

# Los emprendimientos productivos: Las Tic como una herramienta de apoyo indispensable para su promoción y difusión.

**Productive enterprises: ICT as an indispensable support tool for their promotion and dissemination.**

**Willian Geovanny Yanza Chávez**

Ingeniero en Sistemas Informáticos  
Docente Investigador Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), Riobamba, Ecuador.

[willian.yanza@esepoch.edu.ec](mailto:willian.yanza@esepoch.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0002-9688-7309>

**Gladys Yolanda Telenchano Toalombo**

Ingeniera en Electrónica Control y Redes Industriales, Investigadora independiente, Riobamba, Ecuador.

[yolyte2010@esepoch.edu.ec](mailto:yolyte2010@esepoch.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0002-8090-2594>

**Katherine Elizabeth Sandoval Escobar**

Doctora PhD en Ciencias Jurídicas. Abogada de los Juzgados y Tribunales de la República del Ecuador, Docente Investigador Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, (ESPOCH) Riobamba, Ecuador.

[elizabeth.sandoval@esepoch.edu.ec](mailto:elizabeth.sandoval@esepoch.edu.ec)

<https://orcid.org/0000-0001-9903-2376>

## Resumen

El presente artículo de investigación se enmarca dentro del “Proyecto desarrollo microempresarial para el fortalecimiento del fomento productivo de la provincia de Chimborazo” que interviene en los emprendimientos productivos para que tengan la oportunidad de convertir a las personas en entes más creativos, proactivos,



**Imaginario Social**  
Entidad editora  
REDICME (reg-red-18-0061)

e-ISSN: 2737-6362  
julio-diciembre 2022 Vol. 5-2-2022  
<http://revista-imaginariosocial.com/index.php/es/index>

Recepción: 03 de mayo 2022  
Aceptación: 15 de junio 2022

48-61

Atribución/Reconocimiento-NoComercial- CompartirIgual 4.0 Licencia Pública Internacional — CC

**BY-NC-SA 4.0**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.es>

innovadores, e independientemente de la elección de su profesión. Es así que el objetivo de este documento fue analizar si las Tic en los emprendimientos son una herramienta útil para promocionar y difundir sus productos a nivel de varios sectores de la sociedad. Se utilizaron varias metodologías para la elaboración de este estudio, que incluye una revisión bibliográfica en bases indexadas a través de Google académico. Como herramientas recopilación de información se utilizó una encuesta a 40 emprendedores utilizando Google forms para una fácil tabulación de las respuestas. Finalmente, se concluye que los emprendimientos de la mano de la tecnología van a permitir difundir y promocionar los productos de cada uno de los encuestados, concluyendo que además que se necesita un mayor apoyo financiero por parte del gobierno.

**Palabras Claves:** redes sociales, tecnología, internet, financiamiento, producción.

### **Abstract**

This research article is framed within the "Micro-entrepreneurial development project for the strengthening of productive development in the province of Chimborazo" which intervenes in productive enterprises so that they have the opportunity to turn people into more creative, proactive and innovative entities, regardless of their choice of profession, innovative, and independent of their choice of profession. Thus, the objective of this paper was to analyze whether ICT in entrepreneurship is a useful tool to promote and disseminate their products to various sectors of society. Several methodologies were used for the elaboration of this study, including a bibliographic review in indexed databases through academic Google. A survey of 40 entrepreneurs using Google forms was used as a data collection tool for easy tabulation of responses. Finally, it is concluded that technology-enabled entrepreneurship will allow the dissemination and promotion of the products of each of the respondents, concluding that greater financial support from the government is also needed.

**Key words:** social networks, technology, internet, financing, production.

## Introducción

Un emprendimiento en el mundo actualmente es considerado como el proceso de crear un negocio a partir de una idea innovadora (Martí-Parreño et al., 2015), que resuelva uno o varios problemas de un grupo de personas. Esta breve definición da cuenta del concepto general, pero en la práctica, existen diferentes tipos de emprendimiento como: el emprendimiento pequeño, escalable, social, imitación, oportunista e incubador. Con todos estos tipos de emprendimientos el social es el que vamos a enfocar debido a que abarca las actividades emprendedoras e innovadoras de organizaciones sin fines de lucro (Hernández-Perlines, 2017), personas ligadas a actividades cívicas, y empresas o negocios cuyos programas resultan en utilidades tanto sociales como financieras. El emprendimiento social se considera importante debido a que se trata de un asunto de interés y atención de la sociedad en general, que tiene la capacidad de solucionar y enfrentar problemas sociales. De esta manera, el emprendimiento social pretende una transformación gradual y de impacto social, para mejorar las condiciones de vida de individuos y comunidades, con la creación de estrategias innovadoras (Mena & Melo, 2021).

El emprendimiento ha cobrado interés para las escuelas de negocios desde la década de los ochenta debido a la relación con la creación y dirección de empresas, entre otras razones. El emprendimiento es un campo vasto que involucra diferentes tópicos como financiación del emprendimiento, características del emprendedor, emprendimiento corporativo, empresas de familia, reconocimiento de oportunidades, aprendizaje y emprendimiento social, entre otros. (Guzmán Vásquez & Trujillo Dávila, 2008)

Es importante establecer conceptos claros e importantes sobre el emprendimiento (López Manuel, 2021) que le permita tener un panorama amplio a la sociedad que quiere incursionar en este nuevo ámbito y que le permita conocer y establecer mecanismos para empezar a buscar soluciones para problemas sociales a través de la construcción, evaluación y persecución de oportunidades que permitan la generación de valor social sostenible, alcanzando equilibrios nuevos y estables en relación con las condiciones sociales, a través de la acción directa llevada a cabo por organizaciones sin ánimo de lucro, empresas u organismos gubernamentales.

Existen emprendimientos que basan su importancia en el uso de las TIC como una

herramienta de apoyo que puede incidir de forma importante no sólo sobre el crecimiento de las economías modernas sino también en multitud de otros escenarios que tienen que ver con la esfera productiva (Espinoza & Eduardo, 2014).

Según (Hernández-Perlines, 2017) habla de un impacto de un emprendimiento cuando se utilizan las Tic por cuanto influyen en su crecimiento y posicionamiento en el ámbito empresarial. Es así como el uso de las **Tic** impacta en el desempeño de las empresas de varias maneras y a través de diferentes canales como la automatización de los procesos rutinarios; la accesibilidad a la información; la disminución en los costos de transacción y la facilitación de los procesos de aprendizaje (Pierano y Suárez, 2006).

El uso de las Tic dentro de un emprendimiento ha logrado eliminar hasta cierto modo la problemática en promocionar o promover sus productos (Fernández-Salineró & de la Riva, 2014) debido a que el uso de medios impresos, televisivos o radiales representan un costo para el emprendedor que en muchos de los casos no son muy rentables al iniciar, es por eso que dentro de las Tic se habla también del cómo la innovación y la aplicación de contenidos en las redes sociales de los emprendimientos es importantes (Villacis et al., 2018), porque las **redes sociales** (Martínez-Oviedo & REYNOSO-IBARRA, 2016) representan un medio publicitario accesible para cualquier persona y por lo tanto la inversión que el emprendedor debe realizar para introducir su marca es prácticamente nula comparado con la inversión en medios de comunicación tradicionales, donde muchas de las veces se deben aplicar estrategias marketing (Merodio, 2010).

Para esta investigación dentro de la metodología que se utilizó un diseño descriptivo experimental con un enfoque cualitativo y como herramienta para la recopilación de datos para este estudio está el cuestionario empleando Google drive y la revisión Bibliográfica muy importante.

Finalmente, este estudio permitió establecer la importancia de utilizar las Tic en lo que tiene que ver a los emprendimientos de cada uno de los actores, dando a notar que para poder promocionar sus emprendimientos cuenta a la mano con herramientas tecnológicas, que no le va costar mucho en su implementación y va llegar a mucha

gente porque en la actualidad con el avance tecnológico y de las redes sociales cualquier contenido se o publicidad es de rápida difusión.

### Metodología

Para la presente investigación la metodología utilizada es la cualitativa y cuantitativa; mismas que, permitieron obtener información relevante al tema (Hernández et al., 2014) y datos estadísticos tomados de una encuesta realizada a 40 emprendedores para lo cual se utilizó el Google drive, para poder tabulación y obtener las respectivas gráficas correspondientes a cada una de las preguntas formuladas, con estos resultados obtenidos se podrá sostener las conclusiones del grupo y otros fenómenos que se puedan someter a un análisis cuantitativo (Romero Castro et al., 2018), también cabe indicar se ha hecho una revisión bibliográfica de artículos que mencionan el emprendimiento con el uso de las Tic , en algunas revistas de alto impacto como Scencedirect , Mdpi y artículos de Google académico.

A continuación, se presentan los resultados más relevantes de la encuesta y que se han tomado para su análisis respectivo.

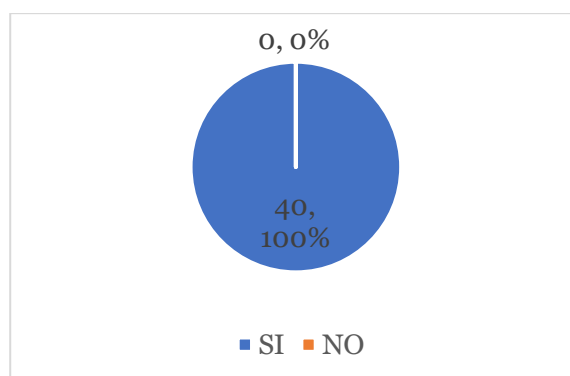
### Resultados

En las secciones siguientes se detalla de forma gráfica los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los 40 emprendedores que son el objeto de esta investigación:

#### PREGUNTA No.1

¿Actualmente usted tiene un emprendimiento?

**Gráfico 1: Actualmente usted tiene un emprendimiento**



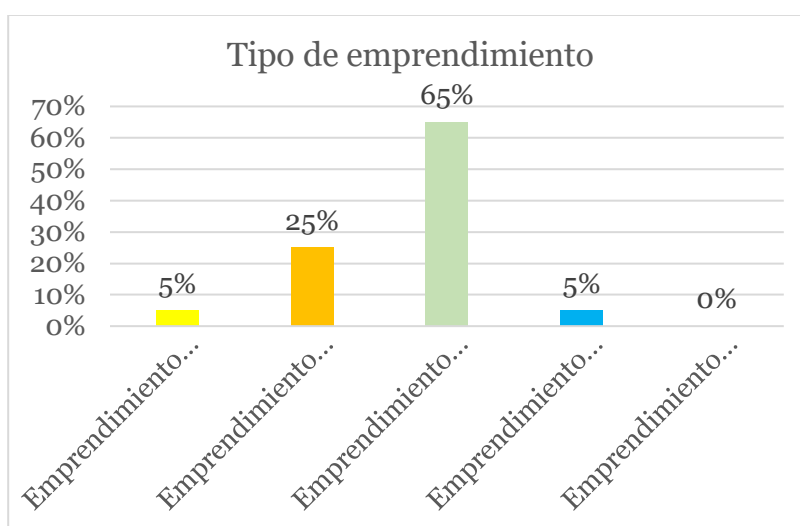
**Fuente:** encuesta a Emprendedores

**Análisis.** – Según se observa en el Gráfico 1 de los 40 encuestados que es el 100% indican que todos cuentan con un emprendimiento debido a que es la forma de como tratan de salir adelante, debido a que la situación actual no les ha permitido encontrar un trabajo fijo.

#### PREGUNTA No.2

¿Qué tipo de emprendimiento dispone usted actualmente?

**Gráfico 2:** Tipo de emprendimiento



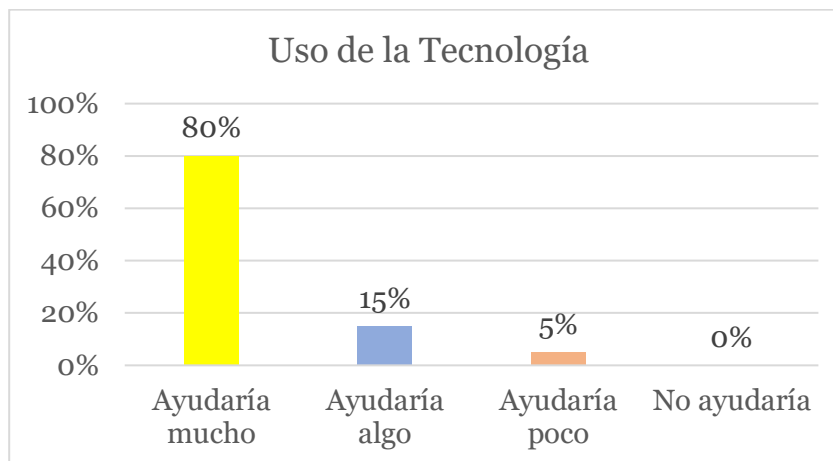
**Fuente:** encuesta a Emprendedores

**Realizado:** grupo de investigación

**Análisis:** Según lo que se observa en el Gráfico 2; los 26 de los encuestados que viene a ser el 65% indica que tiene un emprendimiento productivo, 10 encuestados que son el 25 % de indica que tiene un emprendimiento de carácter social; un 5% de los encuestados que son 2 personas indican tener emprendimientos escalables y Tecnológicos y finalmente ninguno de los emprendedores manifiestan tener emprendimientos novedosos.

#### PREGUNTA No. 3

Considera Usted que el uso de la Tecnología le Ayudaría a posicionar de mejor manera su emprendimiento.

**Gráfico 3:** Uso de la tecnología

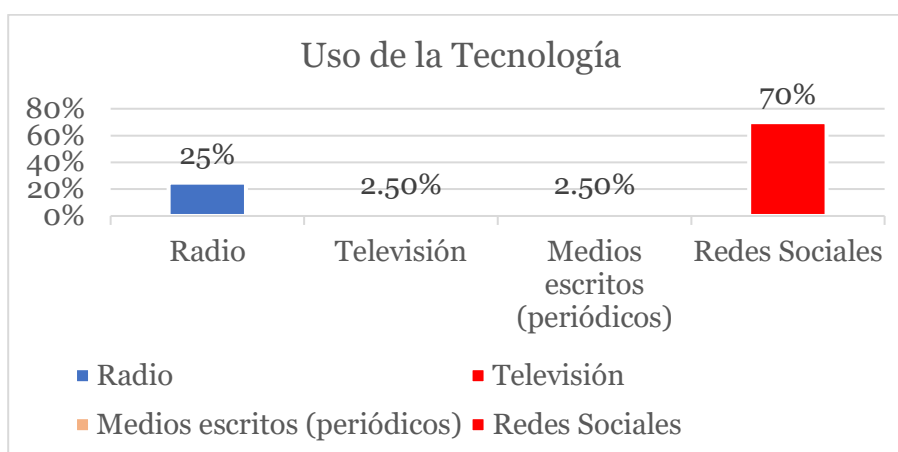
**Fuente:** encuesta a Emprendedores

**Realizado:** grupo de investigación

**Análisis:** Según se observa en el Gráfico 3 respecto al uso de la tecnología para poder posicionar de mejor manera su emprendimiento según la encuesta realizada, 32 personas que corresponde al 80% manifiesta que le ayudaría mucho el uso de la tecnología como una buena estrategia para posicionar de una buena manera su emprendimiento por cuanto se hacen conocer con su potenciales clientes, 6 personas que representan el 15% manifiesta que le ayudaría algo la tecnología en su emprendimiento y 2 personas que viene a ser un 2% manifiesta que le ayudaría poco la tecnología para su emprendimiento, posiblemente porque no utilizan adecuadamente la tecnología por ser personas adultas y no manejan la tecnología actual.

#### PREGUNTA No.4

Indique cual es el medio de comunicación que usted utiliza para promover su emprendimiento.

**Gráfico 4:** uso de la tecnología

**Fuente:** encuesta a Emprendedores

**Realizado:** grupo de investigación

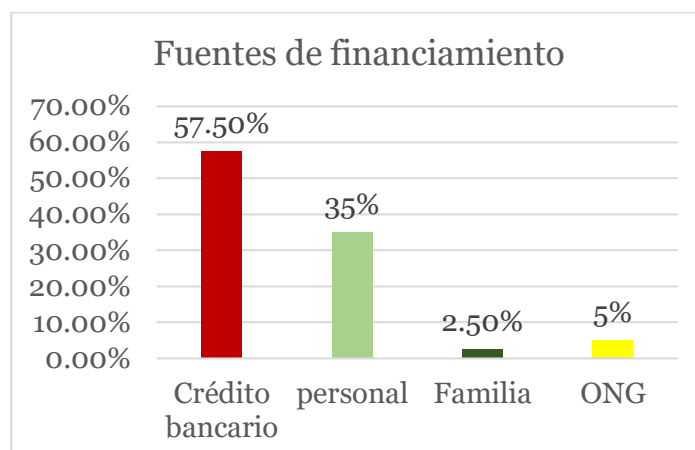
**Análisis.** – En Gráfico 4 28 personas que representa el 78% de los encuestados manifiesta que las redes sociales en lo referente al uso tecnológico es lo que más utilizan, indican que este medio no tiene costo y que es el más utilizado, 10 personas de las encuestadas que significa un 10% indica que promocionar por la radio también es una alternativa por cuanto hay mucha gente que escucha radio y es una forma efectiva de promocionar su emprendimiento, finalmente una persona que representa un 2.5% de los encuestados indican que una forma también para promover su emprendimiento es la televisión y los medios escritos aunque señalan que la televisión es una inversión muy cara con respecto a los demás es más caro que las demás opciones anteriores.

#### PREGUNTA No.5

Indique cómo está financiando su emprendimiento en la actualidad.

**Gráfico 5:** Fuentes de financiamiento





**Fuente:** encuesta a Emprendedores

**Realizado:** grupo de investigación

**Análisis:** Según se presenta la Gráfica.5 los encuestados manifiestan que actualmente para poder sacar adelante su emprendimiento el 57.5% que está conformado por 24 personas manifiesta que ha realizado un préstamo Bancario; un 35% que representan a 15 personas encuestadas manifiesta que el financiamiento es personal que viene de ahorros o liquidaciones de sus trabajos anteriores; 2 personas que representan al 5% indica que el financiamiento es por parte de una ONG privada y el 2.5% que es una persona indica que su emprendimiento le ayuda financiado su familia.

## Discusión

Una vez presentados los resultados de la encuesta realizada y que se ha presentado anteriormente se puede plantear que el objetivo de esta investigación está planteado en el sentido de que dentro de los emprendimientos para su difusión los medios tecnológicos y de comunicación son de gran importancia para promocionar un emprendimiento.

Dentro del trabajo de campo realizado al momento de tabular la información de acuerdo con los resultados obtenidos en cada una de las preguntas presentadas en este documento están las siguientes consideraciones:

En lo relacionado a la primera pregunta sobre el emprendimiento según la terminología económica, “emprender” es iniciar la búsqueda de generación de

valor, a través de la creación o expansión de una actividad económica por medio de la identificación y explotación de nuevos productos, procesos o mercados (Ahmad y Seymour, 2008).

En discusión a la segunda pregunta de esta encuesta sobre el tipo de emprendimiento que poseen actualmente los encuestados podemos visualizar que el **emprendimiento productivo** es el motor real de la innovación y el crecimiento económico y puede asociarse al descubrimiento de buenas oportunidades de negocio, con el consiguiente incremento del bienestar. El emprendimiento aparece como respuesta a los altos niveles de desempleo que enfrenta la región y que a través del autoempleo se convierte en una alternativa para obtener ingresos. En América Latina, el 28.7% de la población económicamente activa es autoempleada, el 54.8% es asalariada y el 4% es empleadora (Corporación Andina de Fomento, 2013).

Con relación a la tercera pregunta qué tiene que ver con el uso de la Tecnología como herramienta de ayuda a los emprendimientos se señala que La gestión tecnológica es un campo multidisciplinario en el que se mezclan conocimientos de ingeniería, ciencia y administración con el fin de realizar la planeación, el desarrollo y la implantación de soluciones tecnológicas que contribuyan al logro de los objetivos estratégicos y tácticos de una organización. (GestioPolis.com Experto, 2002).

Para Hernández, Cardona, & Del Rio (2017), en el área empresarial se habla de innovación tecnológica cuando se hace referencia a: Las mejoras en productos o servicios que ya existen en el mercado, introducir productos que ofrezcan algún plus o valor agregado, actualizar los sistemas de información, renovar herramientas tecnológicas o maquinarias y equipos que permitan aumentar la productividad en las empresas, la gestión de cambios en organización y administración de las empresas.

En la cuarta pregunta de este cuestionario topamos el tema de el medio de comunicación utilizado con mayor frecuencia para promover o difundir de mejor manera su emprendimiento y según los datos registrados en la encuesta

se indica que con mayor preferencia está promocionar un emprendimiento en redes sociales porque abarca a más posibles clientes debido a esta tendencias las redes sociales, Permiten la presentación de contenidos totalmente adaptados a las necesidades de cada cliente, posibilidad de desarrollar websites flexibles, con una estructuración de elementos y un diseño, que se pueden modificar de acuerdo con las preferencias manifestadas por los usuarios, la incorporación de sistemas de recomendación dentro del website, que tiene en cuenta las características sociodemográficas, hábitos y perfiles de los clientes, el desarrollo de productos y servicios a medida, participación del cliente en la configuración del producto...” (Díaz Pelayo et al, 2013).

Este mismo autor hace referencia a que la clave para definir una estrategia de mercadotecnia eficaz está en identificar los ingredientes de la mercadotecnia y saber combinarlos de una forma adecuada, dependiendo del mercado y del tipo de clientela al que se dirige una determinada empresa.

En la Quinta pregunta se consulta un tema muy importante como es el apoyo financiero para el emprendedor y es donde muchas de las veces no tienen apoyo de su gobierno, sino que debe buscar el mismo los mecanismos de crédito para su emprendimiento. Para Carlos Mason (Mason, 1998) considera que el apoyo financiero brindado y el seguimiento de éste durante los primeros años es clave para el éxito del emprendimiento. Sin embargo, la verdadera problemática se presenta en el momento en que el emprendedor empresario debe conformarse con estas fuentes de financiación, sin poder acceder a nuevas y diferentes alternativas, que estén más acorde con sus necesidades y el nivel de desarrollo de su empresa.

En América Latina, el financiamiento temprano de las empresas que crecen rápidamente depende principalmente de los ahorros del emprendedor y del apoyo de familiares y amigos. Y es América Latina quien presenta los niveles más altos de dependencia en relación con los ahorros internos. (Kantis y otros, 2004). Los emprendedores que utilizan los recursos propios para el startup de su empresa siempre van a estar sujetos a desarrollar las actividades gerenciales y productivas en

función de la minimización de costos para de esta forma poder cumplir con las actividades de la misma.

### **Conclusión**

Como conclusiones al presente trabajo investigativo podemos indicar que gran parte de la población del país debido a las fuentes escasas de trabajo están adoptando los emprendimientos productivos para poder afrontar la difícil situación económica que por la pandemia y escasas fuentes de trabajo públicas o privadas están viendo en los emprendimientos una fuente de sustento para su familia.

Con el avance de la tecnología y la adición de muchas personas a las redes sociales, estas se han convertido hoy en día en la forma más económica de hacer propaganda, marketing de su emprendimiento, con una baja inversión, sus emprendimientos pueden llegar a todas partes de mundo y posiblemente abrir un mercado para sus productos.

Finalmente se menciona por parte de los emprendedores la falta de ayuda y colaboración por parte del estado para crear emparedamientos nuevos o ayudara los que ya están funcionando, que son los emprendedores que buscan la forma y los mecanismos de crédito en la banca pública para sacar adelante su inversión, se espera que este sector de emprendedores en algún momento las autoridades les apoyen y no los dejen solos.

### **Referencias**

Ahmad, N., y Seymour, R. (2008). *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection*. OCDE

Corporación Andina de Fomento. (2013). *Emprendimientos en América Latina: Desde la subsistencia hacia la transformación productiva*. CAF.

Díaz Pelayo, C. A., López Martínez, E. F., González Monroy, R., & Preciado Ortiz, C. L. (2013). *Mercadotecnia digital y publicidad online (1 ed.)*. D.F., México: Editorial Universitaria

- Hernández, H., Cardona, D., & Del Rio, J. (2017). Direccionamiento Estratégico: Proyección de la Innovación Tecnológica y Gestión Administrativa en las Pequeñas Empresas. *Información tecnológica*. Versión On-Line, 28(5).
- Espinoza, E., & Eduardo, E. (2014). *Impacto de las TIC en el emprendimiento empresarial peruano*.  
[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUNI\\_1df2409e7568d76ee32010edf8427953/Description](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUNI_1df2409e7568d76ee32010edf8427953/Description)
- Fernández-Salineró, C., & de la Riva, B. (2014). Entrepreneurial Mentality and Culture of Entrepreneurship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 139, 137–143. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.044>
- GestioPolis.com Experto. (19 de Abril de 2002). GestioPolis. Recuperado el 14 de enero de 2018, de <https://www.gestiopolis.com/que-es-administracion-de-tecnologia-o-gestion-tecnologica/>
- Guzmán Vásquez, A., & Trujillo Dávila, M. A. (2008). Emprendimiento social – revisión de literatura. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 105–125.  
[https://doi.org/10.1016/s0123-5923\(08\)70055-x](https://doi.org/10.1016/s0123-5923(08)70055-x)
- Hernández-Perlines, F. (2017). Impacto del aprendizaje del emprendimiento a través de las TIC. *IJERI: International Journal of Educational Research and Innovation*, 8, 128–147.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. México DF: McGraw-Hill.  
[https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_-\\_roberto\\_hernandez\\_sampieri.pdf](https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf)
- Kantis Hugo et al,(2004): Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional.
- López Manuel, L. (2021). *El emprendimiento en un mundo globalizado: la figura del clúster y sus pilares*. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/50686>
- Martí-Parreño, José, Queiro-Ameijeiras, Carmen, Méndez-Ibáñez, E., & Giménez-

