



Las redes sociales como estrategia de fortalecimiento Microempresarial en el cantón Zapotillo

Social networks as a strategy for strengthening Microenterprises in the canton of Zapotillo

As redes sociais como estratégia para fortalecer as microempresas do cantão de Zapotillo

Karla A. Zapata-Ramírez ^I
zapata-karla3898@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3392-618X>

Boris A. Pin-Álava ^{II}
pin-boris2591@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3452-748X>

Ángel Bernal-Álava ^{III}
angel.bernal@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-9212-1234>

Correspondencia: zapata-karla3898@unesum.edu.ec

Ciencias Económicas y Empresariales
Artículos de investigación

***Recibido:** 16 de julio de 2021 ***Aceptado:** 30 de agosto de 2021 *** Publicado:** 30 de septiembre de 2021

- I. Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.
- II. Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.
- III. Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.

Resumen

Actualmente a nivel internacional, nacional y local encontramos jóvenes involucrados en la actividad del emprendimiento lo que demuestran que aprovechan la oportunidad para promover su autonomía y superación ante la vida. Es decir, que al desarrollar una actividad comercial se utiliza como ventaja competitiva las redes sociales para llegar a la mente del cliente o consumidor, la mayoría de los emprendedores usan como técnica para conocer gente nueva y así promocionar sus productos llegando a los distintos lugares con su emprendimiento. En este sentido, los medios de comunicación digital aportan significativamente estrategias de publicidad, lo que permite la acogida de consumidores mediante el acceso rápido de compras por el internet. Dentro de la metodología aplicada se consideró el método investigativo, analítico, descriptivo y estadístico, lo que nos conlleva a tener claro las reglas y procedimiento considerados para dar cumplimiento al objetivo que se refiere a estudiar y examinar la información desde los distintos criterios de autores que optan por esta metodología. Además, técnicas y métodos que ayudaron a aclarar el problema establecido, es evidente que las redes sociales son utilizadas por parte de los emprendedores que ven al internet como una herramienta fundamental. Motivo por el cual se realizó una encuesta a los comerciantes para obtener los resultados que se presentan en el trabajo realizado. Es preciso indicar que ha sido de gran importancia para transformar de esta; una fuente significativa de ingresos económicos, con la ayuda del marketing digital, que contribuye al desarrollo económico y social de los negocios.

Palabras claves: Redes sociales; estrategia; desarrollo; microempresa.

Abstrac

Currently at the international, national and local level we find young people involved in the activity of entrepreneurship, which shows that they take advantage of the opportunity to promote their autonomy and improvement in life. That is, when developing a commercial activity, social networks are used as a competitive advantage to reach the mind of the client or consumer, most entrepreneurs use as a technique to meet new people and thus promote their products by reaching different places with your venture. In this sense, digital media significantly contribute advertising strategies, which allows the reception of consumers through quick access to purchases over the internet. Within the applied methodology, the investigative, analytical, descriptive and statistical method was considered, which leads us to be clear about the rules and procedures considered to

fulfill the objective that refers to studying and examining the information from the different criteria of authors who they opt for this methodology. In addition, techniques and methods that helped to clarify the established problem, it is evident that social networks are used by entrepreneurs who see the internet as a fundamental tool. Reason why a survey was carried out to the merchants to obtain the results that are presented in the work carried out. It should be noted that it has been of great importance to transform this; a significant source of economic income, with the help of digital marketing, which contributes to the economic and social development of businesses.

Keywords: Social networks; strategy; developing; microenterprise.

Resumo

Atualmente a nível internacional, nacional e local encontramos jovens envolvidos na atividade de empreendedorismo, o que mostra que aproveitam a oportunidade para promover a sua autonomia e melhoria de vida. Ou seja, ao desenvolver uma atividade comercial, as redes sociais são utilizadas como uma vantagem competitiva para atingir a mente do cliente ou consumidor, a maioria dos empreendedores utiliza como técnica para conhecer novas pessoas e assim divulgar seus produtos chegando a diferentes lugares com seu empreendimento. Nesse sentido, as mídias digitais contribuem significativamente com as estratégias publicitárias, que possibilitam o recebimento dos consumidores por meio do acesso rápido às compras pela internet. Dentro da metodologia aplicada, considerou-se o método investigativo, analítico, descritivo e estatístico, o que nos leva a ter clareza sobre as regras e procedimentos considerados para cumprir o objetivo que se refere a estudar e examinar a informação dos diferentes critérios dos autores que optam. para esta metodologia. Além de técnicas e métodos que ajudaram a esclarecer o problema estabelecido, fica evidente que as redes sociais são utilizadas por empreendedores que veem a internet como uma ferramenta fundamental. Motivo pelo qual foi realizada uma pesquisa junto aos comerciantes para obtenção dos resultados que são apresentados nos trabalhos realizados. Deve-se notar que foi de grande importância transformá-lo; uma importante fonte de receita econômica, com a ajuda do marketing digital, que contribui para o desenvolvimento econômico e social dos negócios.

Palavras-chave: Redes sociais; estratégia; em desenvolvimento; microempresa.

Introducción

Las comunidades en estos últimos años se han organizado de diversas formas al impulsar sus negocios a través de plataformas tecnológicas para lograr el posicionamiento de productos, servicios y marca que los caracteriza. Actualmente en el mundo empresarial cada día se interactúa más a través de las redes sociales, como Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, entre otros medios. Nos encontramos, entonces ante una crisis donde los empresarios se ven obligados hacer uso de las nuevas tecnologías y medios de comunicación por la coyuntura económica, política, social que atraviesa el país.

A nivel del Ecuador específicamente en la ciudad de Loja en su mayoría las microempresas han tenido incremento en cuanto al desarrollo comercial. Por lo tanto, la constante necesidad de utilizar estas herramientas fundamentales permite el desarrollo y crecimiento del sector microempresarial. Las redes sociales han provocado gran impacto en la forma de comunicación digital empresa-consumidor, de igual manera tiene como ventaja incluir un enfoque de eficiencia y factibilidad para desarrollar conexiones de ámbito comercial, lo que permite mejorar el comercio y porque no decir las ventas de los diferentes productos que se ofertan en la localidad.

En el cantón Zapotillo estas herramientas digitales son una oportunidad para cualquier negocio, la problemática radica en especial para aquellos que por sus limitaciones de recursos económicos, técnicos y personal no pueden desarrollar campañas en los medios tradicionales, los microempresarios tienen poca claridad sobre la importancia de utilizar estrategias que fortalezcan la parte interna y externa, requieren darse a conocer con sus futuros clientes y de esta manera fortalecer la unidad de negocio constituidas a no más de nueve empleados. Es necesario buscar siempre innovar y que su marca esté presente en la mente de los consumidores implementando estrategias de bajo costo en las páginas web para atraer y retener clientes. En este sentido, el presente artículo científico tiene como objetivo analizar cómo el uso de las redes sociales, utilizado como herramienta, ha impactado como estrategia de fortalecimiento de los proyectos emprendedores el cantón Zapotillo.

Redes sociales

Son medios de comunicación utilizados por usuarios que desean proporcionar información e interconectarse con diferentes personas, la utilización de un sitio web genera grandes beneficios tanto en el ámbito personal como empresarial, con el fin de compartir contenido desde cualquier lugar del mundo y ser reconocidos. Actualmente las microempresas para lograr fortalecer su

emprendimiento utilizan plataformas a través del internet, con el único propósito de llegar a la mente del consumidor ofreciendo sus productos y servicio. Las redes sociales nos permiten conocer y eventualmente acceder a nuevas metodologías de aprendizaje. (Molina, 2013).

En nuestra sociedad por la presencia del Covid-19 nos hemos visto obligados a tomar como punto de referencia las redes sociales para cualquier actividad que esté relacionado con la economía del país, debido a esto se han presentado diferentes realidades como tener sitio web colapsado de tanto ser utilizado para estudios, ventas, comercialización, publicidades, entre otras. De tal manera que las personas y las empresas se han preocupado por compartir de modo individual o grupal para buscar ingresos económicos y de esta forma poder sustentar los gastos económicos de salud, servicios básicos, vivienda, estudios y alimentación.

Facebook

Es una plataforma calificada como la más popular, que en los últimos años globalmente ha evolucionado de una manera impresionante contribuyendo a relacionarse de persona a persona, un sitio para crear actividades comerciales, informar, establecer estrategias de marketing digital, donde las marcas han adquirido un valor importante a través de las páginas de facebook para captar a los clientes o usuario. Entre las oportunidades que ofrece esta red social, en las empresas aparte de ser un buen medio de comunicación aporta en desarrollar atenciones de gustos y preferencias que va a depender del público objetivo al que queremos llegar. (Balarezo Tapia , 2015)

Ser emprendedor permite identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a las que se enfrenta el negocio, por ende, es necesario participar con nuevos métodos o estrategias en el mundo digital para alcanzar las metas comerciales. Millones de usuarios utilizan facebook de múltiples maneras para ampliar y mejorar la viabilidad de la empresa, lo que ha demostrado un crecimiento alto y destacado porcentaje como pieza clave de comunicación e interacción de información en los últimos años.

Instagram

Es una red social con nuevas actualizaciones enfocada en llamar la atención de los individuos, compartir imágenes, videos, historiales, entre otros contenidos visuales. A su vez promocionar las ventas y marketing directo para potenciar los negocios, los clientes pueden llegar a informarse de las distintas características del bien o servicio, estar al tanto de las ventajas y analizar el impacto

de los demás consumidores que adquieran los productos mediante el uso adecuado de Instagram. (Mercedes, 2015)

La digitalización de la sociedad ha generado un profundo cambio en los medios sociales como la experiencia de compra del consumidor y analizar la presencia de publicidad, generando fluidez de conexión entre empresa y los usuarios. Para estimar ser tendencia en los canales visuales mostrando quienes somos y lo que nos gusta compartir al público, el lanzamiento de esta aplicación facilita la evolución de los negocios y tener una mejor versión de la imagen.

Twitter

Es una red rápida, simple y económica que permite compartir ideas, comentarios, noticias, mensajes inmediatos y materiales multimedia para desarrollar relaciones con el lenguaje online. Herramienta que hoy en día tiene como objetivo no solo formar parte de un grupo, sino el de esparcir información sobre temas que presentan interés a los usuarios y desempeñar el dialogo mediante este servicio de mensajería, que se ha convertido en keywork en el mundo de la publicidad online. (Guembe, 2015)

Twitter es una red social y sobre todo un servicio de microblogging, un lugar donde las personas expresan lo que desean sin medir ninguna consecuencia, dando paso a las organizaciones para que mantengan una buena comunicación en tiempo real. Los usuarios pueden acceder a este canal publicitario a través de la Web o a través de un dispositivo móvil con conexión a Internet, aprovechar el marketing online y convertirse en líder del mercado con estrategias inteligentes para dar presencia ante potenciales clientes, generar ventas directas y promociones de venta futuras.

YouTube

Es una aplicación tecnológica que ha evolucionado en transmisión de datos digitales, acceso a contenidos audiovisuales (tutoriales o videos) que le permitan al usuario lucrarse sobre alguna actividad de interés comercial o función social, divulgar información sin una compensación económica. Es utilizado como un canal base en los modelos de negocios para su desarrollo y crecimiento microempresarial, ser tendencia a nivel nacional e internacional que promociona YouTube como medio publicitario en el marketing digital. (Bañuelos, 2009)

YouTube es un sitio web que fue creado desde 2004, comenzando en ese entonces las empresas a constituirse de una manera eficaz para compartir novedades relevantes acerca de sus productos o servicios que ofrecen a diario, poseer este canal o plataforma audiovisual por excelencia es un estupendo escaparate para los negocios, tanto como para su marca digital y las distintas opciones

que ocurran para atraer un sinnúmero de visitas y alcanzar altas tasas de audiencia que, consecuentemente harán crecer a la empresa.

Metodología

Método investigativo

Son el conjunto de reglas y procedimientos utilizados en el proceso de enseñanza y aprendizaje, con el objetivo de estudiar y examinar la información desde los distintos criterios de autores que optan por esta metodología. Existen técnicas y métodos con el propósito de aclarar un problema o confirmar una teoría, proporcionando al estudiante conocimiento desde los diferentes enfoques para una investigación de validez y rigor científico a los resultados obtenidos. (Raffino, 2020)

Este método ha sido de guía para direccionar al estudiante al logro de sus objetivos en el presente trabajo investigativo, manteniendo un pensamiento crítico, brindando una mejor comprensión, solidez y argumento de la información requerida. Se aplicó este método para describir, predecir y controlar el fenómeno observado permitiendo tener una información confiable y resultados eficientes.

Método analítico

Es un método que consiste en descomponer las partes o elementos de un todo, implica habilidades como un pensamiento crítico basado en la experimentación directa y la lógica. Tiene como efecto permitir al investigador científico la indagación y comprender a profundidad los elementos que lo conforman, así mismo, recopilar cada uno de los datos y evaluar los hechos para dar soluciones a las dificultades que se presentaron en el desarrollo del trabajo objeto de estudio. (Raffino, 2020)

El método analítico es sumamente útil en diferentes campos de estudio o en estudios de tipo descriptivo, que revelan relaciones esenciales y rasgos fundamentales involucrando métodos inductivos y deductivos. El análisis es la observación y examen de un hecho que se ha dado básicamente para saber lo que se va a estudiar desde la razón y naturaleza de las partes investigadas.

Método descriptivo

Es un método que consiste en describir y ajustar ciertos tipos en un contexto específico en uno o más localidades. En la investigación descriptiva se interpreta los datos obtenidos para manifestar justamente, cuáles son las variables que están relacionadas entre sí. Se puede estudiar o detallar a la población o fenómeno que se está estudiando y así se obtendrá una base o hipótesis del artículo,

busca un conocimiento preliminar de la realidad que se produce de la observación franca del investigador y del conocimiento que se obtiene mediante el estudio de la información. (Ferriol, 2006)

Es preciso mencionar que, dentro del artículo científico a realizar a más de describir y ajustar ciertos tipos en un contexto específico, se encarga de puntualizar las características de la población que se desea estimar. La averiguación detallada tiene como fin indagar la incidencia y los valores en las que se expresan las cambiantes y dar su explicación llevando a cabo un plan principal que es describir el entorno de un segmento demográfico, sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno que se quiere estudiar.

Método estadístico

Los datos cuantitativos y cualitativos son hipótesis que permiten comprobar el resultado establecido, uno de los propósitos es comprobar el resultado en la encuesta correspondiente de la investigación. Tiene como responsabilidad una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisión y se emplea de acuerdo a las necesidades establecida, ayuda a definir estilos entre sucesos o variables que son monótonas en realidades estudiadas, esto sobrelleva en algunos casos característica que mayormente están basadas en suposiciones (Mendoza Méndez, 2017).

El método estadístico rinde datos que están basados por hipótesis que pueden ser investigadas, pero no comprobadas. En general los modelos estadísticos usan una descomposición de los valores de una o varias variables dependientes en una parte sistemática o predecible y otra parte aleatoria o no predecible, se llevó a cabo encuestas para obtener una información real donde los modelos son estáticos o transversales. Este método cuenta con algunas etapas importantes entre ellas están la recolección, cálculo, presentación, síntesis y el análisis que debe ser justificado ya sea de manera inductiva o deductiva.

Población y muestra

Población

Es el conjunto de elementos que presentan particularidades frecuentes, como su misma palabra lo indica el describir la población humana o el número general de individuos que existen en un área territorial. Brindando datos completos de un todo y precisar apropiadamente un estudio en tiempo

y espacio, una encuesta ejecutada a toda la ciudad es más rigurosa al obtener sus resultados sin margen de error, pero a su vez esto no siempre es posible. (Sautu, 2005)

La población concurrente en el proceso de investigación fueron las personas que se dedican al comercio y a la productividad económica, cuyo perfil se enmarca en los jóvenes microempresarios y empresarios destacados del cantón Zapotillo, que utilizan diferentes estrategias como las: redes sociales que los conlleva al fortalecimiento microempresarial. Además, se tomó en cuenta criterios de sociabilidad y que estos sean incluidos en la información.

Muestra

Es considerada el subconjunto de la población, donde participan cierta parte de los miembros de la sociedad en general, invitados a resolver la encuesta que contiene una serie de características arrojando resultados justos, datos urgentes, rentables y representados con exactitud las ideas inferidas en la población. (Sautu, 2005). El artículo llevó cabo el estudio probabilístico mediante una encuesta realizada a los habitantes del cantón Zapotillo, se tomó en cuenta una muestra de 50 emprendedores que realizan el comercio día a día. Entre ellos se clasifican de la siguiente manera:

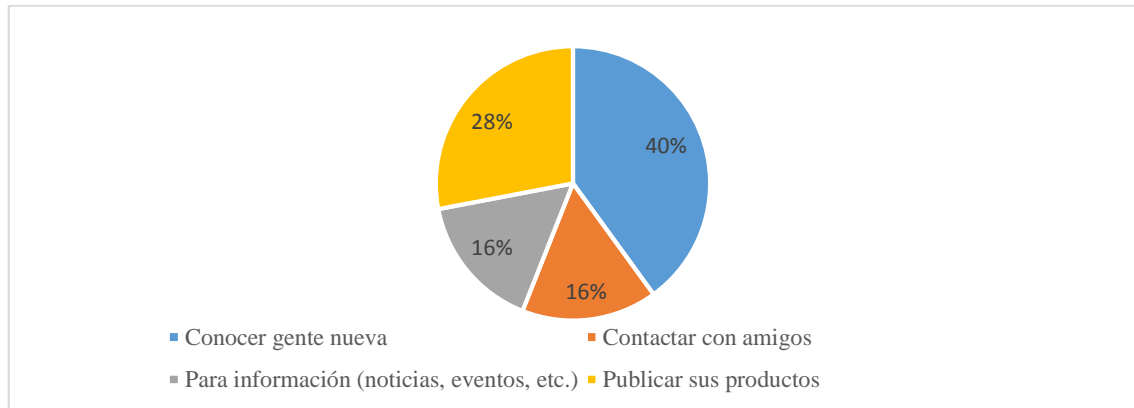
Tabla1. Personas dedicadas al comercio

Personas dedicadas al comercio	Habitantes
Jóvenes microempresarios	30
Empresarios destacados	20
TOTAL	50

Discusión

De la encuesta realizada a las personas dedicadas al comercio en el cantón zapotillo, lo más relevante a continuación

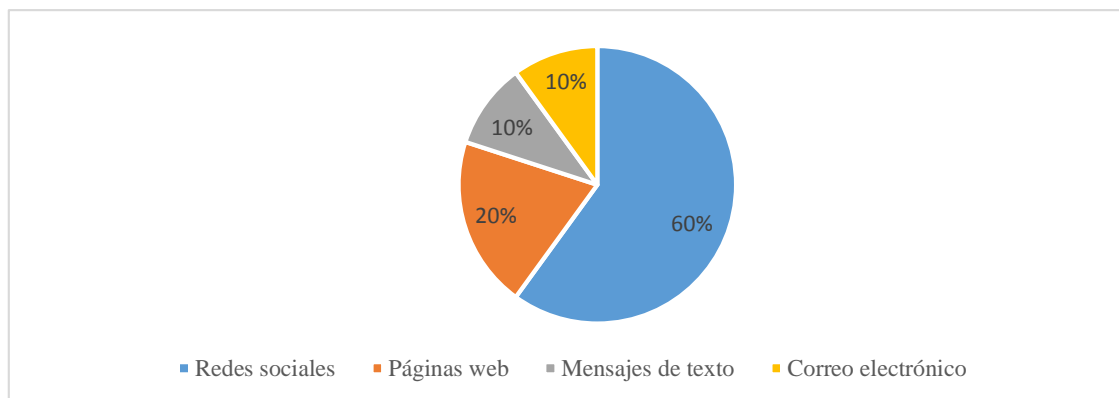
Imagen 1: Uso de las redes sociales



Fuente: Emprendedores del cantón Zapotillo

El uso más importante que les dan a las redes sociales, se obtienen los siguientes resultados: el 16% para contactar con amigos, otro 16% para información (noticias, eventos...), el 28% de los emprendedores lo utilizan para publicar sus productos y el 40% para conocer gente nueva. Se puede palpar que la mayoría de los emprendedores usan como técnica para conocer gente nueva y así promocionar sus productos a través de ellos, llegando a los distintos lugares con su emprendimiento.

Imagen 2: Medios de comunicación digital

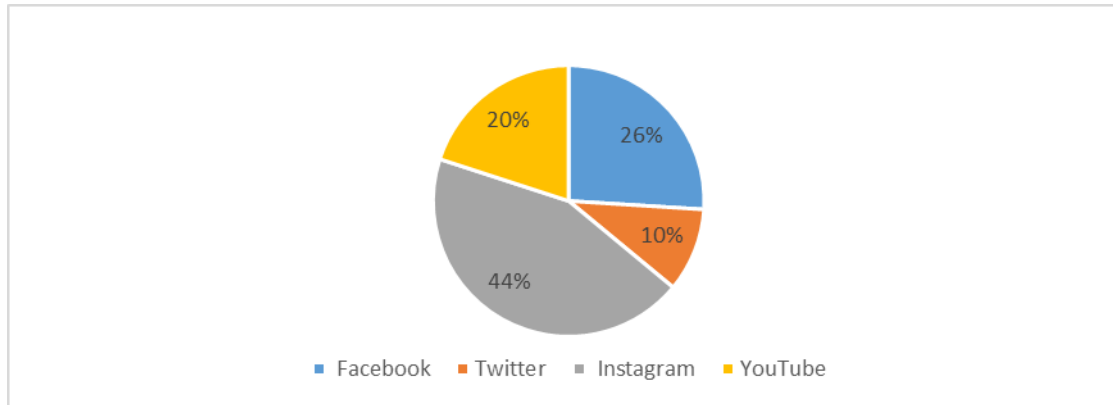


Fuente: Emprendedores del cantón Zapotillo

Los medios de comunicación digital para ofrecer su producto, se obtienen los siguientes resultados: el 10% a través de mensajes de textos, el 10% indicaron por correos electrónicos, el 20% utiliza las páginas webs, mientras que el 60% de los emprendedores las redes sociales. Es decir, los medios de comunicación digital para ofrecer un productos o servicio son más utilizadas las redes sociales

lo que actualmente les genera más publicidad y acogida de clientes potenciales mediante el acceder rápido del internet.

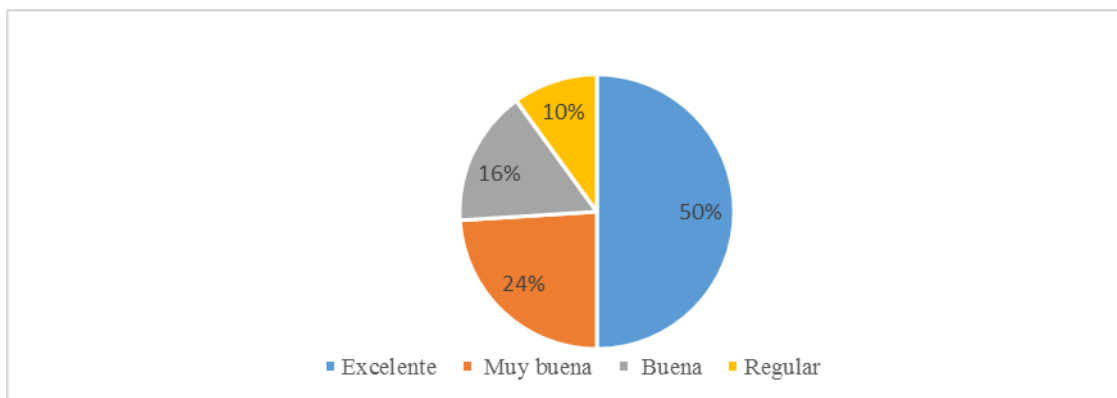
Imagen 3: Redes frecuentadas



Fuente: Emprendedores del cantón Zapotillo

Se ve los resultados: el 10% utilizan Twitter, el 20% indicó que suben contenido de su producto por YouTube, el 26% prefiere Facebook, mientras que el 44% utilizan Instagram. En contexto o desde otro punto de vista la red social más frecuentada es Instagram ya que mediante historias o publicaciones hacen motivar a sus consumidores a realizar una compra.

Imagen 4: Incremento de Ventas



Fuente: Emprendedores del cantón Zapotillo

Lo referente al incremento de las ventas actuales y futuras del negocio, se obtienen los siguientes resultados: el 10% indican de manera regular, el 16% señalan de buena manera, el 24% optan por muy buena, mientras que el 50% considera excelente para lograr el incrementar las ventas. Es decir, las redes sociales se han transformado en una fuente significativa de ingresos, el uso de estas

plataformas llevadas en el marketing digital trae consigo grandes beneficios para los negocios en común lo que contribuye al desarrollo económico y social.

Conclusiones

En la actualidad encontramos jóvenes involucrados en la actividad del emprendimiento lo que demuestran que aprovechan la oportunidad para promover su autonomía y superación ante la vida. Es decir, que al desarrollar una actividad comercial se utiliza como ventaja competitiva las redes sociales para llegar a la mente del cliente o consumidor, dando la facilidad de adquirir un producto o servicio desde su hogar.

Es notorio que la mayoría de los emprendedores usan como técnica para conocer gente nueva y así promocionar sus productos a través de ellos, llegando a los distintos lugares con su emprendimiento. En este sentido, los medios de comunicación digital aportan significativamente estrategias de publicidad a través de las redes sociales, lo que permite la acogida de clientes potenciales mediante el acceder rápido del internet.

Es evidente que las redes sociales son utilizadas de una manera excelente por parte de los emprendedores que ven al internet como una herramienta fundamental para promocionar sus productos o servicios. Es así que podemos manifestar que la red social más frecuentada de acuerdo al estudio realizado es Instagram ya que mediante historias o publicaciones hacen motivar a sus consumidores a realizar una compra.

Con las redes sociales se ha logrado el desarrollo de los negocios de manera excelente destacando y aprovechando de esa manera la actividad empresarial. Es decir, las redes sociales se han transformado en una fuente significativa de ingresos, el uso de estas plataformas llevadas en el marketing digital trae consigo grandes beneficios para los negocios en común lo que contribuye al desarrollo económico y social.

Referencias

1. Balarezo Tapia , M. A. (2015). Las redes sociales. Cuenca.
2. Bañuelos, J. (2009). YouTube como plataforma de la sociedad. Quito, Ecuador.
3. Ferriol, J. M. (2006). MÉTODO DESCRIPTIVO.
4. Guembe, J. (2015). Centro Libros PAPF, S. L. U.
5. Mendoza Méndez. (2017). El método estadístico. Mexico.

6. Mercedes, M. (2015). las redes sociales .
7. Molina, J. L. (2013). Análisis de redes sociales .
8. Raffino, M. E. (2020). investigativo, Métodos.
9. Sautu, R. (2005). Manual de Metodología: construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. CLACSO: reimpresa.

© 2021 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)