



Universidad “Laica Eloy Alfaro” de Manabí
Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

CARRERA DE COMUNICACIÓN

MODALIDAD: ENSAYO ACADÉMICO

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE GRADO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN**

TEMA:
LA PROMOCIÓN DE EMPRENDIMIENTOS JUVENILES EN LAS REDES SOCIALES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
LÍNEA 5: Comunicación en la dinámica organizacional

AUTORA:
Flores Reyes Julieth Alejandra

TUTORA:
Lic. Mirian Yadira Quiroz Párraga, Mg.

Manta-Manabí-Ecuador

2024 -2

TEMA:

LA PROMOCIÓN DE EMPRENDIMIENTOS JUVENILES EN LAS REDES SOCIALES

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, JULIETH ALEJANDRA FLORES REYES, portador de la cédula de ciudadanía No.135123110-3, declaro que el presente trabajo de investigación y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, asumo responsabilidad en lo referente a criterios, doctrinas, que contenga el trabajo de investigación, titulado: “LA PROMOCIÓN DE EMPRENDIMIENTOS JUVENILES EN LAS REDES SOCIALES”, son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga de la investigación o parte de ella, documento disponible para, consultas de investigación, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art. 144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.



JULIETH ALEJANDRA FLORES REYES

C.I. 135123110-3

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A)	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 2
		Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutora de la Facultad Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, bajo la autoría de la estudiante Flores Reyes Julieth Alejandra, legalmente matriculada en la carrera de comunicación período académico 2024-2, cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de Ensayo Académico, cuyo tema del proyecto es **"La promoción de emprendimientos juveniles en las redes sociales"**.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 07 de enero de 2025.

Lo certifico,



Lic. Mirian Quiroz Párraga, Mg.
Docente Tutora
Área: Comunicación

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Eloy Alfaro de Manabí por abrirme las puertas y permitir ser una estudiante más de sus magnas instalaciones, a la carrera de comunicación la cual ha sido fundamental en mi formación como profesional. Gracias a ella y a mis docentes he desarrollado las habilidades y la pasión necesaria por la comunicación, lo que me ha guiado a este logro el día de hoy.

Agradezco Profundamente a la Magíster Mirian Quiroz Párraga, mi tutora de tesis por su invaluable guía y apoyo durante la realización de mi proyecto. Su paciencia, conocimientos y dedicación fueron fundamentales en este camino, sus comentarios, consejos, correcciones y sugerencias me permitieron enriquecer mi trabajo y alcanzar los objetivos planteados, su rigor académico y su dedicación han sido un modelo a seguir. Mil gracias Profesora.

DEDICATORIA

Dedicado a Dios, mi guía espiritual. Al universo que conspiró a mi favor con sus sincronías perfectas y a mí misma por no rendirme, descubrir mi fuerza interior, resiliencia, y sabiduría las cuales me permitieron alcanzar esta meta.

A mi mamá quien fue pilar fundamental para lograr este éxito, su soporte y conocimiento hicieron de mí una mejor estudiante y persona, confió más de una vez en mí y me brindó todo su apoyo, nunca soltaste mi mano, espero enorgullecerte, este mérito también es tuyo. Te amo.

A mi prometido, porque sin su ayuda, economía, consejos, y ánimo no hubiese podido, fuiste, eres y siempre serás parte fundamental de mi camino universitario y de mi vida, gracias por brindarme tu apoyo a manos abiertas, este éxito también te pertenece, gracias honey.

A mi abuela, quien es la que más esperaba este momento, hoy puedo decirle sin ningún pesar que su nieta mayor por fin culminó la universidad, gracias por sus ánimos y consejos, me impulsaron a terminar este camino que comencé.

A mis hermanas, mis cómplices y confidentes, mi alegría y fuerza, mi apoyo incondicional en la universidad. Gracias por escucharme, por animarme, por ser mi refugio, y mis mejores amigas, sin ustedes este camino hubiera sido mucho más difícil.

A mi papá, por su confianza y apoyo, incluso en la distancia. Gracias por creer en mí y por enseñarme el valor de la perseverancia.

A mis mascotas, mis gatitos, a los que están y los que no, los cuales me brindaron su amor incondicional y trasnochaban conmigo cuando de deberes y estudio se trataba.

ÍNDICE

RESUMEN	8
ABSTRACT.....	9
INTRODUCCIÓN	10
DESARROLLO TEMÁTICO.....	12
EMPRENDIMIENTO: MOTIVACIÓN O NECESIDAD	12
TIPOS DE EMPRENDIMIENTOS	14
CARACTERÍSTICAS:	15
ENFOQUES DEL EMPRENDIMIENTO	15
LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO DE PROMOCIÓN PARA EMPRENDIMIENTOS	
JUVENILES	16
ESCALABILIDAD Y RIESGOS	20
INICIATIVA DE EMPRENDIMIENTOS	21
FACTORES DE ÉXITO EN EMPRENDIMIENTOS JUVENILES	24
CONCLUSIONES	27
REFERENCIAS.....	29

RESUMEN

La promoción de emprendimientos juveniles en las redes sociales surge como una herramienta poderosa para los jóvenes que buscan hacer crecer sus negocios. Las redes sociales no solo permiten una comunicación directa entre los emprendedores y sus clientes, sino que también facilitan la creación de comunidades y redes de apoyo, esenciales para el crecimiento de cualquier emprendimiento. A través de estas plataformas, los jóvenes pueden aprender, adaptarse a nuevas tendencias y desarrollar habilidades clave en marketing digital, lo que en cada vez un mundo más competitivo le otorga una importante ventaja. Mediante varios estudios y adoptando un enfoque cualitativo se analizó que las redes sociales no solo son un canal para promocionar productos, sino que también se han convertido en una plataforma para apoyar causas sociales y medioambientales. Esto genera una conexión más profunda entre los emprendedores y sus consumidores, quienes buscan negocios que, además de ofrecer productos o servicios, estén comprometidos con el bienestar social. La discusión presenta que, aunque los emprendimientos tradicionales siguen siendo una opción válida, los jóvenes están cada vez más interesados en modelos innovadores, especialmente aquellos impulsados por la tecnología. Este tipo de negocios no solo que van en aumento, sino que también responden a un mercado que valora la flexibilidad y la adaptabilidad. Finalmente, el impacto promocional que poseen las redes sociales en los emprendimientos juveniles es innegable; estas plataformas no solo impulsan la economía de los emprendedores, sino que también pueden transformar las economías locales, generar empleo y contribuir al bienestar social.

Palabras Claves: Emprendimientos, Redes Sociales, Promociones, Jóvenes Universitarios.

ABSTRACT

The promotion of youth entrepreneurship on social media has emerged as a powerful tool for young people looking to grow their businesses. Social networks not only allow for direct communication between entrepreneurs and their customers but also facilitate the creation of communities and support networks, essential for the growth of any venture. Through these platforms, young people can learn, adapt to new trends, and develop key digital marketing skills, giving them a significant advantage in an increasingly competitive world. Through various studies and adopting a qualitative approach, it was analyzed that social networks are not only a channel for promoting products but have also become a platform for supporting social and environmental causes. This generates a deeper connection between entrepreneurs and their consumers, who seek businesses that, in addition to offering products or services, are committed to social well-being. The discussion presents that, although traditional businesses remain a valid option, young people are increasingly interested in innovative models, especially those driven by technology. These types of businesses not only are on the rise but also respond to a market that values flexibility and adaptability. Finally, the promotional impact of social media on youth entrepreneurship is undeniable; these platforms not only boost the entrepreneurs' economy but can also transform local economies, generate employment, and contribute to social well-being.

Keywords: Entrepreneurship, Social Media, Promotions, University Students.

INTRODUCCIÓN

La promoción de emprendimientos juveniles en las redes sociales se ha convertido en una tendencia creciente en los últimos años. Las redes sociales no solo ofrecen una plataforma accesible y de bajo costo para que los jóvenes emprendedores den a conocer sus productos y servicios, sino que también proporcionan herramientas valiosas para la creación de comunidades, la interacción directa con los clientes y el análisis de datos para mejorar las estrategias de negocio. Esta tendencia no solo facilita la creación de comunidades en línea y la interacción directa con los clientes, sino que también proporciona herramientas analíticas valiosas para mejorar las estrategias de negocio.

El emprendimiento no es mas que la puesta en marcha de una iniciativa a nivel privado, con características innovadores y que actúa de forma importante como un mecanismo para dinamizar la economía o sectores productivos. Con el paso del tiempo los emprendimientos han evolucionado y este proceso ha implicado el uso de instrumentos financieros, la aplicación de planes de negocios y la proyección de crecimiento a futuro.

Es importante destacar que, parte de los emprendimientos surgen ante la carencia de fuentes de empleo formal, por lo que, los emprendimientos son en cierta forma la base para la obtención de ingresos familiares que posibilitan aumentar el poder adquisitivo y satisfacer necesidades básicas. En naciones como Ecuador los niveles de emprendimientos crecen constantemente con el paso del tiempo, no obstante, se requiere de mayor apoyo y políticas públicas para que esos se formalicen y desarrollen con el tiempo.

Al tener y desarrollar la capacidad de lanzar y gestionar sus propios negocios, los jóvenes ganan confianza y desarrollan habilidades esenciales para el éxito empresarial. Este empoderamiento no solo repercute de manera positiva en el bienestar de dichos jóvenes, sino que

también a la par permite el alcance de comunidades con mayor resiliencia. A través de sus esfuerzos emprendedores, los jóvenes pueden convertirse en modelos a seguir y fuentes de inspiración, demostrando que es posible alcanzar el éxito mediante la creatividad, la innovación y el trabajo duro.

Según Kantis (2015) “la población juvenil tiende a dedicarse constantemente a la actividad emprendedora, sin embargo, es importante desarrollar habilidades, competencias para que se vea al emprendimiento como una actividad económica integral y que requiere de planificación” (p.127).

Dentro del objetivo de estudio está investigar, observar y analizar como surgen los emprendimientos juveniles como ayuda para los jóvenes universitarios, puesto que mediante estudios se asevera la importancia, paciencia, vocación y coraje de los estudiantados para sacar adelante su solvencia económica.

La tesis del presente ensayo sostiene que las redes sociales ayudan a los emprendimientos juveniles y al impacto transformador que pueden tener en la sociedad. La motivación para realizar este trabajo investigativo surge de un interés personal, ya que vivimos en una era digital en la que las redes sociales han dejado de ser simples plataformas de interacción y a su paso se han convertido en herramientas claves para que los jóvenes emprendedores den a conocer sus ideas, productos y servicios.

DESARROLLO TEMÁTICO

EMPRENDIMIENTO: MOTIVACIÓN O NECESIDAD

Como se ha mencionado en apartados anteriores las personas pueden tener varias razones, motivos por el cual poner en marcha una idea o emprendimiento, estas pueden estar ligadas principalmente a la carencia de empleo, la oportunidad de generar ingresos adicionales y aumentar el nivel de riqueza, para seguir con tradiciones o costumbres culturales dentro del ámbito familiar, entre otras (Lasio et al, 2020).

Es decir, se demuestra que, los jóvenes tienden a sentir mayor motivación para dedicarse a una actividad emprendedora y así marcar la diferencia mediante ideas llamativas, innovadoras.

Las redes sociales, además, han democratizado la información y el acceso a recursos educativos. Los jóvenes emprendedores pueden encontrar una abundancia de tutoriales, cursos en línea y webinars que les enseñan desde cómo crear un plan de negocios hasta cómo optimizar sus campañas publicitarias en línea. Esta accesibilidad a la información y la formación continua permite a los jóvenes mantenerse actualizados con las últimas tendencias y prácticas en el mundo empresarial. Así, las redes sociales no solo funcionan como una plataforma de promoción, sino también como una herramienta educativa vital para el crecimiento y desarrollo profesional de los jóvenes emprendedores.

Es importante señalar que, los emprendimientos llevados a cabo por la población juvenil a nivel país pasan por una serie de vicisitudes o limitaciones en su etapa inicial y de crecimiento, parte de las limitaciones tienen que ver con la carencia de liquidez, recursos a nivel financiero, así como de acceso al crédito, inestabilidad a nivel país, problemas de índole coyuntural, falta de planificación y experiencia en el manejo de negocios, entre otras (Lasio et al, 2020).

En esa línea, para que los emprendimientos, ideas empresariales o negocios como tal tengan éxito desde su etapa inicial y durante su transición o etapa de crecimiento deben existir insumos, elementos a nivel educativo, laboral y condiciones dentro del entorno para que los jóvenes especialmente puedan desarrollar sus competencias y habilidades dentro de sus ideas de negocio.

Al hablar de emprendimiento, de acuerdo a Zahra et al., (2019) muchos autores resaltan la falta de definición exacta de este campo, aquello se vuelve más complejo dado el amplio debate del tema, así como el evidente crecimiento de los emprendimientos en todos los sectores. Por lo tanto, los emprendimientos a nivel social dependen en cuanto a su análisis del enfoque y la institucionalidad desde donde se genere.

La actividad emprendedora conforme a Arrasco Gavidia, VC (2019) suele ser usada dentro del ámbito comercial, particularmente dentro del ámbito empresarial, por lo que, los ciudadanos deben considerar que una idea de negocio debe posicionarse en el mercado y así obtener rédito y crecimiento, tal y cual como es el enfoque dentro de las empresas.

De acuerdo a Vázquez (2015), menciona que: Emprender también requiere que se tenga una amplia capacidad para adaptarse el entorno, la economía o cualquier escenario dada la incertidumbre y riesgo que siempre el llevar a cabo ideas de negocio implica

La efectividad de la aplicación de emprendimientos como motor para la sociedad en general ha provocado que varios Estados consideren el desarrollo de políticas públicas en apoyo a estos emprendimientos, en el caso del Estado ecuatoriano, a partir de la Constitución del año 2008, se ha considerado que el sistema económico que rige al país es el de la economía popular y solidaria, y esta encuentra sus principales objetivos en el apoyo a los emprendimientos locales, al

considerar que esto no solo mejora el estado del emprendimiento en el mercado generándole estabilidad y la posibilidad de generar competencia a las grandes industrias, la perspectiva más importante para los gobiernos ha estado en su beneficio social, este tipo de sistemas económicos se enfocan en el hecho de que se debe buscar que el beneficio a la sociedad sea el que se acreciente, siendo de esta manera una fuente de estabilidad social para esta población (Guaminga Yautibug, C., 2023).

TIPOS DE EMPRENDIMIENTOS

Según Sánchez C. (2021), es posible clasificar los emprendimientos en cinco categorías principales:

1. Emprendimiento tradicional: Se caracteriza por un desarrollo basado en una estructura competitiva, aunque no necesariamente alcanza altos niveles de ventas, rentabilidad o sostenibilidad.
2. Emprendimiento dinámico: Estos negocios se destacan por crecer de manera acelerada y sostenida, además de generar beneficios significativos y lograr un volumen destacado de ventas.
3. Emprendimiento innovador: Constituye un elemento clave para impulsar el progreso económico en un país.
4. Emprendimiento local y sistemático: Incluye dos subtipos que se distinguen por su alcance; se enfocan en aprovechar las oportunidades que surgen dentro del mercado.
5. Emprendimiento formal e informal: Esta clasificación depende del grado de formalidad con que se llevan a cabo las actividades empresariales.

CARACTERÍSTICAS:

Algunas características según (Uniandinos., 2020). Son:

- Son económicamente rentables.
- Son ambientalmente sostenibles.
- Son innovadores.
- Generan un impacto social.
- Crean valor.
- Son escalables.
- Aprovechan la tecnología.
- Tienen un impacto global.
- Son desarrollados por equipos multidisciplinarios.
- Resuelven problemas de manera efectiva.

ENFOQUES DEL EMPRENDIMIENTO

Según Cáceres, (2021) existen 4 tipos de enfoques para el emprendimiento, los cuales son:

1. Enfoque comportamental: Es aquel que indica los diferentes tipos de emprendedores, entre ellos se encuentran aquellos que presentan necesidades de cumplimiento y dependencia. Por lo tanto, es sustancial identificar el perfil psicológico que diferencia a un emprendedor exitoso de uno que no logra alcanzar su cometido.

2. Enfoque psicológico: Es aquel en donde da a conocer la naturaleza que posee cada uno de los emprendedores y como esto influye al momento de alcanzar más el éxito que otras personas. En este enfoque se pretende analizar los rasgos y atributos personales del emprendedor, desarrollado el mismo desde una arista empírica e individual.
3. Enfoque económico: Es aquel que refleja el desarrollo de la persona desde una perspectiva de evolución, empezando por ser un trabajador hasta llegar a desarrollar actividades empresariales. Este enfoque se basa en la innovación y en la elaboración de nuevos procesos de producción cuidando la racionalidad económica del emprendimiento.
4. Enfoque de procesos: Es aquel que muestra a la persona como el centro de atención entre su desarrollo y la creación de valores económicos. Es aquel que se caracteriza por todas las acciones, actividades y funciones que se relacionen con la percepción de oportunidades y la creación de nuevas empresas para el desarrollo de sus actividades.

LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO DE PROMOCIÓN PARA EMPRENDIMIENTOS JUVENILES

Otro aspecto importante a considerar es la capacidad de las redes sociales para crear comunidades de apoyo y colaboración entre emprendedores. A través de grupos en Facebook, hashtags en Twitter y comunidades en LinkedIn, los jóvenes pueden conectarse con otros emprendedores que comparten sus intereses y desafíos. Estas redes de apoyo permiten el intercambio de conocimientos, recursos y oportunidades, fomentando un espíritu de colaboración en lugar de competencia. Este sentido de comunidad puede ser especialmente valioso en momentos de incertidumbre o dificultad, proporcionando un sistema de apoyo para garantizar el éxito dentro de la actividad emprendedora que puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso de un emprendimiento.

Las principales plataformas incluyen Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn, cada una con características únicas que pueden ser aprovechadas para diferentes estrategias de marketing (Kaplan & Haenlein, 2010) .

Las redes sociales han permitido a los jóvenes emprendedores tener un impacto más allá de sus negocios individuales. Muchos jóvenes utilizan estas plataformas para abogar por causas sociales y ambientales, integrando la responsabilidad social en sus modelos de negocio. Al hacerlo, no solo contribuyen positivamente a sus comunidades y al medio ambiente, sino que también fortalecen la identidad y la reputación de sus marcas. Los consumidores de hoy en día valoran cada vez más la autenticidad y el compromiso social de las empresas, y los jóvenes emprendedores están en una posición única para liderar con el ejemplo y promover un cambio positivo a través de sus negocios.

En Ecuador, la importancia del marketing digital ha crecido exponencialmente, especialmente después de la crisis sanitaria que inició el año 2020. Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) lideradas por jóvenes han encontrado en las redes sociales un aliado crucial para sobrevivir y prosperar en un entorno económico desafiante. Un estudio reciente indicó que más del 80% de las PYMES en Ecuador consideran que la publicidad en redes sociales ha sido fundamental para mantener su competitividad y relevancia en el mercado (Revista Espacios, 2021).

Las redes sociales permiten a los emprendedores alcanzar a clientes potenciales en todo el mundo, rompiendo las barreras geográficas tradicionales (UNICEF, 2019).

Diversos estudios y programas implementados en países como Argentina, Venezuela y Ecuador evidencian la efectividad de estas iniciativas al integrar enfoques de mercado y

solidarios, así como el uso estratégico del marketing digital. Según Castro y Carpio (2023), las estrategias de marketing digital han sido adaptadas con éxito a las pequeñas y medianas empresas en Latinoamérica, favoreciendo su desarrollo y competitividad.

La creciente participación de los jóvenes en actividades emprendedoras a través de plataformas digitales refleja una adaptación exitosa a las demandas contemporáneas del mercado laboral, promoviendo tanto el autoempleo como la creación de nuevos empleos.

Las redes sociales se transforman en un canal innovador y atractivo que permite a cualquier organización difundir sus ideas a gran escala y comprender a sus audiencias de manera más informal, sin las restricciones de las estructuras organizativas tradicionales. Las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) mantienen estructuras informales, las cuales tienen la capacidad de generar ese valor agregado; lo que se necesita es analizar de manera formal si las redes sociales pueden convertirse en instrumentos organizacionales productivos y gestores de identidad y reputación para las PyMEs (Pérez, M. 2012, pág. 140-141).

Las plataformas digitales no solo facilitan la promoción y venta de productos, sino que también permiten a los jóvenes emprendedores construir una marca personal y una comunidad fiel de seguidores. Este proceso de construcción de marca es crucial, ya que los consumidores actuales valoran la autenticidad y la conexión personal con las marcas que eligen. Las redes sociales ofrecen múltiples herramientas, como historias, transmisiones en vivo y publicaciones patrocinadas, que permiten a los emprendedores contar su historia, compartir su visión y conectarse directamente con su audiencia.

Tabla 1. Emprendimientos juveniles en redes sociales en América Latina

País	Nivel De Emprendimientos Juveniles En Redes Sociales	Plataformas Más Usadas	Factores Que Favorecen El Emprendimiento	Retos Principales
MÉXICO	Alto: Gran cantidad de jóvenes emprendedores digitales.	Instagram, TikTok, Facebook	Amplio acceso a internet, gran mercado interno, cultura emprendedora.	Competencia alta, informalidad en negocios.
COLOMBIA	Mediano: Crecimiento en jóvenes que usan redes sociales para negocios.	Instagram, WhatsApp, TikTok	Apoyo gubernamental para emprendedores y digitalización en aumento.	Limitado acceso al financiamiento para nuevos negocios.
ARGENTINA	Medio: Adaptación progresiva al comercio en línea.	Instagram, Mercado Libre	Acceso a herramientas de comercio digital y redes.	Crisis económica que reduce el consumo interno.
ECUADOR	Bajo-Medio: Aumento reciente en emprendimientos juveniles digitales.	Instagram, Facebook, TikTok	Uso creativo de redes para promocionar productos locales.	Conexión desigual a internet en zonas rurales.
CHILE	Alto: Ecosistema digital desarrollado para negocios juveniles.	Instagram, LinkedIn	Incentivos para startups, estabilidad económica relativa.	Alto costo de publicidad digital en redes sociales.
PERÚ	Medio: Jóvenes usan redes para pequeñas empresas.	Instagram, Facebook, TikTok	Creatividad en la oferta de productos, crecimiento de e-commerce.	Falta de educación financiera y digital en sectores juveniles.

Elaboración propia

Con esta visión más amplia, queda claro que la promoción de emprendimientos juveniles en las redes sociales es un fenómeno multifacético que abarca mucho más que la simple publicidad. Es una herramienta de empoderamiento, educación, colaboración y cambio social que tiene el potencial de transformar no solo las vidas de los jóvenes emprendedores, sino también sus comunidades y el mundo en general.

ESCALABILIDAD Y RIESGOS

Según Mathaisel (2015) el escalonamiento empresarial es el proceso de mejoras que permite a las empresas del sector privado con el paso del tiempo crecer y obtener réditos, dando respuesta así a las exigencias del mercado y demanda (clientes) como tal. Para ello se debe implementar una serie de acciones enfocadas en el cliente que permitan su aceptación y satisfacción.

De acuerdo con aportes de Benedetto (2023) para que el desarrollo empresarial sea exitoso se deben pasar por una serie de etapas en cuanto a la maduración y crecimiento del negocio, esto se logra mediante la materialización de acciones. En primera instancia, este proceso se basa en aspectos internos que tienen que ver con el desarrollo del emprendimiento y calidad de bienes o servicios que se ofrecen, así como en la identificación de mercado objetivo. Si se logra ello se obtiene alta rentabilidad vía mayor nivel de ventas, y con una mezcla de recursos humanos y financieros con el paso del tiempo se puede expandir en el mercado, sin dejar de lado la importancia de en todo el proceso alcanzar economías de escala para de esa forma ser más eficientes en cuanto a reducción de costos (Hallowell, 2001).

Ya desde la visión de Churchill y Lewis (1983) existen 5 etapas que determinan el crecimiento de una idea empresarial o emprendimiento:

1. Creación
2. Supervivencia
3. Éxito del negocio
4. Despegue o expansión

5. Madurez en cuanto a recursos

Las 2 primeras etapas se centran en la puesta en marcha de la idea de negocio mediante un modelo, así como en la correcta gestión financiera, particularmente del flujo de caja. La tercera y cuarta etapa requiere esfuerzos encaminados a mediante liquidez y solvencia financiera que los niveles de rentabilidad se mantengan a lo largo del tiempo, esto es la base para impulsar, hacer crecer el negocio y aumentar la cuota de mercado. La etapa de madurez finalmente tiene que ver con consolidar lo que se ha logrado hasta esa etapa, fortaleciendo la propuesta de valor y logrando una marca reconocida y confiable (López Aguirre, CA, & Orozco Ruiz, M., 2020).

INICIATIVA DE EMPRENDIMIENTOS

Los primeros acercamientos hacia la conceptualización de lo que es un emprendimiento datan de finales del siglo 19 y 20, no obstante, dentro del ámbito de la investigación es a raíz de los años 80 que este tema adquiere relevancia dentro del debate. En sus inicios este término era relacionado al riesgo, la aventura (hacia el mercado como tal), incertidumbre al poner en marcha una acción por más pequeña que sea, con el paso del tiempo la definición de emprendimiento se liga más a un concepto económico y empresarial (Herrera & Montoya, 2013).

El emprendimiento suele iniciar a temprana edad, en muchas ocasiones incluso antes de los 17 años de edad ya se tengan ideas de nuevos emprendimientos que quieran resurgir en el mercado. En los últimos años, se ha incentivado el emprendimiento desde edades tempranas, impulsando la creatividad e innovación en niños y adolescentes. De acuerdo a González (2016) este factor se debe a 2 características: mayores programas a nivel de sistema educativo, y ciertos programas dentro de la sociedad para apoyar, fortalecer la cultura emprendedora.

Para Varela & Bedoya (2006), el espíritu emprendedor no es mas que una serie de actitudes, creencias, habilidades y manera de accionar dentro del ámbito empresarial que tienen como motivación la generación de empleo, el progreso constante y, por lo tanto, el beneficio personal. Para ello es indispensable saber identificar oportunidades dentro del entorno competitivo, fomentar la innovación, no tener miedo al cambio, la confianza y la planificación, la mentalidad positiva, el compromiso de formalizar y hacer crecer la idea de emprendimiento.

Según García-García, V. D. (2015), el desempleo y la informalidad son problemáticas que de manera histórica han atacado principalmente a la población joven, muchos de ellos adicionalmente, no han tenido el acceso a servicios públicos como la educación como base para el desarrollo de habilidades profesionalizantes.

La ESPOL, efectuó un estudio sobre los emprendimientos juveniles en Ecuador, en el cual se analizan las actitudes, aspiraciones y actividades del emprendimiento en el país. En este se menciona que actualmente, se calcula que alrededor del 32% de las personas entre los 18 y 34 años optan cada año por iniciar o tener un negocio propio que ha operado durante al menos 42 meses. Entre las edades de 18 a 24 años y de 25 a 34 años se observan diferencias notables, destacando este último grupo como el más activo en emprendimientos (Global Entrepreneurship Monitor 2024).

Para Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Recíprocamente, a nivel de Ecuador, al menos el 35,7% de las personas que tienen un emprendimiento lo hacen por tradición familiar, de la misma forma el 36,5% lo hacen para acumular riqueza, el 52,7% encuentra como motivación marcar una diferencia mediante la creación de un emprendimiento independiente, y finalmente el 82,7% de las personas llevan a cabo la gestión de un emprendimiento propio por la falta de empleos. Por esta razón, se puede afirmar que el desempleo constituye el factor

principal que impulsa a muchas personas en Latinoamérica, especialmente jóvenes de 18 años, a iniciar emprendimientos por cuenta propia.

Tabla 2. Motivos para que los jóvenes emprendan por cuenta propia.

Motivos	Descripción	Impacto A Corto Plazo	Impacto A Largo Plazo	Retos Asociados
INDEPENDENCIA FINANCIERA	Buscan generar ingresos propios sin depender de empleos tradicionales.	Mayor motivación y autonomía económica.	Posibilidad de construir estabilidad económica duradera.	Dificultad para gestionar ingresos en los primeros meses.
FLEXIBILIDAD LABORAL	Desea administrar su tiempo según sus prioridades y proyectos personales.	Mayor control sobre horarios y tareas diarias.	Mejora en la calidad de vida al equilibrar trabajo y ocio.	Riesgo de desorganización o falta de disciplina.
PASIÓN POR UN ÁREA ESPECÍFICA	Decide transformar sus intereses o aficiones en un negocio rentable.	Elevada dedicación y creatividad inicial.	Oportunidad de consolidar una carrera alineada con sus valores.	Desafíos al convertir un hobby en un negocio sostenible.
FALTA DE OPORTUNIDADES LABORALES	Limitaciones en el mercado laboral tradicional motivan a crear sus propios empleos.	Generación de empleo propio y para otros jóvenes.	Contribución al dinamismo económico del país.	Alta competencia en el mercado y falta de experiencia previa.
CRECIMIENTO PERSONAL Y PROFESIONAL	Buscan desarrollar habilidades como liderazgo, resiliencia y negociación.	Adquieren experiencia práctica rápidamente.	Formación integral para futuros desafíos profesionales.	Exposición a riesgos y errores que requieren aprendizaje constante.
TENDENCIAS DIGITALES Y ACCESO A REDES SOCIALES	La digitalización facilita el acceso a herramientas y mercados globales.	Menores barreras de entrada para iniciar negocios.	Oportunidad de posicionarse como líderes en nichos específicos.	Saturación de mercados digitales y necesidad de innovación continua.

Elaboración propia

FACTORES DE ÉXITO EN EMPRENDIMIENTOS JUVENILES

Iñiguez, A (2023). Menciona que, según la teoría de la distribución exponencial, el poder y el potencial de un país en el ámbito del emprendimiento los determinan varios factores claves; a nivel país variables o elementos que determinan o facilitan poner en marcha iniciativas empresariales está delimitado por cuestiones como el nivel cultural, la economía e ingreso familiar, la demanda de determinado bien o servicio y también por las políticas públicas y regulaciones, normativas existentes.

En este apartado la autora nos hace saber que, Para reducir las desigualdades y fortalecer el ambiente emprendedor, es necesario implementar esfuerzos coordinados que fomenten la innovación, faciliten el acceso al financiamiento y promuevan una educación orientada al emprendimiento. Estos factores tienen un impacto directo en la mejora de la competitividad y en el desarrollo de la capacidad emprendedora en el país.

En Ecuador, provincia de Manabí se encuentra el cantón Manta de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2024), donde habitarían alrededor de 307 450 habitantes, otorgándole así el segundo lugar dentro de las ciudades más pobladas de Manabí. Dentro de la ciudad se han realizado distintos tipos de iniciativas para que los jóvenes se inspiren, tomen las riendas de su camino y presenten sus ideas de emprendimientos.

En el 2021 dentro de la ciudad se presentó una feria de encuentro del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), la cual conto con la participación de 40 emprendimientos los cuales fueron generado por Créditos de Desarrollo Humano y otros servicios de este ministerio como impulso hacia los jóvenes, dentro de la feria los distintos emprendedores contaban con un espacio para poder promocionar sus productos hacia la población (Ministerio de Inclusión Económica y Social MIES, 2021).

A su vez, en el 2020 se abrían espacios para que diferentes emprendedores presentaran sus productos en las instalaciones del terminal terrestre, fueron más de 20 emprendedores los que tuvieron la oportunidad de hacer conocidos sus distintos productos, esto gracias a la Alcaldía de Manta y al centro de asesoría de emprendimiento “MaryEdu”. El cual Inicio el 8 de diciembre del 2020 con sus respectivas medidas de bioseguridad y se extendió hasta el 7 de enero de 2021.

"Jóvenes del Cambio" es una iniciativa impulsada por el Área Técnica de la Juventud de la Alcaldía de Manta, Ecuador. Su objetivo principal es empoderar a la juventud mantense mediante programas que desarrollan sus potencialidades y fortalecen sus habilidades. Las actividades incluyen participación y activación social, ambiental, educativa, y la promoción de emprendimientos juveniles. Dentro de su red social (Facebook) publican semanalmente a jóvenes de cambio, sus distintas facetas, mensajes inspiradores y emprendimientos en los que se desarrollan (Página de Jóvenes del Cambio., 2023).

Todos estos tipos de programas, iniciativas e impulsos hacen que los jóvenes de hoy que serán el futuro de mañana, dejen sus miedos atrás y apuestes por todo a sus grandes ideas de emprendimientos, la ayuda de sus familiares, organizaciones, alcaldías, y gobiernos hacen que ellos se sientan más seguros por apostar todo a lo que aman, esto hace que sus distintos negocios a corto o largo plazo tengan el éxito que ellos desean.

Tabla 3. Casos de éxito en emprendimientos juveniles

Ciudad/Región	Emprendimiento Destacado	Descripción del Éxito	Factores Clave	Impacto
MANTA	Cumbre Jóvenes del Cambio	Iniciativa que reúne a jóvenes emprendedores para discutir y promover diversas iniciativas en Manta.	Participación activa, colaboración entre jóvenes, apoyo municipal.	Fomento del espíritu emprendedor y desarrollo de proyectos juveniles en la comunidad.

PORTOVIEJO	Emprendimientos post-pandemia	Tras la pandemia, pequeños negocios en Portoviejo incursionaron en la preparación de productos novedosos, contribuyendo a la reactivación económica.	Innovación, respuesta a la crisis, adaptación a nuevas demandas del mercado.	Reactivación económica local y diversificación de la oferta de productos.
MONTECRISTI	Feria de Emprendimientos AWE	Evento que promueve emprendimientos liderados por mujeres jóvenes en Montecristi, en colaboración con el Ministerio de Cultura y Patrimonio.	Mayor empoderamiento de las mujeres, apoyo por parte de instituciones competentes, visibilidad de proyectos locales.	Impulso a la economía local y promoción de la igualdad de género en el ámbito empresarial.
ESMERALDAS	La Casa de Chocolate FEMON Perla Verde	Favio y Freddy Montaña Quiñónez, quienes han sido estudiantes de Ingeniería en Alimentos, y pusieron en marcha un emprendimiento que elabora manjares de leche y chocolates con frutas locales.	Innovación en productos, aprovechamiento de recursos locales, equilibrio entre estudios y emprendimiento.	Generación de empleo, promoción de la producción local y ejemplo de superación juvenil.

Elaboración propia

CONCLUSIONES

El estudio sobre la promoción de emprendimientos juveniles a través de redes sociales resalta la importancia de estas plataformas en la creación, crecimiento y sostenibilidad de los negocios juveniles. Las redes sociales no solo funcionan como un canal de comunicación entre emprendedores y clientes, esto índice en el nivel preparación de las comunidades y en la creación de oportunidades de aprendizaje. Esto permite a los jóvenes adquirir herramientas valiosas para el manejo de sus negocios y estar al tanto de las últimas tendencias en marketing y tecnología, lo que les otorga una ventaja significativa en el competitivo mundo empresarial.

A lo largo de la investigación, se observará que las motivaciones para emprender varían entre los jóvenes. Algunos lo hacen por necesidad, debido a la escasez de empleo, mientras que otros lo hacen por oportunidad, buscando marcar la diferencia o generar riqueza. Estas motivaciones reflejan la diversidad de enfoques que los jóvenes pueden tener al comenzar su viaje empresarial, lo que demuestra la flexibilidad del emprendimiento como respuesta a distintas realidades económicas y sociales.

Además, el análisis demuestra que, aunque los emprendimientos juveniles enfrentan obstáculos como la falta de recursos financieros y la experiencia limitada, las redes sociales se presentan como una herramienta fundamental para sortear estos desafíos. Las plataformas digitales permiten a los jóvenes emprendedores construir una marca personal sólida, llegar a una audiencia global y obtener retroalimentación instantánea sobre sus productos o servicios. Esta capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios y ajustar sus estrategias en tiempo real es una de las principales ventajas de usar redes sociales como herramienta de marketing.

Asimismo, se concluye que los tipos de emprendimiento más prevalentes entre los jóvenes incluyen tanto los tradicionales como los innovadores. Los emprendimientos innovadores, impulsados por el uso de la tecnología y las redes sociales, están ganando terreno, ya que ofrecen modelos de negocio más flexibles y escalables. Sin embargo, el emprendimiento tradicional sigue siendo una opción válida, especialmente en áreas locales o de nicho donde la competencia no es tan feroz.

Finalmente, la investigación subraya el papel esencial de las redes sociales como vehículos de impacto social. Los emprendedores no solo utilizan estas plataformas para promocionar sus productos, sino que también las emplean para promover causas sociales y ambientales. Al integrar estos valores en sus modelos de negocio, los emprendedores generan una conexión más profunda con sus consumidores, quienes valoran la autenticidad y el compromiso social.

El emprendimiento juvenil, potenciado por las redes sociales, tiene el potencial de transformar las economías locales y generar un cambio positivo en las comunidades. Las políticas públicas deben seguir apoyando este tipo de iniciativas, proporcionando las herramientas necesarias para que los jóvenes emprendedores puedan prosperar, creando un entorno favorable que impulse tanto el crecimiento económico como el bienestar social.

REFERENCIAS

ANDALEEB ALAM, Youth entrepreneurship: concepts and evidence. Issue brief | February 2019. (UNICEF) (pág. 1-7).

ARRASCO GAVIDIA, VC (2019). El emprendimiento comercial y su influencia en el desarrollo económico de las MYPES del distrito de José Leonardo Ortiz, 2018.

BARRERO GONZÁLEZ, N. (2016). Emprendimiento y metacognición infanto-juvenil: Undiseño para la práctica.

BENEDETTO, A. (2013). De la Innovación al Escalamiento. Reflexiones a partir de dos procesos de innovación local. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

CÁCERES, J. (2021). Determinación del éxito en los emprendimientos registrados en el Municipio de Riobamba periodo 2017-2019. (Tesis de Licenciatura). UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO, Riobamba.

CASTRO RIVERA, M., & CARPIO VEGA, M. (2023). Estrategias del marketing digital adaptadas a pequeñas y medianas empresas en Latinoamérica.

CHURCHILL, N., LEWIS, V. (1983). "The five stages of small business growth". Harvard Business Review, May-June, 3-9.

GARCÍA-GARCÍA, V. D. (2015). Emprendimiento Empresarial Juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 13 (2), pp. 1221-1236.

GUAMINGA YAUTIBUG, C. (2023). Los emprendimientos comerciales en la ciudad de Riobamba y el derecho de marca.

HALLOWELL, R. (2001). "Scalability": the paradox of human resources in e-commerce. *International Journal of Service Industry Management*, 12(1), 34-43.

HERRERA GUERRA, C. E., & MONTOYA RESTREPO, L. A. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Revista Científica Punto de Vista*, 10-31.

HUGO KANTIS (2015). *La promoción del emprendimiento juvenil: su importancia para américa latina*, pág 127.

IÑIGUEZ, A (2023). *Emprendimiento juvenil y trabajo independiente*, cantón la Libertad, 2023.

GEM Global Entrepreneurship Monitor (2024) en <https://www.gemconsortium.org>

JÓVENES DEL CAMBIO. (2023). Página de Facebook. Recuperado de <https://www.facebook.com/JovenesDelCambioEc/>

KAPLAN, A. M., & HAENLEIN, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.

LASIO, V., AMAYA, A., ZAMBRANO, J., & ORDEÑANA, X. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019-2020*. KOEK-BABSON. Quito.

LÓPEZ AGUIRRE, CA, & OROZCO RUIZ, M. (2020). *Emprendimiento y financiamiento en las micro y pequeñas empresas de la ciudad de neiva, colombia*.

LÓPEZ, (2014). *Características de emprendimiento social de los jóvenes en estudios previos a los universitarios*, pág, 40.

MAIR, J., & MARTI, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36.

MATHAISEL, D.F.X. (2015). "Is scalability necessary for economic sustainability?" *Journal of Sustainable Development*, 4 (2), 275-282.

MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL (MIES). (2021). En Manta se realizó Feria del Encuentro con la participación de 40 emprendedores. Recuperado de <https://www.inclusion.gob.ec/en-manta-se-realizo-feria-del-encuentro-con-la-participacion-de-40-emprendedores/>

PÉREZ, M. (2012). Redes sociales, mecanismos generadores de reputación organizacional para las PyMEs. *Universidad & Empresa* No.22, pp 131-149.

REVISTA ESPACIOS. (2021). Marketing digital y redes sociales en Ecuador.

SÁNCHEZ, C. (2021). *Determinantes de éxito de los pequeños y medianos emprendimientos de la ciudad de Loja*. Quito: Repositorio Digital UIDE.

SASTRE CASTILLO, M.A., PERIS ORTIZ, M., Y DANVILA DEL VALLE, I. (2014). What is different about the profile of the social entrepreneur?. *Non Profit Management & Leadership*.

UNIANDINOS. (2020). Características de los emprendimientos de alto impacto.

VARELA V., R., & BEDOYA ARTURO, O. L. (2006). Modelo Conceptual de desarrollo empresarial basado en Competencias. *Semantic Scholar*, 1 -24.