210	
1.1.311	
1.1.411	
1.212	
1.313	
1.4. OBJETIVO DE INVESTIGACION	14
1.4.114	
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	15
Redes sociales	15
EVOLUCIÓN DE LAS REDES SOCIALES	16
EL IMPACTO EN REDES SOCIALES	17
ESTRATEGIAS DIGITALES	19
EMPRENDIMIENTOS Y EL USO DE REDES SOCIALES	20
2.3. 21	
2.4. 21	
2.5. 22	
2.3. 23	
CAPÍTULO III RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN	23
3.1. 24	
Método inductivo	23
¿Qué es el método inductivo?	23
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA DE INVESTIGACION	24
3.3.1 POBLACIÓN	24
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN	25
3.4.1 TÉCNICAS	25

INDICE DE TABLAS

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES.....	26
PRESUPUESTO	29
CRONOGRAMA.....	30

INDICE DE IMÁGENES

BABAHOYO -PROVINCIA DE LOS RÍOS.....	33
---	-----------

TOMADA: DE PÁGINA OFICIAL DE IMAGINARTE CREACIONES

BABAHOYO -PROVINCIA DE LOS RÍOS	34
--	-----------

TOMADA: SWEET EVENTS PAGINA OFICIAL DE FACEBOOK

BABAHOYO- PROVINCIA DE LOS RÍOS

TOMADA: MEGA DETALLES BABAHOYO	35
---	-----------

BABAHOYO -PROVINCIA DE LOS RÍOS.....	36
---	-----------

TOMADA: DETALLES SUBLIMES EC.

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales han tenido un gran impacto en los emprendedores de la ciudad de Babahoyo. Es fundamental fomentar el buen uso de estas plataformas digitales, para así comunicar sus productos o servicios. Facebook, Instagram, Tik Tok y WhatsApp brindan varias opciones para la promoción y visibilidad de los artículos. A través del desarrollo de estrategias, se puede incrementar la notoriedad de lo que ofrecen estas páginas o vitrinas digitales.

El cantón Babahoyo posee una amplia gama de emprendedores de diferentes ramas artesanales que van desde los empíricos hasta los motivacionales, la actualización de la información a través de los medios digitales hace que cada vez más personas se dirijan al emprendimiento como una salida sólida y rentable de negocio

Las características de estos emprendimientos radican en poco presupuesto y mayor conocimiento del manejo de redes siendo muchas veces intermediarios de grandes páginas de entrega a nivel mundial

En el presente proyecto de investigación determinaremos a las redes sociales como un soporte esencial de movimiento económico el cual genera amplia expectativa al momento de monetizar cada emprendimiento en nuestra ciudad , el impacto radical del crecimiento de las redes sociales inclinan al emprendedor a reinventar y desarrollar estrategias digitales basadas en confiabilidad y presencia digital activa , las redes sociales son una incubadora de grandes negocios debido a la amplitud de contenido, productos y servicios consumibles , que se muestran a través de diversas páginas de entretenimiento y ocio.

El emprendedor cada día desarrolla una comunicación visual atractiva para fidelizar y captar a sus clientes y de esta manera ampliamos posibilidades de compra para el consumidor por el buen uso de las redes sociales comerciales actuales.

CAPÍTULO I.- MARCO CONTEXTUAL

IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN.

Redes sociales y su impacto sobre emprendimientos dentro de la ciudad de Babahoyo

1.1 CONTEXTUALIZACIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

1.1.1 CONTEXTO INTERNACIONAL

Las redes sociales han sido fundamentales en la globalización, al permitir que las personas se comuniquen de una manera más rápida y eficaz sin importar el lugar donde se encuentran. Esto ha creado oportunidades para que los emprendedores puedan llegar a muchos lugares, promocionando sus productos y servicios.

En varios países, el surgimiento de emprendimientos digitales ha sido promovido en gran medida por el uso estratégico de las redes sociales. Las plataformas como Facebook, Instagram, WhatsApp, Tik Tok y Twitter proporcionan herramientas que les permite promocionar sus productos o servicios, interactuar con clientes y posicionar su marca.

El artículo “Reto y oportunidad empresarial en la sociedad de la información en los negocios digitales” da una mirada focalizada a la problemática que tienen los emprendedores en la actualidad, creando para algunas oportunidades con la apertura de los negocios digitales, no solo en el contexto nacional, también internacional. Se buscó dar una mirada del reto para el gobierno y los sectores económicos de Colombia, una breve referencia de cómo estas organizaciones pasaron de lo tradicional a lo digital. Así mismo, se pretendió focalizar a nivel mundial la estrategia digital al alcance de usuarios y consumidores en general, del poder de ciertos grupos al generar cambios para el beneficio de la economía de un país y el bienestar de sus habitantes.

Muchas empresas a nivel mundial adoptaran nuevas estrategias de publicidad y canales de visualización para el desarrollo empresarial, actualmente las empresas en Colombia se han volcado al mundo digital donde los vendedores realizan todas las gestiones administrativas requeridas sobre sus productos en un solo lugar, el desarrollo de estas plataformas permite a muchos vendedores estar dentro de la comodidad de sus hogares y realizar envíos a muchos lugares, estos procesos necesarios para vender en línea y dar el salto al comercio electrónico. Se desarrollan mediante las plataformas convencionales como lo son el Marketplace o centros comerciales virtuales más grandes y relevantes del país, en el contexto actual ampliamos las posibilidades de facturación de los negocios digitales y hace que los productos se vendan a nivel nacional de mejor manera (García Mogollón, 2020)

1.1.2 CONTEXTO NACIONAL

Ecuador ha experimentado un aumento en la conectividad y el acceso a internet en los últimos años, todavía existen brechas digitales, especialmente en sus áreas rurales, por ello es importante considerar cómo estas diferencias pueden afectar la capacidad de los emprendedores para aprovechar al máximo las redes sociales como herramientas de promoción y ventas.

La pandemia causada por el COVID-19 fue el impulso definitivo que necesitaban muchas empresas para dar el salto a la llamada transformación digital, la cual “hace referencia al proceso de adaptación de las empresas a las nuevas tecnologías” (Naranjo et al, 2017).

El confinamiento provocó el cierre obligatorio de negocios durante el año 2020, provocado por la pandemia COVID-19 originó que muchas empresas quebraron al no poder obtener ingresos por sus ventas, sin embargo, fue el impulso para que la tecnología sea la herramienta que despierte la creatividad de los emprendedores y así darle impulso a la era de innovación digital.

Las plataformas digitales son utilizadas cada vez más por emprendedores y consumidores, según datos recabados por Zurita (2020) en el 2018, 58% de la población de más de 5 años contaba con acceso a internet, el 52% usaba el computador, 58,5% tenía al menos un celular activado y el 37,2% tenía un teléfono inteligente, esto ha permitido el uso casi generalizado de redes sociales

(90,6% de la población mayor a cinco años). En lo concerniente a comercio electrónico, el 9,2% de las empresas tiene activa la opción de ventas en línea y el 9,7% de las personas compra y paga cuentas por medio de canales web, lo que muestra que es un medio que aún se está desarrollando en nuestro país.

1.1.3 CONTEXTO LOCAL

La cultura emprendedora en la ciudad de Babahoyo, adopta nuevas tecnologías y estrategias digitales, el uso de redes sociales es importante para comprender cómo se perciben y valoran los emprendimientos la comunidad local y cómo esta puede influir en su forma de comunicación comercial que promociona nuestro negocio desde persuadir al público para incrementar el consumo de sus productos o servicios.

Las redes sociales dentro del emprendimiento local es un elemento eficaz para una empresa que está formando o ya se encuentra establecida, pero desea formalizar su presencia en redes y abarcar nuevos mercados. En la ciudad de Babahoyo, tenemos una amplia lista de emprendedores asignados a diferentes asociaciones artesanales, entre las que podemos citar, Cámara de Comercio de Babahoyo, Junta Nacional del Artesano.

1.1.4 CONTEXTO INSTITUCIONAL

En uno de los trabajos de titulación realizados en la Universidad Técnica de Babahoyo con el tema “Redes Sociales Como Medio De Comunicación Publicitaria Por Emprendedores En La Ciudad De Babahoyo Periodo Marzo – mayo 2020” elaborado por Joel Steven Umanante Torres, busco demostrar cómo las redes sociales son importantes como canales publicitarios para los emprendedores de la ciudad de Babahoyo para promocionar sus servicios o productos a los clientes.

Este proyecto analiza el manejo que le dan los emprendedores a las redes sociales Facebook, Instagram y Twitter como medios para crear publicidad, al cual concluye como aplican

las estrategias correctas para persuadir al público objetivo de una manera más efectiva, generando incluso atraer a nuevos clientes y posicionar su marca en el mercado.

1.2 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Las redes sociales son herramientas eficaces en el mundo de los emprendedores, ya que van transformando la manera como se interactúa con sus clientes y se promocionan sus productos o servicios. Por ello es importante comprender el impacto que tienen en el contexto local de la ciudad de Babahoyo, donde numerosos emprendimientos buscan progresar en este entorno económico y social.

La ausencia de una comprensión clara de la relación entre las redes sociales y los emprendimientos en Babahoyo limita la capacidad de aprovechar plenamente el potencial de estas herramientas. Esta investigación propone analizar su impacto, con el objetivo de proporcionar perspectivas que contribuyan al crecimiento sostenible de cada negocio.

A pesar del crecimiento de la era digital, no existe una investigación que analice cómo las redes sociales afectan a los emprendimientos en Babahoyo. ¿Cómo han aprovechado las redes sociales los emprendedores locales, para poder aumentar la visibilidad y la rentabilidad de sus negocios?, ¿Cuál es el alcance de la presencia de los emprendedores en estas plataformas? Y si ¿Existen desafíos que enfrentan los emprendimientos en Babahoyo, al utilizar estas plataformas?

1.2.1 PROBLEMA GENERAL

Cómo han aprovechado las redes sociales los emprendedores locales para aumentar la visibilidad y rentabilidad de sus negocios

1.2.2 SUB - PROBLEMAS O DERIVADOS

¿Cómo han aprovechado las redes sociales los emprendedores locales, Para poder aumentar la visibilidad y la rentabilidad de sus negocios?,

¿Cuál es el alcance de la presencia de los emprendedores en estas plataformas? Y si

¿Existen desafíos que enfrentan los emprendimientos en Babahoyo al utilizar estas plataformas?

1.2.3 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Campo: Redes sociales

Área: Plataformas Digitales

Espacio: Babahoyo, Los Ríos, Ecuador

Tiempo: 2024

Demografía: Emprendedores de la ciudad de Babahoyo

1.3 JUSTIFICACIÓN

Esta investigación se destaca por su contribución directa al desarrollo económico local de nuestra ciudad. Al entender cómo las redes sociales limitan a los emprendimientos locales, podemos identificar estrategias específicas que impulsen su crecimiento.

Además, este trabajo empodera a los emprendedores locales al proporcionar conocimientos específicos sobre cómo utilizar de manera efectiva las redes sociales para fortalecer sus negocios, en un entorno altamente competitivo, donde la visibilidad y la conexión con los clientes son factores claves para su éxito.

Este tema impacta en el posicionamiento de Babahoyo en la era digital, al comprender y aprovechar las redes sociales, la ciudad puede destacarse como un eje de emprendedores en el mundo digital, lo que a su vez contribuye al crecimiento económico y la prosperidad general de esta comunidad.

Dentro de las acciones del sistema de desarrollo que maneja el emprendedor contamos con el impacto para presentar de manera atractiva los productos, para facilitar la venta por impulso propio del consumidor final.

Teniendo en consideración la escasa publicidad y pauta en los medios digitales observamos

como una necesidad la falta de conocimiento de rutas de compra y venta tanto para el emprendedor como para el consumidor.

1.4. OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN

1.4.1 OBJETIVOS GENERAL

Analizar el impacto de las redes sociales en los emprendimientos de la ciudad de Babahoyo.

1.4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los emprendimientos que utilizan activamente las redes sociales en la ciudad de Babahoyo.
- Examinar el tipo de contenido publicado por emprendimientos en redes sociales en Babahoyo, identificando las plataformas más utilizadas.
- Evaluar cómo la presencia en redes sociales impacta en la visibilidad y éxito financiero de los emprendimientos locales.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 MARCO TEÓRICO

REDES SOCIALES

Las redes sociales, están consideradas como herramientas de desarrollo masivo dentro del desarrollo del emprendedor en general, cabe recalcar que muchos de los medios o plataformas digitales incitan la comunicación de negocios de manera más fácil y rápida siendo en la actualidad una de las vías con más alcance de información, descripción y consolidación dentro de la comunicación.

Para (Celaya, 2008) las redes sociales son lugares en el Internet, donde las personas pueden publicar y compartir todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos.

Cuando los emprendimientos hacen bien su gestión en las redes sociales, éstas pueden tener múltiples beneficios. Por ejemplo, las redes sociales para empresas aumentan la visibilidad de su marca e incluso pueden ayudar a mejorar la reputación online de un negocio, impulsando notablemente sus estrategias digitales.

Según (Harfoush, 2010, pág. 448) “el éxito de esta gestión consistió en lograr un desarrollo integral y sistemático de todos los canales de comunicación, y mecanismos disponibles, sincronizados estratégicamente, logrando así, causar un impacto de comunicación personalizada en cada uno de los mensajes

También son una fuente de tráfico hacia tu página web, blog o e-commerce, y facilitan la comunicación entre tu empresa y tus clientes. A esto se le añade que anulan las barreras

geográficas y temporales, por lo que son una excelente herramienta para la colaboración y el networking. (navigation, junio 2018)

Con las redes sociales puedes conocer mucho mejor a tu público objetivo, sus demandas y sus necesidades. El principal beneficio sería la velocidad con la que capta la atención del cliente y a su vez genera un lazo de venta directa a través del canal de mensajería, este tipo de redes sociales se utiliza para difundir noticias relevantes del medio informativo, generando comunicación publicitaria productiva por medio de esta, el cliente puede recibir y ofrecer información clara y precisa sobre promociones, nuevos productos, ofertas incluso vincular a sus historiales de preferencias o productos de temporada siendo la manera más eficaz de llegar al consumidor en el menor tiempo posible. (Becilla García, 2020)

Evolución De Las Redes Sociales

Las redes sociales han evolucionado radicalmente la forma en que las personas se comunican, interactúa y comparten información en línea. Esto ha sido impulsado por los avances tecnológicos, cambios en el comportamiento del consumidor y el creciente uso del internet en la sociedad actual.

(Celaya, 2008) Indica que existen tres clasificaciones de redes sociales: redes profesionales (LinkedIn, Xing, Viadeo), redes generalistas (MySpace, Facebook, Tuenti, Hi5) y redes especializadas (Ediciona, eBuga, CinemaVIP)

En estas plataformas se puede compartir información mediante mensajería personal, microblogging, publicación de fotografías, formación de grupos de interés, etc. Aunque pueda parecer que el éxito de una red social se mide por su crecimiento en las redes sociales, lo cierto es que han surgido otros tipos de redes más específicas enfocadas hacia un sector concreto para atraer y retener a los usuarios.

Analizar las redes sociales es fundamental, ya que de esta manera evaluamos el crecimiento de nuestras ventas, con el objetivo de llegar de manera eficiente y sistemática por medio de

plataformas digitales a cada uno de los clientes.

Los consumidores están impulsando los mercados, y el Internet cambia la forma en que ellos aprenden, obtienen información y se relacionan entre sí. Las redes sociales se han convertido en una herramienta importante y una forma de comunicarse directamente con los consumidores. Los planificadores estratégicos en la publicidad las utilizan para conocer al consumidor y profundizar en el conocimiento de los usuarios. (Pérez-L., 2011).

En la década del año 2000, se crearon los primeros sitios web, estas plataformas que permitían a los usuarios crear sus perfiles personales, agregar amigos y compartir contenido sobre las cosas que hacían en su día a día. Facebook y Twitter revolucionaron el panorama de las redes sociales, teniendo la capacidad de compartir mensajes cortos en tiempo real, por ello se convirtieron en herramientas eficaces para la difusión de información.

Plataformas como Instagram y Pinterest ganaron popularidad en el año 2010, al centrarse en el contenido visual. Instagram, se convirtió en la plataforma líder para compartir fotos y videos, mientras que Pinterest se destacó por la inspiración y la organización de ideas a través de contenido visual más atractivo. (navigation, junio 2018)

Con el auge de las aplicaciones móviles, las redes sociales se volvieron cada vez más accesibles en cualquier momento y lugar. Tik Tok, con su formato de videos cortos, capta la atención del público objetivo joven y cambia la manera en que se consume el contenido en línea. (navigation, junio 2018)

Para un emprendedor, Tik Tok es una plataforma que ha ganado mucha popularidad en todo el mundo, lo que la convierte en una herramienta interesante para llegar al público objetivo de manera efectiva.

El Impacto En Redes Sociales

Vivimos en tiempos de interconectividad, esto quiere decir es la era en la que una persona natural jurídica, a través de la conexión a internet puede influir como usuario, lo más común puede ser contenidos protegidos por la propiedad intelectual esto ha evolucionado exponencialmente en los últimos tiempos por su gran influencia y características esenciales. (Díaz, 2011)

Las redes sociales como medio de comunicación activo, extienden oportunidades al mantenerse presentes a través de las diferentes plataformas digitales, los negocios se han adaptado esta modalidad de desarrollo, generando cambios significativos dentro de la ciudad de Babahoyo, estos cambios han traído un acercamiento a futuros clientes.

Entre las redes de mayor uso en la actualidad, tenemos la plataforma de WhatsApp bussines, su alto contenido de información, nos permite acceder a catálogos, mensajes de audio y muchas opciones más que simplifican el comercio en la red. Al utilizar este tipo de redes sociales, los emprendimientos mantienen una comunicación directa con los clientes. Esta interacción les permite conocer mejor las necesidades y preferencias de su público objetivo, ofreciendo un servicio más efectivo para así construir relaciones sólidas con sus clientes.

El construir comunidades en torno a una marca o producto, donde los clientes pueden interactuar entre sí, compartir experiencias y crear un sentido de pertenencia ayuda a que esta conexión emocional no solo aumente la fidelidad de la clientela, sino genera su difusión y reconocimiento. El impacto de las redes sociales en los emprendimientos es significativo, ya que transforma la forma en que se interactúan y se ofrece sus productos o servicios garantizando el éxito de su negocio.

Público Objetivo

El público objetivo, es ese grupo de personas al que se intenta alcanzar y conectar a través de las plataformas sociales, esto nos permite adaptar los contenidos y mensajes de manera más efectiva, asegurando que sean relevantes y atractivos para la audiencia deseada. Al comprender las características demográficas, intereses y necesidades, los emprendimientos pueden crear contenidos novedosos y generar una mayor interacción con ellos. (Munte, 18)

Cuando tenemos claro cuál es nuestro público objetivo, podemos hacer un análisis económico para tomar en cuenta al momento de ofertar los productos. En lo que respecta a los pagos poder ofrecer la posibilidad de hacerlo mediante una transferencia Bancaria ya que no todos cuentan con esta posibilidad.

Al conocer la audiencia, los emprendimientos logran ofrecer una experiencia más personalizada en las redes sociales a sus clientes, al proporcionar contenido relevante, responder sus inquietudes y resolver problemas de manera eficiente, se fortalece la relación con ellos y de esta manera se crea un lazo importante para futuras negociaciones.

Todo emprendedor debe tener determinado su público objetivo alineados a los intereses de sus posibles clientes. Ciertos emprendimientos nacen de una necesidad o emoción de crear un emprendimiento que genere un ingreso monetario.

Definir el público objetivo es primordial para el éxito de las estrategias en redes sociales, ya que permite a los emprendedores conocer de una mejor manera sus preferencias, conocer quiénes son sus clientes y cómo llegar a ellos y así lograr construir relaciones más sólidas con la audiencia, impulsando su crecimiento a largo plazo. (Munte, 18)

Estrategias Digitales

Las estrategias digitales, son un conjunto de acciones planificadas, donde los emprendimientos tienen como objetivo alcanzar sus metas comerciales y de marketing. Enfocándose en la aplicación de la tecnología, de los sistemas de negocios para incrementar el crecimiento empresarial.

Las estrategias publicitarias ayudan a determinar el alcance que brinda la publicidad a través de resultados tangibles, estas vías logran aclarar las dudas del emprendedor en cómo, cuándo y dónde utilizarla.

Los anuncios publicitarios analizan la presencia de mujeres y hombres como imagen de convencimiento al problema o necesidad del consumidor, el contenido va dirigido para un determinado cliente ideal dentro del mercado escogido por el emprendedor. (Martínez, 2013)

El concientizar el buen uso de las redes puede lograr un cambio prometedor para desarrollar ideas de negocios digitales desde la comodidad de tu hogar, el emprendedor con experiencia tiende a compartir ideas de contenido, usado las redes para ayudar a otros emprendedores que a su vez se convierten en clientes potenciales para adquirir conocimiento.

Emprendimientos y El uso De Redes Sociales

Las redes sociales ofrecen a los emprendedores la manera rápida de promocionar sus productos o servicios, conectarse con su audiencia, construir su marca sólida y generar más ventas. Son un canal efectivo para compartir ofertas especiales, descuentos, lanzamientos de productos y demostraciones para generar ese interés en su público objetivo. A través de estas plataformas se puede compartir su historia, valores, visión y ayuda a diferenciarse de la competencia.

2.2 ANTECEDENTES

La ciudad de Babahoyo, capital de la provincia de Los Ríos, se la conoce como un centro económico y cultural. Su población diversa y de una economía en constante evolución ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, especialmente en el sector de los emprendimientos que juegan un papel importante en el desarrollo económico y social de la ciudad.

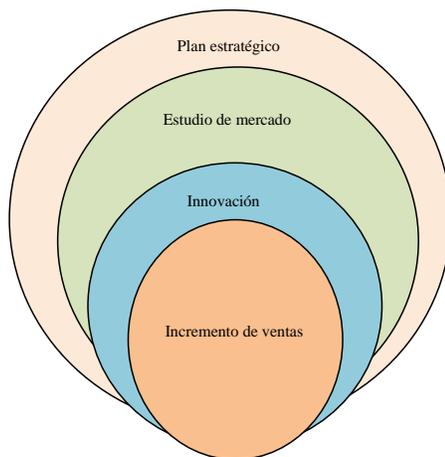
Las redes sociales se han convertido en una herramienta eficaz para la promoción y el

crecimiento de los emprendimientos babahoyenses. En los últimos años los emprendimientos utilizan las plataformas digitales para promocionar sus productos o servicios y establecer la interacción con sus clientes y así mejorar la visibilidad de sus marcas.

Es lamentable que una gran parte de la población de Babahoyo, tenga muy poco conocimiento acerca del uso comercial de las redes sociales.

Para Hong y Davidson (2003), la participación de emprendedores en redes sociales está relacionada con el éxito de su negocio, ya que le permite impulsar y mejorar el desempeño de sus actividades, dándole oportunidades para incrementar las ventas y la rentabilidad.

2.3. CATEGORÍA DE ANÁLISIS



2.4. POSTURA TEÓRICA

Hace aproximadamente 25 años, la investigación sobre las redes sociales surgió como una importante área dentro del campo del emprendimiento (Hoang y Antoncic, 2003). Es evidente que la percepción teórica sobre el fenómeno del emprendimiento no es de corte individualista, hay una

amplia evidencia de que el emprendimiento es de hecho un fenómeno social y, como tal, está inmerso en las estructuras y redes sociales. Las revisiones teóricas sobre el emprendimiento, en las cuales se sintetizan las ideas de grandes pensadores como Cantillon, Say, Kirzner, Knight, Weber, North, Schumpeter, Maclelland y Hayek, realizadas por autores como Kilby (1971), Cassis y Papelasis (2005), Swedberg (2000), Valdaliso y López (2000), muestran una visión coherente de un emprendedor sumergido en relaciones sociales para avanzar en la coordinación de sus actividades en un sistema económico complejo; por tanto, el interés de este trabajo se centra en establecer los aportes de la literatura más reciente[2] acerca de los efectos de las redes sobre el emprendimiento.

Evidentemente, los emprendedores no realizan sus actividades de manera aislada, se encuentran embebidos en redes que les proveen acceso a poder, información, conocimiento y capital financiero; así, las redes sociales se convierten en el activo más valioso que posee el emprendedor para apalancar el éxito de su labor. Un emprendedor que participa de una red más desarrollada (en términos del número y la calidad de los lazos creados), tendrá mayor posibilidad de acceder a recursos escasos, incrementando la probabilidad de éxito del emprendimiento.

En mi proyecto de investigación se propone innovar de manera trascendental el manejo de las redes sociales en los negocios digitales abarcando de manera efectiva la atracción visual de aquellos compradores potenciales a través de la educación en redes nuestros emprendedores generan un alto impacto de confianza y confiabilidad a sus seguidores y futuros compradores me acojo a los objetivos estratégicos antes planteados para determinar la eficiencia de nuestro proyecto para el desarrollo de la amplia carta digital de portales que las redes sociales nos ofrecen de muchas maneras básicas y que nos ayudaran a diferenciarnos de los demás emprendimientos .
(Echeverri, 2009)

2.5. HIPÓTESIS GENERAL

Se espera que la activa participación de emprendimientos en redes sociales en la ciudad de Babahoyo tenga un impacto positivo en su visibilidad, interacción con clientes y, por ende, en su éxito económico. La efectividad de las estrategias en redes sociales variará según el tipo de

negocio, el sector y la frecuencia de participación en estas plataformas, influyendo en la percepción y la rentabilidad general de los emprendimientos locales.

Esta hipótesis plantea la expectativa de que la presencia y participación en redes sociales estarán asociadas de manera positiva con el éxito de los emprendimientos en Babahoyo.

2.3. SUBHIPÓTESIS O DERIVADAS

subhipótesis 1: las redes sociales mantienen la visibilidad de la marca y atraen a nuevos clientes. Es decir, los emprendimientos que tienen una mayor presencia en estas plataformas digitales, tienen su reconocimiento en la sociedad babahoyense.

subhipótesis 2: la interacción con clientes en redes sociales promueve la lealtad hacia la marca creando esa lealtad al consumo del producto o servicio.

subhipótesis 3: las estrategias aplicadas por los emprendedores en redes sociales van de acuerdo a su tipo de negocio y a su público objetivo.

2.4 VARIABLES

Tabla 1

EFECTIVIDAD DE LAS ESTRATEGIAS APLICADAS EN EL IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES AL EMPRENDEDOR			
VARIABLES	DIMENSIONES	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	TEM INSTRUMENTO
INDEPENDIENTE REDES SOCIALES	ESTRATEGIAS COMERCIALES COMUNICACIÓN ÁGIL IMPACTO EN LAS REDES	TIPO DE MÉTODO INDUCTIVO	ENCUESTA ENTREVISTAS VISITAS A EMPRENDEDORES COMERCIALES
DEPENDIENTE IMPACTO SOBRE EMPRENDEMIENTOS	OFERTA DEMANDA CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	TIPO DE MÉTODO INDUCTIVO	ENCUESTA ENTREVISTAS

	CATÁLOGO DIGITAL		VISITAS A EMPRENDEDORAS COMERCIALES
--	------------------	--	---

ELABORADO POR: GABRIELA PACHECO, 2024

CAPÍTULO III RESULTADOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. PRUEBAS ESTADÍSTICAS APLICADAS

Comentado [1]: Revisar y desarrollar bien estos temas

Método inductivo

¿Qué es el método inductivo?

El método o razonamiento inductivo es aquella forma de razonamiento en que la verdad de las premisas apoya, pero no garantiza la conclusión.

Se caracteriza por ser un razonamiento ampliativo, es decir que la conclusión obtenida no está contenida en las premisas (a diferencia del método deductivo).

Se observa que cada vez que se da X, se da Y.

Se induce que siempre que se da X, se da Y.

En todo razonamiento inductivo se parte de premisas particulares observadas que dan lugar a una conclusión de carácter general. Aun cuando es difícil probar la validez de una conclusión inducida por este tipo de razonamientos, se los considera valiosos a nivel científico ya que incorporan creatividad y la posibilidad de arriesgar conclusiones innovadoras.

Características del método inductivo

Francis Bacon define al razonamiento inductivo como aquel razonamiento que obtiene los axiomas del razonamiento a partir de los sentidos y hechos particulares. A grandes rasgos, el método inductivo se lleva a cabo de acuerdo a tres pasos o etapas consecutivas, que son:

Primero: Se observa el fenómeno de interés. Este paso es común a prácticamente todos los métodos de la ciencia, y consiste en obtener información del mundo real mediante el uso de los sentidos y de instrumentos de medición

Segundo: Se establecen patrones posibles. Esto quiere decir que, a partir de la comparación y cotejo de datos, se busca alguna correlación que resulte reveladora o que sea lo suficientemente común como para suponerlo general. (Espínola, 2022)

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA DE INVESTIGACIÓN

3.3.1 POBLACIÓN

La población en general se determina a través de un conjunto de individuos marcados por gustos específicos. También definimos a la población del cantón Babahoyo por un grupo de habitantes que comparten intereses selectivos. Por lo tanto, la presente investigación, pretende analizar el impacto de las redes sociales en los emprendedores de la ciudad de Babahoyo, brindar información de las vías digitales con más aceptación de venta directa, conocer la situación digital de cada negocio y la perspectiva digital con la que se lleva la presencia de cada marca dentro de las plataformas.

Para McClave, Benson y Sincich (2008) la población es un conjunto de unidades usualmente personas, objetos o eventos; en los que estamos interesados en estudiar y define a la muestra como el subconjunto de las unidades de una población.

Lind, Marchal y Wathen (2008) la definen como el conjunto de individuos u objetos de interés, afirman que la muestra es una parte de la población de interés. (Landeras, 2015).

El Cantón Babahoyo es la capital de la provincia de Los Rios y uno de los 13 cantones que la conforman, siendo su cabecera cantonal, lugar donde se agrupa gran parte de su población la cual según el censo del 2022 publicado por el INEC es de 178.509 habitantes.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

3.4.1 TÉCNICAS

En el presente caso de estudio se encuestó a la ciudadana, para conocer lo que buscan ellos

directamente de las redes sociales y si las ventas digitales tienen su aceptación.

Se realizaron entrevistas a los emprendedores locales para recabar información sobre el conocimiento que tienen en el uso de redes sociales y su factibilidad como negocio permanente.

La técnica de observación directa se canaliza por medio de sujetos que están vivenciando el hecho observando el exterior, cuando la observación es cotidiana da lugar al sentido común y al conocimiento cultural y cuando es sistemática y propositiva, tiene fines científicos. En la observación no sólo interviene el sentido de la vista, sino prácticamente todos los demás sentidos y permite obtener impresiones del mundo circundante para llegar al conocimiento.

No se debe hablar de observación participante y no participante porque la persona al interpretar lo que observa lo hace ser partícipe. Buffor Junker (1969) propone 5 categorías de observación: Observador completo que se da cuando los participantes no ven ni notan al observador, la herramienta que más se emplea es el video y las fotografías; observador como participante, se da cuando el observador hace entrevistas estructuradas; el participante como observador, el investigador interactúa en la situación observada, incluso puede adquirir responsabilidades en las actividades del grupo observado; participante completo, aquí el investigador es un miembro del grupo a estudiar.

Esta investigación se dirige al análisis del impacto de las redes en los emprendedores de la ciudad de Babahoyo, utilizando la técnica de observación directa para verificar estrategias utilizadas.

3.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Una vez aplicadas las técnicas de investigación se logró recabar información directa sobre el impacto que tienen las redes sociales en los emprendimientos locales se pudo observar que estas plataformas como Facebook, Instagram, tik tok, son vitrinas digitales que tienen más incidencia de venta o visualizaciones de sus productos, se midió la interacción, el rango de publicación y zona horaria preferida para crear contenido que pueda captar la atención visual de la comunidad babahoyense.

Al realizar las cuatro entrevistas a los emprendedores de cuál ha sido su impacto en redes sociales como emprendimiento directo a la ciudadanía del cantón Babahoyo, se puede destacar:

Caso 1: Dayana Serpentegui

Emprendimiento: Maquilladora Profesional

Para la emprendedora Dayana Sempertegui quien es maquilladora profesional de la ciudad de Babahoyo nos comenta que es de suma importancia las redes sociales y su alto impacto en su emprendimiento el cual se ha virilizado notoriamente por los reels y su alto contenido de transformación a sus clientas en Tik Tok.

Ella a título personal se ha capacitado en estandarizar sus redes y su público objetivo para lograr generar venta y fidelizar a sus clientas en próximas fechas que es lo ideal para todo emprendimiento, acotó Dayana

Caso 2: Elian Emmanuelle Sánchez gavilanes

Emprendimiento: Ángelo Store

Para Elián Sánchez dueño y generador de contenido de la marca ANGELO STORE detalla que ha sido un camino amplio de transitar y adaptándose a las diferentes plataformas digitales ha podido establecer su emprendimiento como una marca local con tienda física la cual está ubicada en el centro comercial Baquerizo moreno planta alta la cual genera mayor confiabilidad al momento de realizar ventas ya que tiene retiro directo en la tienda y envió a la ciudad de Babahoyo por medio de mensajero.

Caso 3: Alba Benavides

Emprendimiento: Imaginarte Creaciones

La referida Event Planert ubicada con su emprendimiento en la ciudad de Babahoyo la cual se dedica a organización de eventos en general, detalla la manera con la que ella realiza presencia dentro de la red social Facebook que es la plataforma de más uso a nivel de su negocio, imaginarte creaciones el cual nació como idea de emprendimiento, fue formándose y

estableciéndose a lo largo de los años volviéndose una marca comercial y digital para los ciudadanos del cantón Babahoyo

Caso 4: Gabriela Pacheco Diaz

Emprendimiento: Decoracionesgp88

Desde mi punto de vista emprendedor y con una pandemia y post pandemia emprendiendo catálogo a las redes como un arma de vital importancia y desarrollo para todo emprendimiento , generar contenido atractivo facilita ventas, humanizar tu marca genera confiabilidad a través de las redes sociales , un buen manejo de comunicación por mensajería , que sea clara y oportuna genera ventas diarias , en mi caso manejo redes sociales de forma básica ya que carezco de información sobre programas digitales sobre plataformas el cual genera cierto atraso en el crecimiento de mi negocio a largo plazo .

Mediante la encuesta realizada a los ciudadanos de la técnica cuantitativa que realizamos a 384 habitantes tomadas de la muestra 178.509 que es el total de los habitantes de la ciudad de Babahoyo, y con la revisión de los resultados

Determinamos el alto impacto que han generado las redes sociales en los últimos años, la actualización marcada de compra que existe a través de una red y la facilidad que brinda, también acotar que cada ciudadano tiene acceso al internet y a la información de compra detallada en los mayores casos posibles.

4.3 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Las entrevistas a los emprendedores de la ciudad de Babahoyo generan conocimiento respecto al tema de investigación. Mediante la encuesta realizada a los 384 ciudadanos de Babahoyo se determinó el alto impacto que han generado las redes sociales en los últimos años, la actualización marcada de compra que existe a través de una red y la facilidad que brinda, es importante acotar que hoy en día son pocas las personas que no tienen acceso a internet.

4.1 RESULTADOS.

Resultados De La Encuesta

Conocimiento de las personas encuestadas en el formulario

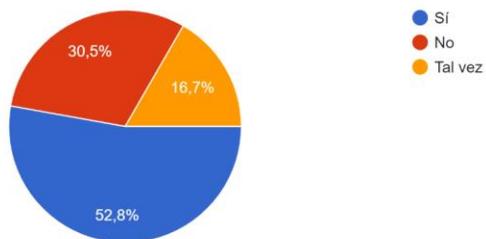
Tabla 1

DETALLE	PORCENTAJE
SI	52,8%
NO	30,5%
TAL VEZ	16,7%

GOOGLE FIGURA 1

¿CONOCE USTED ALGUNA RED SOCIAL DE VENTA CONFIABLE ?

318 respuestas



Análisis e Interpretación

Las personas encuestadas en un 52,8% por ciento opinan que conocen alguna red social de venta confiable, mientras que el 30,5% indica que no conoce ninguna red y un escaso porcentaje del 16,7% está indecisa.

4. Figura 2

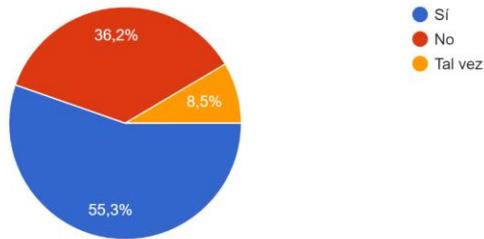
¿Las personas realizan compras en las redes sociales?

Tabla 2

DETALLE	PORCENTAJE
SI	55,3%
NO	36,2%
TAL VEZ	8,5%

¿ REALIZA USTED COMPRAS EN LAS REDES SOCIALES ?

318 respuestas



Análisis e Interpretación

Las personas encuestadas determinan un índice de compra en las redes sociales con un margen del 55,3 % y una negatividad del 36,2 % a esto también se une la duda de las personas en índices bajos como lo es 8,5 %

Figura 3

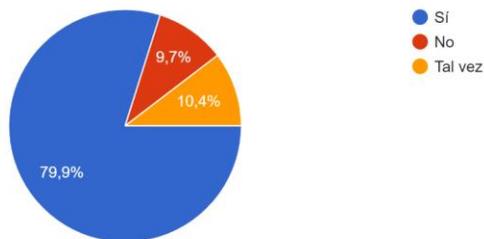
¿Inclinaciones del comprador?

Tabla 3

DETALLE	PORCENTAJE
SI	79,9%
NO	9,7%
TAL VEZ	10,4%

¿le gustan las promociones y descuentos al comprar ?

318 respuestas



Análisis e Interpretación

En esta pregunta determinamos la afinidad de los ciudadanos al realizar compras que prefieren directamente se volcaron al 79,9 % por las promociones y descuentos lo cual les resulta totalmente atractivas, mientras que el 9,7 % se inclinó por no gustarle ciertas estrategias de venta, y la duda se presenta en un pequeño porcentaje como los es 10,4 %.

Figura 4

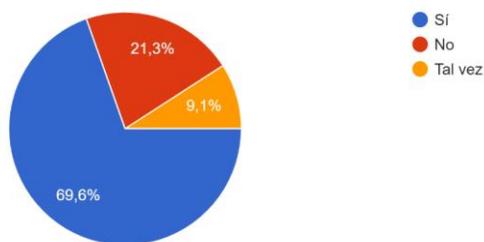
¿Los ciudadanos siguen páginas de compras y emprendimientos?

Tabla 4

DETALLE	PORCENTAJE
SI	69,6%
NO	21,3%
TAL VEZ	9,1%

¿ES SEGUIDOR DE ALGUNA PLATAFORMA DIGITAL ?

319 respuestas



Análisis e Interpretación

con esta pregunta determinamos si los ciudadanos siguen alguna red social, el si se colocó con un 69,6 % mientras que el no con 21,3 % y un tal vez con un 9,1 % el cual determina que la mayoría de ciudadanos siguen redes sociales.

Conocimiento de las personas encuestadas

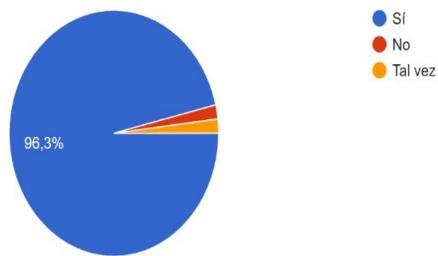
Tabla 2

DETALLE	PORCENTAJE
SI	96,3%
NO	1,9%
TALVEZ	1,9%

Figura 1

¿UTILIZA A DIARIO EL INTERNET ?

322 respuestas



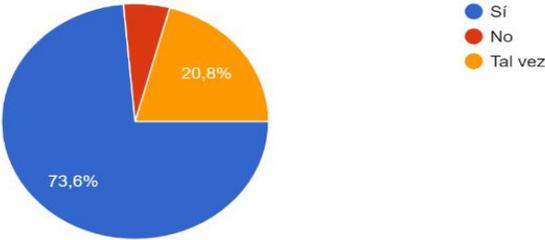
Los ciudadanos prefieren el uso amplio del internet con un 96,3% resultado totalmente atractivo ante la pregunta antes mencionada, mientras que el 1,9% se inclinó por el no uso, y la duda se presenta en un pequeño porcentaje como es el 1,9%.

Tabla 3

DETALLE	PORCENTAJE
SI	73,6%
NO	18,5%
TAL VEZ	20,8%

Figura 2

¿LOS PRODUCTOS DE LAS REDES LE PARECE INTERESANTE ?
322 respuestas



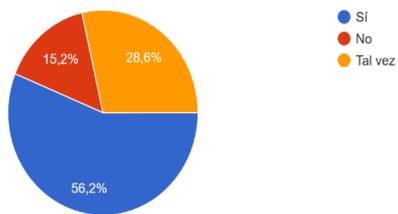
A los ciudadanos los productos de las redes sociales les resultan totalmente atractivas para adquirir con un 73,6%, mientras que el 18,5% se inclinó por el desinterés, y la duda se presenta en un pequeño porcentaje como los es 20,8%.

Tabla 4

DETALLE	PORCENTAJE
SI	56,2%
NO	15,2%
TAL VEZ	28,6%

Figura 3

¿SI UNA PAGINA TIENE MUCHOS SEGUIDORES , A USTED COMO CLIENTE LE GENERA CONFIANZA DE COMPRA ?
322 respuestas



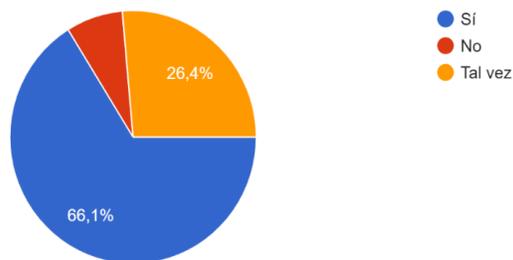
La confiabilidad ciudadana dada por la cantidad de seguidores se presenta con un 56,2% mientras que el 15,2 % se inclinó por la negativa a la pregunta, y la duda se presenta en un pequeño porcentaje como los es el 28,6 %.

Tabla 5

DETALLE	PORCENTAJE
SI	66,1%
NO	24,7%
TALVEZ	26,4%

Figura 4

¿CRRE USTED QUE SE APRENDE POR MEDIO DE LAS REDES SOCAILES ?
322 respuestas



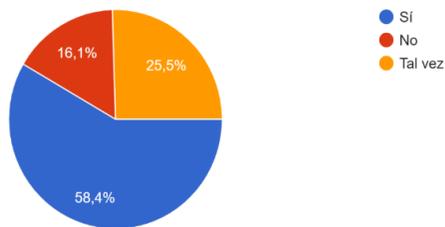
El aprendizaje ciudadano por medio de las redes sociales se encuentra con un 66,1% mientras que el 24,75% se inclinó por el no, y la duda se presenta en un pequeño porcentaje como los 26,4%.

Tabla 10

DETALLE	PORCENTAJE
SI	58,4%
NO	16,1%
TALVEZ	25,5%

Figura 10

¿LAS REDES SOCIALES LE ATRAEN A COMPRAR ?
322 respuestas



La atracción ciudadana se encuentra presente con un 58,4% mientras que el 16,1% se inclinó por el no, y la duda se presenta en un pequeño porcentaje como los es 25,5%.

3.3. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.3.1. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS

- La población en general determinó que la falta de información del uso de redes sociales genera un alto impacto en el desarrollo de la población emprendedora.
- Las redes sociales permiten a los emprendedores ampliar su dentro y fuera de la región. Esto les da la oportunidad de promover sus productos o servicios a un público objetivo más amplio.
- Las redes sociales tienen un impacto positivo en los emprendimientos de la ciudad de Babahoyo, mejora su visibilidad, facilita la comunicación con sus clientes.

3.3.2 CONCLUSIONES GENERALES

- La aplicación del diagnóstico estableció la necesidad que tienen los emprendedores de capacitarse en el manejo de las redes sociales, tener una estrategia digital planificada y ejecutada.
- Las redes sociales ofrecen una plataforma efectiva para que los emprendedores de la ciudad de Babahoyo mejoren su visibilidad, se comuniquen y se comprometan con sus clientes de manera directa. Esto fortalece las relaciones con los clientes y genera confianza en la marca.
- El uso estratégico de las redes sociales genera oportunidades de negocio para los emprendedores locales, identificando las nuevas tendencias digitales.

3.5. RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.5.1 RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS

- Con la información recabada por medio de las encuestas a la ciudadanía babahoyense y las entrevistas realizadas a los emprendedores del medio comercial, se considera que un plan de capacitaciones para los emprendedores sobre el uso de redes sociales sería ideal para fomentar el desarrollo de esta área comercial.
- Es importante que los dueños de los emprendimientos se den tiempo a comprender quiénes son sus seguidores y clientes en las redes sociales, para así analizar sus intereses, necesidades y comportamientos para adaptar su contenido y mensajes de manera efectiva.
- Se deben establecer metas claras en redes sociales para aumentar la visibilidad de la marca, generar ventas y mejorar el servicio al cliente.

- Es importante desarrollar contenido que sea interesante, útil y relevante para la audiencia. Utilizar imágenes, video y otros formatos para así mantener el interés y la participación de los seguidores.

3.5.2. RECOMENDACIÓN GENERAL

- Dentro del proyecto de investigación se determinó la importancia de informar al emprendedor de manera directa ágil y oportuna para desarrollar estrategias digitales de desarrollo y venta.
- Los emprendimientos deben considerar invertir en publicidad en redes sociales para ampliar tu alcance y llegar a nuevas audiencias.
- Se debe tener una participación activa en las redes sociales mediante concursos, encuestas, preguntas y respuestas, sorteos de membresías. Esto ayudará a fortalecer la relación su público objetivo y así aumentar el compromiso con su marca.

CAPÍTULO V PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS

5.1 ALTERNATIVA OBTENIDA

Como propuesta tenemos un plan de capacitaciones para los emprendedores sobre el manejo de redes sociales.

5.2 ALCANCE DE LA ALTERNATIVA

Espacial: cantón Babahoyo, provincia de los Ríos

Temporal: primer trimestre del 2024

Demográfica: toda la población de la ciudad de Babahoyo

5.3 ASPECTOS BÁSICOS DE LA ALTERNATIVA

A través de la propuesta buscamos desarrollar el conocimiento de los emprendedores en redes sociales y potencializar sus emprendimientos digitales.

5.4. ANTECEDENTES DE LA ALTERNATIVA

La oportunidad de negocio generada implementa desarrollo comunitario, existe un mercado de desarrollo que es altamente competitivo y amplio.

Por cuanto establecemos al negocio digital como la herramienta de mayor alcance a nivel comercial.

Fomentar, incentivar y educar a la sociedad es la visión del emprendedor, crear una comunidad de venta generada a través de la confianza es su mayor logro.

Desde el punto de vista de un Community Manager, experto en redes sociales, considera que hace 3 años ha cambiado sustancialmente el manejo de las redes sociales. Considera que ha cambiado la forma de comprar de las personas, y que la tangibilidad de un producto se ha vuelto en segundo plano, buscan primero quien le puede ofrecer el mejor servicio.

Las redes sociales se usan principalmente para ofertar productos y no para que conozcan un negocio. Esto genera un inconveniente futuro ya que es importante generar esa afinidad entre el negocio y lo que un cliente busca de ello. La visión de grandes negocios y lo que los pequeños negocios similar al modelo Amazon.

Considera de igual manera que Facebook es una herramienta poderosa como la principal red social, ya que es la que la mayoría de los ecuatorianos tienen. Para considerar una inversión en redes sociales, tendrá mucho que ver en el objetivo de lo que se espera conseguir la estrategia.

El experto en Community, considera que estrategias eficaces pueden ser elaboradas con respecto a la necesidad del cliente, por ejemplo, la temporada.

Además, indica que crear tráfico compartiendo noticias que sucedan en el entorno, utilizando tendencias o temas virales. Y, por último, que se use un producto enganchador en la estrategia de redes sociales. En el caso de emprendedores es importante administrar

adecuadamente la estrategia con el presupuesto asignado para así no sufra falta de liquidez el negocio.

Por último, considera que en 5 años los mercados y negocios cerrarán sus puertas de su espacio físico y se verán más negocios virtuales, donde las redes sociales jugarán un papel importante. El mundo de las redes sociales, con un buen manejo logra grandes objetivos y sobre todo en lo que respecta a las ventas.

(Cruz, 2020)

5.5 OBJETIVOS

5.5.1 OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA

Realizar el análisis de las redes sociales y su impacto sobre los emprendimientos en la ciudad de Babahoyo

5.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA PROPUESTA

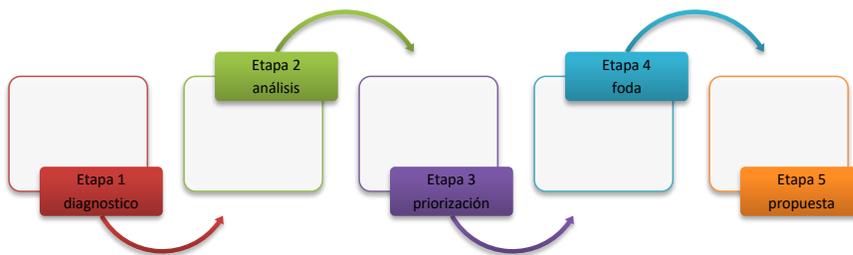
- Generar videos educativos con contenido de valor sobre redes sociales y el impacto de esta herramienta en los futuros emprendedores
- Diagnosticar estrategias a usarse con la comunidad emprendedora.
- Diseñar una propuesta que ayude a los emprendedores a identificar los canales para promocionar sus negocios.

5.6. TÍTULO DE LA PROPUESTA

Estrategias de innovación de redes sociales para el posicionamiento de las marcas o servicios de los emprendedores en la ciudad de Babahoyo.

5.7. COMPONENTES DE LA PROPUESTA

Comentado [2]: Desarrollar este tema, que indica el gráfico??



5.8. Resultados Esperados De Las Alternativas

- Crear nuevas fuentes de trabajo.
- Mejorar el posicionamiento de las marcas o servicios
- Crear un mejor ambiente con el cliente mediante el uso de medios digitales
- Aumentar la visibilidad digital de la marca, e incrementar las ventas.
- Ampliar la vitrina digital para mostrar nuestros productos de alto impacto visual por medios de catálogos

- Mejorar la presencia en línea de sus marcas a través de la creación de contenido de calidad en sus perfiles de redes sociales.

BIBLIOGRAFÍA

Alicia Morales, H. A. (2016). *Ciencia y poder Aéreo 11 (1), 242-255, 2016.*

Obtenido de Las redes sociales: Una estrategia pedagógica para incentivar el emprendimiento: dialnet.unirioja.es

Bárbara Judith Gallegos Álvarez, I. S. ((Diciembre de (Diciembre, 2021)). *Revista de Investigación Formativa: Innovación y Aplicaciones Técnico -Tecnológicas.*

Obtenido de Illingworthbgallegos@aitec.edu.ec: DOI: <https://doi.org/10.3407016Vol>.

Becilla García, L. A. (2020). *Redes sociales como medio de comunicación publicitaria por emprendedores en la ciudad de Babahoyo.* Obtenido de Magazine De Las Ciencias: Revista De Investigación E Innovación, 5(CISE):.

<https://revistas.utb.edu.ec/index.php/magazine/article/view/1128>

Díaz, J. R. (Redes, 2011). *El Impacto de las Redes Sociales.* Obtenido de

<http://ulpiano.org.ve> Echeverri*, H. H. (2009). *Innovar vol.19 no.33 Bogotá Jan./June 2009.* Obtenido de

<http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121->

50512009000100003&script=sci_arttext García Mogollón, J. M. (2020). *Pandemia:*

Reto y Oportunidad Empresarial en la Sociedad de la

Información en los Negocios Digitales. Infometric@ - Serie Sociales Y

Humanas, 3(1), 158-166. Recuperado a partir de <http://infometrica.org/index.php/ssh/article/>. Obtenido de Pandemia: Reto y Oportunidad Empresarial en la Sociedad de la Información en los Negocios Digitales. Infometric@ - Serie Sociales Y Humanas, 3(1), 158-166. Recuperado a partir de <http://infometrica.org/index.php/ssh/article/>: http://infometrica.org/index.php/ssh/article/view/136**

Herrera, H. H. (2012). *Revista reflexiones* 91 (2), 2012. Obtenido de <http://revistas.ucr.ac.cr> Martínez, A. C. (2013). *Estrategias empresariales en la Web 2.0: las redes sociales online*.

Obtenido de https://www.google.com.ec/books/edition/Estrategias_empresariales_en_la_web_2_0/gis5DwAAQBAJ?hl=es&gbpv=0

Newman, G. D. (2006). *Laurus* 12 (Ext), 180-205, 2006. Obtenido de http://onildo.webcindario.com/electron/logica/razon_induc.pdf

Ros-Martín, M. (2009). *profesional de la información* 18 (5), 552-558, 2009.

Obtenido de revista.profesionaldelainformacion.com

Troya, G. J. (2020). <http://dspace.utb.edu.ec>. Obtenido de javascript:void

RESULTADOS OBTENIDOS DE ENTREVISTA	
IMAGINARTE CREACIONES	
A emprendedora Alba Benavides	
PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Ha tenido un impacto significativo en su negocio las redes sociales?	Claro que sí, trabajamos mediante las redes impactando visualmente al cliente y generando eventos.
¿Utiliza de manera correcta las redes sociales?	En la mayor parte trato de hacer un trabajo limpio y bien estructurado para las redes que manejo.
¿Cuánto tiempo le dedicas a diario a las redes sociales?	8 horas diarias.
¿Conoces las plataformas de mayor visualización?	Si utilizamos bastante Facebook que es la plataforma donde más tenemos aceptación.
¿Te informas por medio del internet sobre emprendimientos similares al tuyo?	Sí, claro.
¿Tienes mentores digitales?	Si, mentores internacionales.
¿Cuánto ha crecido su negocio en un rango de tiempo definido?	Muchísimo más de la mitad a través de las redes de manera masiva.
¿Los cambios en tu desarrollo profesional son notorios?	Totalmente, ahora manejamos una imagen mucho más eficaz delante de nuestro cliente gracias a las capacitaciones permanentes.
¿Has escuchado de los beneficios de usar WhatsApp bussiness?	Sí, claro nosotros la utilizamos permanentemente.
¿Tienes alguna red social de aprendizaje de preferencia?	YouTube es súper recomendada, porque existen variedad de contenido.

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario de Entrevista a los Emprendedores

RESULTADOS OBTENIDOS DE ENTREVISTA A emprendedora Dayana Sempertegui Maquilladora profesional	
PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Ha tenido un impacto significativo en su negocio las redes sociales?	Por supuesto.
¿Utiliza de manera correcta las redes sociales?	En gran, manera si, ya que me he preparado para esa área.
¿Cuánto tiempo le dedicas a diario a las redes sociales?	14 horas aproximadamente.
¿Conoces las plataformas de mayor visualización?	Si claro, más que mayor visualización, de mayor alcance viral como tik tok.
¿Te informas por medio del internet sobre emprendimientos similares al tuyo?	Muy poco, ya que he desarrollado mucho las redes.
¿Tienes mentores digitales?	Obviamente y unos muy buenos.
¿Cuánto ha crecido su negocio en un rango de tiempo definido?	Muchísimo ahora soy más reconocida a medida de redes sociales.
¿Los cambios en tu desarrollo profesional son notorios?	Los cambios se notan y mi desarrollo también.
¿Has escuchado de los beneficios de usar WhatsApp bussiness?	Es una plataforma que uso a diario.
¿Tienes alguna red social de aprendizaje de preferencia?	Tik tok me encanta.

RESULTADOS OBTENIDOS DE ENTREVISTA**A emprendedor: Elián Emmanuelle Sánchez Gavilanes**
Angeló store

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Ha tenido un impacto significativo en su negocio las redes sociales?	Por supuesto que sí.
¿Utiliza de manera correcta las redes sociales?	Trato bajo mi conocimiento de llegar al cliente para generar la venta.
¿Cuánto tiempo le dedicas a diario a las redes sociales?	Mucho tiempo.
¿Conoces las plataformas de mayor visualización?	Sí, varias por ejemplo el Marketplace.
¿Te informas por medio del internet sobre emprendimientos similares al tuyo?	Sí, claro muchos son un ejemplo a seguir.
¿Tienes mentores digitales?	En este mundo emprendedor llevo siguiendo varios generadores de contenido, que facilitan esta carrera de emprendedor hacia el éxito.
¿Cuánto ha crecido su negocio en un rango de tiempo definido?	Doy una tienda física en la actualidad.
¿Los cambios en tu desarrollo profesional son notorios?	Cada día voy desarrollándome más.
¿Has escuchado de los beneficios de usar WhatsApp bussiness?	Es nuestro medio de comunicación entre el cliente y la empresa y es muy oportuna y eficaz.
¿Tienes alguna red social de aprendizaje de preferencia?	YouTube me parece muy atractivo.

Anexo 2: Fotos de las entrevistas a los Emprendedores



Elián Emmanuelle Sánchez Gavilanes – Angelo Store



Dayana Sempertegui - Maquilladora Profesional

Anexo 3: Ficha de Observación

FICHA DE OBSERVACION A REDES SOCIALES DE EMPRENDEDORES DE LA CUIDAD DE BABAHOYO BABAHOYO -PERIODO FEBRERO MARZO												
NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	ACTIVIDAD ECONOMICA	F	I	B	IM	TE	PR	INT	ERA	CCION	PUBLICACIONES POR SEMANA	DETALLES
		A	N	U	Á	O	O	ERA	CCI	ON		ES
		C	S	S	GE	FU	M	ON	CON	USU		
		E	T	S	NE	ER	O	CI	OS			
		B	A	I	S	A	O	NE				
		O	G	N	C							
		O	R	E	O							
		K	A	S	N							
			N	S	TE							
					XT							
					O							
IMAGINARTE CREACIONES	EVENTOS	X		X	X						1	FOTOS EDITADAS
NILLA BALLONS	DETALLES	X	X	X	X	X	X	X	X		7	CONTENIDO DE VALOR
DETALLES SUBLIMES EC	DETALLES		X	X	X		X	X			8	CONTENIDO DE VALOR
MEGA DETALLES BABAHOYO	EVENTOS	X		X	X						2	FOTOS

Anexo 4: Redes Sociales de los Emprendimientos

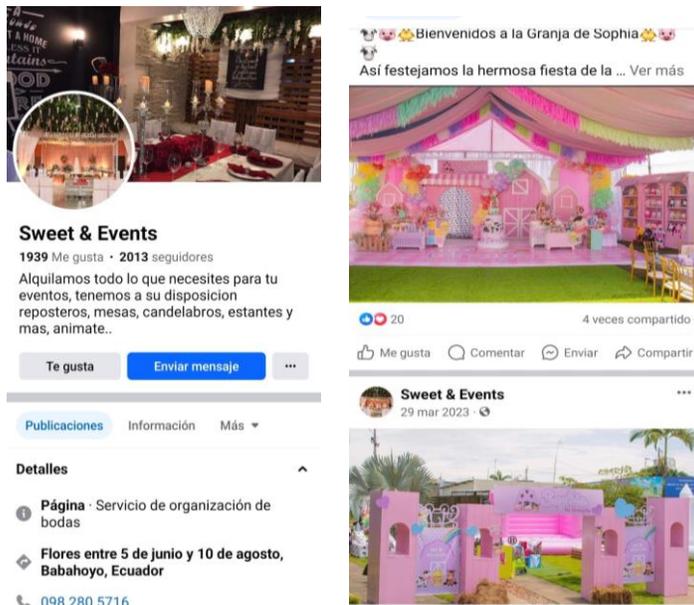
Página oficial de imaginarte creaciones

Imaginarte Creaciones Página Oficial De Facebook



The screenshot shows the Facebook profile for 'Imaginarte Creaciones'. The profile picture is a circular image of a woman in a pink dress. The cover photo is a vibrant, colorful event space with a castle theme. The post text reads: 'Para el primer añito de la princesa Kylie 🍷'. Below the text are two images of the event. The post has 33 likes, 1 comment, and 1 share. The page bio includes: '239 amigos en común', 'tel 0991935917', 'Amigos', and 'Enviar mensaje'. The 'Detalles' section lists: 'Imaginarte_creaciones', 'Empleo anterior: Alba Benavides Coello gerente propietaria. en Imaginarte cre...', 'Vive en Babahoyo', 'De Babahoyo', and '29 seguidores'.

Sweet Events Página Oficial De Facebook



The screenshot shows the Facebook profile for 'Sweet & Events'. The profile picture is a circular image of a decorated table. The cover photo is a large, colorful event space with a farm theme. The post text reads: 'Bienvenidos a la Granja de Sophia 🍷🍰' and 'Así festejamos la hermosa fiesta de la ... Ver más'. Below the text is an image of the event. The post has 20 likes and 4 shares. The page bio includes: '1939 Me gusta · 2013 seguidores', 'Alquilamos todo lo que necesites para tu eventos, tenemos a su disposición reposteros, mesas, candelabros, estantes y mas, animate..', 'Te gusta', 'Enviar mensaje', 'Publicaciones', 'Información', 'Más', 'Detalles', 'Página · Servicio de organización de bodas', 'Flores entre 5 de junio y 10 de agosto, Babahoyo, Ecuador', and '098 280 5716'.



Mega Detalles Babahoyo

10 mil Me gusta • 15 mil seguidores



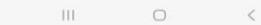
Tienda Online
Desayunos 🍳 | Detalles 🎁 | Flores 🌸
Envíos a Domicilio 🚚
Transferencia, Tarjeta de Crédito,
Depósito, PayPal
Pedidos 📞 0968691596

Te gusta WhatsApp

Publicaciones Información Más

Detalles

Página · Producto/servicio



Publicaciones Información Más

Me gusta Comentar Enviar Compartir

Mega Detalles Babahoyo 9h

Tenemos las mejores opciones para que sorprendas a tu persona favorita... Ver más



Enviar un regalo

Ronald Andres Flores Reasco y 4 personas más

Me gusta Comentar Enviar Compartir

1) **¿Conoce usted alguna red social de venta confiable?**

si no talvez

2) **¿Con que frecuencia realiza compras en las redes sociales?**

mucho poco nunca

3) **¿Cuántas plataformas digitales conoce y utiliza a diario?**

2 4 6

4) **¿Cuánto tiempo usa a diario el internet?**

5 horas 7 horas 10 horas

5) **¿Qué productos de interés solicita a diario?** novedades

básicos tecnología

6) **¿Cuándo necesita informarse porque medio lo hace?**

internet tv radio

7) **¿Es seguidor de alguna plataforma digital?**

Facebook Instagram YouTube

8) **¿Llama usted confiabilidad a una página social de muchos seguidores?**

si no talvez

9) **¿Cree usted que se aprende por medio de las redes sociales?**

si no talvez

10) ¿Cree usted necesario las redes sociales?

si no talvez

