



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE
GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO
EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

BENEFICIOS DE LA PAUTA EN PLATAFORMAS DIGITALES POR
PARTE DE EMPRENDEDORES DEL CANTÓN URDANETA

AUTOR/A:

CARMEN KATHERINE PESANTES PATIN

TUTOR/A:

FRANKLIN EDWIN RODRIGUEZ PONCE, MSc.

BABAHOYO - ECUADOR

2020



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



DEDICATORIA

Con todo mi amor dedico este trabajo a todos los que hicieron posible el alcance de esta meta: Dios mi padre celestial, mis padres que son mi apoyo, mi inspiración y confianza a mis hermanos (as), en especial a uno de ellos, a pesar de nuestra distancia física, siento que estás siempre conmigo, aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos y a mi abuelitos que siempre están ahí brindándome confianza, todos ellos son el pilar fundamental de mi vida, y solo ellos saben todo el esfuerzo y dedicación que he aplicado para alcanzar esta meta de mi formación profesional.

Este es el premio para ellos ya que nunca me defraudaron cuando más los necesite.

Carmen Katherine Pesantes Patin



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
EXAMEN COMPLEXIVO



AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por haberme hecho llegar a esta meta, para culminar esta etapa de mi vida,

Agradezco a mis padres, los cuales me han impulsado a seguir adelante, a mis hermanos (as), quienes han estado conmigo siempre, aun que físicamente no puedo darles gracias a uno de ellos, pero yo sé que ahora desde cielo el cuida de mí y esta orgullo de mí.

También agradezco a mis maestros que me han brindado su apoyo y sus enseñanzas. Todo mi logro y esfuerzo es por mi familia quienes han demostrado su amor, a través de sus críticas constructivas las cuales me han permitido escalar en toda mi etapa estudiantil para llegar al momento más importante de mi vida, ser una profesional.

Carmen Katherine Pesantes Patin

RESUMEN

El siguiente estudio nace por el interés de conocer más sobre el uso de las plataformas virtuales como Facebook e Instagram y como aportan al comerciante en realizar pautas publicitarias para utilizarlas como una herramienta efectiva en las actividades de marketing, permitiendo comunicarse a través de fotos y videos de corta duración con los internautas que son los posibles compradores de cualquier mercadería que se esté mostrando. El crecimiento que han tenido ha sido alto en el último tiempo y al poco conocimiento sobre el potencial que estas plataformas poseen, es que se pretende indagar la importancia que tienen estas Redes Sociales, el uso que se le puede dar y el alcance que pueden llegar a tener si son utilizadas eficientemente por las empresas.

Esta investigación tiene como objetivo primordial analizar el uso de las plataformas virtuales Facebook e Instagram como pautas publicitarias de cualquier tipo de microempresa y si son capaces de generar efectivo de manera continua de acuerdo a su uso constante, las predilecciones y estimulaciones que hacen a las personas ser usuarias de estas redes sociales pretende justificar los motivos por los cuales los usuarios siguen los perfiles de marcas más importantes con el fin de que realicen campañas publicitarias exitosas y para mejorar la imagen de las empresas utilizando estas plataformas.

La muestra para realizar la encuesta use tecnología online una calculadora muestral para que se haga más fácil obtener la muestra de los 85 personas que se extrajeron de ambas redes sociales dando como resultado una muestra de setenta personas a quienes nos sorprendieron con sus respuestas, que las redes sociales pueden dar mucho a los internautas solo hay que saber buscar lo que se desea, saber el precio del pedido y su entrega, todo a través de mensajes o correos.

El beneficio de las plataformas virtuales es enorme y muy satisfactoria para los empresarios y deben ser utilizadas constantemente ya que son una plataforma de ventas con excelencia, grandes ganancias y sobre todo mucha popularidad ante los internautas quienes son las personas que nos hace destacar en el mundo virtual. El método aplicado es el de observación ya que se ha visto en las redes sociales la cantidad de empresarios que muestran sus productos para llevarlos a la venta.

Palabras claves: Redes sociales, ingresos, responsabilidad, popularidad

SUMMARY

The following study was born out of the interest of knowing more about the use of virtual platforms such as Facebook and Instagram and how they contribute to the merchant in making advertising guidelines to use them as an effective tool in marketing activities, allowing communication through photos and videos of short duration with the Internet users who are the possible buyers of any merchandise that is being shown. The growth that they have had has been high in the last time and the little knowledge about the potential that these platforms have, is that it is intended to investigate the importance of these Social Networks, the use that can be given and the scope that they can reach to have if they are used efficiently by companies.

The primary objective of this research is to analyze the use of the virtual platforms Facebook and Instagram as advertising guidelines for any type of micro-business and whether they are capable of continuously generating cash according to their constant use, predilections and stimulations that they make to people. Being users of these social networks aims to justify the reasons why users follow the most important brand profiles in order to carry out successful advertising campaigns and to improve the image of companies using these platforms.

. The sample to carry out the survey use online technology a sample calculator to make it easier to obtain the sample of the 85 people who were extracted from both social networks, resulting in a sample of seventy people who surprised us with their answers, which Social networks can give Internet users a lot, you just have to know how to find what you want, know the price of the order and its delivery, all through messages or emails.

The benefit of virtual platforms is enormous and very satisfactory for entrepreneurs and must be used constantly since they are a sales platform with excellence, great profits and above all a

lot of popularity among Internet users who are the people that make us stand out in the world virtual. The method applied is that of observation, since the number of entrepreneurs who show their products to take them for sale has been seen on social networks.

Keywords: Social networks, income, responsibility, popularity

INDICE

Contenido	
RESUMEN	1
SUMMARY	6
INDICE	8
INTRODUCCIÓN	9
II. DESARROLLO	11
2.1 JUSTIFICACIÓN	11
2.2 OBJETIVO	12
2.3 SUSTENTO TEÓRICO	12
2.3.1 ¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online? Descubre cómo impulsar tu marca con esta estrategia.	12
2.3.2 Plataformas de venta online: Cómo vender productos sin complicarte .	13
2.4 Técnicas aplicadas	16
2.5 Resultados obtenidos	17
III CONCLUSIONES	19
IV RECOMENDACIONES	20
V BIBLIOGRAFÍA	21
Contenido	21
ANEXOS	22

INTRODUCCIÓN

En el cantón Urdaneta, se debe analizar sistemáticamente el entorno del mercado dando a la mayoría de las personas tienen la oportunidad de que se vuelvan empresarios desde sus hogares con ayuda de las plataformas virtuales, se ha elevado el número de emprendedores ya que por no tener un empleo fijo con una remuneración apropiada les toca convertirse en comerciantes, jefes y productores de sus negocios obteniendo algunos éxitos y otros fracasos por que se plantearon una expectativa pero no lo culminaron como se lo deseaban, esto sucede porque cada día aparecen nuevos emprendimientos, unos más creativos que otros, algunos generan recursos e invierten más dinero.

El análisis revelará de forma efectiva cada una de las oportunidades y amenazas claves del uso de las plataformas virtuales como son Facebook o Instagram para desarrollar las pautas publicitarias comerciales de una microempresa así como también permitirá conocer de primera mano la competencia en el sector de servicio que se quiera prestar, obteniendo oportunidades y evitando reducir el impacto de cualquier amenaza que se presente al momento de la comercialización, haciendo referencia al estudio del mercado, para así ayudar a recopilar la información acerca de los clientes y descubrir los gustos de los consumidores determinando la factibilidad del mismo.

En pocas palabras las microempresas necesitan de plataformas virtuales ya sea Facebook e Instagram ya que al ser las más populares se pueden dar a conocer como empresarios ante sus usuarios que se caracterizan por tener un producto exclusivo y llamativo, ya que a través del mismo pueden expresar que son una catapulta al éxito empresarial, y dependiendo del lugar donde vivan será una excelente pauta publicitaria, la planeación de las actividades hace posible obtener mucha clientela, porque estos son los que adquieren el

producto a cambio de una pequeña contribución de recuperación económica satisfaciendo al propietario que está comercializando.

El proceso contable se realizará de forma continua en cada fase, desde la identificación hasta la venta del producto, para llevárselo a cabo se cuenta con los recursos necesarios de implementación y financiero, haciéndolas diferentes investigaciones acerca de la compra y venta de productos relacionándola con la planificación y el control más exigentes para las metas financieras trazadas. Posteriormente se hará énfasis sobre la factibilidad del negocio para obtener su pro y contras para continuar con el mismo o si se debe concientizar sobre la idea de buscar otra forma de emprender donde se invierta menos y se gane más en su crecimiento y productividad.

La línea de investigación del presente estudio de caso que se ha seguido es la de la Universidad Técnica de Babahoyo: Educación y Desarrollo Social. Por otro lado, se ha considerado necesaria la línea de investigación de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación: Talento Humano, Educación y Docencia. En este marco se ha utilizado la línea de investigación de la carrera Comunicación Social: Lenguaje y Comunicación y Estilos Periodísticos.

II. DESARROLLO

BENEFICIOS DE LA PAUTA EN PLATAFORMAS DIGITALES POR PARTE EMPRENDEDORES DEL CANTÓN URDANETA.

2.1 JUSTIFICACIÓN

Los habitantes del cantón Urdaneta por falta de empleo desarrollan su creatividad a través de los emprendimientos que realizan por medio de las plataformas virtuales como Facebook e Instagram, van aumentando las estrategias con las empresas de ventas de servicios, las pequeñas empresas adoptan diversos tipos de pautas publicitarias para la venta de productos físicos hasta venta de comidas rápidas por medio de las redes sociales ya que son plataformas muy activas, como es el caso en línea se puede realizar el pedido, sin necesidad de llamar y comercializar productos de diferentes marcas. Se está implementando medios físicos para la exhibición y compra de los artículos, pero ante los problemas de percepción de los objetos y debido al éxito obtenido en ventas.

Las personas emprendedoras utilizan medios visuales y audiovisuales de los artículos que se van a vender, se incrementa el interés y por ende las ventas, demostrándonos que es una estrategia netamente virtual que es factible para lograr el crecimiento de una compañía, la venta de artículos y venta de comidas rápidas por internet se han convertido en una solución rápida y sencilla de realizar un pedido.

Esta iniciativa es la que se quiere analizar para saber si las pautas publicitarias de los medios digitales son convenientes o no, por esta razón se trabajó con un grupo de amigos de las redes sociales para expresar sus puntos de vista acerca de que, si las plataformas virtuales ayudan al comerciante a ser exitoso o no, la información obtenida es totalmente veraz y también nos apoyamos en un marco teórico sólido que nos permite afianzar la investigación.

2.2 OBJETIVO

Analizar el uso de las plataformas virtuales Facebook e Instagram como pautas publicitarias de cualquier tipo de microempresa y si son capaces de generar efectivo de manera continua.

2.3 SUSTENTO TEÓRICO

2.3.1 ¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online? Descubre cómo impulsar tu marca con esta estrategia.

(Peçanha, 2019) Expresa que:

“Principal forma disponible para que las empresas se comuniquen con el público de forma directa, personalizada y en el momento adecuado. Es imposible hablar de marketing e ignorar que más de la mitad de la población mundial tiene acceso a Internet”

De acuerdo a Peçanha nos indica que el marketing es una plataforma muy utilizada para mostrar todos los elementos creativos de una empresa y con su ayuda puede mostrarlas a los cibernautas a adquirir sus productos por que usan una herramienta muy llamativa que es el factor audiovisual y modelos con excelente presencia y así atraen a la clientela como moscas a la miel ,de acuerdo a un dicho muy popular, cada vez personas aparecen con su emprendimiento en las redes sociales generándoles dinero para solventar los gastos que se producen en el hogar y obtener ganancias que les servirán de capital propio que es el pilar fundamental de comerciante para continuar con su negocio tanto en Facebook como en Instagram.

2.3.2 Plataformas de venta online: Cómo vender productos sin complicarte

(Gobea, 2020)Expresa que:

“Partimos de la base de que montar una tienda online para vender productos en Internet es una buena idea. Sin embargo, esto implica un trabajo técnico y logístico por tu parte que debes considerar”

De acuerdo a Gobea La importancia de las plataformas virtuales radica en que son soluciones para la empresa, buscado reducir el costo de adquisición del cliente ya sea en la complementación de las estrategias utilizadas por muchos tipos de negocio, vender tus productos desde plataformas virtuales como Facebook e Instagram, pero sin disponer de los productos físicos en stock. Luego de muestra de manera online a la clientela este hace sus pedidos y luego lo recibe después de cancelar un precio por la prenda o el servicio, es el empresario que se encarga de preparar los pedidos y enviarlos al cliente final.

Definitivamente las herramientas más importantes para todo comerciante es el Marketing Digital que facilitan la interacción entre varias personas, ya sea para reclutar a las personas a través de la web. Su uso se expandió también a marcas y organizaciones teniendo sus propias cuentas para estar en contacto directo con sus clientes y aprovechar este medio de bajo costo cómo medio de promoción y marketing digital. Hoy en día con la masificación de las Redes Sociales, las empresas deben establecer relaciones satisfactorias a largo plazo con sus clientes, para eso necesita una estrategia basada en Marketing Digital. Es decir, las organizaciones deben desarrollar relaciones digitales utilizando estrategias promocionales que hagan énfasis en la creación de contenido.

2.3.3 Cinco Objetivos principales de las páginas de empresas en Facebook durante 2019

(Merca, 2019) Expresa que:

“Actualmente, más de un cuarto de la población mundial utiliza Facebook, por lo que, pese a todos los problemas, sigue siendo relevante, Facebook tiene un promedio de 1,86 mil millones de usuarios activos mensuales en todo el mundo”

De acuerdo a Merca las plataformas digitales son una de las estrategias digitales de mayor experiencia y ayuda a mejorar la relación de una marca o empresa con los consumidores. Incluso, esta situación también funciona en las redes sociales como Facebook. Conscientes de que las nuevas generaciones tienen otro tipo de interacción con las marcas, cada vez buscan hacer cambios para poder llegar a su radar. Con respecto a las empresas, cabe destacar que su conducta se ha cambiado conforme otros canales tomar relevancia. Sobre todo, al considerar los cambios que ha hecho la plataforma para desarrollar la relación entre usuarios. Ahora, el panorama luce diferente y parece que la relevancia que tienen con las firmas en la actualidad ha trascendido a otras plataformas, como Instagram.

Los cinco principales Objetivos son:

- **Aumentar la calidad de las ventas**

Trabajar en el conocimiento de los consumidores al conocerlos mejor, se pueden obtener más recursos para mejorar el alcance final.

- **Mejor impulso dentro de la industria**

Si una empresa considera que la competencia siempre está un paso adelante, con la ayuda de las herramientas de monitoreo, es posible informar, escuchar y realizar un seguimiento de todas las conversaciones sociales que giran en torno a lo que hace tu firma, o la competencia.

- **Reclutamiento más efectivo**

Por medio de redes sociales se puede hacer una estrategia de reclutamiento más simple, pero eso solo significa que se tendrá que analizar de mejor manera cómo se utilizan los canales para ganar.

- **Presencia y popularidad**

Las redes sociales pueden ser una excelente fuente para impulsar los esfuerzos que se retomaron para mejorar la presencia y popularidad.

- **Crecimiento más inteligente**

Reducir asignaciones, presupuestos y gastos, ayuda a mejorar los aspectos de la empresa y si se pretende estar presente en el futuro, es necesario llegar a los clientes por medio de otras tácticas.

2.3.4 Instagram se transforma en un centro comercial

(Meyersohn, 2019) Explica que:

“Los esfuerzos de la plataforma por incursionar en el mercado minorista han atraído a muchas marcas aprovechando la herramienta. 80% siguen un negocio y más de 130 millones de personas al mes hacen clic en publicaciones para ver las etiquetas de productos.”

De acuerdo a Meyersohn Instagram se ha convertido en un centro comercial virtual ya que muchas empresas lo usan para vender sus productos y se prepara a través de sus pautas publicitarias conseguir nuevos clientes y seguidores para hacer que su empresa se solvete y eficaz en un mundo tan interactivo donde el cibernauta cada vez es más creativo a la hora de vender unos más que otros, pero al final siempre alcanzan las metas que se proponen.

2.4 Técnicas Aplicadas

El marketing permite la gestión comercial que aúna procesos para el desarrollo de un bien o servicio. Las empresas se desarrollan en mercados en constante competencia, por lo que es necesario utilizar como herramienta irremplazable el marketing estratégico para analizar, evaluar y diagnosticar las estrategias que necesita hacer la empresa, canalizando los procesos para direccionar la organización, adquiriendo así, una ventaja competitiva.

Se realizó una encuesta para obtener información veraz que avale nuestra investigación a un grupo de usuarios que tienen su microempresa y que se apoyan en las plataformas de Facebook e Instagram para obtener los clientes potenciales y comercializar sus productos. Para realizar la encuesta primero se hizo un sondeo entre mis amigos de las redes sociales Facebook y de Instagram, dialogue con ellos y les exprese mi incógnita sobre el análisis de las plataformas virtuales como pautas publicitarias de las micro empresas y las ventajas y desventajas de ellas, tome en consideración al grupo que acepto mi propuesta que fue un número de 85 personas que tienen su perfil tanto en Facebook como Instagram, para obtener la muestra utilice una calculadora muestral online quien me dio como resultado el valor de 70 personas, con ellas realice la encuesta y luego de recopilar la información tabule los datos para hallar los resultados.

También se utilizó la técnica de la entrevista que fue aplicada al Señor Carlos Guerrero de la ciudadela los Sauces del Cantón Urdaneta – Catarama, quien se apoya en estas redes sociales para realizar su emprendimiento. Estas técnicas dieron como resultado que las plataformas virtuales permiten hacer exitosa a cualquier tipo de microempresa, ya que estas se dan a conocer a millones de usuarios que les encanta comprar productos y servicios que estén completamente asegurados.

2.5 Resultados Obtenidos

A través de las encuestas realizadas a 70 personas extraídas de una población de 85 con ayuda de una calculadora muestral online obtuvimos los siguientes resultados:

En la pregunta uno podemos observar que el 97,2% usa las redes sociales acto muy común dentro de todos los géneros y edades de las personas en todo el mundo por que las usan para todo tipo de actividades.

En la pregunta dos podemos observar que el 87,9% usa las redes sociales acto muy común de las personas en todo el mundo como entretenimiento ya que unas son más populares que otras.

En la pregunta tres podemos observar que el 31,0% usa las redes sociales por dos horas creo que es demasiado, pero es lo que más atrae a la sociedad,

En la pregunta cuatro podemos observar que el 30% usa el Instagram como red social favorita por lo que se cree que es la más popular entre los internautas

En la pregunta cinco podemos observar que el 47,1% considera que las redes sociales influyen notablemente en los individuos unos de forma positiva y otro de forma negativa.

En la pregunta seis podemos observar el 67,3% usa las redes sociales y entran a las páginas de las marcas para ver y comprar o solo para criticar las nuevas tendencias

En la pregunta siete podemos observar que el 40,3% usa las redes sociales para comprar y más son las personas con edades comprendidas entre los 21. 25 años.

En la pregunta ocho podemos observar que el 56,9% que son los hombres son, más propensos a comprar no solo para ellos sino también para sus familias

En la pregunta nueve podemos observar que el 56,9% que son los hombres son, quienes pasan menos tiempo usando Facebook e Instagram ya que la mayor parte del tiempo están trabajando o haciendo otras actividades

En la pregunta diez podemos observar que el 67,3% usa las redes sociales como Facebook e Instagram ya que son plataformas de venta exitosas para quienes se dedican al comercio.

Con ello he podido entender la importancia de las plataformas virtuales como pautas publicitarias son un beneficio para los microempresarios, buenos productores de ganancia e incrementadores de clientes satisfechos, y la entrevista realizada al señor Carlos Guerrero de la ciudadela los Sauces del Cantón Urdaneta – Catarama, quien supo manifestar que las plataformas virtuales Facebook e Instagram son las mas populares para todos los emprendedores y no solo Urdanetences, de la provincia de Los Ríos, se dedican a publicitar en estas plataformas sus negocios quienes se han convertido en éxito de ventas logrando obtener muchos clientes satisfechos por los productos obtenidos. Cabe recalcar que las plataformas virtuales como Facebook e Instagram son un emporio comercial virtual que están logrando satisfacer las necesidades de los clientes y comerciantes más exigentes dentro del mundo.

También debo manifestar que para obtener la muestra para realizar la encuesta y utilice tecnología online, una calculadora muestral para que sea más fácil obtener la muestra de las 85 personas que se extrajeron de ambas redes sociales dando como resultado una muestra de setenta personas a quienes nos sorprendieron con sus respuestas, y dicen que las redes sociales pueden dar mucho a los internautas, solo hay que saber buscar lo que se desea, saber el precio del pedido y su entrega, todo a través de mensajes o correos. El beneficio de las plataformas virtuales es enorme y muy satisfactoria para los empresarios y deben ser utilizadas constantemente ya que son una plataforma de ventas con excelencia, grandes ganancias y sobre todo mucha popularidad ante los internautas quienes son personas que hacen destacar en el mundo virtual.

III CONCLUSIONES

De acuerdo a lo analizado anteriormente podemos concluir que toda microempresa necesita las pautas publicitarias que entrega las plataformas virtuales como Facebook e Instagram, tiene un factor de riesgo de preferencia si implica la responsabilidad ya que si no das todo para triunfar entrarías en un mundo de mediocridad en donde desaparecería la confianza de los clientes e irías a bancarrota.

También se concluyó que cualquier empresa que use las plataformas virtuales, es factible que incremente la gran demanda de los clientes eso significa que la empresa va en buen camino, la organización es el pilar más fuerte dentro de la microempresa ya que si eres ordenado en cada transacción se podrá observar las ganancias del mismo.

Lo importante de toda empresa es tener ganas de trabajar y construir tu credibilidad con responsabilidad y entrega a tiempo para que no entres en tela de juicio ya que la mala publicidad hace decaer cualquier negocio, induciéndolo a una pérdida parcial o total de la inversión realizada.

IV RECOMENDACIONES

- 1.** Se recomienda darle buen uso a las plataformas virtuales por respeto a los usuarios que quieren participar en nuestra microempresa para que gocen de todos los beneficios.
- 2.** Se debe ser constante y no darse por vencido en el primer obstáculo que se aparezca ya que así nunca podrás tener un negocio.
- 3.** Debe contar con una buena administración y tener habilidad de palabra para atraer a la clientela y vender los productos a la hora de hacer tu publicidad en las plataformas virtuales.

V BIBLIOGRAFÍA

Contenido

Gobea, J. (20 de 06 de 2020). *Plataformas de venta online: Cómo vender productos sin complicarte*, 1,5. (J. Gobea, Editor, J. Gobea, Productor, & Gobea, Javier) doi:-

Merca. (16 de 01 de 2019). *5 objetivos principales de las páginas de empresas en Facebook durante 2019*, 1.5. (M. 2.0, Editor, M. 2.0, Productor, & 2.0, Merca) doi:-

Meyersohn, N. (04 de 08 de 2019). *Instagram se transforma en un centro comercial*, 1.5. (N. Meyersohn, Editor, N. Meyersohn, Productor, & Meyersohn, Nathaniel) doi:-

Peçanha, V. (19 de FEBRERO de 2019). *¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online? Descubre cómo impulsar tu marca con esta estrategia*, DOCUMENTO. (V. Peçanha, Editor, V. Peçanha, Productor, & Vitor Peçanha) doi:.

ANEXOS

Anexo 1

Toma de la muestra con calculadora online

Calculadora de muestra

Nivel de Confianza: 95% 99%

Margen de Error:

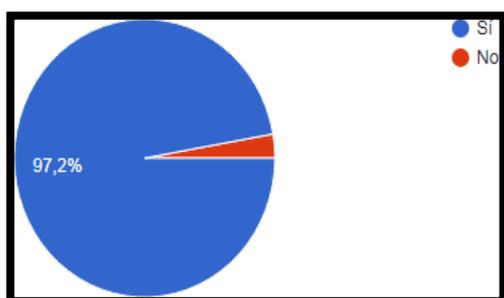
Población:

Tamaño de Muestra:

Anexo 2

Encuesta realizada a 70 personas entre los 18 y 26 años extraídas de una población de 85 amigos pertenecientes tanto a la red social de Facebook como Instagram para que conteste nuestro cuestionario.

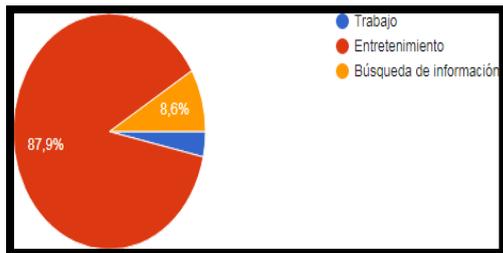
1.- ¿Usas Redes Sociales?



Análisis e interpretación de los datos

De acuerdo a la información el 97,2% usa las redes sociales acto muy común dentro de todos los géneros y edades de las personas en todo el mundo.

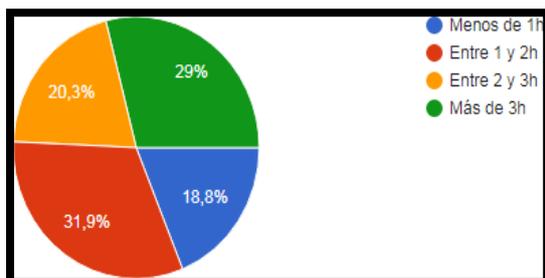
2.- ¿Con qué fin usas las Redes Sociales?



Análisis e interpretación de los datos

De acuerdo a la información el 87,9% usa las redes sociales acto muy común dentro de todos los géneros y edades de las personas en todo el mundo como entretenimiento ya que unas son más populares que otras.

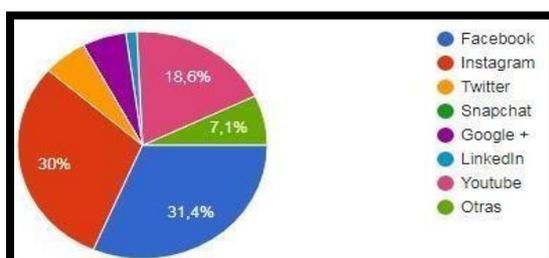
3.- ¿Cuánto tiempo dedicas a lo largo del día a las redes sociales



Análisis e interpretación de los datos

De acuerdo a la información el 31,0% usa las redes sociales por dos horas creo que es demasiado, pero es lo que más atrae a la sociedad,

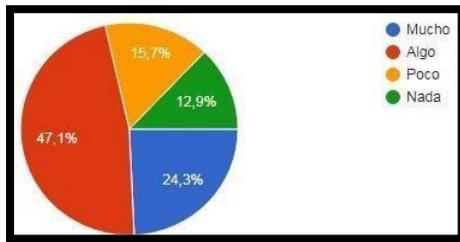
4.- En la actualidad ¿Cuál consideras que es más importante?



Análisis e interpretación de los datos

De acuerdo a la información el 30% usa el Instagram como red social favorita por lo que se cree que es la más popular entre los internautas.

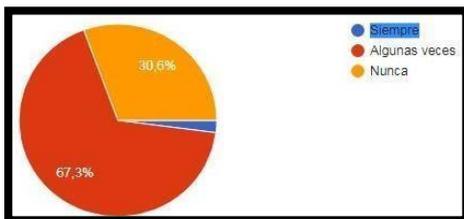
5.- ¿Consideras que las Redes Sociales influyen de alguna manera en la comercialización de productos?



Análisis e interpretación de los datos

De acuerdo a la información el 47,1% considera que las redes sociales influyen notablemente en los individuos unos de forma positiva y otro de forma negativa.

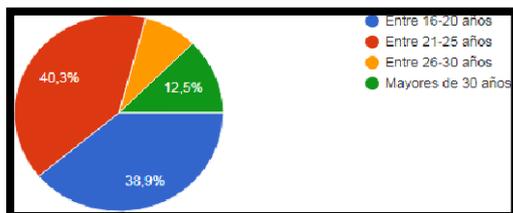
6- ¿Cuándo vez un anuncio sueles hacer click en el para entrar en la página web de la marca?



Análisis e interpretación de los datos

De acuerdo a la información el 67,3% usa las redes sociales y entran a las páginas de las marcas para ver y comprar o solo para criticar las nuevas tendencias

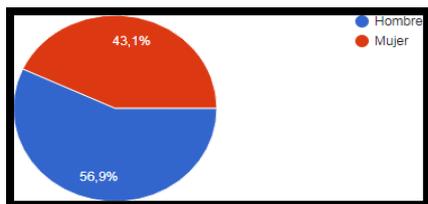
7.- De acuerdo a las siguientes edades ¿Qué cantidad de artículos compras a través de las redes sociales de Facebook e Instagram?



Análisis e interpretación de los datos

De acuerdo a la información el 40,3% usa las redes sociales para comprar y más son las personas con edades comprendidas entre los 21. 25 años.

8.- ¿Quiénes son más propensos a comprar a través de las redes sociales de Facebook e Instagram?

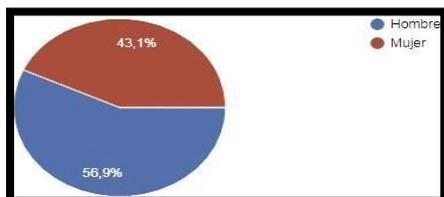


Análisis e interpretación de los datos

De acuerdo a la información el 56,9% que son los hombres son, más propensos a comprar no solo para ellos sino también para sus familias.

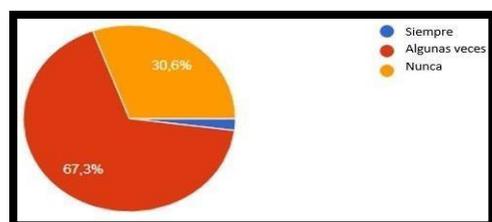
9- ¿Quiénes consideras que pasan menos tiempo utilizando menos tiempo Facebook e Instagram?

Análisis e interpretación de los datos



De acuerdo a la información el 56,9% que son los hombres son, quienes pasan menos tiempo usando Facebook e Instagram ya que la mayor parte del tiempo están trabajando o haciendo otras actividades.

10- ¿Cree que las marcas han aumentado sus ganancias por la utilización de las redes sociales como Facebook e Instagram?



Análisis e interpretación de los datos

De acuerdo a la información el 67,3% usa las redes sociales como Facebook e Instagram ya que son plataformas de venta exitosas para quienes se dedican al comercio.

Anexo 3

Entrevista

Emprendedor: Carlos Guerrero de la Ciudadela los Sauces del Cantón Urdaneta –

Catarama

1. ¿Que hizo encender en usted la mecha del emprendimiento?

Porque siempre me ha gustado trabajar, salir adelante y como antes realizaba ventas de catálogos me di cuenta que podía empezar mi propio negocio y fue de a poco que inicié vendiéndole productos a mis compañeros de clases, profesores y amistades, y así salir adelante para poder ayudar a mi familia económicamente

2. ¿Qué servicio o producto ofrece tu compañía?

Maquillaje, bisutería, ropa para para adultos y niños, pijamas, etc.

3. ¿Cómo ha conseguido financiar sus productos?

Con un dinero que tenía reunido, y con la ayuda de mis familiares

4. ¿Qué tiempo tiene que inicio con sus ventas por internet?

Actualmente tengo como 5 meses inicie, pero antes de iniciar la venta por internet vendía ropa por catálogos de diferentes marcas y salía a las casas a vender.

5. ¿Cuántas horas le dedica al trabajo?

De 6 a 7 horas, dependiendo si tengo que salir a algún tipo de eventos y lo bueno es que soy mi propio jefe.

6. ¿Qué plataforma digital utiliza para dar a conocer su producto?

Inicié en la red social de WhatsApp y a medida que fui haciendo muchas ventas comencé a realizarlas por medio de Facebook e Instagram, fue ahí donde fui dando a conocer al público y actualmente todos mis clientes hacen sus pedidos por medio de las páginas y luego se los entrego oh sino ellos pasan directamente a mi casa, pero ahora por tiempo de pandemia hago envíos.

7. Las publicidades que usted realiza son pagadas oh son propias

Son propias porque yo mismo compro los productos y los publico, aunque como realizo en vivos y se hacen sorteos las publicidades han sido de otros compañeros emprendedores, pero en su totalidad siempre han sido propias.

8. ¿Cómo lo podemos encontrar en las redes sociales?

Me pueden encontrar en mi Instagram como novedades Carlitos y en Facebook como CSe Carlos

9. Se siente orgulloso con el logro que ha obtenido

Sí, me siento muy orgulloso de todo el logro que ha obtenido y de todo el apoyo de las personas que me consideran, aunque al inicio no fue fácil porque siempre hubo personas que me decían cosas malas, pero no tomaba en cuenta esas actitudes, la verdad para mi ser emprendedor fue algo que me nació y me siente feliz de ser lo.

10. Como realizan la forma de pago sus clientes

No me complico ya que suele ser en efectivo oh por medio de depósitos.

11. Sus productos en venta son económicos o no

La verdad que todo es dependiendo al producto que desee el cliente