



**JORGE EDISON
BECERRA MOLINA**

MARKETING DIGITAL PARA IMPULSAR EL EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR

<http://www.economiasolidaria.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/>



JORGE EDISON BECERRA MOLINA
ID ORCID: 0000-0002-6397-9493
www.ucacue.edu.ec
UNIVERSIDAD CATOLICA DE CUENCA -
ECUADOR
edisonbecerra5@gmail.com

Febrero 2018



MARKETING DIGITAL PARA IMPULSAR EL EMPRENDIMIENTO EN ECUADOR

Resumen

Se destaca el desarrollo de la cultura emprendedora en los estudiantes de la Universidad Católica de Cuenca, como un eje transversal del proceso académico y su perspectiva para el desarrollo de la Cátedra de Emprendimiento. Considerando este contexto, se describe el proyecto de vinculación denominado "Fortalecimiento al Emprendimiento Productivo e Incubación – Gualaceo". Mediante encuestas y entrevistas que se aplicaron a comerciantes informales y a funcionarios del sector de Llampasay hasta San Pedro de los Olivos (Bullcay) de la República del Ecuador. Se estableció la línea base de la situación socioeconómica del sector. Estos datos se cruzaron y tabularon para establecer la propuesta identificar las necesidades de una comunidad real, sean profesionales, estudiantes o un grupo empresarial, y mediante el desarrollo de estrategias de marketing digital, promocionar sus productos y/o servicios, para así aprovechar las oportunidades que Internet brinda para potenciar un negocio o una marca de manera más eficiente, donde no existen distancias, donde el individuo posee el don de la ubicuidad y el mercado global es una realidad.

Palabras clave: Investigación; Innovación; Emprendimiento; Marketing Digital; Microempresa; Tecnología Digital.

DIGITAL MARKETING TO PROMOTE ENTREPRENEURSHIP IN ECUADOR

Abstract

The development of the entrepreneurial culture among the students of the Catholic University of Cuenca is highlighted, as a transversal axis of the academic process and its prospective for the development of the Chair of Entrepreneurship. Considering this context, the linking project called "Strengthening Productive Entrepreneurship and Incubation-Gualaceo" is described. Through surveys and interviews that were applied to informal traders and officials in the sector of Llampasay to San Pedro de los Olivos (Bullcay) of the Republic of Ecuador. The baseline of the socioeconomic situation of the sector was established. These data were crossed and tabulated to establish the proposal to identify the needs of a real community, whether professionals, students or a business group, and through the development of digital marketing strategies, to promote their products and / or services, to take advantage of the opportunities that the Internet provides to boost a business or a brand more efficiently, where there are no distances, where the individual has the gift of ubiquity and the global market is a reality.

Keywords: Research; Innovation; Entrepreneurship, Digital Marketing; Microenterprise; Digital Technology.

Introducción

El Departamento de Emprendimiento de la Universidad Católica de Cuenca, dentro de

su proceso académico universitario tiene a su cargo promover los valores, el emprendimiento, la innovación, la sostenibilidad ambiental, la interculturalidad y la igualdad social, dentro de la organización curricular. Para la titulación profesional es



importante considerar un perfil de entrada a través de proyectos integradores, en donde se articulen los fundamentos teóricos, la praxis profesional, la investigación saberes, contexto y cultura y la comunicación y lenguaje, hasta lograr un perfil profesional de salida que incluya lo curricular que viene dado por los componentes de los sílabos y lo extracurricular por medio de la transversalización del emprendimiento mediante los proyectos integradores.

El emprendimientos en Ecuador

Un emprendimiento o un emprendedor, tiene la característica de ser innovador. Innovar significa introducir un cambio, éste puede ocurrir en la estructura social, en la gestión pública, en la elaboración de un producto o en la organización de una empresa, es de destacar que, si bien la innovación puede estar presente en cualquier sector, es característica del sector empresarial. Schumpeter (2000) define al emprendimiento como aquel empresario que es innovador y aclara la común confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor. Destaca que, aunque quien abra un pequeño negocio corre riesgos, eso no quiere decir que sea innovador y represente un emprendimiento, el plantea la existencia de emprendedores independientes y de emprendedores que se desenvuelven dentro de las empresas como empleados, destaca que estos últimos también pueden renovar las estructuras existentes, formar nuevas estructuras o crear nuevos productos o nuevos procesos de producción o gestión.

Ecuador apuesta por el emprendimiento, y el número de microempresas, fruto del emprendimiento, por provincias en es:

Provincia	Micro empresas
Azuay	6.756
El Oro	3.755
Guayas	20.296
Loja	6.522
Los Ríos	3.116
Manabí	5.468
Pichincha	23.575
Santo Domingo de los Tsáchilas	3.218
Tungurahua	4.266

Fuente: Universidad Simón Bolívar (2015)

Sobre la revisión del comportamiento emprendedor por sectores de actividad económica están:

Sectores económicos	Emprendimientos
Reparación de vehículos automotores y motocicletas	50.048
Alojamiento y servicios de comida	14.712
Industrias manufactureras	7.535
Servicios	7.466
Información y comunicación	5.303

Fuente: INEC (2010)

En cuanto a la inversión financiera que un emprendedor en Ecuador realiza para llevar a cabo actividades productivas, es de USD 7.300 aproximadamente.

Según el ciclo del emprendimiento y los resultados de entrevistas a informantes calificados, mapeo de actores y el análisis al contenido de una muestra de sitios web de las organizaciones que contribuyen al emprendimiento, se observa que éstas tienden a enfocar su apoyo en la etapa



relacionada a la “motivación de emprendedores”, pues, cerca de 6 de cada 10 proyectos ejecutados para impulsar el emprendimiento en el Ecuador, se concentran en actividades ligadas a charlas, conferencias, foros y/o seminarios dirigidos a la promoción del interés por crear una empresa propia.

Actividades para impulsar emprendimientos

Planificación para el emprendimiento	58% en actividades de capacitación y/o asesoría para la elaboración de proyectos de inversión y/o planes de negocios
Creatividad y la identificación de oportunidades de negocios	51%
Oferta de fuentes de financiamiento	37%
Despegue	15%

En la zona que agrupa a las provincias de Azuay, Cañar y Morona Santiago, está la ciudad de Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca, declarada por el Pleno de la Asamblea Nacional como “Ciudad Universitaria de la República del Ecuador” (Asamblea Nacional del Ecuador, 2011) en reconocimiento de su trascendencia histórica y cultural y el impulso hacia el emprendimiento, por parte de las autoridades de turno.

Sin embargo, se requiere generar muchos otros centros de apoyo permanente hacia los emprendedores universitarios, para que el

desarrollo de su idea de negocio se concrete en una empresa sólida.

Según Almoguera (2009), los diferentes actores (organizaciones del sector público, sector privado, sector educativo y organizaciones internacionales) que se dedican a promover el emprendimiento en el Ecuador tienden a trabajar de manera desarticulada y en consecuencia obtienen menos beneficios.

Políticas Públicas en Ecuador en Apoyo a Emprendedores

La política pública del Ecuador que lleva adelante la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SEMPPLADES) plantea la necesidad de incorporarse a la sociedad del conocimiento, y permita la consolidación de los nueve objetivos planteados en la Agenda de Desarrollo del Buen Vivir 2017-2021, siendo fundamental que el sistema universitario aporte a esta propuesta la formación de profesionales cualificados y con alto espíritu emprendedor (SEMPPLADES, 2017).

La Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) es el órgano que tiene por objeto ejercer la rectoría de la política pública de educación superior y coordinar acciones entre la función ejecutiva y las instituciones del sistema de educación superior. Ecuador promueve una transformación educativa como la base de mejorar el talento, el profesionalismo y el buen saber de los docentes, junto con una política que busca extender el empleo de calidad y un sistema salarial solidario en apoyo a una mano de



obra nacional joven y capacitada que está en crecimiento permanente.

Para el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) coordinador de la Producción, es necesario impulsar una nueva visión que nos transporte desde un Ecuador de buscadores de empleo a un Ecuador de generadores de empleo, garantizando el bienestar y desarrollo socioeconómico de la sociedad en especial de los sectores más vulnerables, niños y adolescentes, cualificados en un determinado campo del saber y capacitados en crear y gestionar su propio emprendimiento, esto es, para generar su propio empleo y el de otros.

Asimismo, el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Cuenca 2030, se plantea como objetivo la mejora del nivel de ingreso o renta de la población de este cantón, impulsar la generación de nuevos puestos de empleo, mediante la estrategia de promover los emprendimientos productivos y el mejoramiento de las condiciones de trabajo.

El Ministerio de Educación del Ecuador en los lineamientos curriculares para el bachillerato general unificado, imparte la asignatura de Emprendimiento y Gestión durante los segundos y terceros años de bachillerato, para desarrollar ciudadanos con creatividad y que sean propositivos, proactivos, capaces de asumir riesgos, de dar soluciones a problemas sociales y económicos, solidarios y respetuosos con su entorno. Además, de mejorar su calidad de vida el estudiante se forma como un ser visionario, líder, útil para la comunidad, seguro de sí, capaz de actuar de manera crítica, creativa e innovadora en su realidad socioeconómica.

En la construcción de una cultura del emprendimiento, el proceso de aprendizaje del estudiante en la universidad juega un papel primordial y el docente es el agente significativo en el proceso, pues es él quien, mediante su práctica, promueve propuestas emprendedoras en los jóvenes; lo hace posible cuando convierte sus aulas en ambientes creativos de aprendizaje, promueve el uso de Tecnologías de Información y Comunicación y recrea espacios en donde se desarrolla el pensamiento creativo e innovador, con el objeto de configurar seres humanos propositivos y gestores de conocimiento, buscando soluciones que den valor. Hacer del ser humano que solucione las dificultades de su familia, la comunidad y una de las maneras es la creatividad y el emprendimiento.

Disponer del emprendimiento, la creatividad, la innovación y las tecnologías de información y comunicación, en un solo marco, permite relacionar de manera compleja el acto educativo que tiene lugar en el proceso de reflexión para propiciar la modificación del pensamiento, su relación con el desarrollo de pensamientos creativos y el uso de la tecnología digital como herramienta innovadora y potenciadora en el emprendedor y las metas emprendedoras.

El avance en el conocimiento y desarrollo de tecnologías digitales, ha hecho que tengamos un acercamiento diferente a la información. Hoy en día, Ecuador es un país con una población aproximada de 16 millones de habitantes. De los cuales, más de 10 millones de personas tienen acceso a Internet y este es un número que crece día a día. Ahora se plantea que el conocimiento se construye mediante una red de conexiones y el aprendizaje consiste en la capacidad de



construir esas redes; con apoyo a las herramientas de Internet, sino en las acciones que establece el docente para permitir a los estudiantes construir el conocimiento a partir de relaciones y conexiones previamente identificadas y seleccionadas.

La Universidad Católica de Cuenca y la Cultura Emprendedora

Es importante señalar que las máximas autoridades de la Universidad Católica de Cuenca (UCACUE), apoyan la generación de la cultura emprendedora como parte de la formación académica integral que generan las carreras, al transmitir al futuro profesional una visión territorial con responsabilidad social y respeto a la naturaleza, mediante un enfoque sistémico y sinérgico, para que en sus acciones profesionales genere eficiencia, eficacia y efectividad.

El emprendimiento, eje transversal en la formación profesional constituye el elemento motor de una nueva dinámica de desarrollo “desde abajo” con gente emprendedora. Su conocimiento y motivación son factores imprescindibles para esta perspectiva.

El desarrollo, situado en esta dimensión, es simultáneamente un objetivo (un fin) y una práctica de desarrollo de humanos, con respeto a su ambiente cultural y natural. A partir de aquí, podremos avanzar hacia los problemas vinculados a su formación constructivista y reflexiva que tenga competencia para aportar a cambios estructurales en el territorio y que la creatividad y la innovación sean una práctica cotidiana para conseguir el éxito.

Partimos del método de enseñanza-aprendizaje propuesto en el modelo de la

UCACUE: el aprendizaje por problemas, porque la enseñanza problematizada ha generado mayor éxito en el vínculo de la teoría con la práctica.

Uno de los proyectos de Vinculación con la Sociedad de la Universidad Católica de Cuenca, en el marco del “Fortalecimiento al Emprendimiento Productivo e Incubación-Gualaceo”, se enfocó en fortalecer los emprendimientos del cantón Gualaceo, mediante la generación de procesos de asesoría, acompañamiento y seguimiento a los comerciantes, para que administren eficientemente los negocios que mantienen en la vía desde el sector de Llampasay hasta San Pedro de los Olivos (Bullcay). Con el objetivo de presentar una imagen de su negocio atractiva con una buena atención a su clientela y en consecuencia fomentar e incrementar el turismo y el número de visitantes en esta zona de la provincia del Azuay.

En esta zona, se observó que las actividades comerciales se desarrollan en condiciones y con procedimientos que no son atractivos para los clientes, como los relacionados con la manipulación de alimentos, la higiene, la presentación de sus puestos comerciales y el trato a los compradores. Adicionalmente se detectó, que los procesos de la administración de sus negocios se realizan sin la ayuda de ningún tipo de registro ni control. Existe una gran preocupación por parte de las autoridades de Gualaceo, relacionado con el desconocimiento de la situación social, económica y legal de los emprendedores, datos necesarios para generar programas de mejoramiento, capacitación y control en sus actividades económicas.



Los objetivos del proyecto Fortalecimiento al Emprendimiento Productivo e Incubación-Gualaceo fueron los siguientes:

1. Levantar un diagnóstico para la determinación de las necesidades de asesorarías a los micro emprendedores del cantón Gualaceo, en temas de gestión empresarial.
2. Brindar un acompañamiento oportuno a los comerciantes y los artesanos por medio del desarrollo de planes de negocios y de marketing acorde a las necesidades de los comerciantes.

Para alcanzar los objetivos se realizó un levantamiento de información y así determinar las necesidades de asesorarías a los micro emprendedores del cantón Gualaceo en temas de gestión empresarial. Para ello, se elaboró el instrumento de recolección de información, que fue aplicado a los microempresarios, posteriormente, se tabularon los datos que se analizaron en las Unidades Académicas de la Universidad Católica de Cuenca.

Por ejemplo, la Unidad Académica Ciencias Sociales, Periodismo, Información y Derecho, con la intervención de Carreras de Economía y Derecho, participó con la obtención de una línea base, mediante un levantamiento de información socio-económico de necesidades y problemas que aquejan a esta población, lográndose determinar la existencia de 82 negocios.

La Unidad Académica de Tecnologías de la información y la comunicación y su carrera de Ingeniería de Sistemas, fue el soporte técnico en la automatización de los datos generados sobre la base de las necesidades identificadas, con la finalidad de adoptar la

tecnología digital empresarial acorde a las necesidades de los emprendedores.

La Unidad Académica de Administración con sus carreras Contabilidad y Auditoría, Mercadotecnia e Ingeniería Comercial, impulsó la participación de forma activa en el proyecto por medio de sesiones de trabajo y acompañamiento en el ámbito de la gestión empresarial, orientadas a mejorar las capacidades administrativas, productivas y de sostenibilidad de los actores individuales y/o asociativos, mediante la generación de herramientas administrativas básicas para redefinir los giros de negocio, determinar el nivel de competencia, precisar el segmento de mercado, imagen del negocio y el servicio al cliente.

Desde el punto de vista de la implementación del Portal WEB y del marketing digital se apoyó al estímulo al emprendimiento y la innovación, propiciando el nacimiento de iniciativas empresariales poniendo en valor el emprendimiento como vía de desarrollo personal, profesional y económico, y por otro lado como servicio de información y comunicación para hacer más accesible la información facilitando su comprensión a través de la búsqueda, recopilación y tratamiento de la misma y su difusión a través de tableros informativos y canales de comunicación en línea: web, redes sociales, correos electrónicos, boletines digitales, promocionando de esta manera los productos y servicios de los emprendedores.

Descripción de la Propuesta Tecnológica

Para el apoyo tecnológico del emprendimiento productivo y de incubación-Gualaceo, se elaboró un proyecto centrado en la adopción de la infraestructura tecnológica WEB, además de la adopción del marketing digital en la promoción de sus



negocios, con el apoyo de estudiantes de la carrera de Ingeniería de Sistemas a través de talleres.

En cuanto a la ejecución del proyecto se han previsto las siguientes etapas:

1. Desarrollo e implementación del portal WEB como soporte al emprendimiento.
2. Implementación y validación de un piloto de negocio.
3. Difusión de resultados, que permita socializar los conocimientos y resultados adquiridos.

Estimación Presupuestaria

Renglones	US dólares
Talento humano	4.361,60
Materiales e insumos de oficina	78,00
Gastos administrativos	1.460,00
Total	5.899,60

Desarrollos Tecnológicos Previstos

En el análisis de la situación actual se han determinado dos componentes globales, por un lado, el desarrollo e implantación del Portal WEB que cubra el marketing digital para la promoción de los negocios.

Tareas a realizar

Fase 1. Gestión del proyecto

Planeación. Incluye la definición de trabajos, roles, responsabilidades, planificación de las comunicaciones y distribución de la información. Entregado el plan deberá ser revisado y aprobado por los beneficiados.

Seguimiento del proyecto. Generar los reportes de actividades, control y entregables.

Fase 2. Desarrollo de portal WEB

En esta etapa se aplicará un modelo que se ajuste al ciclo de vida del proyecto:

Modelo de negocio

Diagnóstico de la situación actual: se dictarán talleres con los involucrados, para determinar la infraestructura tecnología con la que se cuenta.

Definición de requisitos

Del sistema, de los usuarios, funcionales y no funcionales.

Análisis

Se establecerá la arquitectura del software, considerando la plataforma tecnológica y herramientas de desarrollo.

Diseño

Elaborar distintos modelos, prototipos de interfaz gráfica y navegabilidad, para establecer el modelo de diseño y despliegue adecuado.

Implementación

Lleva el diseño a la arquitectura del portal web.

Prueba del software

Se realizará el proceso de validación observando el comportamiento del producto en escenarios reales.

Fase 3. Implementación del marketing digital

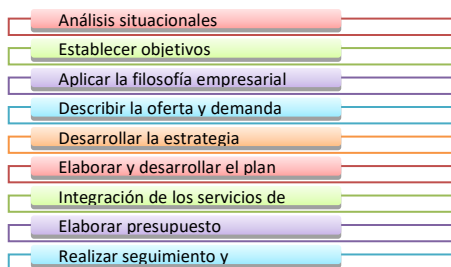
Establecer plan de Marketing

El esquema de la propuesta se basa en el criterio de los autores: Kotler (2012) y Bowen y Ozuem (2015) acoplados a las necesidades



de las microempresas y siguiendo la estructura como se muestra en la figura de esquema de plan de marketing; a la propuesta se agregaron herramientas digitales como son: Marketing *One to One*, Marketing de Atracción, Marketing de Retención, Marketing de Recomendación.

Esquema del Plan de Marketing



Fase 4. Implementación y validación

Se ha de trabajar en las siguientes actividades:

Piloto de Portal WEB y Marketing Digital

Concluidas las actividades de desarrollo y prueba del Portal WEB y la estrategia de marketing digital, se publicará para validar su desempeño y operatividad en un ambiente real, por lo que escogerá una muestra de negocios que permitan trabajar en este plan de acción.

Validación de los proyectos

Paralelo al piloto del Portal WEB y del marketing digital, el equipo involucrado supervisará la aplicación de la metodología de marketing digital, realizando observaciones y sugerencias en cuanto a la estructura y los procesos definidos para su aplicación, del mismo modo sobre las herramientas y técnicas aplicadas.

Fase 5. Difusión

Concluido el piloto y la validación de la metodología, se realizará un evento de

difusión al sector involucrado y a la comunidad académica. En el evento participarán los microempresarios, realizando la presentación del proyecto como de las acciones aprendidas en el proceso.

También, se presentarán ponencias, además, se publicarán artículos en revistas indizadas y en sitios web de acceso abierto.

Conclusiones

La penetración de Internet y el comercio electrónico en la sociedad del Siglo XXI, hace imperioso considerar los canales digitales de comunicación comercial para los emprendimientos. Las oportunidades de acceso a mercados globales por medio de Internet, son razón suficiente para diseñar una estrategia de negocio sólida en el tema, articulando la tecnología digital y las tendencias en mercadeo digital.

Ya no es suficiente con tener “un sitio web”. Hoy día, se deben integrar la plataforma Web herramientas y estrategias para generar oportunidades de negocio, posicionando la marca, servicio y/o la oferta de valor, fidelizando e integrando a los clientes y asociados, e impactando el mercado objetivo de manera rentable y sostenida.

Muchos emprendimientos buscan alcanzar mayores niveles de ventas, cubrir una mayor cuota de mercado, con apoyo de estrategias de marketing que usando herramientas digitales pueden lograr su objetivo más eficientemente.

REFERENCIAS

Almoguera, J. A. (2009). Manual Práctico del Emprendedor, Madrid: Emprendedores Cardenal Herrera Oria.



Asamblea Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Montecristi: Asamblea Constituyente, Gaceta oficial Nº 449 del 20 de octubre del 2008.

Asamblea Nacional. (2010). Ley Orgánica de Educación Superior. Quito: Asamblea Nacional. Gaceta oficial Nº 298 del 12 de octubre del 2010.

Gobierno Provincial del Azuay (2011). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Azuay 2012- 2016. Cuenca: Gobierno Provincial del Azuay. Gaceta Oficial Nº 377, de fecha 12 de octubre del 2015.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010). Censo Económico y Poblacional. Quito-Ecuador. INEC

Kotler, P. (2012). A framework for marketing management. New York: Pearson One Prentice Hall.

MIPRO (2012). Ministerio de Industrias y Productividad. Quito: MIPRO. Gaceta oficial Nº 253 de fecha agosto del 2012

Gordon Bowen y Wilson Ozuem (Ed) (2015). Computer-Mediated Marketing Strategies: Social Media and Online Brand Communities (Advances in Marketing, Customer Relationship Management, and E-Services. Hershey, PA IGI Global.

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Cuenca. Provincia del Azuay, Zona 6, del cantón Cuenca a 2030. Cuenca-Ecuador.

Proyecto de Vinculación con la Comunidad (2017). Fortalecimiento al Emprendimiento

Productivo e Incubación – Gualaceo. Cuenca: UCACUE.

Schumpeter, Joseph A. (2000) Entrepreneurship as Innovation. Entrepreneurship: The Social Science View. 51-75. Disponible en: <https://ssrn.com/abstract=1512266>

SENESCYT (2018). La Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación. Quito: SENESCYT, Gaceta oficial LOTAIP 20 de enero del 2018.

SENPLADES (2017). Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021. Quito: SENPLADES, Gaceta oficial Nº 681 del 13 de julio del 2017.

Universidad Católica de Cuenca (2016). Reglamento de Practicas Pre profesionales 2016-2020. Cuenca: Resolución Nro. C.U.272-2015 UCACUE, 26 de octubre del 2015. Cuenca. Ecuador: UCC.

Universidad Católica de Cuenca. (2017). Plan de emprendimiento 2016-2020. Cuenca: UCACUE.

Universidad Simón Bolívar. (2015). El emprendimiento en la república del Ecuador. Quito: USB.

Licencia [CC BY-SA 2.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/)

Síguenos en nuestras redes sociales:

@Cambio_UCV

<https://cambiouniversitario.wordpress.com>

/

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100011606378160>