



**Uleam**  
UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ

**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ**

**TRABAJO DE TITULACIÓN  
MODALIDAD ENSAYO O ARTÍCULO ACADÉMICO**

**TÍTULO**

**IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LOS EMPRENDIMIENTOS**

**AUTORA:**

**ESMERALDAS ESMERALDAS EVELYN MARICEL**

**UNIDAD ACADÉMICA:**

**EXTENSIÓN CHONE**

**CARRERA:**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TUTOR:**

**DR. HENRY FABRICIO MENDOZA CEDEÑO, PHD**

**CHONE – MANABÍ – ECUADOR**

**ENERO DE 2025**

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

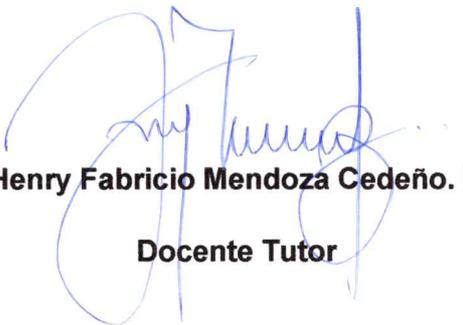
Dr. Henry Fabricio Mendoza Cedeño, PhD, docente de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí Extensión Chone, en calidad de tutor.

### CERTIFICO

Que el presente trabajo de la Unidad de Integración Curricular, modalidad Ensayo o Artículo Académico, con el título: "***Impacto de las redes sociales en los Emprendimientos***" ha sido revisado exhaustivamente en varias sesiones de trabajo.

Las opciones y conceptos vertidos en este trabajo de titulación es fruto de la perseverancia y originalidad de su autora: ***Esmeraldas Esmeraldas Evelyn Maricel***

Chone, enero de 2025



**Dr. Henry Fabricio Mendoza Cedeño. PHD.**  
**Docente Tutor**

## CERTIFICACIÓN DE AUTORIA

Quien suscribe la presente: Esmeraldas Esmeraldas Evelyn Maricel, estudiante de la carrera de Administración de Empresas, declaro bajo juramento que el trabajo de la Unidad de Integración Curricular, modalidad Artículo Científico, con el título “Impacto de las Redes Sociales en los Emprendimientos”, previo a la obtención del Título de Grado de Licenciada en Administración de Empresas, es de autoría propia y ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros y consultando referencias bibliográficas que incluyen en este documento.

Chone, enero de 2025



---

Evelyn Maricel Esmeraldas Esmeraldas  
CI: 131781381-2  
**AUTORA**



**Uleam**  
UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ

**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**EXTENSIÓN CHONE**

**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**APROBACIÓN DEL TRIBUNAL**

Los miembros del tribunal Examinador Aprueba en informe de investigación, sobre el tema “Impacto de las redes sociales en los emprendimientos” elaborado por la estudiante Esmeraldas Esmeraldas Evelyn Maricel de la carrera de Administración de Empresas.

Chone, enero de 2025

x

**Lcda. Lilia del Rocío Bermúdez Cevallos Mgs.**  
**Decana de la Extensión**

**Dr. Henry Fabricio Mendoza Cedeño PHD**  
**Tutor**

**Miembro del tribunal**

**Miembro del tribunal**

**Lcda. Indira Zambrano Cedeño Mgs.**  
**Secretaria**

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación primero a Dios por haberme dado fortaleza de llegar hasta este punto a las personas que han sido un pilar en mi vida mis padres Jairo y Maricel que desde pequeña me inculcaron la importancia de la educación y gracias a ellos he aprendido a perseguir mis sueños con determinación, cada sacrificio que han hecho por mí ha sido un ladrillo en la construcción de mi futuro.

A mi madre de corazón Karol quien ha estado a mi lado en los momentos más difíciles y ha sido una luz en mi camino, su sabiduría y cariño han sido un refugio en el que siempre he encontrado consuelo y motivación me ha enseñado a ser fuerte y a nunca rendirme, agradezco cada consejo, cada palabra de aliento y cada abrazo que me ha brindado por que han sido esenciales para mi crecimiento personal y académico.

No puedo dejar de mencionar las canciones de Morat que ha sido una banda sonora en mis momentos de estudio y reflexión, sus letras han resonado en mi corazón y me han inspirado a seguir adelante, incluso en los días más difíciles cada melodía ha sido un recordatorio de que los sueños son alcanzables y que a pesar de los obstáculos siempre hay una razón para sonreír, la música tiene un poder transformador y las canciones de Morat han sido un refugio en el que he encontrado motivación y alegría.

## RECONOCIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han contribuido al desarrollo de este trabajo de investigación que tiene como título “Impacto de las redes sociales en los emprendimientos”. Agradezco a mi tutor el Dr. Henry Fabricio Mendoza Cedeño por su valiosa orientación y apoyo constante a lo largo de este proceso asimismo a mis compañer@s y emprendedores que participaron en la encuesta quienes compartieron sus experiencias y conocimientos enriqueciendo esta investigación su colaboración ha sido de mucha importancia para alcanzar los objetivos propuesto.

## Índice

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR .....	II
CERTIFICACIÓN DE AUTORIA.....	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	IV
DEDICATORIA.....	V
RECONOCIMIENTO.....	VI
Resumen.....	9
Abstract.....	10
1. Introducción.....	11
1.1 Base Teórica.....	12
1.1.1 Las redes sociales.....	12
1.1.2 Emprendimiento.....	16
2. Metodología.....	19
3. Resultado.....	20
4. Discusión.....	23
5. Conclusiones.....	24
6. Recomendaciones y Limitaciones.....	25
7. Bibliografía.....	26
8. Anexos.....	29

## Índice de tablas

Tabla 3.1 Beneficios que ofrecen las redes sociales .....	20
Tabla 3.2 Desafíos que enfrentan los emprendedores .....	20
Tabla 3.3 Oportunidades que ofrecen las redes sociales .....	21
Tabla 3.4 Monitoreo de la competencia .....	21
Tabla 3.5 Red social para promocionar los emprendimientos.....	22

## **Impacto de las redes sociales en los emprendedores**

Evelyn Maricel Esmeraldas Esmeraldas

[esmeraldasevelin2@gmail.com](mailto:esmeraldasevelin2@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0006-0416-9024>

Mendoza-Cedeño Henry-Fabricio

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador

[henry.mendoza@uleam.edu.ec](mailto:henry.mendoza@uleam.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0001-6453-363X>

### **Resumen.**

El trabajo de investigación titulado “Impacto de las redes Sociales en los Emprendimientos” con el objetivo de analizar como las redes influyen en el desarrollo y crecimiento de los emprendimientos donde se utilizó una metodología con enfoque cualitativo lo que permitió tener una exploración profunda de las experiencias de los emprendedores con las redes sociales, en la población se incluyó a emprendedores del grupo Chone lo Tiene que utilizan redes sociales como Facebook, Instagram WhatsApp, entre otras para promocionar sus productos y servicios, la muestra analizada está conformada por 150 emprendedores, la cual fue seleccionada por conveniencia permitiéndonos tener una información detallada a través de encuestas con 10 preguntas. Los resultados proporcionaron datos valiosos sobre el uso de las redes sociales y a los desafíos que se enfrentan los emprendedores lo que buscábamos no solo era describir el fenómeno, sino también analizar las características y cualidades de los emprendedores en relación con su presencia en las redes sociales, uno de los hallazgos más destacados de la investigación es que muchos emprendedores no utilizan herramientas analíticas para medir el impacto de sus acciones en redes sociales además se identificó que la interacción directa con los clientes a través de estas plataformas fomentarán la fidelización en un entorno competitivo, en conclusión se destacó que las redes sociales no solo sirven como herramientas de marketing sino que también facilitan la adaptación de los emprendedores ante cambios del mercado, con su uso estratégico las redes sociales puede ser clave en el éxito empresarial.

### **Palabras Clave:**

Redes Sociales, Emprendimiento, Crecimiento, Interacción, Fidelización, Marketing.

**Abstract.**

The research work entitled "Impact of Social Networks on Entrepreneurship" with the objective of analyzing how the networks influence the development and growth of enterprises where we used a methodology with a qualitative approach which allowed us to have an in-depth exploration of the experiences of entrepreneurs with social networks, The population included entrepreneurs from the Chone group who use social networks such as Facebook, Instagram WhatsApp, among others to promote their products and services, the analyzed sample is made up of 150 entrepreneurs, which was selected for convenience allowing us to have detailed information through surveys with 10 questions. The results provided valuable data on the use of social networks and the challenges faced by entrepreneurs, which we sought not only to describe the phenomenon, but also to analyze the characteristics and qualities of entrepreneurs in relation to their presence in social networks, one of the most outstanding findings of the research is that many entrepreneurs do not use analytical tools to measure the impact of their actions in social networks, in addition it was identified that direct interaction with customers through these platforms will promote loyalty in a competitive environment, in conclusion it was highlighted that social networks not only serve as marketing tools but also as a tool to promote the use of social networks in a competitive environment.

**Keywords:**

Social Networks, Entrepreneurship, Growth, Interaction, Loyalty, Marketing.

## **1. Introducción.**

Las redes sociales han transformado la forma en que adquirimos productos. Según Navas (2021), se basan tres pilares importantes para las nuevas generaciones: conexión, contenido y comunidad (Srmiento & Reinoso, 2021).

Hoy en día, las redes sociales son unas herramientas indispensables para cualquier emprendimiento permitiéndoles dar a conocer su marca, productos y los servicios captando la atención de los clientes. Al analizar el impacto que genera el marketing en redes sociales los emprendedores pueden llegar a audiencias globales de manera rápida y económica a través de plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn. Esto les permite alcanzar clientes potenciales en cualquier lugar del mundo, sin las limitaciones de los medios tradicionales (Fontecilla, 2021).

El uso de las redes sociales no solo facilita la promoción de productos y servicios, sino que también permite a los emprendedores captar la atención y fidelización del cliente, al implementar estrategias de marketing digital los emprendedores pueden analizar el impacto que su producto o servicio, además las redes sociales fomentan la interacción directa con los clientes como comentarios instantáneos permitiéndole a la empresa adaptarse rápidamente a las necesidades del mercado, en un entorno tan competitivo esta capacidad de respuesta es invaluable por ello que las redes sociales no solo son herramientas de marketing su uso estratégico puede ser determinante para el éxito y crecimiento sostenible de los emprendimientos en la actualidad.

“El emprendimiento se ha convertido en un motor clave para el desarrollo económico, fortaleciendo el tejido empresarial y mejorando la calidad de vida de las personas. En Ecuador, esta tendencia ha ganado fuerza impulsando la innovación y la creación de nuevas oportunidades lo cual repercute en el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas y su entorno (Vargas-Ramirez, Zuñiga-Gonzales, & Mullo-Tene, 2020).

Los emprendedores deben transformarse a nivel personal y corporativo para generar un impacto social positivo. Esto implica ser creativos, aprovechar oportunidades y liderar a otros incluso con pocos recursos asumir riesgos y utilizar las redes sociales son claves para aumentar las ventas y el reconocimiento de la marca con diversas opciones de publicidad segmentadas que permiten a los emprendedores llegar a su audiencia de manera más efectiva (El Emprendimiento, 2023).

La capacidad de convertir necesidades en oportunidades es esencial en un contexto donde los recursos pueden ser limitados pero la creatividad y la innovación son pilares importantes para superar obstáculos y generar creación de empleos impulsando la economía local, los emprendedores juegan un papel importante en el desarrollo sostenible, además en la era digital

las herramientas tecnológicas han democratizado el acceso al emprendimiento, permitiendo a más personas lanzar sus ideas y negocios desde cualquier parte del mundo, un emprendedor no la tiene fácil ya que tiene que prepararse con estrategias haciendo un análisis de mercado, la planificación financiera y la construcción de redes de apoyo son una clave para el éxito del negocio, es un viaje lleno de retos y recompensas que no solo beneficia a los individuos sino que también contribuye al bienestar colectivo fomentando una cultura emprendedora estimula la innovación y el progreso cada proyecto nuevo tiene el potencial de marcar la diferencia.

El deficiente manejo de las redes sociales para el desarrollo de los emprendimientos, puede llevar a resultados contraproducentes ya que el manejo de las redes sociales puede ser complejo, pero es importante para el éxito de cualquier emprendimiento sobre todo en el entorno digital que nos encontramos al implementar estrategias puede no solo mejorar la presencia en redes sociales, sino que también contribuye significativamente en el crecimiento del emprendimiento.

Por lo que plantean las siguientes interrogantes: ¿Cuál es el impacto que generan las redes sociales en los emprendimientos? Surgiendo como interrogantes secundarias: ¿Qué estrategias utilizan los emprendedores para superar la falta de recursos y desconocimiento en las redes sociales? ¿Cuáles serían los principales obstáculos que los emprendedores enfrentan al utilizar las redes sociales como marketing? ¿Qué plataformas utilizan los emprendedores y con qué frecuencia?

El objetivo general en esta investigación es determinar cómo las redes sociales impactan en los emprendimientos teniendo en cuenta que las redes sociales en los emprendimientos, identificando tanto los beneficios como las limitaciones que enfrentan los emprendedores en su uso ya que las redes sociales lo que buscan es generar un aumento en sus ventas haciendo que su negocio crezca alcanzando una estabilidad económica.

## **1.1 Base Teórica.**

### **1.1.1 Las redes sociales**

Con la invención del internet y los avances tecnológicos han hecho que las plataformas digitales sean importantes en nuestra vida sin embargo, Ecuador presenta un índice de uso de internet (54%) inferior al promedio mundial (57%) y es el país sudamericano con menor utilización de internet no obstante, el internet como herramienta está implícito en casi todas las actividades laborales, académicas, y de ocio, lo cual hace indudable prever a mediano plazo un crecimiento de usuarios de internet en el Ecuador (Lastra, 2021).

Desde 1997, con la aparición de las redes sociales se han multiplicado y perfeccionado, pasando de ser herramientas simples de comunicación instantánea y mensajería a convertirse en espacios complejos que conectan a personas de todo el mundo formando comunidades virtuales.

Hoy en día, estas aplicaciones ofrecen una amplia gama de posibilidades a nivel personal, profesional, impulsadas por la constante innovación y el desarrollo de nuevas funcionalidades comerciales (Salazar et al. 2021).

Anteriormente las redes sociales eran concebidas únicamente como herramientas de interacción social. Sin embargo, la evolución digital ha transformado radicalmente su función permitiendo un acceso directo al consumidor y facilitando el emprendimiento a gran escala. Estas plataformas han dado lugar a una nueva forma de hacer negocios donde la inversión inicial es mínima comparada con los medios tradicionales como la radio, la televisión, los medios impresos con estas plataformas cualquier individuo que tenga la oportunidad de poner en marcha un negocio no necesita de mucha infraestructura obteniendo un negocio prospero (Saltos, Tutiven, & Urquiza, 2021).

Como sabemos la era digital llego a nuestras vidas para quedarse con el pasar de los días la tecnología va avanzando y para ciertos emprendedores que desconocen el manejo de las redes sociales se les complica el uso de estas plataformas, ya que ellos están acostumbrados a vender a la antigua es decir a los medios tradicionales generándole un estancamiento en el crecimiento de su negocio.

Los emprendedores desempeñan un papel importante en la posición de la economía mundial actuando como uno de los principales motores. Esta posición los impulsa constantemente a buscar la innovación, adaptarse a los cambios del entorno y aprovechar las nuevas oportunidades que surgen (Saltos, Tutiven, & Urquiza, 2021).

De acuerdo con, Dutta, Roy, & Sobel, (2009) "los emprendedores, deben ser personas que han adoptado un modelo de negocio y que deben estar en constante búsqueda de la innovación". No obstante, el emprendimiento debe ir de la mano con las innovaciones y los avances tecnológicos que se presentan día tras día, el manejo y uso de redes sociales, así como también, de cualquier medio que tenga que ver con el alcance al consumidor, para lograr mantenerse al día dentro de las funciones que se consideran de mayor importancia en el esquema del emprendimiento (Saltos, Tutiven, & Urquiza, Las redes sociales como medio de emprendimiento, 2021).

Uno de los avances más importantes del siglo XXI ha sido el descubrimiento de las tecnologías de Internet. El desarrollo de este tipo de tecnologías, como muchas otras áreas, ha transformado la forma en que las empresas y personas hacen negocios. El uso generalizado del comercio electrónico puede mostrarse como el mejor ejemplo de ello. Hoy en día las personas han llegado al punto de poder satisfacer sus necesidades frente a sus ordenadores, sin salir de casa. (Saltos, Tutiven, & Urquiza, Las redes sociales como medio de emprendimiento, 2021).

## **Definición y Evolución de las Redes Sociales**

Una red social está definida, conceptualmente, como un conjunto de actores y las relaciones que existen entre ellos, su evolución respecto a lo que entendemos hoy en día ha sido extraordinaria. De hecho, las redes sociales eran patrimonio del ámbito físico, donde un conjunto de personas interactuaba entre sí. Por otro lado, otro fenómeno a destacar en las redes sociales tradicionales es su localidad. Es decir, la gente frecuenta lugares cercanos a su casa debido a la localización de tiendas, supermercados, entre otros, pero relacionándose solo con una parte más o menos reducida de la población, sobre todo si el lugar donde resides no es muy poblado. “Lo real y lo virtual son a menudo indisociables y, lejos de permitir a la sociedad reinventarse en un terreno libre de los estigmas que arrastraba la modernidad, se han transformado en planos paralelos cuyas fronteras se desdibujan” (Machado 2017 citado por Del Prete y Redon Pantoja 2020).

Las relaciones interpersonales son parte de la esencia natural del hombre, y sin lugar a dudas esta dinámica es trasladada a las organizaciones, las cuales como entes y simbióticos requieren y dependen de una interacción permanente entre sus integrantes y el entorno. Desde luego, la forma en que estas interactúan, al igual que en el caso de los seres humanos, puede darse en una dinámica natural y espontánea, o bien dentro de un esquema direccionado y estratégico (Art Creativa, 2019).

En el caso de Internet hasta ahora había "redes sociales locales", que podíamos entender como foros, de sectores concretos, donde generalmente los usuarios compartían gustos, creencias y antecedentes vitales, y se habría abierto el temido abismo social entre usuarios de clase alta (aquellos que usan las redes sociales) y de clase baja (que no disponen de las tecnologías ni de la alfabetización necesarias) por eso es importante indagar y dilucidar su concepto por que el impacto que las redes genera hoy en día esta cobrado mucha fuerza en el ámbito de Internet, apareciendo repetidamente en la prensa y generando todo tipo de comentarios y debates, pero es probable que su uso sea incorrecto y pudiera encajar más, correctamente, el término "sitio web de redes sociales o Siti" (Benavides, 2021).

Este tipo de redes han contribuido a fomentar el concepto de “Networking” entre las Pymes y mandos intermedios en el caso de las empresas más grandes. Su valor agregado es que permiten ir desarrollando una amplia lista de contactos profesionales, tanto para intercambios comerciales como para interacción y búsquedas de oportunidades entre las personas. Normalmente, los usuarios que ingresan a estas redes incluyen una descripción de su hoja de vida, lo cual constituye el punto de partida en sus interacciones posteriores. Todas estas plataformas cuentan con un buscador interno que nos permite rastrear la base de contactos por el nombre de la persona que buscamos o por el nombre de la empresa o universidad. Los usuarios

a su vez pueden integrarse entre sí de acuerdo con sus expectativas, gustos y preferencias (Ridge, 2024).

### **Redes sociales generalistas**

Este tipo de espacios cuentan con perfiles de usuarios muy similares a los anteriores, pero con ritmos de crecimiento distintos, marcados por generación de contactos, quienes ingresan con el fin de ponerse en contacto con personas cercanas y no tan cercanas, para comunicarse, o bien para compartir música, videos, fotografías e información personal. “A diferencia del modelo de LinkedIn y Xing, donde predomina la autenticidad de los perfiles publicados, las redes generalistas cuentan con infinidad de perfiles ficticios y con casi nulo control sobre los mismos”, afirma Celaya (2008 citado por Art Creativa, 2019).

En la actualidad las redes sociales son un complemento de mucho interés ya que estas plataformas permiten llegar a más personas en diferentes partes del mundo, haciendo que el producto o servicio que se ofrece se haga más conocido.

**Facebook:** Es la red social de mayor crecimiento a nivel mundial, permite conectar e interactuar con amigos, familia y conocer otras personas. (Díaz-Campo, Segado-Boj, & Fernández-Gómez, 2021), esta herramienta permite que los negocios estén más acercar las marcas a su público y potenciar su crecimiento.

**Twitter:** Se define como una red social pero también como una plataforma de microblogging, ya que permite publicar posts de solo 280 caracteres (inicialmente 140), llamados tweets, los usuarios tienen su perfil y pueden seguir otros perfiles (incluyendo marcas, medios de comunicación, políticos, etc.) para mantenerse al día sobre sus actualizaciones (Díaz-Campo, Segado-Boj, & Fernández-Gómez, 2021).

**YouTube:** El sitio web para compartir videos más grandes de Internet. Muchos no lo ven como una red social, pero la verdad es que, al permitir que los usuarios se conecten y compartan información entre ellos, YouTube se clasifica como una red social ya que este sitio te permite además crear y personalizar tu perfil, subir videos, seguir otros canales y agregar sus videos a tus listas, comentar, votar y compartir videos (Díaz-Campo, Segado-Boj, & Fernández-Gómez, 2021).

**LinkedIn:** Con 15 años de antigüedad, LinkedIn es la red social profesional más utilizada del mundo. Su objetivo es propiciar las relaciones laborales poniendo en contacto personas con empresas y a las empresas entre sí (Díaz-Campo, Segado-Boj, & Fernández-Gómez, 2021).

### **Ventajas de las redes sociales**

Las empresas e individuos pueden tener grandes oportunidades al utilizar esos medios de manera organizada y estructurada ya que ayudan a aumentar el tráfico a tu sitio web, ya que puedes generar contenidos que dirijan a tu sitio (Topete & Figueroa, 2022).

- **Aumentan el conocimiento de tu marca.** Casi todas las redes sociales ofrecen funcionalidades para empresas, las cuales les ayudan a construir comunidades de marca, darles mayor difusión a sus mensajes, etc. (Topete & Figueroa, 2022).
- **Generan nuevas conexiones en general.** Como ya mencioné, las redes sociales nos ayudan a hacer nuevos contactos, que pueden tratarse de nuevos clientes, proveedores, socios, etc. (Topete & Figueroa, 2022).
- **Favorecen la comunicación directa con los usuarios.** Además de contribuir a brindar un mejor servicio, esto facilita mucho la relación con los clientes y ayuda a escucharlos mejor para saber atender adecuadamente sus necesidades. (Topete & Figueroa, 2022).
- **Ayudan a aumentar las ventas.** Especialmente los negocios pequeños y medianos pueden valerse de las herramientas que ofrecen varias redes sociales para vender directamente a través de estas. (Topete & Figueroa, 2022).

Todas las redes sociales y ventajas antes mencionadas deben tenerse en cuenta ya que mantenerse activo en cada una de ellas es una labor muy grande porque no es fácil estar pendiente de cada una de ellas, pero debemos tener en cuenta que estas nos ayudan en el crecimiento de nuestras ventas de nuestro negocio.

### **1.1.2 Emprendimiento.**

#### **Historia y fundamentación del emprendimiento Inicios del emprendimiento**

“El emprendimiento tiene sus orígenes desde el mismo inicio de la historia de la humanidad, dado que, desde ese entonces, el hombre siempre ha buscado la manera de superarse y mejorar su calidad de vida. Muchos autores refieren el término “emprendimiento” como algo nuevo, novedoso; sin embargo, desde la misma existencia del hombre se ha logrado demostrar la capacidad que tiene el ser humano de crear y ser innovador. Veamos algunos ejemplos: la rueda fue creada en la época de Mesopotamia hace unos 3.500 años AC, fue diseñada para que los primeros hombres pudieran transportar objetos pesados, posteriormente fue teniendo grandes modificaciones y hoy día prácticamente muchos objetos requieren de la rueda para su operación. Pasando un poco a través del tiempo, podemos hablar de la creación del bombillo por Thomas Alva Edison; el radio por Guglielmo Marconi y muchos otros inventos que hoy día usamos gracias a la capacidad de innovación y creatividad del hombre” (Emprendedor 2021).

“El emprendimiento como término proviene del francés (entrepreneur), que significa pionero. Es una palabra que se viene usando recientemente en el mundo; este término comenzó a usarse por Schumpeter, posteriormente ha venido transformándose a lo que hoy día conocemos como aquella acción que una persona ejerce gracias a su capacidad de innovación y creatividad para proponer proyectos con alto impacto social y económico; entendiendo además que para ser emprendedor no es necesario llegar a crear organizaciones, basta con una idea, propuesta o proyecto que puede ejecutarse en una empresa o en la comunidad a donde se pertenece y que ofrece una alternativa de solución a diferentes problemáticas previamente identificadas” (Emprendedor 2021).

En el ámbito del emprendimiento, podemos distinguir dos enfoques principales el tradicional y el social. El primero en la creación de empresas que generan utilidades económicas, mientras que el segundo se enfoca al desarrollo de soluciones innovadoras para abordar problemas sociales identificados (Vargas Valdiviezo y Uttermann Gallardo 2020).

### **El Emprendimiento en el Ecuador.**

“El emprendimiento es una expresión de trabajo accesible para todos, y su fortalecimiento mediante el uso de entornos virtuales es esencial en el mundo contemporáneo, la falta de capacitación en el uso de entornos virtuales se refleja en la desmotivación de los emprendedores por la baja clientela, lo que lleva al fracaso de los emprendimientos” (Monar, 2023).

“El emprendimiento es una expresión de trabajo accesible para todos, y su fortalecimiento mediante el uso de entornos virtuales es esencial en el mundo contemporáneo, la falta de capacitación en el uso de entornos virtuales se refleja en la desmotivación de los emprendedores por la baja clientela, lo que lleva al fracaso de los emprendimientos” (Monar, 2023).

En el contexto actual, donde los entornos virtuales desempeñan un papel cada vez mas relevantes, es evidente la necesidad de que los emprendedores adquieran las competencias digitales, la falta de capacitación en este ámbito puede generar desmotivación entre emprendedores ya que una menor presencia en línea puede traducirse en una disminución de clientes y en ultima instancia el fracaso del emprendimiento, por lo tanto lo que se propone es que se promuevan programas y recursos que permitan a los emprendedores ecuatorianos desarrollar habilidades digitales indispensables para competir en un mercado globalizado y altamente digitalizado.

### **El emprendimiento y su aporte a la economía ecuatoriana.**

Ecuador se ubica como uno de los países con los mayores niveles de emprendimiento a nivel mundial, sin embargo, su ecosistema emprendedor no es adecuado donde las microempresas representan el 90.89% de las empresas en Ecuador, pero concentran un bajo nivel

de innovación y generación de empleo mismo que se observa un creciente interés en los estudios sobre emprendimiento a nivel nacional, con el objetivo de comprender mejor este fenómeno y proponer soluciones.

### **El emprendimiento y su fortalecimiento con la utilización de contextos virtuales.**

El emprendimiento es una expresión de trabajo accesible para todos, y su fortalecimiento mediante el uso de entornos virtuales es esencial en el mundo contemporáneo ya que la falta de capacitación en el uso de entornos virtuales se refleja en la desmotivación de los emprendedores por la baja clientela, lo que lleva al fracaso de los emprendimientos (García & Encalada, 2023).

Es importante destacar que los emprendimientos no solo se limitan al ámbito empresarial pueden encontrarse en el sector público, donde se fomenta la creación de políticas y programas para impulsar la innovación de un negocio hasta su crecimiento y expansión en mercados internacionales ya que existen emprendimientos de base tecnológica, que se centran en la creación y comercialización de productos o servicios innovadores también hay emprendimientos sociales, que tienen como objetivo abordar problemas sociales o medioambientales a través de modelos de negocio sostenibles, el impacto de los emprendimientos en la economía del Ecuador.

## 2. Metodología.

La presente investigación adoptó un enfoque cuali - cuantitativo, esta integración permite validar hallazgos y enriquecer el análisis, ofreciendo una perspectiva más robusta sobre el objeto de estudio lo que permitió analizar de manera profunda la gestión de las redes sociales y su impacto en los emprendimientos el estudio estableció una relación entre las estrategias implementadas por los emprendedores y los resultados obtenidos tanto positivo como negativos. En este alcance de la investigación, ya se conocen las características del fenómeno y lo que se busca, es exponer su presencia en un determinado grupo humano es posible, pero no obligatorio, plantear una hipótesis que busque caracterizar el fenómeno del estudio (Galarza, 2020), el alcance de la investigación fue descriptivo esto permitió caracterizar a los emprendedores y analizar como las redes sociales pueden contribuir a aumentar la visibilidad de sus negocios.

En primer lugar, se utilizó el método deductivo que consiste en realizar una verificación del tema que se está tratando, es decir permite demostrar, comprender o explicar el tema que se estudia (Zamora & Calixto, 2021). Posteriormente, se empleó el método analítico para descomponer el objeto de estudio en sus partes constituyentes con el fin de observar las causas y medir las relaciones existentes entre ellas a través de la observación. Según Arteaga & Basurto (2022) este método permite una comprensión profunda de las variables de investigación. Para llevar a cabo este estudio se implementó una encuesta dirigida a los emprendedores de CHONE LO TIENE.

La elaboración del presente artículo también se basó en la revisión bibliográfica, donde se presenta información para comprender de mejor manera el impacto que las redes sociales generan en los emprendimientos la investigación de campo nos permitió observar interactuar y recolectar información de primera mano sobre la presencia de las redes sociales y su presencia en los emprendimientos. En el grupo Chone lo Tiene cuenta con una población de 250 emprendedores, para Cerda (2021) "Complementa que la población no solo debe ser entendida como un conjunto, sino también como una entidad con estructura y características propias que deben ser identificadas y analizadas con precisión".El muestreo que se utilizó en esta investigación es no probabilístico por conveniencia ya que éste permite elegir a los participantes más relevantes por lo que se considerará para este estudio a 150 emprendedores de la población antes señalada. La técnica utilizada fue una encuesta la cual permitió recolectar, procesar y analizar los datos obtenidos.

"El analizar datos cuantitativos es un desafío viene desde los años 80, dentro del campo de la investigación educativa, en cada uno de los niveles que presenta, más aún ahora que existe abundancia de información disponible para cada una de las instituciones y temáticas que se quiera abordar" (Pacheco, Suárez, & Arguello, 2020), por ello el instrumento estadístico que se implementó en esta investigación fue el SPSS siendo este un software que permitió la captura y el análisis de los datos obtenidos en la investigación.

### 3. Resultado

Las redes sociales se han convertido en una herramienta importante para los emprendedores es por ello conocer qué beneficios ofrecen las redes sociales a los emprendedores.

*Tabla 3.1 Beneficios que ofrecen las redes sociales*

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje%</b>
Aumento de la visibilidad y alcance	52	35
Mejora en la gestión de los recursos humanos	13	8
Reconocimiento de la marca o del emprendimiento	85	57
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

*Fuente: Emprendedores de Chone lo Tiene*

*Elaborado por: Evelyn Esmeraldas*

Los datos muestran que la mayoría de los emprendedores perciben mayor beneficio en el reconocimiento de la marca con un 57% seguido del aumento de la visibilidad y el alcance con un 35% y un 8% indico que las redes sociales mejoran la gestión de los recursos humanos, como propuesta de mejora los emprendedores podrían aprovechar herramientas específicas dentro de las redes sociales para gestionar equipos promoviendo capacitaciones a través de plataformas de contenido como LinkedIn.

La relación entre el uso de las redes sociales y el incremento de ventas en los emprendimientos es por ello que se analizan cuál es uno de los principales desafíos que enfrentan los emprendedores al utilizar redes sociales para promover sus productos o servicios.

*Tabla 3.2 Desafíos que enfrentan los emprendedores*

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje%</b>
Generar confianza	110	73
Contratar personal especializado	30	20
Limitación de interacciones con clientes	10	7
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

*Fuente: Emprendedores de Chone lo Tiene*

*Elaborado por: Evelyn Esmeraldas*

Generar confianza consta con un 73% es el desafío más grande que enfrentan los emprendedores al construir relaciones sólidas y creíbles con sus clientes la necesidad contratar personal especializado con un 20% podría limitar la implementación de estrategias efectivas esto representa un obstáculo para ciertos emprendedores y un 7% tenemos las limitaciones en las interacciones con clientes implementar contenido visual y testimonio de reales de clientes ayudara

a reforzar la credibilidad además crear alianza con influencers locales para que promociones la marca esto fomentara confianza en los clientes acerca de los productos o servicio que ofrece.

Hacer que nuestro producto o servicio llegue a más personas en ocasiones es complicado es por eso que nos preguntamos qué oportunidad ofrecen las redes sociales para los emprendedores.

*Tabla 3.3 Oportunidades que ofrecen las redes sociales*

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje%</b>
Acceso a mercados internacionales	75	50
Limitación a un público local	19	13
Exclusividad en la venta de productos	56	37
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

*Fuente: Emprendedores de Chone lo Tiene*

*Elaborado por: Evelyn Esmeraldas*

Los emprendedores identifican con un 50% el acceso a mercados internacionales es considerado la oportunidad más valiosa y con un 37% se aprecia la exclusividad en la oferta de productos como una ventaja competitiva y un 13% se puede observar la limitación a un público local, al promover el uso de estrategias de segmentación internacional mediante campañas esto puede tener un alcance global.

Por qué los emprendedores deben monitorear la competencia en las redes sociales, el monitoreo de la competencia es necesario para observar las tendencias y así poder tener ideas innovadoras, creativas y tener al cliente satisfecho.

*Tabla 3.4 Monitoreo de la competencia*

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje%</b>
Reduce la carga impositiva	16	10
Entender las tendencias del mercado y ajustar estrategias	116	78
Aumentar la inversión en recursos e innovar	18	12
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

*Fuente: Emprendedores de Chone lo Tiene*

*Elaborado por: Evelyn Esmeraldas*

La mayoría de los encuestados valoran el monitoreo en entender las tendencias del mercado y ajustar las estrategias con un 78% como clave para mantenerse actualizados, reducir la carga impositiva con un 10% y aumentar la innovación con un 12% son menos prioritarios, fomentar el uso de herramientas de análisis competitivo como benchmarks en redes sociales y

software especializados para el seguimiento de tendencias ayudaría a optimizar la capacidad de reacción de los emprendedores frente a cambios en el mercado.

Qué red social utiliza para promocionar su emprendimiento, la elección de la red social para promocionar su producto o servicio es un factor que determina la efectividad de la estrategia de marketing.

*Tabla 3.5 Red social para promocionar los emprendimientos*

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje%</b>
Facebook	36	24
Instagram	42	28
Tik Tok	32	22
Telegram	0	0
WhatsApp	40	26
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100</b>

*Fuente: Emprendedores de Chone lo Tiene*

*Elaborado por: Evelyn Esmeraldas*

Instagram lidera el uso con un 28% destacando su enfoque visual seguido de WhatsApp con un 26% que resalta su utilidad por tener una comunicación directa con los clientes, Facebook con el 24% y Tik Tok con un 22% este emerge como una oportunidad desaprovechada en algunos sectores, potenciar el uso de esta red social mediante contenido creativo y tendencias virales, especialmente para productos o servicios dirigidos a públicos jóvenes, Telegram también se puede utilizar como una opción de campaña personalizada.

#### 4. Discusión.

El uso de las redes sociales ha formado la manera en que los emprendedores interactúan con sus clientes y promocionan sus productos. Según Lastra (2021), el internet y las plataformas digitales han evolucionado Ecuador presenta un índice de uso de internet (54%) inferior al promedio mundial (57%) y es el país sudamericano con menor utilización de internet y el internet como herramienta esta implícito en casi todas las actividades laborales, académicas y de ocio, lo cual hace indudable prever a mediano plazo un crecimiento de usuarios de internet en Ecuador se plantea la necesidad de explorar cómo las redes sociales pueden ser un catalizador para el crecimiento de los emprendimientos en el país.

Salazar (2021) argumenta que las redes sociales no solo no solo facilitan la comunicación instantánea, sino que también crean comunidades de usuarios que pueden ser aprovechadas por los emprendedores para construir relaciones solidas con sus clientes. Esta afirmación se ve respaldada por los resultados obtenidos en la investigación donde se identificaron tanto desafíos como oportunidades en el uso de las redes sociales por parte de los emprendedores. En las encuestas realizadas los emprendedores mencionaron que, aunque enfrentan dificultades en la gestión de sus perfiles y en la creación de contenido atractivo, también reconoce que las redes sociales les permiten llegar a un publico más amplio y diversificado.

Sin embargo, es importante considerar que el uso de las redes sociales no garantiza el éxito de un emprendimiento “Destaca que el método analítico permite descomponer un fenómeno en sus partes constitutivas para entender sus causas y efectos” (Arteaga y Basurto 2022). En este caso la investigación revela que muchos emprendedores carecen de una estrategia clara para utilizar las redes sociales de manera efectiva, esto sugiere que, aunque las plataformas digitales ofrecen oportunidades su aprovechamiento depende de la capacidad de los emprendedores para implementar estrategias adecuadas que se alineen con sus objetivos comerciales.

Además la investigación manifiesta que la presencia de las redes sociales no es suficiente es importante que los emprendedores comprendan las características de su público Pacheco Suarez y Arguello (2020) menciona que el análisis de datos cuantitativos es un desafío, especialmente en un entorno donde la información es abundante, en los resultados obtenidos se observo que muchos emprendedores no utilizan herramientas analíticas para medir el impacto de sus acciones en redes sociales lo que limita su capacidad para tomar decisiones informadas.

La investigación realizada proporciona evidencia que respalda las afirmaciones de los autores consultados, pero también revela la necesidad de un enfoque más analítico y estratégico en el uso de las redes sociales en su modelo de negocio estará mejor posicionado para alcanzar el éxito, destacando que las redes sociales en los emprendimientos presentan oportunidades de mejora donde promociona interacción con los clientes.

## **5. Conclusiones.**

El uso de las redes sociales ha demostrado tener un impacto positivo en los emprendimientos, facilitando el aumento de visibilidad y el reconocimiento de marca, los emprendedores que utilizan estas plataformas de manera estratégica logran conectar con su audiencia de forma más efectiva, lo que se traduce en un incremento en las oportunidades de ventas, sin embargo el éxito dependerá de la capacidad que los emprendedores tengan para adaptarse a las características específicas de cada red social y a la preferencia de sus clientes.

Los emprendedores enfrentan varios desafíos al utilizar redes sociales como la falta de conocimientos técnicos y la dificultad para generar contenido atractivo y relevante, estos obstáculos pueden limitar su capacidad para interactuar con los clientes y aprovechar al máximo las oportunidades que estas plataformas ofrecen, además la competencia es intensa lo que exige a los emprendedores innovar constantemente y desarrollar estrategias diferenciadas para destacar en el mercado.

Las redes sociales brindan a los emprendedores oportunidades significativas para expandir su mercado y establecer conexiones valiosas, a través de esto se puede recibir una retroalimentación instantánea y ajustar sus ofertas en función a la necesidad del mercado, además el acceso a herramientas de publicidad segmentadas permite a los emprendedores dirigir sus esfuerzos de marketing de manera más efectiva, lo que puede resultar en un crecimiento acelerado y en una mayor estabilidad económica para sus negocios.

## **6. Recomendaciones y Limitaciones.**

Una limitación que enfrentan los emprendedores es el acceso limitado a recursos financieros y humanos para gestionar sus redes sociales de manera efectiva, esto puede restringir su capacidad para invertir en publicidad lo que a su vez afecta su presencia y rendimiento en estas plataformas, se recomienda a los emprendedores desarrollar estrategias específicas para promocionar su producto o servicio.

La falta de conocimiento técnico en el uso de las redes sociales es otra limitación significativa ya que muchos emprendedores no están familiarizados con las mejores prácticas de marketing digital, lo que puede llevar a una gestión ineficaz de sus perfiles y a la creación de contenido poco atractivo, es aconsejable que los emprendedores inviertan en capacitaciones y desarrollo de habilidades relacionadas con el marketing.

Se sugiere analizar las estrategias y el rendimiento de otros negocios en el mismo sector puede proporcionar información valiosa sobre las tendencias del mercado y las preferencias del consumidor, esta práctica permitirá a los emprendedores ajustar sus propias estrategias y diferenciarse en un entorno competitivo inspirados en nuevas ideas que contribuyen en el crecimiento y evolución de sus emprendimientos.

## 7. Bibliografía

Angulo, E. A. (2021). LA EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO EMPRENDIMIENTO Y SU RELACIÓN CON LA INNOVACIÓN Y EL CONOCIMIENTO. *Investigación & Negocios*, 1-17.

Arteaga-García, M. L., & Menéndez-Mera, M. H. (2021). Redes Sociales: Recurso innovador para emprendedores. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(12), 566. <https://doi.org/10.35381/r.k.v6i12.1381>

*Art Creativa*. (8 de Junio de 2019). Obtenido de Agencia de Marketing: <https://www.artcreativa.mx/las-redes-sociales-una-nueva-herramienta-de-difusion-social/>

Benavides, P. A. (2021). *Tesis Impacto de las Redes Sociales y el Internet*. Obtenido de Studocu: <https://www.studocu.com/ec/document/universidad-politecnica-salesiana/tecnologia-y-sociedad/tesis-impacto-de-las-redes-sociales-y-el-internet/29264793>

Castro, C. R. M., Bourne, T. M. E., Véliz, R. A. M., & Ramírez, T. A. E. (2021). Importancia del marketing para el posicionamiento de los emprendimientos en Ecuador. *Revista Publicando*, 8(31), 142-152. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2240>

De la Empresa, U. (2020, 17 octubre). *La Encuesta como Técnica de Investigación, Validez y Confiabilidad*. UDE Universidad de la Empresa. <https://ude.edu.uy/la-encuesta-como-tecnica-de-investigacion-validez-y-confiabilidad/#:~:text=La%20encuesta%20como%20t%C3%A9cnica%20de%20investigaci%C3%B3n%20se%20caracteriza%20por%20utilizar,extrapolar%20los%20resultados%20que%20de>

Díaz-Campo, J., Segado-Boj, F., & Fernández-Gómez, E. (2021). Hábitos del usuario y tipo de red social como predictores de consumo y difusión de noticias. *Profesional de información*.

Echeverría, P. M. O., & Aillón, T. M. F. (2022). IMPACTO DE LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES EN LAS EMPRESAS GASTRONÓMICAS. *Chakiñan*, 16, 52-67. <https://doi.org/10.37135/chk.002.16.03>

Galarza, C. R. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciasAmérica*.

García, N. G., & Encalada, Y. A. (2023). EL EMPRENDIMIENTO Y SU FORTALECIMIENTO CON LA UTILIZACIÓN DE CONTEXTOS VIRTUALES. *PENTACIENCIAS*, 714-725.

Gómez, O. A., Ortiz, O. L. O., & Gallego, M. C. (2019). Redes sociales, tejidos de paz. *Hallazgos*, 17-25. <https://doi.org/10.15332/2422409x.4999>

- Gil-Fernández, R., & Calderón-Garrido, D. (2023). Desafíos de las redes sociales en educación. Revisión y análisis bibliométrico de la producción científica para mapear tendencias y perspectivas. *Innoeduca*, 9(2), 51-67. <https://doi.org/10.24310/innoeduca.2023.v9i2.16340>
- Iniesta, J. M., Peñalver, A. J., & Gómez, E. H. (2021). La financiación del emprendimiento social: estudio de la comunicación y el uso de las redes sociales en la plataforma crowdfunding"Goteo". *Economía Pública, Social y Cooperativa*, 199-233.
- Jiménez, A. R., & Jacinto, A. o. P. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 82, 175-195. <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Lastra, O. R. (2021). Contribución de las redes sociales al desarrollo de emprendimientos nuevos. *Universidad y Sociedad*, 23-27.
- Macias, J. I. Z. (2022). Impacto de campañas publicitarias en redes sociales. *Enfoques*, 6(24), 381-390. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v6i24.149>
- Monar, J. H. (2023). El Emprendimiento en el ecuador . *Latinoamericana de ciencias sociales y humanidades*.
- Pacheco, J. L., Suárez, A. I., & Arguello, M. V. (2020). Análisis general del spss y su utilidad en la estadística . *JOURNAL OF BUSINESS SCIENCES*.
- Ridge, B. V. (5 de Marzo de 2024). *In Social Media*. Obtenido de <https://www.mediummultimedia.com/social-media/cuales-son-las-redes-sociales-profesionales/>
- Saltos, J. E., Tutiven, L. R., & Urquiza, M. d. (2021). Las redes sociales como medio de emprendimiento. *RECIAMUC*, 60-69.
- Saltos, J. E., Tutiven, L. R., & Urquiza, M. d. (2021). Las redes sociales como medio de emprendimiento. *RECIAMUC*, 60-69.
- Saltos, J. E., Tutiven, L. R., & Urquiza, M. d. (2021). Las redes sociales como medio de emprendimiento. *RECIAMUC*, 60-69.
- Srmiento, F. V., & Reinoso, D. I. (2021). Estrategias de la comunicación digital en el manejo de redes sociales para la promoción de microempresas. *Killkana Sociales*, 73-86.
- Topete, F. A., & Figueroa, C. O. (2022). v6i1.1607p1729Establecimiento de las ventajas de las redes sociales como estrategia de comercialización en las empresas del sector servicios de fumigación. *Ciencia Latina*.

Vargas-Ramirez, P. L., Zuñiga-Gonzales, M. G., & Mullo-Tene, M. F. (2020). Emprendimiento y su relación con el desarrollo económico y local en el Ecuador. *Polo del Crecimiento*, 242-258.

Versoza, L. M. P., & Yagual, R. R. C. (2017a). Relación entre el ciclo de vida de las Pymes en redes sociales y el emprendimiento en la ciudad de Guayaquil. *Innova Research Journal*, 2(5), 125-136. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n5.2017.233>

Zamora, I., & Calixto, L. (2021). Metodología Investigación. *SMITH ZAMORA EIRL*, 1-65.

## 8. Anexos.

Matriz de consistencia					
Problema General	Objetivo General	Variables	Metodología	Población y Muestra	Instrumento
Deficiente manejo de las redes sociales para el desarrollo de los emprendimientos.	<p><b>OBJETIVO GENERAL:</b> Determinar cómo las redes sociales impactan en los emprendimientos.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECIFICOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Analizar el uso y la presencia de los emprendimientos en las diferentes plataformas de las redes sociales.</li> <li>➤ Identificar los desafíos y las oportunidades que enfrentan los emprendedores en el uso de las redes sociales.</li> </ul>	<p><b>Variable Independiente:</b> Las redes sociales.</p> <p><b>Variable Dependiente:</b> Los emprendimientos</p>	<p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Diseño:</b> Descriptivo</p>	<p><b>Población:</b> La población está constituida por los emprendedores del GAD de Chone que son el grupo de Chone lo tiene.</p> <p><b>Muestra:</b> Se trabajará con los emprendedores de este grupo.</p> <p><b>Tipo de muestra:</b> No probabilístico por conveniencia.</p> <p><b>Criterios de selección:</b> Se elige el no probabilístico por conveniencia la cual se elige de acuerdo al investigador seleccionando de manera arbitraria de ver cuántos participantes puede haber en el estudio.</p>	<p><b>Instrumento:</b> En esta investigación utilizaremos, primero emprendedores que pertenecen al grupo de CHONE LO TIENE para así nosotros poder identificar cuáles son esos emprendimientos que les hace falta que manejen mejor las redes sociales. Para llevar acabo esto se realizará una encuesta para nosotros poder hacer un análisis de los datos recolectados en dicha encuesta.</p>

**Objetivo:** Determinar cómo las redes sociales impactan en los emprendimientos.

**Instrucciones:** Lea detenidamente cada pregunta y seleccione la respuesta que usted considere correcta.

### **Encuesta a los Emprendedores**

#### **1. ¿Qué beneficio ofrecen las redes sociales a los emprendedores?**

- Aumento de la visibilidad y alcance.
- Mejora en la gestión de recursos humanos.
- Reconocimiento de la marca o del emprendimiento.

#### **2. ¿Qué tipo de interacción en redes considera más valiosa para un emprendimiento?**

- Respuestas de clientes.
- Comentarios en publicaciones.
- Mensajes directos.

#### **3. ¿Qué estrategia deben implementar los emprendimientos en sus redes sociales?**

- Publicar contenido exclusivamente promocional.
- Interactuar activamente con seguidores y responder comentarios.
- Utilizar solo anuncios pagos para aumentar seguidores.

#### **4. ¿Cuál es uno de los principales desafíos que enfrentan los emprendedores al utilizar redes sociales para promover sus productos o servicios?**

- Generar confianza.
- Contratar personal especializado.
- Limitación de interacciones con clientes.

#### **5. ¿Qué oportunidad ofrecen las redes sociales para los emprendedores?**

- Acceso a mercados internacionales.
- Limitación a un público local.
- Exclusividad en la venta de productos.

#### **6. ¿Qué oportunidad ofrecen las redes sociales en términos de colaboración y networking para los emprendedores?**

- Restricción en la comunicación con colegas.
- Acceso a mentores y expertos en el sector.
- Aumento en la burocracia empresarial.

**7. ¿Cómo evalúa la presencia de las redes sociales en el crecimiento de su emprendimiento?**

- Muy efectiva.
- Algo efectiva.
- No efectiva.

**8. ¿Por qué es importante que los emprendedores tengan una estrategia para cada plataforma en las redes sociales?**

- Evitar la competencia con otras empresas.
- Optimizar el retorno de la inversión publicitaria.
- Aumentar la seguridad cibemética.

**9. ¿Por qué los emprendedores deben monitorear la competencia en las redes sociales?**

- Reduce la carga impositiva.
- Entender las tendencias del mercado y ajustar estrategias.
- Aumentar la inversión en recursos e innovar.

**10. ¿Cuál red social utiliza para promocionar su emprendimiento?**

- Facebook.
- Instagram
- Tik Tok
- Telegram
- WhatsApp

**Gracias por su colaboración**