

Entrepreneurship and the value triangle at UEF San José Bolívar - Ecuador 2024

Emprendimientos y el triángulo de valores en la UEF San José Bolívar - Ecuador 2024

Autores:

Trujillo-García, Dora Saragosa
UNIVERSIDAD BOLIVARIANA DEL ECUADOR
Magíster en Pedagogía en FTP
Guayaquil – Ecuador



dstrujillo@ube.edu.ec



<https://orcid.org/0009-0005-2980-6539>

Díaz-Ortiz, Yaritza
UNIVERSIDAD BOLIVARIANA DEL ECUADOR
Magíster en Pedagogía en FTP
Guayaquil – Ecuador



ydiazo@ube.edu.ec



<https://orcid.org/0009-0005-3954-056X>

Carvajal-Parra, Marjorie Del Rocío
UNIVERSIDAD BOLIVARIANA DEL ECUADOR
Ph.D. en Ciencias de la Educación
Guayaquil – Ecuador



mdcarvajalp@ube.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0002-8858-0083>

García-Hevia, Segress
UNIVERSIDAD BOLIVARIANA DEL ECUADOR
Ph.D. en Ciencias de la Educación
Guayaquil – Ecuador



sgarciah@ube.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0002-6178-9872>

Fechas de recepción: 24-SEP-2024 aceptación: 24-OCT-2024 publicación: 15-DIC-2024



<https://orcid.org/0000-0002-8695-5005>

<http://mqrinvestigar.com/>



Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo establecer la relación entre los emprendimientos y el triángulo de valores en la UEF San José. Bolívar -Ecuador 2024., la investigación se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo, el diseño es descriptivo correlacional, no experimental, ya que no se manipulo las dos variables. El estudio técnico fue la encuesta y el instrumento cuestionario para comprobar la correlación de las variables con sus dimensiones que se procesaron con estadística descriptiva con el programa SPSS 21 y Excel para la base de datos. Se seleccionó la escala ordinal para la muestra en relación a las variables de acuerdo a la escala de Likert con los siguientes niveles: 1 siempre, 2 casi siempre, 3 algunas veces, 4 pocas veces, 5 nunca. La población fue de 53 estudiantes de 2do Bachillerato, la muestra 27, la confiabilidad se calculó mediante Alfa de Cronbach y se estimó en 0,922 para la variable 1 y para la variable 2 se estimó 0,889. Se aplicó el coeficiente de correlación r Pearson y es de 0,557**, es decir la correlación positiva media al nivel de 0,01 bilateral, esto expresa que este estudio esta con el 1% de error y 99% de confianza en el ámbito de estudio, por lo tanto, se acepta la H_1 : Los emprendimientos se relacionan significativamente con el triángulo de valores en la UEF San José. Bolívar -Ecuador 2024.

Palabras clave: Emprendimiento; valores; familiar; social; educativo; marketing digital

Abstract

The objective of this study was to determine if entrepreneurship is related to the triangle of values in the students of the 2nd year of high school at the UEF San José. Bolívar -Ecuador 2024, the research was developed under the quantitative approach, the design is descriptive correlational, non-experimental, since the two variables were not manipulated. The technical study was the survey and the questionnaire instrument to check the correlation of the variables with their dimensions, which were processed with descriptive statistics with the SPSS 21 program and Excel for the database. The ordinal scale was selected for the sample in relation to the variables according to the Likert scale with the following levels: 1 always, 2 almost always, 3 sometimes, 4 rarely, 5 never. The population was 53 students of 2nd Baccalaureate, the sample 27, the reliability was calculated by Cronbach's Alpha and was estimated at 0.922 for variable 1 and 0.889 for variable 2. The Pearson r correlation coefficient was applied and it is 0.557**, that is, the average positive correlation at the level of 0.01 bilateral, this expresses that this study is with 1% error and 99% confidence in the scope of the study, therefore, the H_1 is accepted: Entrepreneurship is significantly related to the triangle of values in the UEF San José. Bolívar -Ecuador 2024.

Key words: Entrepreneurship; values; family; social; educational; digital marketing

Introducción

La presente investigación surge en la exposición de una feria de emprendimientos que se desarrolló en la Unidad Educativa Fiscal San José. Bolívar -Ecuador en el periodo 2024 ubicada en San José del Tambo al observar la presentación de diferentes tipos de emprendimientos interdisciplinarios que no satisfacían las necesidades, porque proyectaban un marketing muy diferente a los productos o bienes promocionado.

Muchos de los consumidores no se sentían satisfechos por los productos adquiridos en preventas, y en la exposición de la feria había diseñado trípticos, gigantografía, carteles publicitarios muy diferentes a los productos ofertados, tanto en calidad, cantidad y precio de venta al público notándose en los estudiantes descontento, frustración por la pérdida económica, sensación de engaño, manipulación y hasta pérdida de tiempo.

Ante este análisis se identifica la siguiente problemática: ¿De qué manera se relaciona los emprendimientos y el triángulo de valores?

Del mismo modo surge los problemas específicos: ¿Existe relación entre la creatividad y los emprendimientos en la UEF San José-Bolívar -Ecuador 2024? ¿Existe relación entre la innovación y los emprendimientos en la UEF San José-Bolívar -Ecuador 2024?

Es muy imperante argumentar que los emprendimientos es una alternativa de trabajo para los bachilleres que tienen dificultades en encontrar una plaza laboral por esta razón tiene mucha importancia formar a los estudiantes con perfiles competentes que demuestren innovación, creatividad, planificación de gestión, toma de decisiones, liderazgo, gestión de equipo, buena comunicación, organización financiera, educación en valores

En referencia a la variable identificada como emprendimiento se proporcionan las dimensiones creatividad e innovación para la variable dos se proponen las dimensiones valores familiares, sociales y educacionales con el fin de profundizar la presente investigación, destacando que existen muchos emprendimientos destacados, pero al poco tiempo desaparecen porque no consideran o desconocen las herramientas de creatividad e innovación, que hoy el mercado productivo lo demanda.

Del mismo modo, en cuanto a la variable emprendimiento se debe relacionar a la dimensión creatividad con los indicadores ideas, conceptos y diseños, por otro lado, para la

dimensión dos, denominada innovación se poseen los indicadores tecnología, marketing y publicidad digital.

Así mismo, para la variable dependiente triángulo de valores y sus respectivas dimensiones valores familiares, sociales y educativos se relacionaron los siguientes indicadores respeto, responsabilidad, honestidad (valores familiares), espíritu crítico, igualdad, libertad, (valores sociales), compromiso, pertenencia y constancia (valores educativos).

Del mismo modo se argumenta que otra de las herramientas a beneficio de los emprendimientos es la creatividad que van de la mano con la innovación, si los emprendedores usaran con frecuencia estas herramientas el mercado productivo crecería en gran escala y difícilmente los emprendimientos desaparecerían ya que con frecuencia se buscaría satisfacer las necesidades de los consumidores, la comunidad educativa se motivaría a crear emprendimientos, para ponerle fin a la pobreza para todas las personas a nivel mundial, que es el objetivo número uno del desarrollo sostenible (CEPAL, 2023)

Por otro lado, es muy importante insistir en la importancia de los valores en los emprendimientos, en este estudio nos enfocamos en estudiar a los valores familiares, sociales y educativos, como punto de partida debemos analizar que los valores que se imparte en la familia forman el carácter y crean un ambiente de confianza, una buena comunicación asertiva, de equidad en los trabajos familiares que determinarán el éxito o fracaso en la mayoría de los emprendimientos.

Los valores familiares son transmitidos dentro de la familia, como el trabajo en equipo, respeto, responsabilidad, la honestidad pueden influir significativamente en la mentalidad emprendedora, un entorno familiar que fomente los buenos valores pueden preparar a los individuos para adoptar roles creativos e innovadores en sus futuros emprendimientos.

Del mismo modo es muy relevante mencionar a los valores sociales que contribuyen significativamente a la convivencia armónica de los individuos en una sociedad, a pesar de que existen criterios compartidos existen leyes que su base radican en los valores para el buen vivir, la justicia, la paz, la honestidad, para formar mejores seres humanos, fortalecer a la sociedad, las instituciones y fortalecer a los emprendimientos.

Los valores Sociales como el espíritu crítico, la igualdad, la libertad y la sostenibilidad pueden dirigir emprendimientos innovadores que propicien soluciones no solo que sean rentables sino también beneficiosas para la sociedad en general, negocios que adoptan estos valores pueden contribuir significativamente a resolver problemas sociales, ambientales y económicos.

Del mismo modo, es importante mencionar que los valores educativos, juega un papel importante en el desarrollo de habilidades innovadoras y creativas, un sistema formativo que promueve el compromiso de pertenencia y la constancia de explorar diversas áreas de conocimiento puede equipar a los estudiantes con las herramientas necesarias para emprender e innovar, además, la incorporación de programas de emprendimiento en los currículos puede inspirar y capacitar a los estudiantes desde una edad temprana.

Así mismo, es predominante mencionar que los valores educativos contribuyen en la formación de los estudiantes, por esta razón es muy importante que los docentes transmitan buenos valores como la ética, la responsabilidad, la autodisciplina, integridad, y la buena gestión del tiempo, de este modo a través del buen perfil del docente que proyecte a sus alumnos un gran porcentaje de estudiantes cumplirán con el desarrollo formativo en competencia y así desarrollar habilidades técnicas específicas con la combinación de conocimientos, habilidades, actitudes y valores para el buen desempeño laboral, que hoy en día hay mucha escases en el campo profesional de personas con estas características y en consecuencia muchos de los emprendimientos por lo general naufragan ante las olas de la competencia.

En tal sentido, los emprendimientos pueden contribuir al crecimiento económico en las familias ecuatorianas y de todos los países de la región, por lo general los que integran el hogar trabajan en equipos, cuidan de los ingresos y de los egresos, canalizan y seleccionan las mejores inversiones y los productos que con más frecuencias consumen y se comercializan, este es el propósito de la agenda 2030, “ponerle fin a la mendicidad, cero hambres, trabajo decente, crecimiento económico, innovación, que proyectemos al desarrollo de las comunidades sostenibles, consumo y producción con responsabilidad que son algunos de los objetivos que propuso la ONU para fortalecer la justicia social”. (Envera, 2020)

Del mismo modo el impacto significativo que tiene el rol de la familia en la efectividad escolar de los niños, un tema explorado en profundidad, los valores familiares, como el apoyo emocional, la motivación y el establecimiento de expectativas académicas, funcionan como pilares en el desarrollo educativo de los niños.

Puedes imaginarlo como un jardín donde cada planta (niño) necesita un tipo específico de cuidado (apoyo familiar) para florecer adecuadamente (éxito escolar). Si las familias proporcionan un suelo fértil, agua suficiente y protección contra las inclemencias (es decir, un entorno hogareño amoroso, motivado y estimulante), es más probable que las plantas crezcan saludables y fuertes.

En el contexto de la efectividad escolar, esto se traduce en mejores rendimientos académicos, una mayor autoestima entre los estudiantes y una mayor capacidad de enfrentar desafíos, la presencia y calidad de la interacción familiar se refleja directamente en cómo los estudiantes se aproximan a sus responsabilidades y oportunidades educativas.

Destacando la importancia de los valores para formar un buen perfil profesional en los estudiantes por otro lado, es relevante argumentar sobre las competencias tecnológicas que juegan un papel fundamental en los emprendimientos, vemos que muchas familias utilizan herramientas tales como el comercio electrónico y social que brinda grandes oportunidades por ejemplo tenemos e-commerce que es la compra de productos por internet aprovechando el “Tratado de Libre Comercio (TLC), tratado que se festejó en la ciudad de Quito el 10 de mayo 2023 y en Beijing y entro en vigor el 11 de mayo del mismo año, dando inicio al mundo de las exportaciones”. (English Versión, 2024)

Este beneficio ha permitido que muchas de las familias ecuatorianas emprendan y logren mayores ganancias sin intermediarios, este avance galopante permite crear un marketing más transparente, sin engaños para el consumidor y como resultado una población de consumidores satisfechos y emprendimientos más permanentes ya que se venden productos de calidad y a menor precio, gracias a que aplican el triángulo de valores familiares, sociales y educativos que adquirieron en el proceso de su perfil profesional.

Así mismo, otro de los beneficios tecnológicos que con frecuencia usan los emprendedores ecuatorianos son las plataformas digitales tales como tik tok, Facebook, , Instagram, Pinterest, twitter, WhatsApp, YouTube, que ofertan productos y han tenido una fuerte acogida en la compra y ventas de bienes y servicios, con la innovación y creatividad

dimensiones clave de nuestra investigación, que permitan motivar a los estudiantes a incorporar competencias tecnológicas y proyectar a través de ellas un buen marketing y publicidad que satisfaga al consumidor.

Estas plataformas no solo permiten a los usuarios descubrir y comprar productos de manera fácil y rápida, sino que también ofrecen a las marcas herramientas poderosas para interactuar directamente con los clientes, mejorar el compromiso y aumentar las tasas de conversión.

Por esta razón es muy relevante eliminar el marketing en línea engañosa en las redes sociales, falencia que se ha visualizado muy a menudo en muchos de los consumidores, se han llevado grandes decepciones por los productos que adquieren, compras de productos no deseados, pérdida de dinero, de tiempo, engaño y frustración, por esta razón este estudio considera la importancia del triángulo de valores familiares, educativos y sociales en la proyección de un comercio transparente.

Bajo este análisis profundo e importante se procedió a respaldar con base científica que contribuirán positivamente a nuestra investigación con un punto de partida de la variable independiente, dependiente, con sus respectivas dimensiones a nivel internacional, nacional y local.

A nivel internacional los emprendimientos en la actualidad tienen un enfoque educativo innovador centrado en el desarrollo de habilidades prácticas a través del trabajo en equipo y proyectos reales con clientes, este enfoque busca no solo impartir conocimientos, sino también fomentar competencias tecnológicas.

En Hong Kong en la gran área de la bahía de Guangdong promueven la participación de jóvenes emprendedores con habilidades en ciencia y tecnologías, se consideran pilares de la innovación, al ser una de las regiones más abiertas y económicamente más brillantes, haciendo de esta región la fábrica de sueños por los emprendimientos visualizándose la creatividad y las ansias del vertiginoso progreso, notándose también el trabajo en equipo, muchos de los sueños que estos ciudadanos tienen son agrícolas, por primera vez cosecharon vegetales en el techo, fue difícil para ellos desarrollar el emprendimiento, al final la población trabajó 200 metros cuadrados y 50.000 yuanes que representan 693 dólares. (China hoy, 2023, pág. 16)

Por otro lado, se destaca en la China la importancia de los valores especialmente la ética en los negocios tomando como ejemplo la filosofía de Confucio quien argumenta que la moralidad se basa en las normas de convivencia y circunstancias completas y que los roles familiares, sociales, y empresariales tienen un papel predominante en los emprendimientos teniendo una escala referencial a nivel mundial, una de las frases más significativas es “un buen hacer y la confianza mutua son importante” (ibmh corp, 2023)

Del mismo modo expresan que “las negociaciones únicamente resultarán beneficiosas para todos los involucrados si los vínculos establecidos se fundamentan en el respeto, el optimismo y hasta la amistad, sin embargo, esto no aparece de manera instantánea, requiere dedicación y trabajo constante, por ejemplo, actuar con cortesía durante los encuentros, honrar las tradiciones y participar activamente en ellas, exhibir buenos comportamientos, además de detalles menores como evitar interrumpir a otros mientras que expresan sus ideas”

Por otro lado, otro de los países de mayor impacto mundial en emprendimientos es los Estados Unidos, el Instituto Aprende ofrece una serie de estadísticas relevantes sobre esta iniciativa empresarial, enfocándose particularmente en la comunidad latina y su impacto económico, además estudios realizados aborda temas como la proporción de innovadores que han alcanzado éxito sin estudios universitarios, la contribución que estos aportan a la economía estadounidense, y la tendencia de los negocios pequeños a operar sin empleados adicionales, también resalta el optimismo y el espíritu innovador en el país y argumentan “que el mundo de los emprendedores está lleno de sorpresas y datos sorprendentes que demuestran un espíritu renovador que los impulsan” (Aprende Institute, 2024)

Bajo este análisis se puede argumentar que los emprendimientos que se realiza en las diferentes instituciones educativas en los Estados Unidos en el nivel de escuela secundaria involucran aprendizajes para la vida y destacan la importancia de la independencia por parte de los emprendedores con la finalidad de optimizar recursos y obtener más ganancias, para proyectar mayor inversión, competitividad y para satisfacer las necesidades de los consumidores, tampoco deja de lado a la contribución de la población latinoamericana que en edades de 18 a 80 años con una buena idea y perseverancia puede ser un emprendedor exitoso.

Por otro lado, pero en coordinación con los emprendimientos y el triángulo de valores que existe en los Estados Unidos, hace mucha referencia con el comercio en las redes sociales que se valora en decena de miles de millones de dólares con proyección al alza en ventas, gracias a la satisfacción que sienten los consumidores por sus productos adquiridos a través del comercio electrónico liderando en el mercado estadounidenses: TikTok, Facebook, Instagram y Pinterest son algunas de las plataformas más influyentes en este ámbito, cabe destacar que este resultado es gracias al triángulo de valores que se aplica los vendedores al comercializar un producto.

Algunos autores afirman lo siguiente:

El comercio actual en la sociedad, las redes sociales, y las compras en líneas han transformado rápidamente el mundo de los consumidores, según las últimas estadísticas se espera que los ingresos globales por el comercio electrónico superen un 5.5 billones de dólares hasta el 2027, es decir es un papel clave en las formas de compras en líneas del futuro, aprovechando al máximo las redes sociales y el marketing digital. (Hostinger Tutoriales, 2024)

Así mismo argumenta que:

TikTok: Esta plataforma es especialmente popular entre esta generación, con un 58% de ellos prefiriendo comprar a través de esta. Es conocida por facilitar compras impulsivas, con más del 55% de sus usuarios reportando haber realizado compras impetuosas en la plataforma. TikTok ha colaborado con Shopify para permitir a los comerciantes crear tiendas virtuales dentro de la aplicación, haciendo que la experiencia de compra sea fluida y directa.

Facebook: Sigue siendo una plataforma dominante para el comercio social, un tercio de los compradores de comercio social prefieren comprar a través de Facebook, utilizando herramientas como Marketplace, esta plataforma es especialmente popular entre generaciones mayores.

Instagram: Preferida por el 70% de la población virtual, ofrece diversas funciones para el comercio social, como etiquetas de compra, anuncios de productos y compras a través de mensajes directos. Instagram Shops permite a las marcas crear vitrinas virtuales personalizables, facilitando a los usuarios descubrir y comprar productos directamente desde la aplicación.

Pinterest: Con un enfoque en la inspiración y el descubrimiento de productos, Pinterest es utilizado por más de 498 millones de personas mensualmente, la mayoría de las búsquedas en Pinterest no están asociadas a marcas específicas, lo que brinda a los emprendedores una oportunidad única para captar la atención de los usuarios en el momento de la inspiración.

Por otro lado, a nivel latinoamericano de acuerdo con Startus emprendimientos en América Latina un gran desafío, “consideran que los emprendimientos tienen un gran potencial para el desarrollo social y económico pero con muchos retos para ser superados entre ellos la falta de innovación, baja productividad, la desigualdad, y la vulnerabilidad”, frente a estas problemáticas se presenta la oportunidad de generar alternativas de trabajos por medio de los emprendimientos, y así desarrollar bienestar para la sociedad, fuentes de ingresos e innovación tecnológica, aunque con pocas probabilidades de éxitos, por la falta de inversión a los emprendedores en los gobiernos locales, ante esta debilidad esta nueva empresa se centra a formar personas con habilidades, con conocimientos necesarios y con financiamientos propios. (Esan deja huellas, 2022)

Es así como, que a pesar de los obstáculos existen emprendedores que aprovechan las tecnologías, la innovación y las oportunidades del mercado porque operan en sectores dinámicos que ayudan al escalonamiento de la dinámica productiva económica y social, por esta razón Startus “se enfocan en empresas jóvenes o emprendimientos en América Latina con alto impacto en potencial para el crecimiento económico para América Latina y el Caribe a base de la tecnologías que reflejan un modelo de negocio escalable y de conquista para otros mercados ofertando productos de calidad y buenas virtudes. (Unidad Latina, 2023)

Por el contrario, diversos estudios y artículos revelan que:

En el año 2023 una decadencia de valores dentro de los emprendimientos en América Latina y esto se atribuye a varios aspectos como son la falta de ética y de transparencia, en impacto socio económico, la cultura empresarial, por esta razón muchos de los emprendimientos solo subsisten, o decaen, engrosando cinturones de pobreza y mendicidad en Latinoamérica, dando una óptica permanente de países subdesarrollados, con alzas a endeudamientos y poca inversión extranjera. (Dino & Stumpo, 2020)

En cuanto a la ética y la transparencia un reporte del Banco Mundial indica que muchos emprendimientos en la región enfrentan desafíos relacionados a esta temática, por lo cual argumentan: “La competencia desleal y prácticas comerciales cuestionables han afectado la percepción y confianza en nuevos negocios, debilitando los valores fundamentales que deberían sostener las actividades emprendedoras” (Bajaña Tovar & González Morán, 2019, pág. 43)

Por otro lado, se puede argumentar que la era digital ha transformado significativamente la forma de los emprendimientos, los consumidores interactúan, presentando nuevos retos para la competencia, el tema central es la competencia desleal y la publicidad engañosa especialmente en lo que corresponde plataformas digitales y la economía globalizada, muchas de estas pasan por encima de las normas del mercado y estas prácticas incluyen la elusión de las regulaciones, prácticas anticompetitivas. La economía colaborativa, muchas de las empresas se ven perjudicada y exigen la importancia de un marco legal regulatorio para enfrentar los desafíos de la era digital y proponen nuevas reformas legislativas adaptadas a las nuevas realidades tecnológicas.

Así mismo interpretando el comentario de (Forero Franco , 2023) “En un mundo globalizado y tecnológicamente dinámico, la falta de una regulación sólida ha propiciado violaciones tanto de los derechos de los consumidores como de la equidad competitiva en el mercado electrónico” (p.3), por lo tanto se puede interpretar que muchos de los grandes emprendimientos y empresas se sienten perjudicados porque las redes sociales están siendo de gran impacto a nivel mundial, nacional y local, para el comercio en línea, pero notándose que en la región de Latinoamérica no se comercializa con transparencia, es decir no ponen en práctica los valores.

Por esta razón, en este párrafo se destaca a la ética como uno de los valores más importantes en el campo educativo y especialmente en estudiantes emprendedores que ofertan en línea, ya que tienen la responsabilidad de operar de manera clara y transparente y así mantener la confianza de los consumidores y así construir una marca personal sólida y sostenible a largo plazo, para ello se debe de trabajar con publicidad transparente, privacidad y datos del cliente, transparencia en autenticidad y colaboración, adoptar una responsabilidad social de impacto positivo, no descuidar las buenas relaciones con los clientes es decir,

honestidad, veracidad en los productos o servicios que ofertan y sobre todo el respeto a la sociedad intelectual.

Agregando a lo anterior, argumenta algunos autores: “Cada distorsión de la ética es como si se arrancara las hojas de los árboles, deformando los valores y principios, sin embargo, cuando se destruye la ética, se destruye el árbol de raíz destruyendo los principios y valores sin retornos” (Palacios González, Guamán Carranza, & Carvajal Parra, 2023, pág. 1.135)

El autor argumenta la importancia de la ética en los emprendimientos, esta constituye los valores y los principios de cualquier contextos ya sea en lo laboral, personal y social, es el sustento que permite el fortalecimientos de las bases sólidas de los negocios, es similar a las raíces de un árbol que sostiene y nutre a la estructura, las pequeñas distorsiones de la ética es como arrancar las hojas de los árboles de manera individual puede ser algo insignificante, pero de manera colectiva pueden matar al árbol, simbólicamente a la ética.

Por otro lado. se hace imprescindible citar la importancia del emprendimiento como un pilar clave para el desarrollo social y económico, destacando la conexión con los valores familiares, sociales y educativos, así como la integración del marketing digital. Valores familiares como la honestidad, el respeto y la responsabilidad son fundamentales para crear empresas éticas y sostenibles, mientras que los valores sociales como el compromiso, la igualdad y el sentido de pertenencia promueven una cultura de colaboración y comunidad. En el ámbito educativo, el pensamiento crítico y la constancia son esenciales para fomentar la innovación y creatividad emprendedora. Asimismo, la dimensión del marketing digital se presenta como una herramienta indispensable en el entorno empresarial actual, permitiendo que los emprendedores amplíen su alcance, innoven en sus estrategias y se adapten a las necesidades del mercado. El marketing digital facilita no solo la promoción de productos y servicios, sino también el fortalecimiento de los valores éticos y responsables en la gestión de empresas, alineando los objetivos de negocio con las demandas sociales contemporáneas. (Núñez Cudriz & Miranda Corrales, 2020), argumenta que "el marketing digital ha transformado de manera dinámica las organizaciones, influyendo en la administración de negocios al ofrecer nuevas estrategias que permiten a las empresas adaptarse a un entorno competitivo y cambiante" (p. 1).

En consecuencia podemos decir, que el emprendimiento es un pilar clave para el desarrollo económico y social, dado que impulsa la innovación y crea nuevas oportunidades laborales, en este sentido, los valores familiares, sociales y educativos desempeñan un papel importante para garantizar el éxito a largo plazo de los proyectos emprendedores, principios como la honestidad, la responsabilidad y el respeto fortalecen las conexiones con clientes y proveedores, fomentando la confianza y la fidelidad, elementos fundamentales para consolidar un negocio en entornos digitales como Facebook Marketplace, en este sentido se resume que “El emprendimiento, como catalizador del desarrollo económico, promueve la innovación y la generación de empleo, los valores familiares, sociales y educativos son fundamentales para un éxito duradero, ya que fortalecen la confianza y fidelidad en plataformas como Facebook Marketplace” (Ortiz Coloma & Pacheco Rodríguez, 2023)

Así mismo se argumenta que “El marketing digital en Facebook permite a los emprendimientos optimizar su presencia, segmentar audiencias, y generar ventas mediante anuncios y contenido visual. La interacción con los usuarios y la medición de resultados son clave para el éxito” (Pierre, 2024)

El marketing digital en Facebook es vital para los negocios que buscan competir en el comercio electrónico (eCommerce y Marketplaces), a través de esta plataforma, las empresas pueden establecer tiendas online y aprovechar el Marketplace para vender productos directamente. Las campañas publicitarias, permiten segmentar audiencias de manera precisa, maximizando el alcance y efectividad de las promociones. Además, Facebook ofrece herramientas analíticas que ayudan a optimizar las estrategias en tiempo real, mejorando el retorno de la inversión. La interacción personalizada refuerza la confianza y facilita las conversiones, según:

“El marketing digital en Facebook ha emergido como una herramienta clave para empresas que compiten en eCommerce y Marketplaces, permitiendo la creación de tiendas y la venta directa de productos. Anuncios segmentados, métricas en tiempo real y la interacción personalizada son esenciales para maximizar el retorno de inversión y generar confianza en los consumidores” (Levy, 2019)

Para resumir, los emprendimientos son impulsado por la creatividad e innovación, permitiendo el desarrollo de ideas y conceptos únicos que generan los valores familiares, sociales y educativos que fortalecen el carácter ético de los emprendedores, fomentando la

responsabilidad y honestidad, así mismo la tecnología juega un papel fundamental, facilitando el acceso a herramientas de marketing digital que optimizan la visibilidad y posicionamiento de los productos y servicios, por último, a través del marketing digital, los emprendedores pueden conectar con su audiencia, medir resultados en tiempo real y ajustar sus estrategias para mejorar el rendimiento y la confianza del consumidor.

Ante este análisis en la UEF San José. Bolívar -Ecuador 2024 en los emprendimientos se pudo observar que los valores tenían una decadencia y poca proyectividad a conquistar nuevos mercados se identifica la siguiente problemática: ¿De qué manera se relaciona los emprendimientos y el triángulo de valores?

Por esta razón el trabajo de investigación se justifica en el campo teórico, educativo, práctico, cultural y social. En el campo teórico porque exponen los antecedentes, los conceptos que se diseñaron para construir este trabajo, fuentes confiables que aportaron científicamente y están actualizadas para darle un valor más relevante, en el campo educativo se motiva a desarrollar las competencias y el aprendizaje significativo a través del desarrollo de los emprendimientos, en lo práctico que aprendan aplicando el aprendizaje basado en proyectos, en lo cultural para que tengan un sentido de pertenencia a los productos o servicios elaborados y en social ya que con el aporte de los resultados descartamos o aceptamos la hipótesis, si esta es aceptada contribuirá para otros estudios y para la comunidad general.

Ante problemática presentada surge el objetivo general: Establecer la relación entre los emprendimientos y el triángulo de valores en la UEF San José. Bolívar -Ecuador 2024. Objetivos específicos: Demostrar la relación entre creatividad y los emprendimientos en la UEF San José. Bolívar -Ecuador 2024.

Identificar la relación entre la innovación y los emprendimientos en la UEF San José. Bolívar -Ecuador 2024. Así mismo surgen los siguientes planteamientos de hipótesis:

Hipótesis general.

Hi: Los emprendimientos influyen significativamente con el triángulo de valores en la UEF San José. Bolívar -Ecuador 2024.

Ho: Los emprendimientos no influyen significativamente en el triángulo de valores en la UEF San José. Bolívar -Ecuador 2024.

Hipótesis Específica:

H1: La innovación influye significativamente en los emprendimientos en la UEF San José. Bolívar -Ecuador 2024.

H2: La creatividad influyen significativamente en los emprendimientos en la UEF San José. Bolívar -Ecuador 2024.

Material y métodos

Por otra parte, se debe tener presente las leyes de educación científica de la SENESCYT publicado en el año 2023, el cual establece los diversos tipos de estudios y las diversas investigaciones en el Artículo 4to literal d y h, el cual contempla que la investigación es un estudio mediante la metodología científica y debe ser definitivo y concreto, debe de ser un trabajo creativo que se desarrolla secuencialmente, para crear un conocimiento cultural, humano, social con la finalidad de contribuir con futuras investigaciones.

El enfoque desde el cual se plantea la investigación es cuantitativo, "recolección de datos para probar hipótesis con base de medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento." (Sampiere, 2003). Referente al modelo de estudio de la investigación es no experimental, puesto que no se manipularon las variables, el objetivo es determinar la correlación de la variable "Emprendimientos" y la variable dos "el triángulo de valores UEF San José. Bolívar -Ecuador 2024, el corte es transversal porque se estableció en un determinado tiempo 2024. Según (Escamilla 2022), diseño no experimental es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos.

La investigación es descriptivo correlacional, ya que se indagó la correlación entre las 2 variables, la variable independiente 1 "Emprendimientos" con sus dimensiones: Creatividad e Innovación, la variable 2 "Triangulo de Valores" con sus dimensiones: Valores familiares, sociales y educativos.

Esquema del diseño de las variable independiente y dependiente.

Se muestra el diseño descriptivo correlacional que demuestra la correlación de las variables:



M=Muestra

V1=Variable 1 independiente " Emprendimientos"

R=Relación

V2= Variable 2 dependiente " Triangulo de valores "

Población, muestra y muestreo.

La población es la base esencial de la investigación que tiene muchas características, pueden constituirse por objetos o personas y son el objetivo de la investigación, en escala se lo puede ubicar como el componente meso, ya que el universo es considerado macro, mientras que la muestra se denominara micro, que es el propósito de estudio en la investigación.

La población estimo entre 53 estudiantes 2do de la UEF San José. Bolívar -Ecuador 2024 y la muestra se seleccionó con 27 estudiantes que fue el propósito de estudio y fue seleccionado a través del muestreo no probabilístico por conveniencia que es una muestra no aleatoria, puesto que se seleccionó con los estudiantes que realmente se sintieron desconforme con los emprendimientos en la feria de exposiciones, con el propósito de dar solución a esta problemática estudiada.

En resumido análisis:

Población: 53

Muestra: 27 estudiantes de bachillerato 2do de la UEF, San José. Bolívar -Ecuador 2024

Muestreo: No probabilístico por conveniencia.

Técnica Instrumento y recolección de datos

Se aplicó la técnica de la observación, la encuesta y el instrumento cuestionario, tanto para la variable independiente y la variable dependiente, con sus respectivas dimensiones, luego procesarlos en el procesador de datos el programa de Excel 2010, con la recolección de datos, se seleccionó la escala de Likert con los siguientes valores 1 de siempre, 2 de casi siempre, 3 algunas veces, 4 pocas veces, y 5 de nunca, a partir de los resultados fueron procesados por una base de datos y luego trasladados al estadístico descriptivo SPSS v. 21 para ser procesaros las tablas descriptivas y los niveles de calificación de ambas variables y sus respectivas dimensiones.

Ante lo analizado se aplica el método cuantitativo, se procesa la técnica y los instrumentos a través de la muestra creando la base de datos y trasladándolo al estadístico SPSS 21, por lo cual se procedió a la correlación de las variables, sus dimensiones.

Resultados

Se realizó una evaluación del nivel de la percepción de los estudiantes de 2do de bachillerato en torno a la variable independiente "Emprendimientos" y la variable independiente "Triangulo de valores" para este análisis se ha trabajado alternadamente con los datos descriptivos y los niveles de calificación entre alto, medio y bajo, la tabla 1 y la figura 1 muestran el nivel de percepción de los estudiantes en torno a la variable "Emprendimientos"

Nivel de percepción de los estudiantes 2do de bachillerato en relación con los emprendimientos.

TABLA 1. Niveles de percepción de los estudiantes 2do bachillerato de la variable independiente "Emprendimientos"

EMPREDIMIENTOS				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ALTO	10	37,04%	37,04%	37,04%
BAJO	5	18,52%	18,52%	55,56%
MEDIO	12	44,44%	44,44%	100,00%
Total	27	100,00%	100,00%	

Nota: Se muestran los datos descriptivos de la variable independiente "Emprendimientos" en la San José. Bolívar -Ecuador 2024

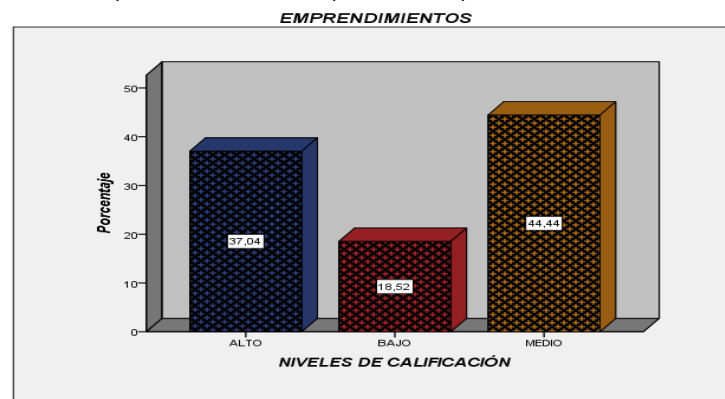


Figura 1. Niveles de calificación según la percepción de los estudiantes de 2do bachillerato de la variable independiente "Emprendimientos"

Nota: Se muestran los niveles de calificación de la variable independiente "Emprendimientos" de los estudiantes 2do bachillerato.

Interpretación: Según la percepción de los estudiantes de segundo de bachillerato existe el 44,44% consideran que existen un nivel medio posibilidades de emprender, mientras que otro grupo de estudiantes correspondiente al 37,04% consideran que existe un nivel alto de oportunidades para realizar diferentes tipos de emprendimientos, mientras que el mientras que otro grupo de estudiantes al según su análisis consideran que hay un nivel bajo 18,52% y tiene pocas expectativas para que los emprendimientos tenga buena aceptación.

Nivel de percepción de los estudiantes 2do de bachillerato en relación con la variable dependiente “Triángulos de valores”.

TABLA 2. Niveles de percepción de los estudiantes 2do bachillerato de la variable dependiente “Triángulos de valores”

TRIANGULO DE VALORES				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	ALTO	4	14,81%	14,81%
	BAJO	14	51,85%	66,66%
	MEDIO	9	33,33%	100,00%
	Total	27	100,00%	100,00%

Nota: Se muestran los datos descriptivos de la variable dependiente “Triangulo de valores” en la San José. Bolívar -Ecuador 2024

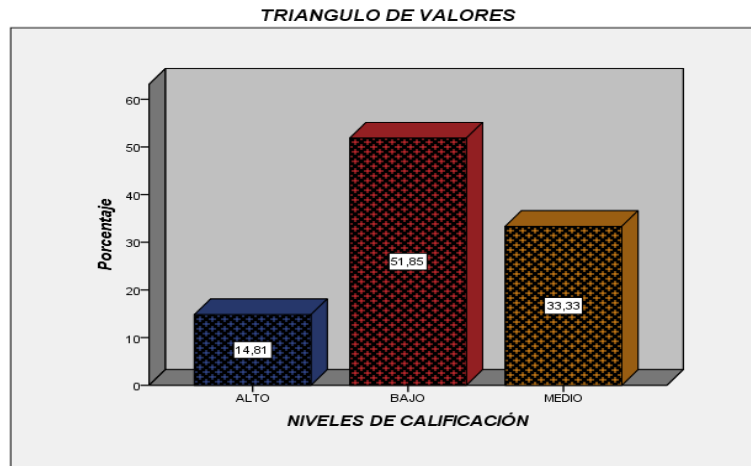


Figura 2. Niveles de calificación según la percepción de los estudiantes de 2do bachillerato de la variable dependiente “Triángulo de valores”

Nota: Se muestran los niveles de calificación de la variable dependiente “Triángulo de valores” de los estudiantes 2do bachillerato.

Interpretación: Según la percepción de los estudiantes de segundo de bachillerato existe el 51,85% que consideran que existen un nivel bajo de valores familiares, sociales y educativos en relación a los emprendimientos, mientras que otro grupo de estudiantes correspondiente al 33,33% consideran que existe un nivel medio de aplicación de valores en relación con los emprendimientos, por otro lado el 14,81% de estudiantes según su análisis consideran que poco incorporan valores en los emprendimientos por esta razón, muchas de estas actividades fracasan por no trabajar con transparencia y entregar productos lejanos a la realidad ofertada.

Nivel de percepción de los estudiantes 2do de bachillerato en relación de la Dimensión 1 “Creatividad” en la UEF San José. Bolívar -Ecuador 2024.

TABLA 3. Niveles de percepción de los estudiantes 2do bachillerato de la Dimensión 1 “Creatividad”

CREATIVIDAD				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	ALTO	9	33,3	33,3
	BAJO	7	25,9	59,3
	MEDIO	11	40,7	100,0
	Total	27	100,0	100,0

Nota: Se muestran los datos descriptivos de la Dimensión 1 “Creatividad” en la UEF San José. Bolívar -Ecuador 2024

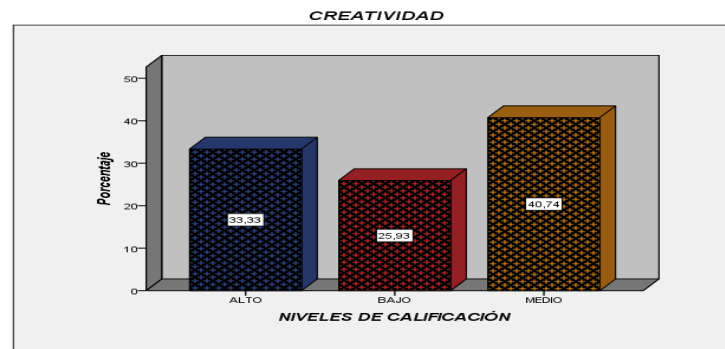


Figura 3. Niveles de calificación según la percepción de los estudiantes de 2do bachillerato de la Dimensión 1 “Creatividad”

Nota: Se muestran resultados de los niveles de calificación según la percepción de los estudiantes de 2do bachillerato de la Dimensión “Creatividad”

Interpretación: Según la percepción de los estudiantes de segundo de bachillerato existe el 40.74% que consideran que existen un nivel medio en relación a la creatividad y eso se refleja al diseñar publicidad con ideas, conceptos y diseños muy atractiva que convencieron a muchos consumidores, mientras que otro grupo de estudiantes correspondiente al 33,33% visualizan un nivel alto con respecto a la creatividad y que si existe una buena aplicación de los valores contribuirían significativamente, por otro lado el 25,93% de estudiantes según su análisis consideran que existe un nivel bajo en creatividad, y por esta razón muchos de los emprendimientos no logran el éxito deseado.

Nivel de percepción de los estudiantes 2do de bachillerato en relación de la Dimensión 2 “Innovación” en la UEF San José. Bolívar -Ecuador 2024.

TABLA 4. Niveles de percepción de los estudiantes 2do bachillerato de la Dimensión 2 “Innovación”

INNOVACIÓN				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	ALTO	13	48,15%	48,15%
	BAJO	5	18,52%	66,72%
	MEDIO	9	33,33%	100,00%
	Total	27	100,00%	100,00%

Nota: Se muestran los datos descriptivos de la Dimensión 1 “Creatividad” en la UEF San José. Bolívar -Ecuador 2024

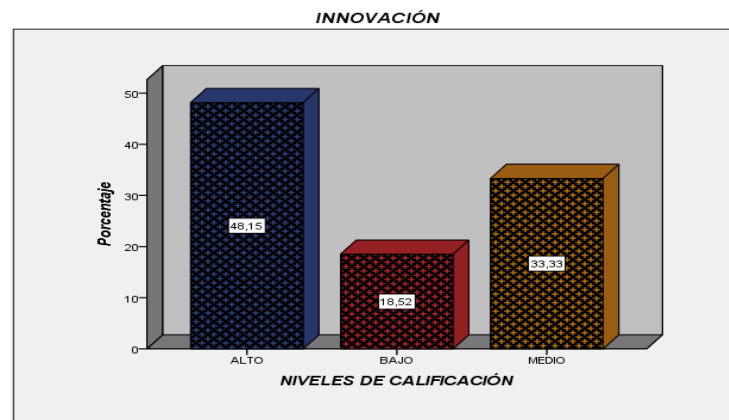


Figura 4. Niveles de calificación según la percepción de los estudiantes de 2do bachillerato de la Dimensión 2 “Innovación”

Nota: Se muestran resultados de los niveles de calificación según la percepción de los estudiantes de 2do bachillerato de la Dimensión 2 “Innovación”

Interpretación: Según la percepción de los estudiantes de segundo de bachillerato existe el 48.15% que consideran que existen un nivel alto en relación a la innovación y eso se refleja al diseñar publicidad y compartirlas en las redes sociales como Facebook en Marketplace, tik-tok, WhatsApp, Telegram juegan un rol fundamental para la venta de los emprendimientos porque convencieron a muchos consumidores, mientras que otro grupo de estudiantes correspondiente al 33,33% visualizan un nivel medio con respecto a la innovación pero hacen referencia que aún falta ser más constante y que vendan lo que oferten, por otro lado el 18,52% de estudiantes según su análisis consideran que existe un nivel bajo en innovación, y por esta razón muchos de los emprendimientos no logran el éxito deseado.

Correlación de las variables

La correlación de las variables y sus dimensiones se evaluó en magnitud de los ítems a través del coeficiente de Alfa de Cronbach que estimó en 0,922 para la variable independiente “Los emprendimientos” con sus 14 ítems y para la variable dependiente 2 “Triangulo de valores”, se estimó 0,889 con 14 ítems, se considera un valor aceptable entre los 27 estudiantes de bachillerato.

Para determinar los parámetros y demostrar la hipótesis seleccionadas para la investigación, se aplicó el coeficiente de correlación r Pearson y es de 0,557** es decir la correlación positiva media al nivel de 0,01 bilateral, esto expresa que este estudio está con el 1% de error y 99% de confianza, en el ámbito de estudio existe una correlación positiva considerable, entre la variable independiente “Los emprendimientos” que se relaciona significativamente en la variable dependiente “Triangulo de valores”, el valor de significación bilateral que es de 0,03 que se encuentra por debajo de lo requerido.

Discusión

El Instituto Aprende (2024) destaca el impacto del emprendimiento en Estados Unidos, especialmente dentro de la comunidad latina. Muchos emprendedores han alcanzado el éxito sin estudios universitarios, lo que sugiere que las habilidades empresariales pueden desarrollarse fuera de la educación formal. Además, muchos pequeños negocios operan sin empleados, reflejando un modelo autónomo que, aunque flexible, podría limitar el crecimiento y la generación de empleo. El optimismo y la innovación son clave para el éxito

en este entorno, pero se requiere más investigación para replicar estas condiciones en otros contextos.

En el ámbito de los negocios en China, la influencia de los valores, particularmente la ética, es fundamental, tal como lo destaca la filosofía de Confucio. Según este pensamiento, la moralidad en los negocios está profundamente enraizada en las normas de convivencia y en las circunstancias contextuales, donde los roles familiares, sociales y empresariales desempeñan un papel crucial. Este enfoque ha permitido a China establecer un marco de referencia ético que es reconocido a nivel mundial. Una de las enseñanzas más emblemáticas de Confucio, "un buen hacer y la confianza mutua son importantes" (ibmh corp, 2023), subraya la relevancia de la confianza y la integridad en las relaciones comerciales.

El establecimiento de relaciones comerciales beneficiosas en China requiere de un enfoque basado en el respeto, el optimismo y, en muchos casos, la amistad. Sin embargo, estos vínculos no se forjan de manera inmediata, sino que demandan un esfuerzo continuo y una dedicación significativa. Esto implica comportarse con cortesía en los encuentros, honrar y participar en las tradiciones, y demostrar buenos comportamientos, incluyendo la atención a detalles como evitar interrumpir a otros durante las discusiones. Este enfoque resalta la importancia de los valores culturales y éticos en la construcción de relaciones comerciales sólidas y duraderas, lo que a su vez puede servir como un modelo para prácticas empresariales globales que valoren la ética y el respeto mutuo.

La creatividad y la innovación son esenciales para el éxito de los negocios emergentes, ya que permiten a los emprendedores adaptarse y satisfacer las demandas del mercado. Al integrarse de manera regular en las estrategias empresariales, estas herramientas no solo mejorarían la sostenibilidad de los negocios, sino que también podrían estimular un crecimiento notable en el sector productivo. Esto reduciría la probabilidad de que los emprendimientos fracasen debido a la falta de adaptación o diferenciación en un entorno competitivo. Además, incorporar estas herramientas en la educación podría incentivar a más personas a emprender, contribuyendo así a la reducción de la pobreza, en línea con el primer objetivo de desarrollo sostenible establecido por la CEPAL (2023). Sin embargo, para que esta visión se haga realidad, es necesario un apoyo estructural que promueva la innovación

constante, respaldado por políticas públicas que faciliten el acceso a recursos y oportunidades para todos los emprendedores.

En análisis de los estudios previos se pueden interpretar que los emprendimientos en América Latina en comparación con otros países desarrollados existe una gran diferencia, ya que como hemos analizado las grandes potencias tienen un gran estima a los valores familiares, sociales y educativos, un claro ejemplo son los resultados en la cual según la percepción de los estudiantes de segundo de bachillerato existe el 44,44% consideran que existen un nivel medio de posibilidades de emprender, mientras que otro grupo de estudiantes correspondiente al 37,04% consideran que existe un nivel alto de oportunidades para realizar diferentes tipos de emprendimientos, mientras que el otro grupo de estudiantes al según su análisis consideran que hay un nivel bajo 18,52% y tiene pocas expectativas para que los emprendimientos tenga buena aceptación, ante estas oportunidades existe la amenaza de la falta de valores según la percepción de los estudiantes encuestados de segundo de bachillerato existe el 51,85% que consideran que existen un nivel bajo de valores familiares, sociales y educativos en relación a los emprendimientos, mientras que otro grupo de estudiantes correspondiente al 33,33% consideran que existe un nivel medio de aplicación de valores en relación con los emprendimientos, por otro lado el 14,81% de estudiantes según su análisis consideran que poco incorporan valores en los emprendimientos por esta razón, muchas de estas actividades fracasan por no trabajar con transparencia y entregar productos lejanos a la realidad ofertada.

Conclusiones

El estudio confirma que existe una relación significativa entre los emprendimientos y el triángulo de valores en la UEF San José. Esto sugiere que los valores familiares, sociales y educativos son fundamentales para el desarrollo de proyectos emprendedores dentro de la institución.

Se observa que los valores promovidos por la UEF San José influyen directamente en la actitud y el comportamiento de los estudiantes hacia el emprendimiento, esto resalta la importancia de fomentar una cultura institucional basada en valores sólidos en la familia, la sociedad, para potenciar el espíritu emprendedor.

A partir de demostrar la correlación de las variables, se propone que la UEF San José continúe reforzando el triángulo de valores en los diferentes emprendimientos desarrollando la creatividad e innovación asertivamente, y promocionen los bienes o servicios a través de la tecnología, el marketing y publicidad digital motivando el uso de herramientas de fácil acceso como es Facebook-Marketplace que impulsarán el comercio digital, así mismo contribuirá al desarrollo sostenible.

Por otro lado, los resultados obtenidos pueden servir como referencia para otras instituciones educativas interesadas en vincular sus programas de emprendimiento con un marco de valores. Esto podría replicarse en diferentes contextos para obtener resultados similares en la promoción de emprendimientos éticos y responsables.

Se resalta la importancia de continuar investigando sobre la relación entre los valores y el emprendimiento en otros contextos educativos para consolidar el conocimiento en este ámbito.

Referencias bibliográficas

- Aprende Institute. (12 de Enero de 2024). *Aprende Institute Campo Virtual*. Recuperado el 3 de junio de 2024, de Entrada de Blog: <https://aprende.com/blog/emprendimiento/estadisticas-sobre-emprendedores-en-usa/>
- Bajaña Tovar, F., & González Morán, P. (2019). Mercado de plataformas: la competencia desleal en la era de la economía colaborativa. *Mercado de plataformas: la competencia desleal en la era de la economía colaborativa Platform market: unfair competition in the age of the collaborative economy*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador, Guayaquil, Guayas, Ecuador. doi: <http://dx.doi.org/10.18272/iu.v24i24.1459>
- CEPAL. (29 de noviembre de 2023). *Naciones Unidas Cepal*. Obtenido de <https://n9.cl/nyn0>
- China hoy. (Agosto de 2023). La gran área del emprendimiento. *La gran área del emprendimiento*, pág. 16. Recuperado el 2024 de junio de 2023, de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.bjreview.com/chinahoy_pdf/202308.pdf

- Dino, M., & Stumpo, G. (2020). En G. Stumpo, & M. Dini, *MIPYMES en América Latina Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento* (págs. 79-90). Publicación de las Naciones Unidas. Recuperado el 1 de julio de 2024, de <https://www.cepal.org/es>
- Economía y negocio UTE Revista. (2023). Economía y negocio UTE Revista. *Economía y negocio UTE Revista*, 14(2), 1-161. Recuperado el mayo de 8 de 2024, de <https://n9.cl/fg85s>
- English Versión. (lunes 22 de enero de 2024). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 2024 de junio de 03, de Subscripción del Tratado de Libre Comercio con China. Una gran oportunidad para el Ecuador.: <https://n9.cl/q2i1l>
- Envera. (16 de enero de 2020). *Envera todos podemos ser mejores en algo*. Obtenido de <https://n9.cl/c8v43>
- Esan deja huellas. (29 de junio de 2022). *Conexionesan*. Recuperado el 05 de julio de 2024, de Esan deja huellas: <https://n9.cl/n0z4mr>
- Forero Franco, L. J. (2023). La era digital y el derecho de la competencia: Una mirada a los desafíos de la regulación. *Via iuris*, 1(35), 3. doi:<https://doi.org/10.37511/viaiuris.n35a3>
- Gómez Lorente, L. M. (2021). Inteligencia Artificial y PYMES: CHATBOTS. *Inteligencia Artificial y PYMES: CHATBOTS*. Universidad Politécnica de Cartagena, Caragena, Colombia. Recuperado el 05 de Mayo de 2024, de <https://n9.cl/6zx7f>
- Hostinger Tutoriales. (17 de junio de 2024). *Get Hosting*. (Matleena) Recuperado el 5 de julio de 2024, de <https://www.hostinger.com/tutorials/social-commerce>
- ibmh corp. (23 de mayo de 2023). *La importancia de la ética (Lunlixue) para hacer negocios en China*. Recuperado el 10 de junio de 2024, de La importancia de la ética (Lunlixue) para hacer negocios en China: <https://www.ibmhcorp.com/la-importancia-de-la-etica-lunlixue-para-hacer-negocios-en-china/>
- Marketing digital en Facebook: su gran valor en la estrategia para crecer con tu negocio*. (6 de mayo de 2024). Recuperado el julio de 13 de 2024, de Imactions: <https://imactions.agency/marketing-digital-en-facebook/>
- Mondragón Posada, C. A., & Ramírez Rincón, S. (2023). Explorando el potencial de los Chatbots en el comercio electrónico: un estudio sobre la percepción en la prestación

del servicio al cliente. *Explorando el potencial de los Chatbots en el comercio electrónico: un estudio sobre la percepción en la prestación del servicio al cliente*. Universidad de la Salle, Bogotá, Colombia. Recuperado el 12 de Abril de 2024, de <https://n9.cl/eoq4x>

Núñez Cudriz, E. C., & Miranda Corrales, J. D. (2020). El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. *Redalyc*, 16(30), 1-13. doi:<https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i30.2915>

Ortiz Coloma, H. P., & Pacheco Rodríguez, F. R. (Julio-Diciembre de 2023). Marketing digital y su potencial aporte para posicionar empresas en la red social Facebook. *SATHIRI Sembrador*, 18(2), 9-18. doi:<https://orcid.org/0000-0002-9341-9163>

Palacios González, H. J., Guamán Carranza, M. D., & Carvajal Parra, M. D. (28 de octubre de 2023). Ética para fomentar valores en emprendedores de la UEF José Joaquín Olmedo. Ecuador 2023-2024. *Polo del conocimiento*, 8(10), 1135. doi:[10.23857/pc.v8i10.6182](https://doi.org/10.23857/pc.v8i10.6182)

Pierre, J. (6 de mayo de 2024). *imactions*. Recuperado el 29 de julio de 2024, de [imactions: https://imactions.agency/marketing-digital-en-facebook/](https://imactions.agency/marketing-digital-en-facebook/)

Unidad Latina. (30 de noviembre de 2023). *Latinos de unidad*. Recuperado el 11 de junio de 2024, de Por la Unidad Latina: <https://unidadlatina.org/emprendimiento/emprendimientos-en-america-latina/>

Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

Financiamiento:

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo.

Agradecimiento:

N/A

Nota:

El artículo no es producto de una publicación anterior.