



Tik Tok: una herramienta comunicativa para el fortalecimiento de los emprendimientos de
Yarumal, Antioquia.

Luisa María Rúa Múnera

Link de la plataforma

https://www.tiktok.com/@emprendeyaprendeconlu?_t=8m7pc1nv03Z&_r=1

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó Sede Bello (Antioquia)

Programa Comunicación Social - Periodismo

Mayo de 2023

Tik Tok: una herramienta comunicativa para el fortalecimiento de tres
emprendimientos de Yarumal, Antioquia.

Luisa María Rúa Múnera

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Comunicador
Social – Periodista

Marlon Echavarría Rodríguez

Título académico

Rectoría Antioquia y Chocó Sede Bello (Antioquia)

Programa Comunicación Social – Periodismo

Mayo de 2024

Dedicatoria

Para mi mamá, mi mayor motivación.

Jerónimo, mi hermano, mi razón de ser.

Mi papá, mi gran apoyo.

Agradecimientos

Es uno de los momentos más importantes a lo largo de mis 24 años de vida, y sin miedo a equivocarme, el más importante de mi carrera profesional. Me siento más que agradecida con cada persona que ha hecho parte de este bonito, pero también difícil camino.

Principalmente reconozco y aplaudo el esfuerzo y la dedicación en cada parte de este proyecto, todo lo que lo conforma es lo que me representa; mi espíritu emprendedor, el amor que tengo por la comunicación, las cámaras, la creatividad, y el querer que todas las personas a mi alrededor crezcan a la par conmigo. ¡Qué bonito es hacer las cosas desde el amor y la pasión!

Viviana, mi mamá, representó el pilar más importante de este proyecto, mi luz y motivación cada día pese a algunos momentos donde la distancia impedía vernos. Agradezco sus desayunos y preguntas de cómo me iba yendo, de si sí íbamos a tener tiempo necesario para la entrega, sí, “íbamos”, las dos juntas, porque esto es de ambas.

Jerónimo, mi hermano, es la razón por la cual no desistí nunca durante estos tantos semestres en la universidad, sin importar los momentos difíciles lejos de ellos que son mi familia, siempre me mantuve con la idea de que sería el gran ejemplo de superación, Jero ya no solo me ve como la hermana emprendedora, sino también como la hermana graduada de la universidad, soñando algún día recibir su título conmigo.

Fue un cambio retador mudarme a otra ciudad a vivir y cumplir un sueño que no solo era mío. Gracias a Jairo mi papá, Gilma mi abuela y Adriana, mi tía que me recibieron con todo el amor en sus casas. Gracias al apoyo de mi papá, puedo decir que estoy a punto de recibir mi título como comunicadora social – periodista. Gracias a mi abuela y a mi tía

por su preocupación, atención y compañía. Estoy eternamente agradecida con todos ustedes.

Sigo rodeada de personas que me motivaron a seguir y me recordaban lo talentosa que soy desde los primeros semestres de mi carrera. Carolina y Felipe, gracias por ser mis lugares seguros, todo un placer entregar este proyecto teniéndolos a ustedes dos en mi vida.

Gracias a mi universidad, y a todos los maestros que me formaron.

¡Gracias, gracias!

1.	Resumen	7
2.	Abstract.....	10
3.	Introducción.....	11
4.	El problema.....	13
	4.1. Planteamiento descriptivo del problema:	
	14
	4.2. Delimitación del problema	
	15
	4.3. Pregunta de investigación	
	15
5.	Objetivos.....	16
	5.1. Objetivo general	
	16
	5.2. Objetivos específicos	
	16
6.	Justificación	16
7.	Marco teórico.....	18
8.	Marco conceptual	21
9.	Marco legal y normativo.....	24
10.	Marco praxeológico:.....	26
11.	Diseño metodológico	28
	11.1. Tipo de metodología	

11.2.	Estrategia metodológica	
	28		
11.3.	Estrategia	
	29		
13.	Criterios de muestreo		31
14.	Hallazgos.		33
15.	Conclusiones.....		34
16.	Cronograma		35
17.	Bibliografía /Referencias		36
19.	Anexos.....		38
	19.1.	Tipo de sitio web	
	38		
	19.2.	Sistema de información	
	39		
	19.3.	Sistema de navegación	
	39		
	19.4.	Sistema de búsqueda	
	40		
	19.5.	Encuestas	
	41		
	19.6.	Entrevistas.	
	44		

1. Resumen

Actualmente Tik Tok se ha convertido en una herramienta de transformación digital en los ámbitos de la vida, en la forma en como nos comunicamos, interactuamos y consumimos información. Además de ser una de las redes sociales que en los últimos años ha tomado más fuerza y que, según el portal digital DataReportal, (Kemp, 2022) cada usuario de esta plataforma pasa diariamente 39 minutos consumiendo el contenido de esta red social. Esta transformación también se ha visto reflejada y ha tenido un gran impacto en el mundo del mercado de los pequeños empresarios, también llamados, emprendedores.

El emprendimiento es fundamental en el crecimiento económico y la generación de empleo en cualquier sociedad. Plataformas como Tik Tok han revolucionado la forma en que los emprendedores pueden acceder a mercados más amplios, construir su marca personal o comercial, y establecer conexiones con otros profesionales y clientes. Comprender cómo se pueden aprovechar esta plataforma de manera efectiva puede tener un impacto significativo en la economía y el desarrollo empresarial de un pequeño grupo de emprendedores del municipio de Yarumal.

Esta red social con formato de videos cortos, de 15 segundos hasta diez minutos, y el enfoque de la plataforma en la creatividad, han alterado las prácticas tradicionales de marketing y publicidad. Los emprendedores ya no dependen exclusivamente de estrategias convencionales para llegar a su audiencia, e incluso de un profesional que haya dedicado años a estudiar este fenómeno. Esta investigación puede explorar cómo Tik Tok les permite a los emprendedores llegar a un público amplio, destacar sus productos y/o servicios de manera innovadora.

Por la escasez de información sobre planes efectivos para aprovechar esta red social en el contexto empresarial, y de investigaciones académicas sobre esta plataforma, nació la necesidad de crear una estrategia y una herramienta interactiva para que los emprendedores

adquieran conocimientos y obtengan bases sólidas para sacarle el máximo provecho a estas plataformas, y que los microempresarios del municipio de Yarumal Antioquia puedan dimensionar el poder de esta red social y el beneficio que trae para su emprendimiento.

Palabras clave

Tik Tok, emprendimiento, redes sociales, marketing digital.

2. Abstract

Currently Tik Tok has become a tool for digital transformation in the areas of life, in the way we communicate, interact and consume information. In addition to being one of the social networks that in recent years has taken more strength and that, according to the digital portal DataReportal, (Kemp, 2022) each user of this platform spends 39 minutes daily consuming the content of this social network. This transformation has also been reflected and has had a great impact on the world of the small business market, also known as entrepreneurs.

Entrepreneurship is fundamental to economic growth and job creation in any society. Platforms like Tik Tok have revolutionized the way entrepreneurs can access broader markets, build their personal or business brand, and make connections with other professionals and customers. Understanding how to effectively leverage this platform can have a significant impact on the economy and business development of a small group of entrepreneurs in the municipality of Yarumal.

This social network's short video format, ranging from 15 seconds to ten minutes, and the platform's focus on creativity, have altered traditional marketing and advertising practices. Entrepreneurs no longer rely exclusively on conventional strategies to reach their audience, and even a professional who has spent years studying this phenomenon. This research can explore how Tik Tok allows entrepreneurs to reach a broad audience, highlight their products and/or services in innovative ways.

Due to the scarcity of information on effective plans to take advantage of this social network in the business context, and of academic research on this platform, the need was born to create a strategy and an interactive tool for entrepreneurs to acquire knowledge and obtain solid bases to get the most out of these platforms, and that microentrepreneurs in the

municipality of Yarumal Antioquia can dimension the power of this social network and the benefit it brings to their entrepreneurship.

Keywords

Tik Tok, entrepreneurship, social networks, digital marketing.

Temática general de investigación

Emprendimiento, marketing y redes sociales.

3. Introducción

Las herramientas digitales han revolucionado la forma en la que accedemos al conocimiento y nos conectamos con otros. La incorporación de tecnologías y dispositivos como celulares, computadores, cámaras, aplicaciones y plataformas en el ámbito educativo han abierto un mundo de posibilidades para acceder de forma personalizada e interactiva al aprendizaje.

Estas herramientas no solo han hecho que sea más fácil acceder a la información y tener la certeza que esta sea actualizada, diversa y verás, sino que también fomenta la creatividad, la colaboración y el pensamiento crítico. Además, permiten también adaptar los contenidos a diferentes estilos de aprendizaje, lo que permite acoplarse al que más nos funciona y mejorar significativamente la experiencia educativa.

En cuanto a la comunicación, las herramientas digitales han democratizado la difusión de información y el intercambio de ideas. Plataformas como redes sociales, blogs y aplicaciones de mensajería han ampliado el alcance de la comunicación, permitiendo que personas de distintas partes del mundo se conecten e interactúen en tiempo real.

En el mundo empresarial el uso de la red social TikTok ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años. Esta plataforma es conocida por su formato de videos cortos y su alcance masivo a nivel mundial, esta red social se ha adoptado para promover el aprendizaje y el desarrollo empresarial por medio de contenidos creativos, informativos y entretenidos.

TikTok ha brindado oportunidades únicas para la promoción de productos y servicios, así como para el fortalecimiento de la imagen de marca. Emprendedores y empresas han utilizado la plataforma para crear contenido atractivo que conecte con audiencias más jóvenes, mostrando el lado humano de sus negocios y aprovechando las tendencias virales para aumentar su visibilidad.

Con esta investigación se pretende educar a los emprendedores del municipio de Yarumal, Antioquia y despertar conciencia en ellos sobre la oportunidad que les genera el buen manejo de esta plataforma. Además, quedará una guía paso a paso en Tik Tok, donde se plasmarán una serie de videos con contenido para que los emprendedores puedan aprender a crear contenido de valor, aprendan a plantear y planificar estrategias digitales y donde van a encontrar tips de marketing para emprendedores.

4. El problema

Actualmente, el panorama empresarial se ha visto modificado por la viralidad de las redes sociales como una herramienta fundamental para el crecimiento, la promoción y el reconocimiento de los emprendimientos. Sin embargo, pese al gran auge de plataformas como TikTok en la cotidianidad, muchos de estos pequeños empresarios no aprovechan, ni reconocen aún el potencial que esta red social ofrece para hacer de su emprendimiento, un negocio grande y reconocido.

La falta de conocimiento sobre estrategias para usar TikTok como red social en los emprendimientos ha generado una subestimación del poder de esta plataforma.

4.1.Planteamiento descriptivo del problema:

Actualmente, tik tok se ha convertido en una de las redes sociales que conforman el top 5 en popularidad a nivel mundial, contando con más de 1.218 millones de usuarios alrededor de todo el mundo, cifra que nos arroja el portal de estadísticas Statista.com. (Fernández, 2023) Dicho lo anterior, podemos inferir entonces, que esta plataforma se ha convertido en una parte integral de la vida cotidiana, y su influencia en la mayoría de los aspectos de la sociedad es indiscutible; específicamente, Tik Tok ha demostrado ser una herramienta poderosa para emprendedores en la difusión, promoción, distribución y venta de todos sus productos y/o servicios. Además de facilitarles la creación de redes de contactos y la generación de una comunidad sólida y fiel a su emprendimiento.

El auge y funcionalidad de esta plataforma no impide que los consumidores y creadores de contenido estén exentos de desafíos, riesgos y faltas de oportunidades, que pueden afectar especialmente a los emprendedores por su inexperiencia y poca habilidad

frente al manejo de esta herramienta, y no conocer los grandes beneficios que se pueden obtener en sus emprendimientos si se usa bien.

4.2. Delimitación del problema

Para este trabajo de investigación se tomarán 3 emprendimientos del municipio de Yarumal Antioquia como referencia que decidieron tomar la decisión de crear Tik Tok para impulsar sus pequeños negocios pero que tienen algunas dificultades para hacerlo.

Los 3 emprendedores que se tomaron de referencia como fuente para este trabajo de investigación son emprendedores entre los 18 y los 25 años, del municipio de Yarumal Antioquia. Estos fueron seleccionados mediante un sondeo que se hizo con muchos emprendimientos del municipio, y fueron tomados en cuenta los que tenían la iniciativa de crear Tik Tok como red social para sus pequeños negocios y contaban con alguna dificultad para llevar a cabo la creación de la cuenta en la plataforma.

Lo que se hizo es una cuenta de Tik Tok, en donde los emprendedores a partir del contenido que se sube constantemente en esta plataforma tengan una guía de cómo hacer un uso correcto de esta red social y sacarle el mayor provecho para impulsar su emprendimiento, fidelizar clientes y crear una marca sólida.

4.3. Pregunta de investigación

¿Cómo lograr el fortalecimiento de tres emprendimientos de Yarumal, Antioquia mediante el uso de Tik Tok como herramienta edu-comunicativa?

5. Objetivos

5.1.Objetivo general

Desarrollar contenido edu-comunicativas que permitan guiar y fortalecer tres emprendimientos del municipio de Yarumal Antioquia, desde el uso de Tik Tok.

5.2.Objetivos específicos

Analizar las necesidades que tiene los tres emprendedores del municipio de Yarumal Antioquia con respecto al uso de Tik Tok como estrategia digital

Definir las estrategias digitales que fortalezcan a los tres emprendimientos del municipio de Yarumal Antioquia con respecto al uso de Tik Tok.

Difundir el contenido previamente realizado para el fortalecimiento de los tres emprendimientos del municipio de Yarumal Antioquia con respecto al uso de Tik Tok.

6. Justificación

Actualmente Tik Tok se ha convertido en una herramienta de transformación digital en los ámbitos de la vida, en la forma en como nos comunicamos, interactuamos y consumimos información. Además de ser una de las redes sociales que en los últimos años ha tomado más fuerza y que, según el portal digital Dataportal, cada usuario de esta plataforma pasa diariamente 39 minutos consumiendo el contenido de esta red social (2021). Esta transformación también se ha visto reflejada y ha tenido un gran impacto en el mundo del mercado de los pequeños empresarios, también llamados, emprendedores.

El emprendimiento es fundamental en el crecimiento económico y la generación de empleo en cualquier sociedad. Plataformas como Tik Tok han revolucionado la forma en que los emprendedores pueden acceder a mercados más amplios, construir su marca personal o comercial, y establecer conexiones con otros profesionales y clientes. Comprender cómo se pueden aprovechar esta plataforma de manera efectiva puede tener un impacto significativo en la economía y el desarrollo empresarial de un pequeño grupo de emprendedores del municipio de Yarumal.

Esta red social con formato de videos cortos, de 15 segundos hasta diez minutos, y el enfoque de la plataforma en la creatividad, han alterado las prácticas tradicionales de marketing y publicidad. Los emprendedores ya no dependen exclusivamente de estrategias convencionales para llegar a su audiencia, e incluso de un profesional que haya dedicado años a estudiar este fenómeno. Esta investigación puede explorar cómo Tik Tok les permite a los emprendedores llegar a un público amplio, destacar sus productos y/o servicios de manera innovadora.

Ahora bien, a causa de la escasez de información sobre planes efectivos para el aprovechamiento de esta red social en el contexto empresarial, y de investigaciones académicas sobre esta herramienta, nació la necesidad de crear una estrategia mediante la

cual los emprendedores puedan adquirir conocimientos y obtener algunas bases sólidas para sacarle el máximo provecho a este tipo de plataformas, y que los microempresarios del municipio de Yarumal Antioquia puedan dimensionar el poder de esta red social y el beneficio que esta les trae para su emprendimiento.

Este proyecto de investigación tiene como objetivo proporcionar información mediante una cuenta de tik tok con contenido de valor para que los emprendedores puedan consumir, con la intención de proporcionar conocimientos básicos de marketing digital, creación de contenido y estrategias óptimas para impulsar sus emprendimientos de forma orgánica en esta red social. Se espera que los hallazgos y conclusiones obtenidos a partir de esta investigación contribuyan a la digitalización de los emprendimientos de todo el municipio de Yarumal.

El uso correcto de la plataforma podría traer múltiples beneficios a la comunidad emprendedora del municipio de Yarumal, Antioquia en específico. Gracias a la ya dicha viralidad en esta red social, los emprendedores tendrán la posibilidad de que su proyecto sea conocido en otros lugares del país y así expandir su negocio y generar reconocimiento a nivel Colombia, e incluso, existe una posibilidad de que tengan reconocimiento en otros países en dónde llegue el contenido publicado en esta plataforma.

7. Marco teórico

Según (Drucker P. , 1998) el emprendimiento es un concepto que se refiere a la acción de crear, desarrollar y gestionar un nuevo proyecto, negocio o empresa con el objetivo de generar valor económico y social. Implica la identificación de oportunidades, la

asignación de recursos, la asunción de riesgos y la búsqueda de soluciones innovadoras para satisfacer necesidades o demandas en el mercado.

El emprendimiento puede manifestarse en una variedad de formas, desde la creación de propuestas tecnológicas hasta la puesta en marcha de pequeños negocios locales.

Emprender es una palabra que abarca múltiples definiciones y que puede causar emociones y expectativas en las personas que deciden adentrarse en este pequeño pero amplio mundo empresarial.

(Schumpeter, 1997) relata que existen varios enfoques de emprendimiento que vamos a definir de manera resumida a continuación: El enfoque empresarial, que este se centra en la creación y gestión de nuevas empresas con el objetivo de obtener beneficios económicos. Este enfoque resalta la importancia de la planificación estratégica, la obtención de financiamiento y la maximización de la rentabilidad.

El innovador, que pone énfasis en la innovación como el motor principal del emprendimiento. Schumpeter asegura, que los emprendedores que siguen este enfoque buscan desarrollar productos, servicios o procesos novedosos que resuelvan problemas o necesidades de manera única. Por otro lado, se encuentra el enfoque social, este se orienta hacia la creación de emprendimientos con un impacto positivo en la sociedad.

Estos emprendedores buscan abordar problemas sociales o medioambientales, y su éxito se mide no solo en términos de beneficios económicos, sino también en términos de impacto social y sostenibilidad

El enfoque de emprendimiento corporativo se refiere a la promoción de la innovación y el espíritu emprendedor dentro de las grandes empresas. Según Joseph, las organizaciones fomentan la creación de nuevas iniciativas y proyectos internos para mantener su competitividad en el mercado. (Schumpeter, 1997)

Y, por último, el enfoque Cultural y Ecosistema que es el que considera el entorno y la cultura emprendedora de una región o país como factores clave para el éxito del emprendimiento. La colaboración, el acceso a recursos y el apoyo gubernamental son elementos importantes en este enfoque.

Debemos considerar que emprender tiene diferentes partes que sí o sí se deben abarcar dentro del término y llevarse a cabo cuando se pretende emprender. La comunicación, por ejemplo, es una parte fundamental en el proceso empresarial. En las redes sociales la comunicación es grande en el ámbito del marketing y la promoción por su gran alcance, su capacidad para llegar a audiencias específicas y su interacción en tiempo real, por eso beneficia a las empresas que usan bien estas herramientas.

Las redes sociales permiten que las empresas lleguen a un amplio público en línea. Plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn y TikTok tienen millones o incluso miles de millones de usuarios activos, lo que brinda la oportunidad de exponer su marca y productos a una audiencia global.

La comunicación en las redes sociales es una herramienta esencial en el arsenal de marketing y promoción de las empresas en la era digital. Aprovechar estas plataformas de manera efectiva requiere una estrategia bien planificada y la capacidad de adaptarse a un entorno en constante evolución. (Ridge, 2023)

Las redes sociales pueden ser herramientas de apoyo al emprendimiento de diversas maneras. Estas te permiten conectarte con otros emprendedores, empresarios y profesionales en tu industria. Estas conexiones pueden abrir puertas a oportunidades de colaboración, inversión y aprendizaje mutuo.

Algunas de estas plataformas de crowdfunding y redes sociales de inversión permiten a los emprendedores buscar financiamiento y presentar sus proyectos a inversores

interesados. Además, fomenta una comunidad en línea en torno a tu marca y valores. Esto puede ayudar a construir lealtad de marca y atraer a seguidores comprometidos que se convertirán en clientes leales. (Oirdobro, 2016)

Las redes sociales ofrecen una variedad de oportunidades para emprendedores, desde promoción y marketing hasta networking y aprendizaje continuo. Sin embargo, es importante tener una estrategia sólida y coherente en las redes sociales y mantener una presencia activa para aprovechar al máximo estas herramientas de apoyo al emprendimiento.

8. Marco conceptual

La comunicación digital es el intercambio de información mediante el uso de medios digitales y plataformas web como el correo electrónico, el uso de internet, aplicaciones móviles, mensajería instantánea, videoconferencias, redes sociales, entre otros medios digitales. Ahora bien, “Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos des- conocidos”, afirma Celaya (Celaya J. , 2008) y han tenido un impacto significativo en el mundo en muchos aspectos de la vida cotidiana, especialmente en los emprendimientos y los negocios en los últimos años.

Estas han proporcionado a los emprendedores una plataforma poderosa para promocionar sus productos o servicios, conectarse con su audiencia y construir una marca sólida. Ahora bien, es cierto que algunas redes sociales son más fuertes que otras en cuanto a viralidad, consumo y formato de contenido que facilitan aún más a los pequeños y medianos empresarios su manejo y que podrían sacarles mayor provecho a estas para su beneficio y el de su negocio.

Según (Drucker, 2019) el emprendimiento es “el proceso de obtención de beneficios de nuevas combinaciones únicas y valiosas de recursos en un entorno incierto y ambiguo”. No es un emprendedor innovador el que repite lo que se ha hecho ya otras veces.

TikTok se ha convertido en una de las plataformas web más reconocidas y consumidas al rededor del mundo desde el año de su creación, esta red social permite a los emprendedores llegar a una audiencia a nivel global sin tener la necesidad de gastar grandes sumas de dinero en publicidad, además de crear una comunidad, interactuar con ella y fidelizarlos. Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones.

Él observó que: La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc. Este tipo de actividades son las responsables primarias de la prosperidad recurrente que revoluciona el organismo económico y las recesiones recurrentes que se deben al impacto desequilibrado del nuevo producto o métodos. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta; primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y, en segundo lugar, porque el entorno se

resiste de muchas maneras, desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo. Para actuar con confianza más allá del rango de sucesos familiares y superar la resistencia se requieren de aptitudes que están presentes solo en una pequeña fracción de la población y que define tanto el tipo como la función emprendedores. (Schumpeter, 1997)

Las redes sociales han tenido un impacto significativo en la promoción de emprendimientos, ya que ofrecen a los emprendedores una plataforma para llegar a una audiencia más amplia, construir y fortalecer relaciones con los clientes, y promover sus productos o servicios de manera efectiva y a bajo costo.

En cuanto al papel de TikTok como plataforma para la difusión de contenido educativo y promocional, esta red social se ha destacado por su capacidad para generar contenido creativo y atractivo que puede ser utilizado tanto con fines educativos como promocionales. TikTok ofrece a los emprendedores mostrar sus productos o servicios de forma más entretenida, lo que puede resultar en una mayor interacción de la audiencia. ha demostrado ser efectiva para llegar a un público joven y diverso, lo que puede ser beneficioso para los emprendimientos que buscan expandir su alcance y conectar con nuevas audiencias.

El marketing digital se define como la aplicación de estrategias técnicas de comercialización con medios digitales y tecnología de información para alcanzar los objetivos de una empresa o marca (Kotler P. , 2022) es crucial al permitir a los emprendedores utilizar estrategias para promocionar sus productos o servicios en el entorno digital.

Desde campañas de email marketing hasta la optimización para motores de búsqueda (SEO) y la creación de contenido atractivo, las estrategias de marketing digital les

brindan a los emprendedores las herramientas necesarias para destacarse en un mercado cada vez más competitivo. Además, la interacción constante con la audiencia a través de las redes sociales permite a los emprendimientos no solo promocionar sus productos, sino también obtener retroalimentación directa, construir relaciones duraderas con los clientes y adaptar sus estrategias según las necesidades del mercado.

9. Marco legal y normativo

- La Constitución Política de Colombia garantiza el derecho a la libertad de expresión en su artículo 20, que dispone:

Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios de comunicación masiva.

- LEY 2069 DE 2020, por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia

ARTÍCULO 1. OBJETO. Esta Ley busca establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, para aumentar el bienestar social y generar equidad.

Dicho marco delinearé un enfoque regionalizado de acuerdo con las realidades socioeconómicas de cada región.

- ARTÍCULO 2. TARIFAS DIFERENCIADAS DEL REGISTRO ANTE EL INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS - INVIMA. Modifíquese el artículo 9 de la Ley 399 de 1997, el cual quedará así:

ARTÍCULO 9. Manual de tarifas. El Gobierno nacional reglamentará el manual de tarifas para el cobro de la tasa de los servicios prestados por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima.

-Ley de Protección de Datos Personales (Ley 1581 de 2012): Esta ley establece las normas para la protección de datos personales en Colombia, lo que incluye la regulación de cómo las empresas y las plataformas en línea pueden recopilar, almacenar y utilizar la información personal. de los usuarios de redes sociales.

-Ley de Delitos Informáticos (Ley 1273 de 2009): Esta ley aborda los delitos informáticos, como la piratería informática, la suplantación de identidad y otros actos ilegales relacionados con el mal uso de las redes sociales.

10. Marco praxeológico:

La “pedagogía praxeológica” quiere ser un marco conceptual integrador que se adhiere a valores humanistas fundamentales pero que invita, tanto a los profesores como a los estudiantes, a un proceso reflexivo y crítico sobre su propia práctica en el marco de una real flexibilidad curricular.

Las cuatro etapas metodológicas del enfoque praxeológico: ver, juzgar, actuar y devolución creativa.

Para el tema que se abordó en esta investigación la definición de las cuatro etapas de la metodología son:

En la etapa del ver, se recopiló toda la información a partir de un análisis que se hizo en algunos emprendimientos del municipio de Yarumal, Antioquia, en el cual se llegó a la conclusión de que menos de la mitad de los emprendimientos tenían una cuenta en tik tok, y los que sí hacían uso de esta red social, no tenían el conocimiento para darle un manejo óptimo.

Además de esto, en la etapa del juzgar, se planteó la estrategia de cuál sería la herramienta edu-comunicativa que les podría servir a tres emprendedores que fueron escogidos para esta investigación y se analizó también la razón por la cual no tenían esta plataforma activa dentro del plan de comunicaciones de su emprendimiento.

Cuando se llevó a cabo la etapa del actuar, se aplicaron los instrumentos propuestos para el tema y esto dio paso para poder realizar la praxis del tema del trabajo de investigación.

Y, por último, en la devolución creativa se sacaron las conclusiones del trabajo final y se realizó la retroalimentación del producto final del proyecto.

(Vargas, 2011)

11. Diseño metodológico

11.1. Tipo de metodología

Esta investigación se basa en una metodología cualitativa, esta es apropiada debido a la naturaleza exploratoria y descriptiva de esta investigación. Al utilizar métodos cualitativos, conocemos profunda y detalladamente las experiencias, percepciones y estrategias de los emprendedores que han utilizado TikTok como herramienta de marketing, y las razones por las que otros emprendedores no se han arriesgado a incluir esta red social en sus estrategias de marketing.

Al entrevistar a los emprendedores y analizar sus respuestas, capturamos matices, emociones y detalles que no se reflejarían completamente en datos cuantitativos. Esto permite reconstruir narrativas en torno al uso de TikTok, identificar patrones emergentes y comprender mejor el contexto en el que se desarrollan las estrategias de marketing en esta plataforma.

Además, la investigación cualitativa brinda la flexibilidad necesaria para adaptarse a las experiencias únicas de cada emprendedor y profundizar en áreas específicas que podrían no ser capturadas por otro tipo de metodologías. Esto es crucial cuando se trata de comprender el impacto subjetivo y emocional que puede tener la presencia en TikTok en el desarrollo y crecimiento de un emprendimiento.

11.2. Estrategia metodológica

La estrategia metodológica se centrará en la recopilación y análisis de datos cualitativos para comprender en profundidad las experiencias, percepciones y estrategias de

los emprendedores que han o no utilizado TikTok como parte de su estrategia de marketing para sus emprendimientos

1. Enfoque: El enfoque de esta investigación es netamente cualitativo, lo que significa que se centra en comprender las experiencias subjetivas de los emprendedores, sus desafíos, éxitos y percepciones relacionadas con el uso de TikTok.

2. Tipo: La naturaleza de esta investigación es exploratoria y descriptiva.

3. Diseño: Se recopilaron datos a través de entrevistas y encuestas

4. Alcance: Esta estrategia fue aplicada a 3 emprendedores del municipio de Yarumal, Antioquia. No se tomó en cuenta el sector en el que trabajan los emprendedores o que tan grande o pequeño es el emprendimiento.

11.3. Estrategia

Investigar cómo los emprendedores utilizan TikTok en cuanto a sus emprendimientos, y la razón por la cual algunos no hacen uso de esta plataforma

Objetivo específico	Categorías teóricas	Categorías metodológicas	Elementos empíricos observables	Técnicas	Instrumentos de recolección de información
Analizar las necesidades que tiene los tres emprendedores del municipio de Yarumal Antioquia con respecto al uso de Tik Tok como estrategia digital	Marketing digital	Cualitativa	nociones básicas sobre marketing digital	Entrevista	Entrevistas a los emprendedores

Definir las estrategias digitales que fortalezcan a los tres emprendimientos del municipio de Yarumal Antioquia con respecto al uso de Tik Tok.	Emprendimiento	Cualitativa	Dificultades y obstáculos en el manejo de la plataforma TikTok	Recolección y análisis de la información	Encuesta a los emprendedores
Realizar y difundir el contenido para el fortalecimiento de los tres emprendimientos del municipio de Yarumal Antioquia con respecto al uso de Tik Tok.	Comunicación digital	Cualitativa	Contenido Temas que abordan	Encuesta online	Encuesta sobre competencias en el manejo de la plataforma TikTok

13. Criterios de muestreo

Los elementos que se estudiaron en esta investigación fueron tres emprendimientos del municipio de Yarumal Antioquia, con o sin conocimiento en redes sociales, que quieren potencializar sus emprendimientos mediante la plataforma de Tik Tok, teniendo como referencia el producto de esta investigación que es una cuenta de Tik Tok llamada “Emprende y aprende con Lú”, la cual tiene como objetivo ser una guía de marketing para emprendedores.

“Tejiendo amor” es un emprendimiento que se dedica a la fabricación de flores de todo tipo en crochet. Detrás de este emprendimiento está Carolina Medina que es una joven universitaria de la UdeA, cursando su último semestre de psicología en la Sede Norte de Yarumal Antioquia.

“Makeup Lashes Valen” es un emprendimiento que se dedica al maquillaje y montura de pestañas pelo a pelo. Detrás de este emprendimiento está Valentina Zapata que es una estudiante de 18 años de atención a la primera infancia.

“Amanda pastelería” es otro de los emprendimientos escogidos para esta investigación, se dedica a la pastelería y detrás de este emprendimiento está Amanda Carvajal y su hijo Miguel Carvajal que la apoya con el manejo de redes sociales y creación de contenido.

Después de haber implementado los instrumentos de investigación se llegó a la conclusión de que ninguno tenía una estrategia clara para sus redes sociales, y solo uno de ellos, “Amanda pastelería”, tiene Tik Tok activo. Además, desconocen completamente la oportunidad que les puede brindar una plataforma como Tik Tok a los emprendimientos y marcas personales en cuanto a crecimiento.

Se eligieron tres emprendimientos del municipio con el objetivo de poder comparar el crecimiento que cada uno de ellos ha tenido desde que abrieron la red social TikTok, además se tuvo en cuenta que no todos los emprendimientos fueran de un mismo nicho, varían entre artesanías, belleza y el sector de la pastelería.

La investigación se fundamentó en la contribución de tres emprendedores, cuyas perspectivas sobre la red social TikTok y sobre contenidos digitales se obtuvieron mediante entrevistas y encuestas. Sus conocimientos y experiencias aportaron una comprensión profunda del uso que ellos le dan a esta plataforma y la razón por la cual algunos no hacen uso de ella.

Además, como fuente secundaria, se realizó una exhaustiva búsqueda de contenido para el desarrollo de una plataforma edu-comunicativa, con el propósito de facilitar el aprendizaje del manejo de TikTok para este grupo de emprendedores, enriqueciendo así el enfoque educativo del estudio.

14. Hallazgos.

Los resultados obtenidos en el marco del primer objetivo específico destacan la necesidad que enfrentan los tres emprendedores del municipio de Yarumal Antioquia de comprender a fondo y valorar la relevancia de la plataforma TikTok para sus iniciativas empresariales. Se evidenció que existe una oportunidad de considerable importancia que está siendo desaprovechada debido a la falta de comprensión sobre el papel fundamental que desempeña TikTok en el panorama actual de los negocios.

Esta carencia de conocimiento sobre la plataforma ha llevado a una pérdida de oportunidades significativas para el crecimiento y la visibilidad de sus emprendimientos. Estos hallazgos subrayan la urgente necesidad de brindar a los emprendedores las herramientas y el conocimiento necesario para aprovechar al máximo el potencial de TikTok en el contexto actual de los negocios.

Tras realizar un análisis de la información proporcionada por los emprendedores, se identificó, en el marco del segundo objetivo específico, que la principal carencia para la implementación de la plataforma TikTok radica en la falta de ideas para contenido creativo, así como en la ausencia de conocimientos en edición y grabación de videos.

Además, se observó que los tres emprendedores experimentan cierta timidez o vergüenza al momento de aparecer frente a las cámaras. Estos hallazgos subrayan la necesidad de brindar apoyo, recursos e información que permitan a los emprendedores superar estos obstáculos y desarrollar habilidades creativas y técnicas para aprovechar plenamente el potencial de TikTok en sus emprendimientos.

Teniendo en cuenta lo anterior, se realizó un cronograma de contenido en donde todo el material se basa en las necesidades que se pudieron identificar en los resultados que arrojaron los instrumentos implementados.

La creación de la plataforma "Emprende y aprende con Lú" en TikTok se reveló como una necesidad imperativa para los emprendedores de todo el municipio de Yarumal, Antioquia, así como para aquellos que consumen el contenido de esta cuenta educativa en distintas localidades.

A través de esta cuenta y sus diversos contenidos, se proporcionan a los microempresarios todas las herramientas de marketing necesarias para fortalecer sus emprendimientos. Gracias a este recurso, los emprendedores podrán administrar eficazmente sus redes sociales, comprender la importancia de la digitalización empresarial y adquirir habilidades para la creación de contenido creativo.

La existencia y el acceso a esta plataforma han representado un recurso invaluable para el desarrollo y crecimiento de los emprendimientos en la región, brindando oportunidades de aprendizaje y capacitación a un amplio espectro de empresarios locales.

15. Conclusiones.

TikTok proporciona a los emprendedores una plataforma versátil y de fácil acceso para crear contenido visual atractivo que puede captar la atención de una amplia audiencia.

Esto les permite destacar entre la competencia y promover sus productos o servicios de manera innovadora.

La naturaleza viral de TikTok brinda a estos pequeños empresarios la oportunidad de alcanzar una visibilidad masiva y rápida, lo que puede traducirse en un aumento significativo en el conocimiento de marca y en el tráfico hacia sus canales de venta, lo que es especialmente beneficioso para emprendimientos emergentes con presupuestos limitados de marketing.

La interacción directa con la audiencia a través de comentarios, mensajes directos y desafíos virales permite a los emprendedores construir relaciones auténticas con su comunidad, lo que puede resultar en una mayor fidelización de clientes y en la identificación de tendencias y preferencias del mercado en tiempo real.

La capacidad de segmentar audiencias específicas y utilizar herramientas de análisis detallado en TikTok les brinda a los emprendedores la posibilidad de comprender mejor el comportamiento del consumidor, adaptar sus estrategias comerciales y maximizar el retorno de inversión en sus campañas publicitarias.

16. Cronograma

Cronograma de organización de desarrollo y de contenidos de toda la plataforma digital. Link: <https://uniminuto0->

my.sharepoint.com/:x:/g/personal/luisa_rua_uniminuto_edu_co/EU0QFINy8VpDmSbiQ_n
NWjEB0WPJBNZ7pY1dkCZr3DK9GA?e=Ra2zv9

17. Bibliografía /Referencias

(27 de septiembre de 2021). Obtenido de <https://datareportal.com/essential-tiktok-stats>

Celaya, G. (24 de abril de 2011). *LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>

Celaya, J. (2008). *La empresa en la Web 2.0: El impacto de las redes sociales y las nuevas*. Barcelona: Ediciones gestión 2000.

Drucker, P. (1998). Su visión sobre La Administración,. Normal. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29063559024/html/>

Drucker, P. (2019). *Emprendimiento e innovación: agentes potenciadores de la Empresa familiar*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5727/572761148004/html/>

Fernández, R. (31 de mayo de 2023). Obtenido de <https://es.statista.com/previsiones/1194895/usuarios-de-tiktok-mundiales-prevision>

Kemp, S. (26 de enero de 2022). *Data Reportal*. Obtenido de <https://datareportal.com/reports/digital-2022-tiktok-headlines>

kotler, p. (2017). El marketing digital: herramientas y tendencias actuales.

kotler, P. (2022). *Medium Multimedia*. Obtenido de https://www.mediummultimedia.com/marketing/que-es-marketing-digital-para-kotler/#google_vignette

Ridge, B. (25 de Agosto de 2023). *El impacto de las estrategias de marketing en redes sociales en el aumento de ingresos*. Obtenido de <https://www.mediummultimedia.com/marketing/cuanto-aumentan-los-ingresos-con-el-marketing-en-redes-sociales/>

Schumpeter, J. A. (1997). Teoría del desarrollo económico.

Vargas, J. (2011). El enfoque praxeológico.

19. Anexos

19.1. Tipo de sitio web

Tik Tok es una aplicación para crear y compartir videos, generalmente con una duración entre 15 segundos a 10 minutos. Esta plataforma se ha vuelto mundialmente reconocida y ofrece una gran variedad de herramientas de edición de video, efectos especiales, música y muchos desafíos y bailes virales para que los usuarios de esta plataforma creen contenido creativo, divertido e incluso también de carácter informativo.

Esta conocida red social ofrece una serie de actividades y dinámicas para sus usuarios que la hacen una plataforma única y divertida para crear contenido fuera de lo convencional. Los desafíos o los videos tendencia son una de ellas, en donde se invita a los usuarios a participar en la creación de videos basados en un tema, una canción o un baile específico. Estos retos suelen ser impulsados por hashtags y se viralizan rápidamente, fomentando la participación y la creatividad de la comunidad.

Además del entretenimiento, TikTok se ha convertido en un espacio apto para compartir información de valor, consejos, tips y gran variedad de datos importantes con respecto a muchos temas, como la cocina, la belleza, el deporte, finanzas, negocios, entre otros temas que sean del interés del usuario.

Estas dinámicas han contribuido al éxito y la popularidad de TikTok, ya que fomentan la participación activa de los usuarios y les brindan un espacio para expresar su creatividad de manera única.

La funcionalidad de esta plataforma se basa en la creación de contenido, los usuarios pueden grabar videos directamente desde la aplicación o subir videos previamente grabados en sus dispositivos. TikTok ofrece una variedad de herramientas de edición,

efectos especiales, filtros, música y funciones interactivas que permiten a los usuarios personalizar sus videos de manera creativa.

La interacción es otra de las funciones de esta plataforma digital, los consumidores de este contenido y creadores pueden seguir a otros creadores, darle “me gusta” a sus videos, comentarlos, compartirlo y además, pueden interactuar con sus seguidores haciendo transmisiones en vivo.

19.2. Sistema de información

Tik Tok cuenta con un sistema de información integral que recopila datos sobre el comportamiento de los usuarios, sus preferencias, interacciones y patrones de consumo de contenido. Este sistema se utiliza para personalizar la experiencia del usuario, ofreciendo un feed de videos adaptado a los intereses individuales.

El algoritmo de recomendación de TikTok es uno de los componentes clave de su sistema de información. Utiliza el aprendizaje automático y la inteligencia artificial para analizar el comportamiento del usuario, como los videos que ve, los "me gusta" que da, los comentarios que realiza y el tiempo que pasa viendo ciertos tipos de contenido. Con esta información, el algoritmo genera un feed personalizado que muestra videos relevantes para cada usuario.

Además, TikTok utiliza datos demográficos y geográficos para segmentar a su audiencia y ofrecer contenido localizado y relevante. Esto significa que los usuarios pueden ver contenido popular en su región o país, así como tendencias globales que se adaptan a sus preferencias personales

19.3. Sistema de navegación

19.4. Sistema de

TikTok ofrece una barra ubicada en la parte superior de la puedes ingresar palabras clave, nombres de usuario para contenido específico. Una vez búsqueda, TikTok te muestra una resultados que incluyen videos, y hashtags relacionados con tu explorar estos resultados deslizando hacia arriba y abajo, y hacer clic en cualquier elemento para ver más contenido relacionado.



búsqueda

de búsqueda pantalla, donde hashtags o encontrar que realizas una variedad de cuentas de usuario consulta. Puedes

TikTok también sugiere términos populares a medida que escribes en la barra de búsqueda, lo que puede ayudarte a descubrir tendencias actuales o temas relevantes. El sistema de búsqueda está diseñado para facilitar la exploración de contenido diverso y personalizado según tus intereses.

Una característica notable del sistema de búsqueda es la capacidad de buscar tanto contenido específico como explorar temas populares y tendencias actuales. Esto permite a los usuarios encontrar fácilmente videos y cuentas que se alineen con sus intereses.

19.5. Encuestas

Estas fueron las encuestas realizadas a los tres emprendedores con la finalidad de entender cual es la percepción de las redes sociales para sus emprendimientos, y cuáles son los obstáculos principales que se les presentan a la hora de crear contenido y en el manejo de redes sociales en general.

Sesión: 1		Fecha: 5 de marzo, 2024
Objetivo de la investigación asociado: Definir las estrategias digitales que fortalezcan a los tres emprendimientos del municipio de Yarumal Antioquia con respecto al uso de Tik Tok.		
Perfil persona encuestada: Carolina Andrea Medina Henao, creadora de "Tejiendo amor"		
Variables demográficas		
Sexo: Femenino		Edad: 23
Nivel Educativo: Pregrado		Nivel Socio Económico: Estrato 2
No.	Pregunta	Variables
1.	¿Le parecen útiles las redes sociales para su negocio?	Sí_x_No__
2.	¿Con cuánta periodicidad publica en las redes sociales de su emprendimiento?	a. Todos los días b. De tres a cuatro veces por semana c. Dos veces a la semana d. Una vez a la semana
3.	Señale los ítems que obstaculicen la creación de su contenido para las redes sociales de su emprendimiento	__ poca luz __falta de herramientas para tomar fotos __x_poco conocimiento frente al tema __x_falta de imaginación

4.	¿Qué opina usted sobre tomar cursos de marketing digital y manejo de redes sociales para el manejo de estas mismas en su emprendimiento?	(x) Muy de acuerdo () De acuerdo () Me da igual () En desacuerdo () Muy en desacuerdo
5.	¿Consideras que el manejo de las redes sociales consume demasiado tiempo en comparación con otros aspectos de tu emprendimiento?	(x) Muy de acuerdo () De acuerdo () Me da igual () En desacuerdo () Muy en desacuerdo
6.	¿Qué tipo de apoyo o recursos consideras que te serían útiles para mejorar el manejo de las redes sociales para tu emprendimiento?	() Cursos de marketing (X) Plataformas interactivas con contenido () Mentorías personalizadas
7.	¿Consideras que las redes sociales han sido efectivas para aumentar las ventas o el reconocimiento de marca de tu emprendimiento?	Sí_x_ No__

Sesión: 2		Fecha: 5 de marzo, 2024
Objetivo de la investigación asociado: Definir las estrategias digitales que fortalezcan a los tres emprendimientos del municipio de Yarumal Antioquia con respecto al uso de Tik Tok.		
Perfil persona encuestada: Miguel Ángel Carvajal, creador y administrador de redes de "Amanda Pastelería"		
Variables demográficas		
Sexo: Masculino		Edad: 19
Nivel Educativo: Técnico		Nivel Socio Económico: Estrato 3
No.	Pregunta	Variables
1.	¿Le parecen útiles las redes sociales para su negocio?	Sí_x_ No__
2.	¿Con cuánta periodicidad publica en las redes sociales de su emprendimiento?	e. Todos los días f. De tres a cuatro veces por semana g. Dos veces a la semana

		h. Una vez a la semana
3.	Señale los ítems que obstaculicen la creación de su contenido para las redes sociales de su emprendimiento	<input type="checkbox"/> poca luz <input type="checkbox"/> falta de herramientas para tomar fotos <input type="checkbox"/> poco conocimiento frente al tema <input checked="" type="checkbox"/> falta de imaginación
4.	¿Qué opina usted sobre tomar cursos de marketing digital y manejo de redes sociales para el manejo de estas mismas en su emprendimiento?	(<input checked="" type="checkbox"/>) Muy de acuerdo (<input type="checkbox"/>) De acuerdo (<input type="checkbox"/>) Me da igual (<input type="checkbox"/>) En desacuerdo (<input type="checkbox"/>) Muy en desacuerdo
5.	¿Consideras que el manejo de las redes sociales consume demasiado tiempo en comparación con otros aspectos de tu emprendimiento?	(<input type="checkbox"/>) Muy de acuerdo (<input checked="" type="checkbox"/>) De acuerdo (<input type="checkbox"/>) Me da igual (<input type="checkbox"/>) En desacuerdo (<input type="checkbox"/>) Muy en desacuerdo
6.	¿Qué tipo de apoyo o recursos consideras que te serían útiles para mejorar el manejo de las redes sociales para tu emprendimiento?	() Cursos de marketing () Plataformas interactivas con contenido (<input checked="" type="checkbox"/>) Mentorías personalizadas
7.	¿Consideras que las redes sociales han sido efectivas para aumentar las ventas o el reconocimiento de marca de tu emprendimiento?	Sí <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>

Sesión: 3		Fecha: 5 de marzo, 2024
Objetivo de la investigación asociado: Definir las estrategias digitales que fortalezcan a los tres emprendimientos del municipio de Yarumal Antioquia con respecto al uso de Tik Tok.		
Perfil persona encuestada: Valentina Zapata, lashista de Makeup Lashes Valen		
Variables demográficas		
Sexo: Femenino		Edad: 18
Nivel Educativo: Técnico		Nivel Socio Económico: Estrato 2
No.	Pregunta	Variables
1.	¿Le parecen útiles las redes sociales para su negocio?	Sí <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>

2.	¿Con cuánta periodicidad publica en las redes sociales de su emprendimiento?	i. Todos los días j. De tres a cuatro veces por semana k. Dos veces a la semana l. Una vez a la semana
3.	Señale los ítems que obstaculicen la creación de su contenido para las redes sociales de su emprendimiento	__ poca luz X __ falta de herramientas para tomar fotos _X_poco conocimiento frente al tema _X_falta de imaginación
4.	¿Qué opina usted sobre tomar cursos de marketing digital y manejo de redes sociales para el manejo de estas mismas en su emprendimiento?	() Muy de acuerdo () De acuerdo () Me da igual (X) En desacuerdo () Muy en desacuerdo
5.	¿Consideras que el manejo de las redes sociales consume demasiado tiempo en comparación con otros aspectos de tu emprendimiento?	(X) Muy de acuerdo () De acuerdo () Me da igual () En desacuerdo () Muy en desacuerdo
6.	¿Qué tipo de apoyo o recursos consideras que te serían útiles para mejorar el manejo de las redes sociales para tu emprendimiento?	() Cursos de marketing (X) Plataformas interactivas con contenido () Mentorías personalizadas
7.	¿Consideras que las redes sociales han sido efectivas para aumentar las ventas o el reconocimiento de marca de tu emprendimiento?	Sí_x_ No__

19.6. Entrevistas.

Las entrevistas fueron realizadas a tres emprendedores del municipio de Yarumal con el objetivo de Analizar las necesidades que tiene los tres emprendedores del municipio de Yarumal Antioquia con respecto al uso de Tik Tok como estrategia digital

Sesión: 1		Fecha: 18 de marzo, 2024
Objetivo de la investigación asociado: Analizar las necesidades que tiene los tres emprendedores del municipio de Yarumal Antioquia con respecto al uso de Tik Tok como estrategia digital		
Persona entrevistada: Carolina Andrea Medina Henao		
Perfil: Mujer de 23 años, estudiante de psicología en la UdeA sede norte y emprendedora de "Tejiendo amor"		
No.	Pregunta	Categoría
1.	¿Por qué consideras que las redes sociales son importantes para los emprendedores en la actualidad?	Es una forma fácil de tener un negocio sin necesidad de punto físico
2.	¿Cuáles son los errores más comunes que los emprendedores cometen al gestionar sus redes sociales?	El subir contenido por subir, o en mi caso, es error y funciona, que es tener las redes como un catálogo
3	¿Cómo debería un emprendedor elegir las plataformas de redes sociales adecuadas para su negocio?	Es teniendo en cuenta las tendencias y a la que se acomode mejor su contenido
4.	¿Cuál es la importancia de definir una estrategia de redes sociales antes de comenzar a utilizarlas para un emprendimiento?	Para mejor organización y que se vean mejores resultados en redes
5.	¿Cuál es la importancia de la interacción con la audiencia en las redes sociales y cómo se puede lograr de manera efectiva?	Eso genera una fidelización con los clientes y como una familiaridad

6.	¿Qué papel desempeña la calidad del contenido en el éxito de las estrategias de redes sociales de un emprendimiento?	Un contenido de buena calidad es lo principal porque a la audiencia le gusta consumir buen contenido
7.	¿Cuáles son algunas herramientas o recursos útiles que los emprendedores pueden utilizar para gestionar sus redes sociales de manera más eficiente?	Pueden usar canva para diseñar por ejemplo y existen otro tipo de herramientas en la web
8.	¿Cómo pueden los emprendedores lidiar con la gestión de las redes sociales mientras se ocupan de otras responsabilidades en sus negocios?	Existe la posibilidad de dejar todo el contenido programado en instagram para que se vaya subiendo solo al mes, solo te toma un día programarlo y listo.
9.	¿Cómo pueden los emprendedores medir y evaluar el éxito de sus estrategias en las redes sociales?	Lo pueden medir por medio de los likes, seguidores e interacciones
10.	¿Cómo pueden los emprendedores mantenerse actualizados con las tendencias cambiantes en las redes sociales y adaptar sus estrategias en consecuencia?	Consumiendo redes y estando atentos a las tendencias

Sesión: 2	Fecha: 18 de marzo, 2024
Objetivo de la investigación asociado: Analizar las necesidades que tiene los tres emprendedores del municipio de Yarumal Antioquia con respecto al uso de Tik Tok como estrategia digital	
Persona entrevistada: Miguel Ángel Carvajal	

Perfil: Joven recién graduado de su bachillerato, apasionado por las redes sociales y dueño junto a su mamá de “Amanda pastelería”

No.	Pregunta	Categoría
1.	¿Por qué consideras que las redes sociales son importantes para los emprendedores en la actualidad?	Las redes sociales brindan la oportunidad de interactuar y establecer relaciones con clientes potenciales, lo que puede generar oportunidades de negocio.
2.	¿Cuáles son los errores más comunes que los emprendedores cometen al gestionar sus redes sociales?	Algunos errores comunes que los emprendedores cometen al gestionar sus redes sociales son: falta de planificación, no conocer a su audiencia objetivo, no interactuar con los seguidores, publicar contenido de baja calidad y no analizar los resultados.
3	¿Cómo debería un emprendedor elegir las plataformas de redes sociales adecuadas para su negocio?	Un emprendedor debería elegir las plataformas de redes sociales adecuadas para su negocio considerando el perfil demográfico de su audiencia objetivo y las características de cada plataforma. Además, es importante analizar la competencia y determinar en qué plataformas se encuentran presentes.
4.	¿Cuál es la importancia de definir una estrategia de redes sociales antes de comenzar a utilizarlas para un emprendimiento?	Definir una estrategia de redes sociales antes de comenzar a utilizarlas en un emprendimiento es importante porque permite establecer objetivos claros, identificar la audiencia objetivo, seleccionar las plataformas adecuadas, crear contenido relevante y medir el impacto de las acciones, lo que aumenta las posibilidades de éxito en la promoción y crecimiento del negocio.
5.	¿Cuál es la importancia de la interacción con la audiencia en las redes sociales y cómo	obtener insights sobre las necesidades y preferencias de los seguidores, y brindar un servicio al cliente de calidad.

	se puede lograr de manera efectiva?	Se puede lograr de manera efectiva respondiendo rápidamente, personalizando las respuestas, mostrando empatía, promoviendo la participación activa y aprovechando herramientas como encuestas y preguntas en historias.
6.	¿Qué papel desempeña la calidad del contenido en el éxito de las estrategias de redes sociales de un emprendimiento?	La calidad del contenido juega un papel fundamental en el éxito de las estrategias de redes sociales de un emprendimiento. Un contenido de alta calidad atrae y retiene a la audiencia, genera interés, establece la credibilidad de la marca, fomenta el compromiso y comparte valor. Es importante ofrecer contenido relevante, original, visualmente atractivo y bien estructurado para lograr una mayor participación y alcanzar los objetivos de negocio.
7.	¿Cuáles son algunas herramientas o recursos útiles que los emprendedores pueden utilizar para gestionar sus redes sociales de manera más eficiente?	Algunas herramientas y recursos útiles para que los emprendedores gestionen sus redes sociales de manera más eficiente son: plataformas de programación de publicaciones como Hootsuite o Buffer, herramientas de análisis de datos como Google Analytics, aplicaciones de diseño gráfico como Canva, herramientas de gestión de contenido como Trello o Asana, y servicios de programación automática de publicaciones como Later o Sprout Social.
8.	¿Cómo pueden los emprendedores lidiar con la gestión de las redes sociales mientras se ocupan de otras	mediante la delegación de tareas a un equipo o colaboradores, estableciendo un calendario de publicaciones, utilizando

	responsabilidades en sus negocios?	herramientas de programación automática y optimizando el tiempo dedicado a la interacción con la audiencia. También es importante establecer límites y equilibrar el tiempo dedicado a las redes sociales con otras actividades importantes para el negocio.
9.	¿Cómo pueden los emprendedores medir y evaluar el éxito de sus estrategias en las redes sociales?	mediante el análisis de métricas como el alcance, la participación, los seguidores, los clics y las conversiones. También pueden utilizar herramientas de análisis de redes sociales como Google Analytics, Facebook Insights o Twitter Analytics para obtener datos más detallados. Es importante establecer objetivos claros, realizar un seguimiento regular de las métricas y realizar ajustes en la estrategia según los resultados obtenidos.
10.	¿Cómo pueden los emprendedores mantenerse actualizados con las tendencias cambiantes en las redes sociales y adaptar sus estrategias en consecuencia?	Analizar a la competencia y observar cómo están adaptando sus estrategias y estar abierto al cambio y dispuesto a ajustar la estrategia según sea necesario para mantenerse relevante en un entorno en constante evolución.

Sesión: 2		Fecha: 28 de marzo
Objetivo de la investigación asociado: Analizar las necesidades que tiene los tres emprendedores del municipio de Yarumal Antioquia con respecto al uso de Tik Tok como estrategia digital		
Persona entrevistada: Valentina Zapata, lashista de Makeup Lashes Valen		
Perfil: Joven estudiante de 18 años y lashista de su emprendimiento llamado "Makeup Lashes Valen"		
No.	Pregunta	Categoría

1.	¿Por qué consideras que las redes sociales son importantes para los emprendedores en la actualidad?	Por ahí he visto que venden mucho y se dan a conocer sus negocios
2.	¿Cuáles son los errores más comunes que los emprendedores cometen al gestionar sus redes sociales?	no tener una estrategia clara, no mantener una frecuencia de publicación constante, no utilizar correctamente los hashtags, no responder a los comentarios y no medir el impacto de sus acciones.
3	¿Cómo debería un emprendedor elegir las plataformas de redes sociales adecuadas para su negocio?	se eligen dependiendo de el tipo de contenido que desean compartir y las características y alcance de cada plataforma. También es importante considerar el tiempo y los recursos disponibles para gestionar las redes sociales de manera efectiva.
4.	¿Cuál es la importancia de definir una estrategia de redes sociales antes de comenzar a utilizarlas para un emprendimiento?	Definir una estrategia de redes sociales antes de utilizarlas en un emprendimiento es fundamental porque ayuda a establecer una dirección clara, optimizar los recursos, mantener la coherencia en la comunicación, fomentar la interacción con la audiencia y alcanzar los objetivos de negocio de manera más efectiva.
5.	¿Cuál es la importancia de la interacción con la audiencia en las redes sociales y cómo se puede lograr de manera efectiva?	La interacción con la audiencia en las redes sociales es importante porque fortalece la relación con los seguidores, genera confianza, aumenta la visibilidad de la marca y brinda la oportunidad de recibir feedback valioso. Se puede lograr de manera efectiva respondiendo a los comentarios y mensajes, realizando preguntas, promoviendo la participación en concursos o encuestas, y

		mostrando interés genuino por las inquietudes y necesidades de la audiencia.
6.	¿Qué papel desempeña la calidad del contenido en el éxito de las estrategias de redes sociales de un emprendimiento?	La calidad del contenido juega un papel fundamental en el éxito de las estrategias de redes sociales de un emprendimiento. Un contenido de alta calidad atrae y retiene a la audiencia, genera interés, establece la credibilidad de la marca, fomenta el compromiso y comparte valor. Es importante ofrecer contenido relevante, original, visualmente atractivo y bien estructurado para lograr una mayor participación y alcanzar los objetivos de negocio.
7.	¿Cuáles son algunas herramientas o recursos útiles que los emprendedores pueden utilizar para gestionar sus redes sociales de manera más eficiente?	Pueden buscar a algún familiar que sepa de marketing digital o buscar en google herramientas
8.	¿Cómo pueden los emprendedores lidiar con la gestión de las redes sociales mientras se ocupan de otras responsabilidades en sus negocios?	mediante la planificación y programación de contenido, la automatización de publicaciones, la asignación de tareas a un equipo o colaboradores, y el uso de herramientas de gestión y programación de redes sociales. También es importante establecer prioridades y dedicar tiempo específico para interactuar con la audiencia y dar seguimiento a las métricas clave.
9.	¿Cómo pueden los emprendedores medir y evaluar el éxito de sus	Los emprendedores pueden medir y evaluar el éxito de sus estrategias en las redes sociales mediante el seguimiento de métricas clave como el alcance, la

	<p>estrategias en las redes sociales?</p>	<p>interacción, el crecimiento de seguidores y las conversiones. También pueden realizar encuestas o solicitar feedback directo de la audiencia para evaluar la satisfacción y la percepción de la marca. El uso de herramientas de análisis y la comparación con los objetivos establecidos ayudará a determinar la efectividad de las estrategias y realizar ajustes necesarios.</p>
<p>10.</p>	<p>¿Cómo pueden los emprendedores mantenerse actualizados con las tendencias cambiantes en las redes sociales y adaptar sus estrategias en consecuencia?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seguir a influencers y expertos en redes sociales para obtener información actualizada. 2. Participar en grupos y comunidades relacionadas con redes sociales para intercambiar ideas y experiencias. 3. Leer blogs, revistas y estudios sobre marketing en redes sociales. 4. Utilizar herramientas de monitoreo y escucha social para identificar las tendencias emergentes.