



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



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

**TEMA:**

**REDES SOCIALES COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN  
PUBLICITARIA POR EMPRENDEDORES EN LA CIUDAD DE  
BABAHOYO PERIODO MARZO – MAYO 2020**

**AUTOR:**

**JOEL STEVEN UMANANTE TORRES**

**TUTOR:**

**MSC. LETICIA AURORA BECILLA GARCÍA**

**BABAHOYO - ECUADOR**

**2020**



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



**DEDICATORIA**

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios por permitirme tener vida y gozar de salud. También a mis padres Juan Umanante y Silvia Torres, quienes me han educado y a la vez motivado constantemente para que yo pueda alcanzar mis anhelos. A mi hermano Jeremy por su apoyo incondicional durante este proceso, por estar conmigo en todo momento.

Joel Steven Umanante Torres



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



**AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por brindarme la oportunidad de haber conseguido uno de mis objetivos, quedo en gratitud con mis padres por darme su confianza y cariño, además de haberme apoyado constantemente en el ámbito académico y personal.

También quiero agradecer a la Universidad Técnica de Babahoyo, a cada uno de los docentes de la carrera de Comunicación Social por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la estadía académica y formar así profesionales de bien.

Joel Steven Umanante Torres



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



## **RESUMEN**

El presente estudio de caso analizó la incidencia que tienen las redes sociales como medios de comunicación publicitaria por emprendedores del cantón Babahoyo. Se llevó a cabo con la finalidad de determinar la importancia que tienen estas plataformas sociales en la vida de las personas.

Para la búsqueda acertada de información, este trabajo contó de una investigación mixta de carácter cualitativo y cuantitativo. Se realizaron entrevistas a 2 emprendedores para conocer a profundidad cuál era el manejo que le daban a las redes sociales al momento que publicitaban sus productos o servicios. Para comprender el área de la publicidad se efectuó una entrevista adicional a una persona especializada en el tema. También se realizaron encuestas a los ciudadanos y conocer cuál es su opinión sobre el consumo de publicidad en redes sociales.

Con el proyecto concluido se logró deducir que las redes sociales además de ser medios de comunicación, son canales factibles para la publicidad de emprendimientos. Conjuntamente se pudieron obtener recomendaciones en cuanto a un mejor uso en beneficio a futuros y actuales emprendedores al momento de realizar sus publicidades.

**Palabras claves:** Redes sociales, Medios de comunicación, Publicidad, Publicidad en plataformas sociales, Emprendedores, Babahoyo



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



**SUMMARY**

In the present case of study analyzed the impact of social networks as advertising communication media by entrepreneurs from the Babahoyo canton. It was carried out in order to determine the importance of these social platforms in people's lives.

For the successful search for information, this work cost a mixed qualitative and quantitative research. Interviews were conducted with 2 entrepreneurs to know in depth what was the handling they gave to social networks when they advertised their products or services. To understand the advertising area, an additional interview was conducted with a person specialized in the subject. Citizen surveys were also conducted to find out their opinion on the consumption of advertising on social networks.

With the project concluded, it was possible to deduce that social networks, in addition to being communication media, are feasible channels for the advertising of ventures. In addition, recommendations could be obtained regarding a better use for the benefit of future and current entrepreneurs when making their advertisements.

**Key Words:** Social networks, Media, Advertising, Advertising on social platforms, Entrepreneurs, Babahoyo



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



## ÍNDICE GENERAL

Tabla de contenido

<u>I. INTRODUCCIÓN</u>	<u>1</u>
<u>II. DESARROLLO</u>	<u>2</u>
<u>2.1 JUSTIFICACIÓN</u>	<u>2</u>
<u>2.2 OBJETIVO GENERAL</u>	<u>3</u>
<u>2.3 SUSTENTOS TEORICOS</u>	<u>3</u>
<u>2.4 TÉCNICAS APLICADAS</u>	<u>11</u>
<u>2.5 RESULTADOS OBTENIDOS</u>	<u>12</u>
<u>III. CONCLUSIONES</u>	<u>15</u>
<u>IV. RECOMENDACIONES</u>	<u>16</u>
<u>V. BIBLIOGRAFÍA</u>	<u>17</u>
<u>VI. ANEXOS</u>	<u>18</u>



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



## I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad vivimos en una era digitalizada donde la comunicación, aprendizaje, empleos y otras actividades se las puede realizar mediante plataformas, sitios web o redes sociales. Por eso es importante estudiar el valor que tienen estos medios en la vida social del hombre. Este trabajo investigativo busca analizar la incidencia que tienen las redes sociales como medios de comunicación publicitaria por los emprendedores del cantón Babahoyo, y así identificar los aspectos favorables de las mismas.

Esta investigación requiere de un estudio mixto con la intención de obtener información de carácter cualitativo y cuantitativo que permita recolectar datos necesarios para cumplir con la finalidad planteada, que es determinar la importancia de las plataformas sociales como medios publicitarios. Se plantea conocer los casos de emprendedores en cuanto al manejo que le han dado a las redes sociales como canales de publicidad, y de esa manera poder concluir cual es el aporte que han brindado estos medios de comunicación en tiempos de pandemia.

Este estudio se encuentra direccionado bajo la línea de investigación de la carrera de Comunicación Social, titulada: Lenguaje, Comunicación y Estilos Periodísticos, basados en la sub-línea: Impacto de los Medios de Comunicación en Masas, encaminado en el objetivo 4 del Plan Nacional del Buen Vivir que es fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.

## **II. DESARROLLO**

### **2.1 JUSTIFICACIÓN**

El presente estudio de caso se realiza con la finalidad de analizar la incidencia que han tenido las redes sociales como medio de comunicación publicitaria por los emprendedores de la ciudad de Babahoyo. De esta manera poder conocer e identificar los aspectos favorables y desfavorables de las mismas.

Para la ejecución de este proyecto, se describe como ha sido el uso que le han dado los emprendedores a las redes sociales al momento de publicitar sus emprendimientos, durante el periodo de la pandemia.

Este proyecto investigativo busca demostrar la importancia que tienen las redes sociales como canales publicitarios, utilizados por personas emprendedoras. Con el propósito de poder concluir recomendaciones en beneficio para actuales y futuros emprendedores al momento de usar las plataformas sociales y promocionar sus servicios o productos a los usuarios.

Es importante comprender que el presente estudio de caso se limita en un tiempo determinado, en los meses de marzo a mayo del vigente año, periodo en que el Ecuador se vio afectado por la pandemia del COVID-19, ocasionando que se tome como medida el confinamiento a nivel nacional. Por su parte, los emprendedores de la capital fluminense se vieron obligados a cerrar las puertas de sus negocios y localidades, provocando que utilicen nuevas estrategias que les permitan llegar a sus clientes, una de ellas la comunicación publicitaria mediante las redes sociales.

Debemos tener en cuenta que las redes sociales forman parte de nuestra vida cotidiana, y el uso de las mismas nos favorece en la comunicación, que además, pueden convertirse en un canal oportuno para el desarrollo de negocios u otras actividades. Según el portal digital Primicias, un aproximado de 13 millones de ecuatorianos tienen redes sociales, y las que



constan con el mayor número de usuarios son Facebook, Instagram y Twitter. Es así como las redes antes mencionadas forman parte del objeto de análisis.

Para la obtención de los resultados del trabajo investigativo, es fundamental conocer la opinión que tienen los usuarios sobre la comunicación que perciben por parte de los emprendedores, además indagar qué es de su agrado y qué consideran que deben mejorar, esta información se obtiene mediante encuestas. También se considera mediante entrevistas las percepciones de distintos emprendedoras en cuanto al manejo y uso de las redes, y a su vez, de un especialista en el área de comunicación publicitaria.

## **2.2 OBJETIVO GENERAL**

Analizar la incidencia de las redes sociales como medio de comunicación publicitaria por emprendedores en la ciudad de Babahoyo durante los meses de marzo a mayo del 2020

## **2.3 SUSTENTOS TEORICOS**

A continuación, se expone el sustento teórico del presente estudio de caso donde se recopilan teorías y criterios fundamentales sobre las redes sociales como medio de comunicación publicitaria, los cuales sirven de forma muy significativa para el análisis y comprensión del estudio.

### **Redes Sociales**

(Martirena, 2014), explica que las redes sociales son consideradas como los grandes impulsores del internet, son aquellas que reúnen a usuarios de distintas partes del mundo con la finalidad de interconectarlos de forma rápida y sencilla a través de la red, de manera que

puedan interactuar entre si e intercambien información e intereses mediante mensajes, chats o incluso juegos.

Además, las redes sociales son el entorno ideal para aprovechar nuevas oportunidades de negocio, ser más conocido por nuestro público objetivo y aumentar el número de conversiones a clientes finales. También son muy útiles para promocionar los artículos o servicios de los negocios y emprendimientos.

El uso de las redes sociales como canal publicitario es la principal estrategia tomada por los dueños y administradores de negocios, emprendimientos y localidades para llegar a los clientes y a nuevos clientes para que de esta forma puedan conocer los diferentes productos, servicios y promociones que cada uno ofrece.

Existen múltiples tipos de canales publicitarios en internet, según los últimos estudios el más usado por las principales marcas es la publicidad en las búsquedas, sin embargo ha tomado gran presencia en los planes de las empresas, la publicidad mediante las redes sociales. Ya que los modelos de negocio de las plataformas sociales en años recientes, se ha orientado tanto en la creación de contenidos orgánicos como en aquellos donde las empresas y negocios inviertan en publicidad de pago con el fin de conseguir un mayor alcance para sus publicaciones, hoy en día las principales redes sociales son:

**Facebook**, es la red social gratuita más popular a nivel mundial cuenta con una amplísima interfaz publicitaria, en la que los anunciantes disponen de todo tipo de opciones para promocionar sus contenidos o presentar los productos y servicios, puesto que todo el mundo tiene acceso a los contenidos publicados y a los que están por publicar, convirtiéndose así para los emprendedores en la herramienta perfecta para dar a conocer sus productos y servicios.

(Sepulveda, 2015), explica que Facebook es una red social que se puede utilizar como punta de lanza para las ventas, ya que puede ser la carta de presentación para los clientes, si no se tiene un sitio web propio. Con una página de Facebook puedes darte a conocer y utilizarlo como referencia para que los clientes vean tu producto o servicio.

**Instagram**, comparte la misma solución publicitaria con Facebook, por lo que es muy sencillo organizar campañas publicitarias. En esta red lo que mejor funciona son las campañas con un elevado componente visual, debido a los servicios en los que se enfoca esta red, los cuales son subir imágenes y vídeos con múltiples efectos fotográficos como filtros, marcos, colores retro, etc.

(Diaz, 2019), explica que Instagram es una plataforma excelente para ofrecer tus productos y servicios, ya que muchas personas pueden descubrirte sin estar buscando directamente el nombre de usuario y por lo que las publicaciones llegan a cada uno de los seguidores.

**Twitter**, A pesar de que esta red ya no disfruta de la popularidad de antaño, sigue siendo una opción muy interesante en lo que se refiere a publicidad. Entre sus opciones de anuncios sociales se encuentran las campañas adaptadas a una gran variedad de objetivos como, conversión, leads, descarga de aplicaciones, entre otras.

(Ramirez, 2016), explica que Twitter es una de las redes sociales más utilizada por las grandes empresas para captar clientes, muchas marcas están utilizando esta red social para dar a conocer lo que están haciendo y para captar las necesidades de posibles clientes. Twitter es potente precisamente porque es una plataforma que permite el contacto directo y el comentario, permitiendo la difusión de nuestro contenido.

(Sanchez M. , 2013), en su sitio web explica que la comunicación publicitaria es la rama de las ciencias de la comunicación que se dirige a transmitir información de una entidad a otra, por lo general de una empresa a un objetivo meta o un receptor, esta pretende actuar de forma directa sobre las personas de distintas características.

Las redes sociales se han convertido en los mejores medios de publicidad para los pequeños y grandes emprendedores, debido a que vivimos en una era rodeada de medios sociales, donde realizar publicidad en plataformas como Facebook, Twitter o Instagram ayudan a generar un impacto muy significativo en nuestros clientes y a su vez captar la atención de nuevos posibles clientes, sobre todo en tiempos de cuarentena y aislamiento social.

## **Publicidad**

La publicidad es una práctica relacionada con las Ciencias de la Comunicación Social que tiene por objetivo principal convencer a un público determinado para adquirir bienes o servicios y está presente en los distintos medios de difusión tales como; la prensa, radio, televisión, internet, etc.

(García, 2015), detalla que la publicidad por internet es una forma de promoción que se utiliza en internet y la web con el propósito de transmitir mensajes de marketing para atraer clientes. La publicidad en Internet enfoca todo lo relacionado con los anuncios contextuales en las páginas de resultados de los buscadores denominados “motores de búsqueda”, anuncios en banners, anuncios clasificados en línea, publicidad en redes sociales, anuncios multimedia, anuncios intersticiales, entre otros.

Las redes sociales dan la posibilidad no solo a las grandes empresas, sino también a las pequeñas y medianas empresas de involucrarse más con el mercado y así conocer las preferencias de su público objetivo mediante aplicaciones de interacción, que permitirán a la organización establecer un nivel de comunicación más directo con ellos. Brindando la oportunidad de que estas empresas puedan crecer y desarrollarse en un mercado.

La publicidad en redes sociales consiste en mostrar anuncios de personas, negocios o marcas a los usuarios dentro de una red social, ya sea entremezclado con otros contenidos o en forma de visualización directa.

Por ello (Boada, 2020), en su blog de cyberclick detalla que la publicidad en redes sociales es una manera rápida, efectiva y económica de llegar a una audiencia potencial. Estas plataformas digitales y sociales disponen de mucha información sobre los usuarios, y los anunciantes la pueden usar a su favor para realizar segmentaciones muy acertadas en las campañas publicitarias.

Entre las principales ventajas de la publicidad en redes sociales están las siguientes:

**Incrementar rápidamente la visibilidad**, debido a la gran cantidad de usuarios en las redes sociales se alcanza una mayor visibilidad y presencia del emprendimiento o negocio y pueda ser vista incluso para quienes no lo conocían, aumentando su presencia a muchas más personas y con esto poder aumentar la cartera de clientes e incluso las ventas.

**Permite crear una comunidad digital**, en las redes sociales nuestro contenido es guardado en una base de datos denominada “la nube” donde siempre podrá ser encontrado, es un sitio donde clientes y seguidores pueden regresar cuando ellos quieran interactuar.

**Llegar a una gran audiencia potencial**, la publicidad en redes sociales nos permite llegar a millones de personas ubicadas alrededor del mundo, y a la vez, nos facilita segmentar ubicaciones y poder especificar a quienes queremos dirigir nuestros anuncios. Además de permitirnos llegar a una gran cantidad de público, también hace que nuestros anuncios y publicaciones se encuentren disponibles las 24 horas del día, los 365 días del año.

**Ahorro de tiempo**, la publicidad en redes sociales permite el ahorro de tiempo ya que empezar a utilizar un medio o crear un anuncio es una tarea más sencilla que la tradicional, debido a que no se requiere impresión de papeles, ni lonas, ni la necesidad de contar con personas que distribuyan panfletos, con las redes sociales nuestro mensaje puede llegar a las personas de manera inmediata. Pero se debe tener claro que el monitoreo de redes y la interacción necesita una interfaz de tiempo determinado para lograr los objetivos.

**Variedad de formatos**, desde simples anuncios de texto e imágenes hasta galerías de foto y vídeo, contenidos interactivos o formularios. En la publicidad en redes sociales se puede encontrar formatos para todos los gustos. En múltiples casos, el formato está específicamente diseñado para integrarse en la red a la que pertenece y así bajar las barreras del usuario ante la presencia de publicidad. En definitiva, los anuncios sociales son un lugar ideal para desplegar la creatividad del emprendedor o encargado de los post.

**Facilitan analíticas detalladas**, las plataformas publicitarias en redes sociales disponen de una gran cantidad y variedad de información que está al alcance de los anunciantes. Se puede saber en todo momento qué está pasando con tus anuncios, en tiempo real y enlazarlos con una estrategia de conversión para valorar el retorno de la inversión.

Varios emprendedores, dueños y administradores de negocios en ocasiones han optado por el uso adecuado del marketing digital, puesto que es importante para entender los patrones de comportamiento los cuales son claves para desarrollar una estrategia digital en tiempos de incertidumbre. Aunque es importante reconocer que existen emprendedores que se manejan por la creatividad personal al momento de publicitar en redes sociales.

(Perez, 2018), explica que el marketing digital es el uso de internet, dispositivos móviles, redes sociales, motores de búsqueda, publicidad gráfica y otros canales para llegar a los consumidores mediante el desarrollo de una serie de estrategias que incluyen ofrecer contenido informativo de fuente confiable a la que se puede acceder en todos los dispositivos, plataformas y canales digitales.

Varios especialistas en marketing digital afirman que las redes sociales tienen un papel fundamental para el desarrollo de un emprendimiento, debido a que en la actualidad es la única forma de comunicación masiva con el exterior, sobre todo en tiempos de confinamientos.

(Romero, 2015), nos dice que una buena estrategia de Marketing en redes sociales inicia definiendo a quién se le va a hablar, qué se le quiere decir, qué se desea que haga y a partir de ahí establecer todas las tácticas que generarán los resultados. El manejo de redes sociales debe perseguir un objetivo alineado a la estrategia de la empresa y a la estrategia de marketing digital, no debe ser algo dejado a la deriva ni a la improvisación.

El marketing digital es importante debido a que permite a emprendedores, dueños y administradores de negocios a:

**Generar contenido de calidad** para atraer y alcanzar un público mayor.

**Obtener el contacto de tu** visitante para que puedas continuar relacionándote con éste, sin gastar en anuncios pagados y reduciendo el costo de adquisición;

**Continuar relacionándote por email** con contenidos y ofertas relevantes, preparar para la compra;

**Entender quién está más propenso a cerrar** para pasar al equipo Comercial las personas correctas y aumentar la eficiencia del trabajo;

**Analizar el desempeño**, para entender todo lo que está funcionando y probar el retorno de las acciones realizadas por Marketing para el mejoramiento de la empresa y de los contenidos publicitarios.

## **Emprendimiento**

(Mejía, 2010), define el emprendimiento como la creación de un negocio o negocios con el objetivo de generar ganancias mediante la correcta ejecución de ideas, es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite iniciar nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya se ha llegado.

El emprendimiento es una de las características que determina el crecimiento, la transformación y el desarrollo de nuevos sectores económicos de una región o un país, es el mejor camino para crecer y desarrollarse económicamente.

(Sanchez J. , 2020), en su sitio web explica que emprendedor es la persona con posibilidades de innovar, o sea con la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva; un emprendedor no sólo es una persona que tiene la capacidad de descubrir e identificar algún tipo de oportunidad de negocios, sino también la persona que para cada problema busca o encuentra una solución.

La capacidad de innovación que debe poseer un individuo emprendedor debe suponer que este es hábil a la hora de diferenciarse del resto de competidores que normalmente existen en el mercado. Ser único y novedoso en un sector puede ser una excelente manera de comenzar emprendiendo y así dar un empujón inicial para que la idea que se tiene plasmada se la pueda ejercer en el ámbito laboral.

## **Emprendimiento en Babahoyo**

El cantón de Babahoyo es la capital de la provincia de Los Ríos, cuya cabecera cantonal es la ciudad de Babahoyo, lugar donde concurren un alto número de habitantes razón por la que emprender en Babahoyo sea una gran oportunidad para el crecimiento económico.

En los últimos años el emprendedor Babahoyense ha evolucionado gracias a su creatividad a la hora de producir o mejorar su negocio. Cabe recalcar que uno de los factores para el éxito de quienes emprenden, ha sido haberse insertado en las nuevas tendencias de acuerdo a las necesidades de la ciudad. Entre esas tendencias destaca el aumento de restaurantes y zonas de piqueo, la plaza de entretenimiento como bares y salas de juego infantil no ha sido la excepción. La venta de prendas de vestir es otra oportunidad de emprendimiento que ha mejorado en la ciudad.

### **Aislamiento por COVID-19**

Según (Mantilla, 2020), los coronavirus son una familia de virus de cadena simple de ARN que pueden causar infecciones en el ser humano de gravedad variable, el coronavirus que causa la COVID-19 pertenece a la familia Coronaviridae y es una de las variantes de este tipo de virus.

El COVID-19 es la enfermedad infecciosa causada por el coronavirus que se ha descubierto más recientemente y clasificado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como una pandemia y una emergencia a nivel internacional, debido a su alto índice de contagio en muchos países de todo el mundo.

El aislamiento social preventivo obligatorio planteado por el gobierno nacional a raíz de la pandemia del COVID-19 interrumpió a toda la sociedad haciendo que se cambien los hábitos, costumbres y formas de crear estrategias para sacar adelante los negocios y emprendimientos, dado que esto provocó que muchos negocios y localidades tengan que cerrar sus puertas.

Por ello emprendedores, dueños y líderes de negocios han tomado decisiones a corto plazo para continuar con sus operaciones y generar fuentes de ingreso, debido a esto las personas tuvieron que apoyarse en las redes sociales como canal publicitario para llegar de



mejor forma con sus clientes y a su vez implementando estrategias de marketing digital para poder captar nuevas clientelas y así salir adelante con sus trabajos.

## **2.4 TÉCNICAS APLICADAS**

En el presente estudio de caso se utilizó más de un método para poder recopilar la información necesaria para el análisis sobre el manejo que le dan los emprendedores de la capital fluminense a las redes sociales Facebook, Instagram y Twitter como medios publicitarios. Por tal motivo esta investigación es de carácter mixto, cuenta con una investigación cualitativa, porque se buscó analizar el uso que le daban los emprendedores a las plataformas sociales como medios publicitarios, y la investigación cuantitativa (encuesta) para conocer la opinión de los usuarios sobre el consumo de publicidad digital.

### **1. Tipo De Investigación:** Investigación Cualitativa

#### **Técnica De Investigación:** Observación (Ficha de Observación)

Se realizó una ficha de observación en la cual se seleccionaron varios emprendimientos de la ciudad de Babahoyo donde se detallan ciertos aspectos en cuanto al manejo que tienen sobre las redes sociales para la publicación de contenidos. Dentro de las observaciones que se hicieron, fue la identificación de que redes sociales usaron y el número de publicaciones que efectuaban por semana.

#### **Técnica De Investigación:** Entrevista.

Como segunda técnica de recolección de datos se empleó la entrevista a dos emprendedores, con la finalidad de conocer sus experiencias en cuanto al uso de las redes sociales al momento de postear contenidos publicitarios. Además se efectuó una entrevista adicional a un profesional en el campo de publicidad digital, para poder determinar recomendaciones sobre la importancia de las redes sociales.

## **2. Tipo De Investigación:** Investigación Cuantitativa

### **Técnica De Investigación:** Encuesta

Dentro de la metodología de investigación cuantitativa, se utilizó como técnica la encuesta estadística con el propósito de conocer las opiniones y percepciones que poseen los usuarios sobre el consumo de la publicidad en las redes sociales. Teniendo en cuenta el 95 % de confiabilidad, se realizaron 383 encuestas que es la muestra de 175.281, siendo el total de la población que pertenece al cantón de Babahoyo según los datos actuales, señalados por el INEC.

### **2.5 RESULTADOS OBTENIDOS**

Una vez que se aplicaron las técnicas de investigación, se logró obtener información valiosa en cuanto a la incidencia de redes sociales como medios de comunicación publicitaria. Mediante la técnica de la observación, con una ficha de registro se pudo constatar que las redes sociales más utilizadas por los emprendedores para realizar sus publicidades son Facebook e Instagram.

Otro aspecto que se pudo visualizar en el manejo de las redes sociales, es el estilo para promocionar sus productos o servicios en tiempo de pandemia, los textos que utilizan para publicitar, están acompañados de alguna frase aliento o algún consejo sobre la salud a tener en cuenta los usuarios. Sin embargo, la interactividad que ofrecen estas páginas suele ser escasa, hay comentarios de usuarios sin respuestas, esto se debe a que el intercambio de información que ofrece el emprendedor lo da mediante la aplicación de telefonía como es WhatsApp.

La siguiente técnica que se estableció fue la entrevista a profundidad, donde se pudieron conocer los casos de 2 emprendedores y cuál era el manejo que le daban a las plataformas sociales para publicitar sus negocios y así conocer los aportes de las mismas. A continuación se analiza la información obtenida a partir de los entrevistados.

**Caso 1:** Mario Daniel Andrade. Diseñador gráfico

Emprendimiento: DinoPark: Sala de juegos infantiles - venta de juguetes

Para el emprendedor Mario Andrade quien es propietario de DinoPark, destaca la importancia de las redes sociales como canal publicitario en tiempos de pandemia. A pesar de no poder ofrecer el servicio de los juegos, pudo mantener la venta de juguetes de manera online. Antes de la emergencia sanitaria el manejo que le daba a las redes era ordinario, solo para mostrar el local y hacerse conocer, mientras que en el periodo de marzo a mayo, realizaba publicidades y promociones de las figuras de dinosaurio y generar ventas.

A pesar de haber mantenido su emprendimiento, Mario considera que las ventas no le favorecieron debido a que sus publicidades no contaban con el asesoramiento de un profesional, por otra parte existía poca interacción con los usuarios ya que no ofrecía un tiempo estipulado al monitoreo y control de las redes sociales.

**Caso 2:** Fernando Ochoa. Chef –

Emprendimiento: Donde Fercho Cafetería & Restaurante

Para Fernando Ochoa, las redes sociales han sido un canal publicitario que ha facilitado la consolidación de su cafetería-restaurante “Donde Fercho”. Antes de la pandemia ya contaba con un especialista de marketing, quien era el encargado de crear los contenidos y monitorear las redes sociales. En el periodo de la pandemia, la persona encargada de las redes necesitaba ayuda debido a la alta demanda, por lo que el propietario junto a su esposa también se dedicaron a supervisar y sobre todo a interactuar con los usuarios.

Dentro de las estrategias utilizadas para publicitar en tiempos de pandemia, Fernando mencionaba que en los contenidos se resaltaba las promociones en cuanto producto o en el servicio *delivery*, además trataba de familiarizarse con los usuarios, dedicaba alguna frase de motivación en cada post. Otra estrategia que sirvió para generar nuevos clientes, fue la asociación y canje con páginas reconocidas de la ciudad en redes sociales, tal es el caso de Mi Babahoyo y Voz Populi. Fernando destacó que la incidencia de las redes sociales como canal publicitario en el tiempo de pandemia fue un éxito considerable.

Para poder conseguir los resultados de este trabajo de investigación, se efectuó una entrevista adicional a un profesional del caso. Se entrevistó a Aldo Mora quien es máster en Gestión Web y se desempeña como coordinador de publicidad digital en el diario Universo.com, quien mencionó varios aspectos que deben tener en cuenta los emprendedores al momento de publicitar en redes sociales.

- Conocer qué le gusta al público objetivo, Facebook e Instagram ofrecen la realización de encuestas y así identificar que es del agrado de los usuarios en cuanto al contenido.
- Considerar la fecha y horario en que se publican los contenidos. En época de pandemia se debe especificar las medidas de bioseguridad ya que son fundamentales para hacer factible la venta.
- Es recomendable la interactividad con los navegadores, además se debería contar con un guía o especialista para la publicidad y así persuadir de una manera más efectiva al usuario, en caso de que no sea posible, es importante la creatividad e instruirse mediante tutoriales en páginas y plataformas web.

Mediante la técnica cuantitativa de la encuesta, con la revisión de las preguntas formuladas a los 383 habitantes (muestra) de 175.281 que es el total de la población que pertenece al cantón de Babahoyo, se obtuvo la opinión que tienen usuarios sobre la importancia de la publicidad en redes sociales, además conocer que es lo que les atrae de un contenido publicitario y con esto recabar una mayor información para los resultados.

En base a las preguntas realizadas en esta encuesta, se puede establecer que los usuarios consideran importante que en las redes sociales existan publicidades de los emprendimientos, quienes además destacaron que gracias al consumo de ellas han adquirido algún producto o servicio de los emprendedores babahoyenses. Lo que más les convenció a las personas al momento de adquirir un producto o servicio fue la factibilidad para alcanzarlo (entrega domiciliaria/medidas de bioseguridad). Por otra parte, la interactividad es el aspecto que consideran los usuarios que debe mejorar por parte de los emprendedores.

### III. CONCLUSIONES

Una vez culminado el estudio de caso, queda claro que además de ser un medio de comunicación y entretenimiento, las redes sociales son canales publicitarios factibles e importantes para los emprendedores del cantón Babahoyo. Sobre todo en tiempos de pandemia, donde los establecimientos tuvieron que cerrar sus puertas y no atender a clientes de manera presencial, pudieron continuar con sus emprendimientos promocionando y vendiendo mediante las redes sociales.

Un dato valioso que se reflejó en esta investigación, es que los emprendedores al utilizar correctas estrategias publicitarias lograron persuadir a los usuarios de una manera más efectiva generando incluso nuevos clientes en estas plataformas digitales. Otro aspecto que se pudo comprender, es que antes de la pandemia, los emprendedores manejaban las redes sociales para promocionar su local y enfatizar el producto o servicio que ofrecen. Sin embargo, durante la pandemia, las redes sociales se convierten en el único canal factible para continuar vendiendo lo que ofrecen al público.

Para finalizar, se detallan cuales han los aspectos favorables de las redes sociales como medios de publicidad. El fácil acceso y manejo de estas plataformas que permiten subir todo tipo de contenido sea imagen, texto o video y hacerlo llegar de manera inmediata. Las plataformas de Facebook e Instagram permiten que el emprendedor conozca más de target mediante encuesta o preguntas sencillas. En conclusión se pudo determinar que las redes sociales son canales fundamentales para el crecimiento y desarrollo de los distintos emprendimientos.

#### IV. RECOMENDACIONES

Con la información obtenida de la entrevista al profesional de gestión web y publicidad; junto a los resultados de los usuarios encuestados, se pueden recomendar pautas a considerar en cuanto al uso y manejo de las redes sociales como canales publicitarios por emprendedores del cantón Babahoyo.

- Para conocer los gustos del público objetivo, se deben realizar encuestas o preguntas de respuesta múltiple que son practicables en las redes sociales de Facebook e Instagram para los usuarios.
- Es fundamental contar con un calendario o cronograma de publicaciones de acorde a las fechas y horarios tentativos en los que usuarios interactúan con una mayor frecuencia. Tener presente los días festivos, se puede destacar aquello en las publicidades y así lograr persuadir de una manera más efectiva.
- Para un mayor alcance en las publicidades de los emprendimientos se puede asociarse con páginas reconocidas en las redes sociales mediante canjes de los contenidos a publicar.
- Para el monitoreo de las redes sociales se debe dedicar un tiempo estipulado que permita la interactividad constante con quienes decidan comentar las publicaciones realizadas y así mantener una fidelización de clientes en las plataformas sociales.
- Si es factible para el emprendedor, se puede jugar con las promociones en los productos o en las entregas a domicilio ya que estas son temáticas que a los clientes les llama la atención y les favorece al momento de la decisión de compra en las redes sitios web.

## V. BIBLIOGRAFÍA

- Boada, N. (16 de marzo de 2020). *cyberclick.es*. Obtenido de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-es-la-publicidad-en-facebook-beneficios-y-ejemplos>
- Diaz, F. (15 de junio de 2019). *rutablog*. Obtenido de <https://rutablog.com/como-usar-instagram-para-emprendedores/#:~:text=Usa%20tu%20perfil%20de%20Instagram,te%20necesitan%20en%20sus%20vidas.>
- García, S. (10 de mayo de 2015). *universidad de Palermo*. Obtenido de [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_articulo=8725&id\\_](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=8725&id_)
- Mantilla, D. D. (20 de marzo de 2020). *daniломantilla.org*. Obtenido de <https://www.daniломantilla.org/post/coronavirus>
- Martirena, M. (15 de abril de 2014). *repositorio comillas.edu* . Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/847/retrieve>
- Mejía, L. F. (16 de junio de 2010). *Redalyc.org*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20620269008.pdf>
- Perez, J. (14 de mayo de 2018). *joseluispg.com*. Obtenido de <https://joseluispg.com/marketing-digital-definicion-de-autores/>
- Ramirez, A. (13 de julio de 2016). *Startupmarketing.com*. Obtenido de <https://startupmarketing.com/como-usar-el-twitter-para-los-negocios/>
- Romero, A. (16 de enero de 2015). *prospectfactory* . Obtenido de <https://www.prospectfactory.com.mx/blog/estrategias-en-redes-sociales-su-importancia-en-el-marketing-digital/>
- Sanchez, J. (10 de enero de 2020). *economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/emprendedor.html>
- Sanchez, M. (10 de marzo de 2013). *subcutaneocreative* . Obtenido de <https://www.subcutaneocreative.com/2013/03/concepto-la-comunicacion-publicitaria.html>
- Sepulveda, M. (26 de julio de 2015). *Questionpro.com*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/facebook-para-pymes/>


**VI. ANEXOS**

# ANEXOS




Ficha de Observación a las redes sociales de los emprendedores del cantón Babahoyo

FICHA DE OBSERVACIÓN										
BABAHOYO - PERIODO MARZO A MAYO 2020										
NOMBRE DE EMPRENDIMIENTO	ACTIVIDAD ECONÓMICA	REDES SOCIALES QUE UTILIZAN			CONTENIDOS EN LA PUBLICIDAD				PUBLICACIONES POR SEMANA	DETALLES
		FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	IMÁGENES CON TEXTO	TEXTO FUERA	PROMOCIONES	INTERACCIÓN CON USUARIOS		
DONDE FERCHO	CAFETERÍA-RESTAURANTE	X	X		X	X	X		4-5 PUBLICACIONES	EN VARIAS DE SUS PUBLICACIONES UBICABAN FRASES DE ALIENTO " CON DIOS SALDREMOS ADELANTE"
SUGAR BOWL	RESTAURANTE	X	X		X	X			2-3 PUBLICACIONES	USABAN FRASES PROPIAS " #COMIDASANA #COMIDASEGURA"
CALETA BAR GRILL:	BAR-GRILL	X	X		X		X	X	6-8 PUBLICACIONES	VARIAS PROMOCIONES PARA SUS CLIENTES, ADEMÁS LA ENTREGA A DOMICILIO ERA SIN COSTO
LA VIANDA	BAR-RESTAURANTE	X	X		X	X		X	4-5 PUBLICACIONES	REALIZABAN SORTEOS EN VIVO ONLINE MEDIANTE FACEBOOK
DINOPARK	ESPACIO PARA JUEGOS INFANTILES. OFRECE JUGUETES Y DULCES	X	X		X	X	X		4-5 PUBLICACIONES	EN CIERTAS PUBLICACIONES HABÍA CONTENIDO EXPLÍCITO DE RECOMENDACIONES SOBRE CUIDAR LA SALUD EN LA PANDEMIA
PEPA'S BOUTIQUE	ACCESORIOS-TIENDA DE ROPA	X	X		X	X	X		6-7 PUBLICACIONES	DESTACABAN CONSTANTEMENTE EL SERVICIO DE ENTREGA A DOMICILIO GRATIS QUE OFRECÍAN
SKEGUI	ALMACEN DE ROPA Y VARIEDADES	X	X		X	X	X	X	10-12 PUBLICACIONES	MENCIONABAN DETALLADAMENTE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO PUBLICITADO

 **JOEL UMANANTE** 14 ago.  
Master buenas, así es como realicé la ficha de observación y las preguntas para las

---


 **Leticia Aurora Becil...** 16 ago.  
para mí

Hola Joel  
Las preguntas están bien, sobretodo destaca las preguntas a los emprendedores de la ciudad te recomiendo entrevista a Sandra Alvarez una amiga sobre el tema  
0984756188  
comentale que eres mi alumno, seguro te va a ayudar y dar tips que servirán para tus recomendaciones

en relación a la encuesta, primero debe realizar preguntas generales  
edad  
género  
confirmar que vivan en la ciudad de babahoyo tal vez deba hacer preguntas para confirmar si tienen redes sociales  
si las utilizan  
si las utilizan solo con fines de entretenimiento, información, y luego una pregunta que ligue a su tema

La ficha de observación me parece muy buena, hay datos de los cuales se pueden aprovechar

**<sup>1</sup> Guía y correcciones con la tutora  
Msc. Leticia Becilla García.**

 Aldo Mora Msc G...

Me ayuda con su nombre, edad, especialización y ocupación. 14:27 ✓✓

Aldo Mora - Master en gestión web - actualmente soy coordinador de publicidad digital para [eluniverso.com](http://eluniverso.com) 14:29

31 años 14:29

¿Considera que son importante las redes sociales en la vida cotidiana de las personas? 14:32 ✓✓

28 DE AGOSTO DE 2020

3:16 16:54

**<sup>2</sup> Entrevista vía WhatsApp con el especialista en gestión web y publicidad digital**

**RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENTREVISTA AL EMPRENDEDOR:  
MARIO ANDRADE.**

<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>
<b>¿Cuál es su emprendimiento?</b>	Es un local de juegos infantiles que se llama Dinopark donde se ofrece a los niños el mejor entretenimiento. Cuenta con una piscina de pelota, columpios, sogas, rompecabezas, etc. Tiene una particularidad, que todo está decorado y relacionado con los dinosaurios. Además se venden juguetes y máscaras de dinosaurios y una variedad de dulces. La idea surgió en darles a los niños un espacio donde ellos puedan divertirse con total seguridad y bajo el cuidado de sus familiares.
<b>¿Considera que las redes sociales son un medio factible para la publicidad de su emprendimiento?</b>	Considero que las redes sociales son un gran impulso para los emprendedores. Esto se debe a que brinda la posibilidad de que nuestra publicidad llegue a una gran cantidad de usuarios. Muchas veces con un post hacemos conocer nuestros emprendimientos. Nos ahorra tiempo y reduce distancias entre el usuario y el emprendedor.
<b>¿Cuál era el uso que le daba a las redes sociales antes y durante la pandemia al momento de publicitar su producto/servicio?</b>	Usamos las redes sociales de Facebook e Instagram para dar a conocer la modalidad del emprendimiento. Antes de la pandemia se utilizaban las redes sociales en un cierto tiempo y lo hacíamos para promocionar el servicio que ofrecemos, subíamos fotos de los niños cuando se estaban en Dinopark. Mientras que el periodo de la emergencia sanitaria se empezó a usar las redes sociales diariamente. Además se cambió el tipo de contenidos a postear. Como no se podía dar el servicio, quedó como alternativa promocionar los juguetes de dinosaurios.

<p><b>¿Planificaba con anterioridad los contenidos publicitarios para las redes sociales o por el contrario optaba por la espontaneidad?</b></p>	<p>En el periodo de la pandemia la aceptación de las familias fue buena pues sus hijos querían los juguetes, pero no se comparó al periodo en que se laboraba de manera presencial. Cuando nos llegaba mercadería nueva, normalmente se diseñaba con anterioridad la publicidad en cuanto al juguete recién llegado o al más vendido en ese tiempo. Hubo ciertas semanas en que no se vendieron juguetes, entonces ahí volvíamos a publicitar dichas figuras y optábamos también por la espontaneidad.</p>
<p><b>¿Qué estrategias ha utilizado en las redes sociales para la difusión y publicidad de su emprendimiento?</b></p>	<p>En las redes sociales se buscó concientizar a las familias, hacíamos post sobre recomendaciones del lavado de manos, el uso de la mascarilla y otros cuidados a los niños. En cada publicidad recordábamos los cuidados estrictos que se tomaban para la entrega a domicilio de nuestros productos. Las promociones como el pagar un juguete y llevarse dos, los arreglos entre juguetes y dulces a un precio económico, considero que fue una estrategia para persuadir más a los clientes y con ellos conseguimos más ventas.</p>
<p><b>¿Qué aporte o beneficio le ha brindado las redes sociales como medio publicitario sobre su negocio?</b></p>	<p>Tener una herramienta importante como las redes sociales nos ha beneficiado en el tiempo de la pandemia. Uno de esos beneficios fue la continuidad de trabajo porque a pesar de cerrar el local tuvimos la oportunidad de ofrecer los juguetes de manera online. La aceptación y venta fue considerable, pudo haber sido mejor es verdad, pero no se quita al mérito de las redes sociales como canales publicitarios.</p>

<p><b>¿Considera alguna desventaja que ha tenido en el uso de las redes sociales para publicitar su emprendimiento?</b></p>	<p>En la actualidad las redes sociales ya son una fuente viable para la publicidad, por eso se ven inversiones para publicitar sus productos en estas plataformas. Considero que la ayuda de un profesional o alguien especializado me hubiera beneficiado más. Nosotros publicitábamos de acuerdo a la necesidad que notábamos y los post eran de acuerdo a nuestra creatividad. Hay que dedicarle tiempo al monitoreo de las redes, mi familia y yo a pesar de la pandemia conservamos nuestros trabajos particulares. Entonces había ese inconveniente de no revisar las plataformas de una manera más constante.</p>
---	--

<p align="center"><b>RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENTREVISTA AL EMPRENDEDOR: FERNANDO OCHOA</b></p>	
<p align="center"><b>PREGUNTAS</b></p>	<p align="center"><b>RESPUESTAS</b></p>
<p><b>¿Cuál es su emprendimiento?</b></p>	<p>Mi emprendimiento surgió con la idea de vender chuzos y choclos en una carreta, y con la aceptación de las personas se pudo mantener e innovar el negocio. En la actualidad es un restaurante llamado “Donde Fercho” el cual tiene una ambientación rustica al estilo playero, donde se ofrece una gran variedad de menús como costillas, asados, filetes de pollo, hamburguesas, alitas a la BBQ y otros piqueos al gusto del cliente.</p>

<p><b>¿Considera que las redes sociales son un medio factible para la publicidad de su emprendimiento?</b></p>	<p>Son muy necesarias las redes sociales para un emprendedor, pues son un canal para poder mostrar, promocionar y llegar a vender nuestro emprendimiento a diferentes individuos. En mi caso he tenido nueva clientela gracias a las publicidades en redes sociales, porque he podido interactuar de manera instantánea con las personas y así brindar esa seguridad que todo emprendimiento debe tener con el cliente. Las redes sociales también facilitan la realización de encuestas y así saber que necesidades existen o cuales son los gustos que tienen los ciudadanos babahoyenses.</p>
<p><b>¿Cuál era el uso que le daba a las redes sociales antes y durante la pandemia al momento de publicitar su producto/servicio?</b></p>	<p>Antes de la pandemia teníamos a una persona especializada en marketing, que se encargaba de las estrategias, los diseños y de publicar en las redes sociales de Facebook e Instagram. Normalmente se publicaba 3 a 4 veces en la semana para recordarle al cliente la variedad del menú y también dependía de las fechas. En el periodo de la pandemia, el uso de las redes sociales cambió notablemente. Lo primero que se modificó es que el monitoreo de redes sociales ya no lo hacía una sola persona sino también mi esposa y yo estábamos más pendientes. Además aumentaron a 5 o 6 publicaciones por semana, se realizaban con el fin de detallar todos los pormenores que los clientes necesitaban saber, en cuanto a la entrega a domicilio, los precios y promociones.</p>

<p><b>¿Planificaba con anterioridad los contenidos publicitarios para las redes sociales o por el contrario optaba por la espontaneidad?</b></p>	<p>En el periodo de la emergencia sanitaria todo lo que se publicaba en redes sociales era planificado. Junto al especialista de marketing socializábamos que era lo más conveniente publicar teniendo en cuenta la demanda del cliente en ese tiempo. Por ejemplo, si días anteriores lo que más se entregaba eran las hamburguesas y alitas, ya teníamos presente que contenido publicitario debería continuar en los próximos días. Por otra parte, se contaba con el servicio Delivery más conocido como entrega a domicilio, por eso se realizaba un cronograma sobre las publicidades a subir y que tengan relación a los horarios en que funcionaba el servicio de Delivery.</p>
<p><b>¿Qué estrategias ha utilizado en las redes sociales para la difusión y publicidad de su emprendimiento?</b></p>	<p>En los meses de marzo a mayo se usaron las redes de una manera más frecuente y cuidadosa para poder persuadir y convencer al cliente. Dentro de las estrategias usadas en redes sociales fueron; los descuentos del Delibery para que el cliente sienta el producto más accesible, además, se publicaban promociones o combos de los platos con mayor demanda. Varios post eran subidos con el objetivo de que el usuario vea lo económico y factible que le era el producto. Otra estrategia era el canje con páginas en redes sociales para una mayor difusión, como el caso de Mi Babahoyo y Voz Populi. Otro detalle es que en los textos de la publicidad, tratábamos de familiarizarnos con las personas, es decir ubicar alguna frase como “saldremos adelante con Dios o cuidemos nuestra vida”.</p>

<p><b>¿Qué aporte o beneficio le ha brindado las redes sociales como medio publicitario sobre su negocio?</b></p>	<p>La oportunidad de continuar con el emprendimiento a pesar de la adversidad que se presentó debido a la pandemia. La propagación de nuestras publicidades y la comunicación con los usuarios para conseguir las ventas han sido los grandes aportes que me brindaron las redes sociales para seguir desarrollando mi negocio. Incluso puedo concluir que con las publicidades en las plataformas sociales se alcanzaron nuevos clientes y nuevos interesados en nuestro emprendimiento y eso es una gran satisfacción para nosotros.</p>
<p><b>¿Considera alguna desventaja que ha tenido en el uso de las redes sociales para publicitar su emprendimiento?</b></p>	<p>Las redes sociales tienen grandes beneficios para quienes publiciten su emprendimiento en estas plataformas. Dentro de las dificultades en cuanto al uso de las mismas, solo puedo considerar que el monitoreo, y la comunicación con los usuarios necesita de un tiempo riguroso. Al principio teníamos una persona encargada de las redes sociales y eso nos complicó, pero después optamos por manejar entre tres personas, además realizar cronogramas de actividades ya que las redes demandan una gran cantidad de tiempo.</p>



**RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENTREVISTA AL PROFESIONAL DE  
GESTION WEB Y PUBLICIDAD: ALDO MORA**

<b>PREGUNTAS</b>	<b>RESPUESTAS</b>
<p><b>¿Considera que son importante las redes sociales en la vida cotidiana de las personas?</b></p>	<p>Las redes sociales forman parte de la vida cotidiana de las personas por sus múltiples ventajas para comunicarse. En la parte social permite el feedback inmediato ahorrando tiempo y espacio, aún más en época de pandemia. Podemos monitorear la página de una empresa, institución o amigos y hacer factible la obtención de información y aprendizaje. Sin embargo, el ocio y el exceso de entretenimiento pueden afectar la importancia de las redes. Por ejemplo, si consumimos memes, las redes sociales nos harán llegar más contenidos sobre aquello, pero si observamos videos de tecnología o emprendimientos, seguirán apareciendo este tipo de publicaciones.</p>
<p><b>¿Cuáles son las ventajas que ofrecen las redes sociales a emprendedores al momento de publicitar sus productos o servicios?</b></p>	<p>A nivel comercial, las redes sociales ofrecen las ventajas de contar con pocos recursos y promocionar los productos o servicios. En ocasiones con un post o una fotografía se pueden dar a conocer lo que se ofrece y beneficiar al emprendedor. En la búsqueda de algo más centrado, Facebook da como ventaja poder contar el servicio al cliente y facilitar el marketing y un mayor alcance de las publicidades. Además brinda opciones para conocer los gustos de tu posible target, con la realización de encuestas en Facebook e Instagram. Como ventajas específicas se puede decir que la visualización rápida, la experiencia en las publicaciones, un público interactivo.</p>
	<p>Lo primero que se debe tener en cuenta, es el público al que va dirigido la publicidad en redes sociales. Se</p>

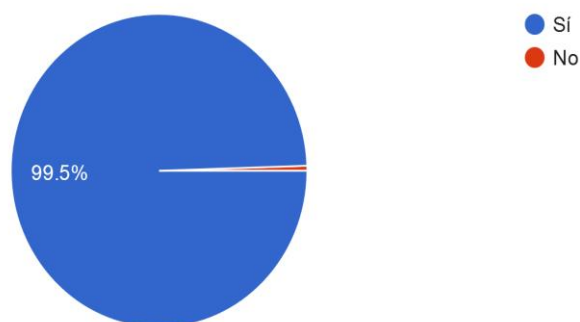
<p><b>¿Qué aspectos se deben tener en cuenta antes de hacer una publicidad en las redes sociales?</b></p>	<p>pueden realizar encuestas o preguntas antes de lanzar las publicaciones del emprendimiento. Otro aspecto a tener presente es la fecha en la que se va a publicar, por ejemplo en días feriados, se puede resaltar la festividad celebrada, si es navidad o el día de la madre, sería bueno organizar y detallar aquello en la publicidad. Se puede realizar un cronograma de actividades o calendario de posteo para tener una mejor organización y así empatizar con el público objetivo.</p> <p>Algunos emprendedores publican contenidos a base de creatividad, puede tener acogida pero ante la competencia o alguna adversidad se vea afectado, en cambio hay otros que buscan un especialista de social media y publicidad para que se encargue del monitoreo en redes y así conseguir un mayor éxito a base de la experiencia y la especialidad.</p>
<p><b>¿Qué estrategias deben implementar los emprendedores al momento de hacer publicidades de sus productos o servicios en redes sociales?</b></p>	<p>La primera estrategia es la observación, tener en cuenta la franja horaria para publicar y las cantidades de publicaciones. Otra estrategia es la asociación con páginas conocidas en las redes sociales y realizar canjes o etiquetas entre plataformas digitales. Por su parte las promociones en redes son una estrategia métrica y opcional, es decir, si el negocio cumple con los objetivos se puede brindar descuentos y facilidades al cliente, pero en el caso que no lo sea, no terminará beneficiando hacer promociones porque se perdería ganancias. La familiarización en redes sociales es importante, además de la interactividad que debe tener el emprendedor con el usuario, en fechas festivas es recomendable incentivar al cliente con frases acorde a lo celebrado. En el caso de la pandemia, una palabra de aliento o esperanza no está de más. La factibilidad para alcanzar el producto es una estrategia fundamental en la actualidad con es el caso del delibery (entrega a domicilio)</p>

<p><b>¿Considera usted que en la actualidad las redes sociales son una oportunidad o una necesidad para publicitar los emprendimientos de las personas?</b></p>	<p>Desde mi punto de vista, depende del giro que tenga el negocio, las redes serán una oportunidad para nuevos emprendimientos, par emprendimientos culturales y darse a conocer ante el público. Pero para emprendimientos ya establecidos con demanda y competencia las redes sociales son de suma importancia para publicitar y resaltar las cualidades del producto o servicio, es decir forman parte de una necesidad.</p>
---	---

## RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

¿Usted habita en el cantón Babahoyo?

385 respuestas



La pregunta principal era identificar a los usuarios que habitan en el cantón Babahoyo. Esta pregunta contestó un total de 385 personas, de las cuales 383 si habitan en la capital fluminense, cantidad que es la muestra de mi estudio de caso.

¿Usted tiene y maneja las redes sociales?

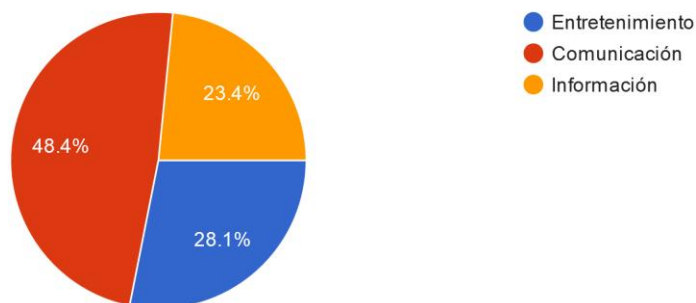
383 respuestas



En esta pregunta buscó conocer el porcentaje de personas que tienen y manejan las redes sociales para así deducir si es un grupo factible para el análisis del caso. Un 99.7% de usuarios respondieron que sí usan las redes sociales en la actualidad.

¿Con que fines utiliza las redes sociales?

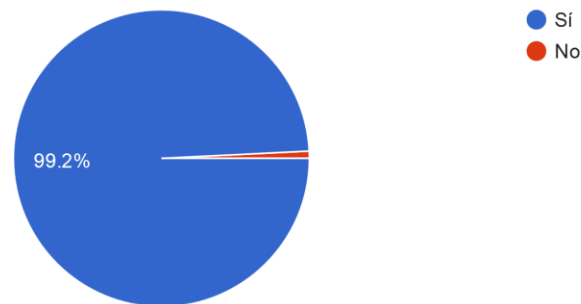
384 respuestas



También se indagó los fines con lo que utilizan los usuarios las redes sociales con el propósito de comprender si el grupo estudiado está expuesto a consumir redes sociales en dichas plataformas. El uso que le dan a las redes sociales es muy parejo en cuanto al entretenimiento, comunicación e información.

¿Ha consumido alguna publicidad en redes sociales sobre emprendimientos del cantón Babahoyo en tiempos de pandemia?

384 respuestas



El 99.9 % de las personas encuestadas afirmaron que si han consumido alguna publicidad de los emprendimientos del cantón Babahoyo en el periodo de la pandemia. Da a entender que en la ciudad se está utilizando la publicidad digital, algo importante para los resultados del trabajo investigativo.

¿Qué es lo que más le atrae de una publicidad en redes sociales?

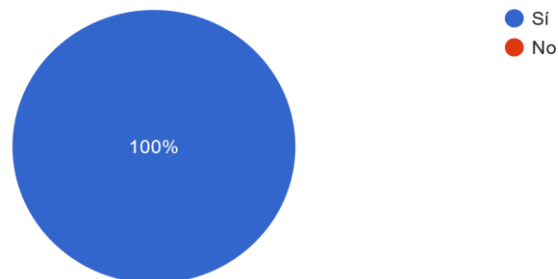
383 respuestas



Para concretar los resultados del presente estudio de caso se identificó que es lo que más atrae a los usuarios de redes sociales cuando consumen publicidades. Al 49.9 % de los encuestados les atrae más el texto característico del producto o servicio. Mientras que al 33.4 % se cautiva al observar el producto, y el 16.7 % se deja atraer por las promociones emitidas.

¿Usted ha adquirido algún producto o servicio gracias a las publicidades consumidas en redes sociales?

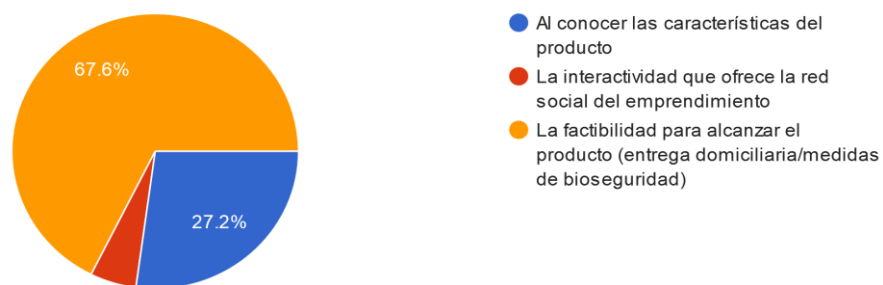
383 respuestas



El total de la muestra (383) del cantón Babahoyo, si ha adquirido algún producto o servicio gracias la publicidad consumida en redes sociales. Esto quiere decir, que las redes sociales son un canal viable para poder promocionar las actividades que realizan los emprendedores.

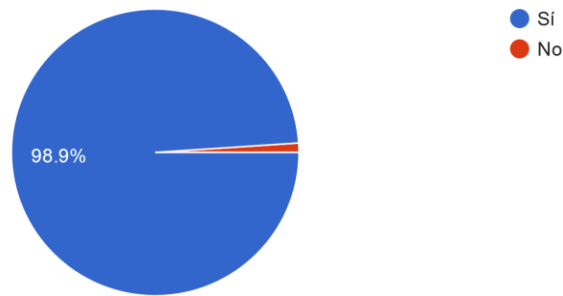
¿Qué le convenció a usted para adquirir un producto o servicio después de observar la publicidad en redes sociales?

383 respuestas



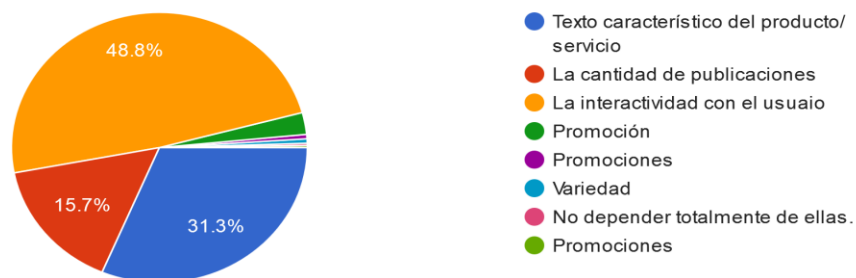
Un dato de suma importancia en la encuesta, era conocer que es lo que convence a los usuarios para adquirir un producto o servicio después de observar una publicidad en redes. Como resultado al 67.6 % le convenció la factibilidad para alcanzar el producto (entrega domiciliaria/ medidas de bioseguridad).

¿Considera importante que existan publicidades de los emprendimientos del cantón Babahoyo en las redes sociales?  
380 respuestas



Esta pregunta se realizó para conocer la percepción de las personas sobre la publicidad. El 98.9 % de la muestra, consideran que es importante y necesario que existan contenidos publicitarios de los emprendimientos del cantón Babahoyo en las redes sociales.

¿Qué aspectos cree que deben mejorar los emprendedores al momento de publicar sus productos o servicios en las redes sociales?  
383 respuestas



Fue fundamental conocer que aspecto consideran los consumidores que deben mejorar los emprendedores al usar las redes sociales. Para el 48.8 % menciona la interactividad se debe optimizar, el 31.3 % considera al texto característico del producto y al 15.7 % cree que la cantidad de publicaciones debe incrementarse.