

# Retos del monitoreo de proyectos en la gestión de datos de plataformas digitales y redes sociales y su influencia en emprendimientos de El Salvador

## Challenges of project monitoring in the management of data from digital platforms and social networks and their influence on entrepreneurship in El Salvador

*Cynthia Marcela Alvarenga Carranza*  
*Universidad de El Salvador, El Salvador*  
 <https://orcid.org/0009-0004-1772-1688>  
*Correspondencia: ac17011@ues.edu.sv*



*Recibido: 02-12-2023*  
*Aceptado: 29-02-2024*

## RETOS DEL MONITOREO DE PROYECTOS EN LA GESTIÓN DE DATOS DE PLATAFORMAS DIGITALES Y REDES SOCIALES Y SU INFLUENCIA EN EMPRENDIMIENTOS DE EL SALVADOR

*Cynthia Marcela Alvarenga Carranza*

### RESUMEN

En un mundo de constantes cambios y transformaciones, sucesos como la pandemia por COVID-19 y el desarrollo de las plataformas digitales ha influido directamente en los procesos económicos de la población, afectando directamente a emprendedores y empresas, así como las formas de monitoreo de proyectos. El presente artículo tiene como objetivo estudiar la influencia de las plataformas digitales y redes sociales en el desarrollo de emprendimientos en El Salvador, dejando plasmados los retos del equipo MEAL (Monitoreo, Evaluación, Rendición de Cuentas y Aprendizaje en Gestión de Proyectos), para monitorear los procesos. Para dicho fin se ha llevado a cabo una investigación de tipo cualitativo, mediante el muestreo intencional de bola de nieve, identificando emprendedores con presencia en canales digitales dentro del territorio salvadoreño, acompañada con el análisis de las plataformas y redes más utilizadas, y el estudio del Monitoreo de proyectos en este nuevo contexto social. Tras la pandemia muchas personas tomaron como alternativa de ingreso el emprender, apoyándose de las plataformas digitales; actualmente el 63% de emprendedores tienen presencia únicamente en canales digitales como Facebook, Shopify y OLX, y el 45% de ellos se consideran totalmente dependientes de dichas plataformas. Tal transformación ha generado retos para el monitoreo de proyectos en cuanto a la gestión de datos de las diferentes plataformas digitales y redes sociales, limitando su alcance y análisis. Por lo tanto, el desarrollo de las distintas plataformas digitales existentes ha transformado la forma de vender y comprar, facilitando el trabajo de emprendedores ofreciendo múltiples herramientas y datos automatizados; debido a los constantes cambios de la realidad en el nuevo entorno digitalizado, los procesos de monitoreo de proyectos deben ser ajustados para brindar estudios completos.

**PALABRAS CLAVE:** plataforma digital - red social - emprendimiento - monitoreo - pandemia.

## CHALLENGES OF PROJECT MONITORING IN THE MANAGEMENT OF DATA FROM DIGITAL PLATFORMS AND SOCIAL NETWORKS AND THEIR INFLUENCE ON ENTREPRENEURSHIP IN EL SALVADOR

*Cynthia Marcela Alvarenga Carranza*

### ABSTRACT

In a world of constant changes and transformations, events such as the COVID-19 pandemic and the development of digital platforms have directly influenced the economic processes of the population, directly affecting entrepreneurs and companies, as well as the ways of monitoring projects. This article aims to study the influence of digital platforms and social networks in the development of entrepreneurship in El Salvador, reflecting the challenges of the MEAL team (Monitoring, Evaluation, Accountability, and Learning in Project Management) in monitoring processes. To this end, a qualitative research has been conducted, using intentional snowball sampling, identifying entrepreneurs with presence in digital channels within the Salvadoran territory, accompanied by the analysis of the most used platforms and networks, and the study of the monitoring of projects in this new social context. After the pandemic, many people took entrepreneurship as an alternative source of income, relying on digital platforms; currently 63% of entrepreneurs are only present on digital channels such as Facebook, Shopify and OLX, and 45% of them consider themselves entirely dependent on these platforms. This transformation has posed challenges for project monitoring in terms of managing data from different digital platforms and social networks, limiting its scope and analysis. Therefore, the development of various existing digital platforms has transformed the way of buying and selling, facilitating the work of entrepreneurs by offering multiple tools and automated data; due to the constant changes in the new digitized environment, project monitoring processes must be adjusted to provide comprehensive studies.

**KEYWORDS:** digital platform - social network - entrepreneurship - monitoring - pandemic

# Retos del monitoreo de proyectos en la gestión de datos de plataformas digitales y redes sociales y su influencia en emprendimientos de El Salvador

*Cynthia Marcela Alvarenga Carranza<sup>1</sup>*  
*El Salvador*

## I. Introducción

El avance tecnológico y múltiples transformaciones sociales de los últimos años, ha venido a transformar los patrones de comportamiento de la población en El Salvador y en el mundo, como lo es la forma de comprar y vender. Tras la reciente pandemia, los emprendimientos digitales han tomado auge, utilizando redes sociales y plataformas digitales que ponen a su disposición múltiples herramientas para desarrollar sus negocios, ajustados a la naturaleza y rubro que mejor les identifique.

Los emprendimientos digitales son una realidad que ha venido tomando forma desde hace algunos años, los canales virtuales se han actualizado al punto que permiten a los emprendedores operar únicamente por medio de la red, reduciendo costos y alcanzando nuevos públicos. Así mismo, las empresas poco a poco se han ido introduciendo al uso de estas para no quedar obsoletas frente a la competencia. Por ello, es importante conocer cómo la pandemia por COVID-19 generó un ambiente propicio para el establecimiento de este nuevo sistema en El Salvador, así como la forma en la que se desarrollan los

---

<sup>1</sup> Egresada de la Licenciatura en Relaciones Internacionales en la Universidad de El Salvador, artista salvadoreña.



emprendimientos virtuales y el aprovechamiento de las plataformas digitales y redes sociales como fuente de ingreso, a lo que se pretende dar respuesta en el desarrollo de la presente investigación.

Otro aspecto importante es la forma en la cual el monitoreo se ajusta a la nueva realidad, frente a un escenario de abundante información y datos automatizados, pero hasta hoy, de nula accesibilidad para entes externos. El equipo MEAL (Monitoreo, Evaluación, Rendición de cuentas y Aprendizaje en gestión de proyectos), debe conocer muy bien sus alcances y limitantes y generar estrategias para obtener la información necesaria y poner en marcha distintos programas y proyectos, así como la toma de decisiones.

Partiendo de lo anterior, se busca estudiar la influencia de las plataformas digitales y redes sociales en el desarrollo de emprendimientos, y a pesar de mencionar el término MEAL como parte del proceso de gestión de proyectos, se pretende exponer de forma específica los retos del monitoreo en cuanto a la obtención de la información proveniente de los canales digitales e información correspondiente a los controles internos de los emprendedores.

Por lo tanto, el presente artículo de investigación inicia con una exhaustiva revisión de la literatura referente a los emprendimientos digitales y del monitoreo de emprendimientos, a la vez haciendo énfasis en la poca producción académica de este último; seguido por una detallada descripción metodológica, que permite conocer la metodología y pasos a seguir en el proceso investigativo; a continuación se exponen los resultados obtenidos, iniciando con el contexto en época de pandemia, el desarrollo de emprendimientos en El Salvador, las plataformas digitales y redes sociales de ventas y finalmente el monitoreo de emprendimientos digitales; luego de ello se abordan cuatro conclusiones principales en el marco de los apartados anteriormente señalados.

## II. Revisión de la literatura

Para comprender el término emprendedor y emprendimiento es importante acotar, debido a la larga evolución del concepto, sus múltiples acepciones teóricas, diferentes enfoques de estudio y análisis de este. Desde el punto de vista de la ciencia económica, el término emprendedor es utilizado como sinónimo de empresario, refiriéndose a una persona con múltiples cualidades como la voluntad de cambio, intuición, con capacidad de reformar y revolucionar, rompe rutinas, con capacidad de tomar decisiones y mantenerse ante la incertidumbre por medio de una competencia que no es basada en precios, sino en la innovación;<sup>2</sup> siendo aquel que compite con otros empresarios-emprendedores, tiene constante interés por entrar en el mercado y a la vez conseguir beneficios dentro de una economía de mercado.<sup>3</sup> El término se ha ido adaptando a la época; según estudios, ha evolucionado tanto hasta el punto de ser considerado una categoría social e incluso una forma de vida.<sup>4</sup> Por otro lado, el término emprendimiento según Stevenson (1966), es la creación de valor por parte de personas y organizaciones que trabajan conjuntamente para materializar su idea a través de habilidades, creatividad y disposición de asumir riesgos.<sup>5</sup> Ambos términos están estrechamente relacionados, no se puede hacer referencia a uno, dejando de lado al otro.

En un mundo globalizado, acontecimientos como la pandemia por COVID-19, el acelerado desarrollo tecnológico, el creciente índice de desempleo y la escasa oferta laboral contribuyen al desarrollo de un nuevo enfoque de emprendimiento llamado emprendimiento digital. El emprendimiento digital se puede entender como aquella acción humana que genera valor económico,

---

2 Joseph Schumpeter, *Capitalismo, socialismo y democracia* (Madrid: Aguilar Ediciones, 1966): 132.

3 Mirjam van Praag, "Some classic views on entrepreneurship", *De Economist*, vol. 147 (1999): 311-335. <https://doi.org/10.1023/A:1003749128457>

4 Howard Stevenson y Carlos Jarillo, "A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management", *Strategic Management Journal*, vol. 11 (1990): 17-27. <https://www.jstor.org/stable/2486667>

5 Arantxa Azqueta Díaz de Alda, "El concepto de emprendedor: origen, evolución e interpretación" (Ponencia, Simposio Internacional El Desafío de Empezar en la Escuela del Siglo XXI, 2017), 32-33. <https://idus.us.es/handle/11441/74177>

mediante el uso de tecnologías de la información y la comunicación en relación con diferentes productos, procesos y mercados.<sup>6</sup> Este mismo término se puede estudiar como el proceso de creación de las tecnologías o como el uso instrumental de las mismas, siendo esta última la más relevante para el presente estudio. Por lo tanto, el emprendimiento digital consiste en el desarrollo de un negocio en internet, ya sea para venta de productos u oferta de servicios, sin necesidad de un espacio físico, basta con la existencia de una tienda virtual, perfil comercial en redes sociales o página web.

El desarrollo tecnológico ha dotado a los emprendedores de múltiples herramientas para desarrollar sus negocios mediante el comercio virtual que normalmente se genera mediante transacciones en un negocio en línea, también conocida como tienda electrónica o virtual, se caracteriza por utilizar el internet como medio principal para ofrecer productos o servicios.<sup>7</sup> Actualmente existen múltiples espacios para el establecimiento de tiendas virtuales, como lo son las redes sociales, plataformas de ventas, e incluso dominios propios de internet. Con el avance tecnológico se utilizan métodos más sofisticados que hace algunos años, con transacciones más simples y amigables para el usuario, las cuales generalmente terminan con un pago instantáneo con tarjeta de crédito o PayPal.<sup>8</sup>

La nueva generación de emprendedores digitales se apoya de las diferentes plataformas y redes sociales para ofertar sus productos y servicios, siendo necesario hacer una diferenciación entre una y otra. Según Celaya *“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 desconocidos”*;<sup>9</sup> las redes sociales preferidas por los usuarios para vender y

---

6 Marc Bogdanowicz, Digital entrepreneurship barriers and drivers: The need for a specific measurement framework (Sevilla: Institute for Prospective Technological Studies, 2015), 14-15. <https://doi.org/10.2791/3112>

7 “Tienda Online”, Centro de Innovación y Soluciones Empresariales y Tecnológicas, acceso el 4 de julio de 2023, <https://www.ciset.es/glosario/490-tienda-online>

8 PayPal es un servicio global que te permite enviar pagos a la cuenta del vendedor con tu tarjeta de crédito, pero sin compartir la información financiera.

9 Javier Celaya, La empresa en la web 2.0: el impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial (Barcelona: Gestión 2000, 2011).

comprar son Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok y YouTube.<sup>10</sup> Por otro lado, las plataformas digitales permiten a los usuarios hacer uso de internet para la realización de tareas, entre ellas destacan páginas con dominios propios, plataformas de tiendas en línea de pago como Shopify, plataformas para ofertar productos como Mercado Libre y plataformas de *delivery*.<sup>11</sup> Aunque existen más plataformas y redes sociales, los emprendedores salvadoreños tienen cierta preferencia de unas respecto a otras.

Milena Chiara (2021), en su estudio cualitativo sobre el uso de plataformas digitales en las PYMES, deja en evidencia que al menos un 50% de las PYMES tienen presencia en el mercado digital de Argentina, lo cual les ayuda a potenciar sus negocios, incrementando sus ganancias.<sup>12</sup> A su vez queda en evidencia la necesidad de contar con equipamiento informático y conocimiento del manejo de estas. Paralelo a ello, en estudios cualitativos como el de Reinoso López (2022), que busca diagnosticar el nivel de aceptación del comercio electrónico, se concluye que el exhibir la información al cliente de manera digital genera mayor relevancia y aceptación, pero queda en evidencia el desconocimiento de las herramientas por las mismas empresas y usuarios, y a su vez la falta de personal calificado para el manejo de estas.<sup>13</sup>

En trabajos exploratorios como el de Tomas Camacho, realizado en la Universidad Católica de Cuenca de Ecuador, expone que la utilización de las redes sociales para el desarrollo de emprendimientos es considerada importante para compartir información y exhibir productos.<sup>14</sup> De la misma investigación se

10 José Alberto Molina, "Las redes sociales más utilizadas para promocionar y vender productos", *El Economista* (10 de abril de 2023), <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/Las-redes-sociales-mas-utilizadas-para-promocionar-y-vender-productos-20230409-0029.html>

11 Rosella Badía, *Informe e-País: El comercio electrónico en El Salvador* (San Salvador: ICEX España Exportación e Inversiones, 2021). [https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/101/documentos/2022/03/documentos-anexos/DOC2022901378\\_2.pdf](https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/101/documentos/2022/03/documentos-anexos/DOC2022901378_2.pdf)

12 Milena Janet Chiara et al., "Plataformas digitales en Pymes mendocinas: gestión eficiente del Sistema de Información con Mercado Libre" (Tesina de grado, Universidad Nacional de Cuyo, 2021), <https://bdigital.uncu.edu.ar/16646>

13 David Vinicio Reinoso-López y Mauricio Quisimalín-Santamaría, "Plataformas Digitales: Diagnóstico de Aceptación del Comercio Electrónico en Pymes - Zona Urbana De Ambato", *Dominio de las Ciencias*, vol. 8 n. 1 (2022): 734-739. <https://www.dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2520>

14 Tomas Eleazar Camacho Calero, "Las plataformas digitales en el sector de las pequeñas y

concluye en que el efecto de las plataformas digitales del sector de las PYMES está determinado bajo dos criterios, uno de ellos es el uso de redes sociales como herramienta primaria, y el segundo la discrepancia de los propietarios entre mantener presencia en ambientes físicos o lanzarse de lleno a los mercados digitales.<sup>15</sup>

La investigación de Inma Rodríguez, Antoni Messenger y Jordi (2007), demuestran como la necesidad de crear ventaja competitiva, en cierta forma presiona a los comerciantes a buscar nuevos canales de venta en las plataformas digitales, siendo una característica fundamental la vocación innovadora.<sup>16</sup> Dicho estudio deja abiertas varias líneas de investigación para abordar el tema de las plataformas digitales, como lo es la influencia de las plataformas digitales en emprendimientos demarcados en diferentes periodos y localizados en distintas zonas geográficas, ya que la suma de estos factores tiende a generar caracterizaciones distintas en los resultados de investigación.

El Reporte GEM de El Salvador (Monitor Global del Emprendimiento),<sup>17</sup> elaborado por Manuel Sánchez y publicado por la ESEN en el 2020, detalla que el 27.9 % de la población en El Salvador es emprendedora, lo que equivale a cerca de 1,250,00 personas, con un promedio de edad entre los 18 y 64, y sólo un 8.7 % poseen un negocio establecido.<sup>18</sup> A pesar de que los datos necesitan actualizarse, sirven de base para tener un panorama general de los emprendimientos en El Salvador.

---

medianas empresas en el cantón Azogues”, (Trabajo de grado, Universidad Católica de Cuenca, 2022). <https://dspace.ucacue.edu.ec/items/cc887f15-6d28-4f4d-b21e-182a3c74bca3>

15 Ibid.

16 Inma Rodríguez Ardura et al., “Sistemas de venta en línea: un análisis de sus factores críticos para el pequeño comerciante”, *Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação*, vol. 4 n. 1 (2007): 95-108. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=203220233005>

17 Es una investigación que se realiza con la intención de medir las diferencias entre los niveles de actividad emprendedora de los países participantes e identificar cuáles factores influyen sobre la actividad emprendedora de los países participantes.

18 Manuel Sánchez Masferrer, “El emprendimiento en El Salvador - Reporte GEM El Salvador 2019/2020”, acceso el 15 de julio de 2023, <https://esen.edu.sv/wp-content/uploads/2019/11/RESUMEN-GEM-2019.pdf>



Es posible definir el sistema MEAL (Monitoreo, Evaluación, Rendición de cuentas y Aprendizaje) como un conjunto de criterios mínimos y herramientas para recolectar, verificar/analizar y difundir información sobre las diferentes etapas de cada acción dentro de la organización y (en diversos grados) a sus beneficiarios, socios y donantes; todos estos elementos están agrupados para facilitar su sistematización y posterior utilización en la justificación y definición de nuevas actuaciones.<sup>19</sup> Sus cinco principios fundamentales son: centrarse en los derechos y preferencias de los clientes, hacer uso de herramientas y pasos estandarizados, combinar las actividades MEAL con las actividades del programa o proyecto, apoyar el constante desarrollo profesional, promover la inclusión, diversidad de género y diversidad.<sup>20</sup> Es importante resaltar que dentro del sistema MEAL, cada una de sus fases operan de manera interconectada como piezas de un rompecabezas,<sup>21</sup> por lo que al hablar específicamente del monitoreo, no se puede dejar de lado completamente las fases que le complementan.

En el sistema MEAL, el monitoreo es la recolección continua y sistemática de datos lo más exactos y apegados a la realidad posible, teniendo presente que solo se trata de recolectar aquellos datos necesarios y pertinentes para la investigación, con el fin de proporcionar información sobre el avance de un proyecto. Entre la información que el equipo MEAL necesita recopilar, es posible señalar la correcta adquisición y puesta en práctica de los conocimientos y técnicas brindadas en los talleres y cursos, el uso adecuado de capital semilla y recursos para iniciar o potenciar sus negocios, controles internos de los emprendedores (inventarios, registros de ventas, ganancias netas, gastos mensuales, entre otros), innovación y diversificación, locación y alcance del

---

19 Paz y Desarrollo, “Guía de Procedimientos 2020-2024: Planificación, Monitoreo, Evaluación, Rendición de Cuentas, Responsabilidad y Aprendizaje”, pazydesarrollo.org, acceso el 25 de junio de 2023, <https://www.pazydesarrollo.org/wp-content/uploads/2021/02/SISTEMA-DE-MONITOREO.pdf>

20 Genevieve Chicoine et al., *Manual de monitoreo, rendición de cuentas y aprendizaje (MEAL)* del IRC, (New York: International Rescue Committee, 2022). [https://www.rescue.org/sites/default/files/2022-12/ES\\_MEAL%20Handbook\\_2022%20EXTERNAL.pdf](https://www.rescue.org/sites/default/files/2022-12/ES_MEAL%20Handbook_2022%20EXTERNAL.pdf)

21 Mike Culligan y Leslie Sherriff, *MEAL DPro: Guía de monitoreo, evaluación, rendición de cuentas y aprendizaje para profesionales en proyectos de desarrollo* (Estados Unidos: PM4NGOs, 2019). <https://pm4ngos.org/methodologies-guides/meal-dpro/>

negocio, estos pueden variar según la naturaleza y necesidades de información de la investigación.

Bajo la nueva dinámica de emprender, comprar y vender, esto ya no es suficiente y la obtención de información por parte del equipo MEAL se complejiza cada vez más. Al introducir las redes sociales y plataformas digitales al contexto de proyectos enfocados a emprendedores y a negocios digitales, el equipo MEAL debe entender cómo funcionan los canales digitales, las formas de obtención de información y sus alcances y limitantes. Por lo tanto, es importante hacer un breve recuento de los datos que se pueden extraer directamente de las redes sociales y plataformas digitales antes señaladas

Poco se habla del Monitoreo de proyectos en la gestión de datos de emprendimientos digitales. El proyecto titulado como “Incubadoras de Empresas”, desarrollado por el Gobierno de Paraguay, ofrece una guía de monitoreo que incluye equipamiento tecnológico para el monitoreo de las plataformas digitales, apoyado con encuestas para recolección de datos de emprendedores y empresas,<sup>22</sup> dejando al mismo tiempo en evidencia el corto alcance para monitorear datos que no son brindados por los mismos participantes.

En El Salvador se registran esfuerzos por impulsar proyectos en el marco de emprendimientos digitales, como lo son cursos de formación ofertados por INSAFORP (Instituto Salvadoreño de Formación Profesional), incentivos como premios a emprendedores de la Fundación Gloria Kriete, e incentivos financieros ofrecidos por el gobierno local en trabajo conjunto con el Banco Central de Reserva (BCR). A pesar de ello, no se registran datos sobre la presencia de emprendimientos digitales, su alcance, importancia o formas de monitoreo enmarcados en las técnicas MEAL.

---

22 Ministerio de Industria y Comercio, *Manual de Monitoreo y Evaluación - Programa Incubadora de Empresas* (Asunción: Gobierno del Paraguay, 2012). <https://es.slideshare.net/lichilui/manual-de-monitoreo-y-evaluacinborrador>

### III. Metodología

#### 3.1 Diseño de investigación

La presente investigación de carácter cualitativo tiene como alcance geográfico El Salvador, durante el periodo temporal de septiembre y octubre del 2023, la cual pretende recolectar información por medio de encuestas, entrevistas, revisión bibliográfica y observación estructurada a la población emprendedora que utiliza redes sociales como forma de potenciar sus negocios o como único medio para emprender en el país y a las mismas plataformas y redes sociales más utilizadas. Con ese fin, se han creado cinco categorías de análisis:

1. Datos generales de emprendedores,
2. Efecto de la pandemia COVID-19,
3. Desarrollo de plataformas digitales y redes sociales,
4. Desarrollo de emprendimientos digitales y mixtos, y
5. Monitoreo de proyectos de emprendimientos digitales.

Para posteriormente ser asignada a cada matriz de instrumento de investigación, cada categoría se ha dividido en subcategorías con sus respectivas variables.

Las encuestas han tomado en cuenta variables como género, edad, ubicación geográfica, nivel académico, población cotizante, desempleo durante la pandemia, alternativas de empleo, preferencias en redes sociales y plataformas digitales, alcance geográfico, datos publicitarios, controles internos, entre otros. Dicha información fue recolectada mediante la consulta directa a la población meta; se diseñó un cuestionario en la plataforma Google Forms que consta de 39 preguntas cerradas, siendo este totalmente anónimo con el fin de generar confianza, comodidad y seguridad a los emprendedores al momento de responder. El cuestionario se ha implementado en el periodo

del 11 al 18 de septiembre del año 2023, abarcando un total de 77 personas de 11 departamentos (Ahuachapán, Cuscatlán, La Libertad, La Paz, Morazán, San Miguel, San Salvador, San Vicente, Santa Ana, Sonsonate y Usulután).

Las entrevistas han tomado en cuenta variables como plataformas y redes sociales preferidas y accesibilidad a ellas, formas de ofertar y adquirir productos y servicios, beneficios y desventajas de uso, dependencia operativa de las redes sociales, inversión en publicidad, aspiraciones del emprendimiento, estadísticos automatizados y controles internos, entre otros; las cuales son abordadas por medio de preguntas abiertas con el fin de conocer casos puntuales de emprendedores que han tenido éxito en sus emprendimientos digitales. La guía de entrevista consta de 30 preguntas, implementadas bajo dos modalidades: la primera es la entrevista frente a frente, permitiendo conversar directamente con el emprendedor, y la segunda, por medio de un formulario de Excel, permitiendo al emprendedores escribir las respuestas a las preguntas para posteriormente reforzarse mediante consultas para ampliar sobre algunos temas.

Finalmente, la revisión bibliográfica y observación estructurada han tomado en cuenta variables como: clasificación de emprendimientos digitales, accesibilidad y facilidad de uso, beneficios y desventajas, herramientas disponibles para emprendedores, datos estadísticos automatizados y accesibilidad a ellos, tipos de proyectos destinados a emprendimientos digitales, formas de monitoreo de proyectos de emprendimientos digitales, retos del monitoreo, entre otros; las cuales son posibles desarrollar mediante la revisión de manuales, investigaciones, y el mismo estudio y análisis detallado de las diferentes plataformas digitales y redes sociales. Para ello se ha tomado en cuenta estudios e informes publicados, así como las mismas respuestas al cuestionario y entrevista en preferencias de uso de redes sociales y plataformas digitales de la población emprendedora.

## 3.2 Muestra

Para la presente investigación se ha seleccionado el tipo de muestreo no probabilístico, variando la forma de selección de la muestra para encuestas, entrevistas, revisión bibliográfica y observación estructurada. Siendo el muestreo de la siguiente forma:

En el caso de las encuestas, la sección de la población se ha realizado por medio del muestreo no probabilístico de bola de nieve, compartiendo el formulario directamente con emprendedores que poseen presencia en redes sociales y solicitando compartir con sus conocidos en diversos grupos y páginas donde se encuentran, a manera de alcanzar a emprendedores de diferentes zonas de El Salvador. Mediante esta técnica se logró en 7 días una muestra total de 77 personas de 11 departamentos (Ahuachapán, Cuscatlán, La Libertad, La Paz, Morazán, San Miguel, San Salvador, San Vicente, Santa Ana, Sonsonate y Usulután).

Para las entrevistas, se ha realizado un muestreo discrecional seleccionando 6 emprendedores clasificados en diferentes rubros, que cumplen con el requisito de poseer un emprendimiento digital el cual puede ser considerado como un caso de éxito por sus niveles de ventas, adquisición de servicios o alcance poblacional. A estos emprendedores se les consultó su disposición de tiempo, movilidad y disposición para realizar la entrevista de forma presencial, virtual o mediante el llenado de una guía para posteriormente abordar y reforzar puntos específicos.

Las redes sociales y plataformas digitales que se han tomado como base para dicha investigación, han sido seleccionadas tomando en cuenta estudios realizados por el investigador José Medina (2023), quien señala que las redes sociales preferidas por los usuarios para vender y comprar son Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok y YouTube,<sup>23</sup> asimismo el informe país publicado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en

---

23 José Alberto Molina, "Las redes sociales más utilizadas para promocionar y vender productos", *El Economista* (10 de abril de 2023), <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/Las-redes-sociales-mas-utilizadas-para-promocionar-y-vender-productos-20230409-0029.html>

San Salvador en 2021, en el cual resalta el uso de plataformas digitales como Shopify, Mercado Libre y plataformas de *delivery*.<sup>24</sup> Además, se han tomado en cuenta las respuestas de las encuestas de la población meta en cuanto a sus preferencias de uso, agregando OLX y dominios propios en la web.

## IV. Resultados y discusión

### 1. Contexto 2021-2022

El escenario internacional se caracteriza por sus constantes cambios y transformaciones, fenómenos como la globalización, el rápido avance tecnológico, el acelerado crecimiento poblacional y eventos inesperados como la reciente pandemia por COVID-19, todos ellos abonan a que se generen cambios sustanciales en la interacción misma entre las personas. Al igual que los demás países, El Salvador no está exento de ser afectado por dichos fenómenos, especialmente por los efectos causados en la economía por el COVID-19, específicamente en el empleo.

El Salvador, incluso antes de la pandemia, ya presentaba alarmantes índices de desempleo, siendo este de 6.3 %; de este porcentaje, el 68.4 % eran trabajadores informales,<sup>25</sup> quienes no gozan de protección social o estabilidad laboral. A este porcentaje poblacional se le conoce como emprendedores,<sup>26</sup> en consecuencia, son los más vulnerables en dicho contexto social. Las proyecciones realizadas para el año 2020 se cumplieron, siendo la tasa de desempleo de 7.3 %, <sup>27</sup> según datos registrados por el BCR, reflejando

---

24 Rosella Badía, *Informe e-País: El comercio electrónico en El Salvador* (San Salvador: ICEX España Exportación e Inversiones, 2021), 3. [https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/101/documentos/2022/03/documentos-anexos/DOC2022901378\\_2.pdf](https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/101/documentos/2022/03/documentos-anexos/DOC2022901378_2.pdf)

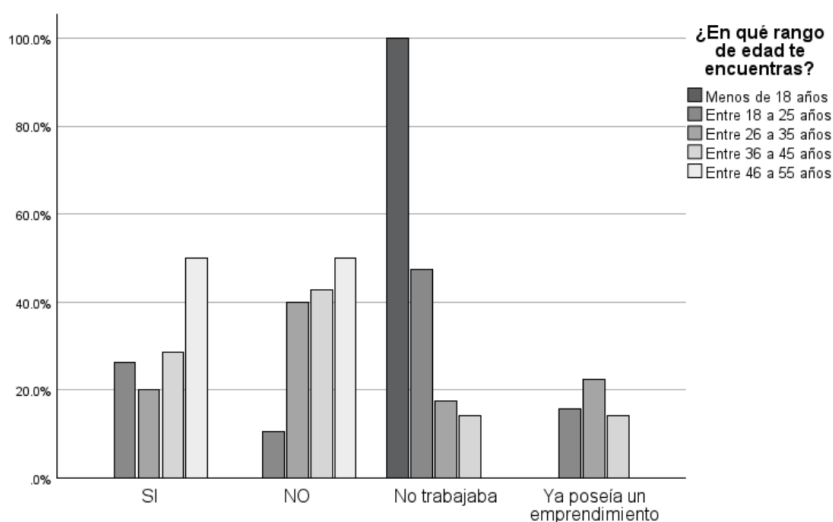
25 Organización Internacional del Trabajo, *COVID-19 y el Mundo del Trabajo: Punto de partida, respuesta y desafíos en El Salvador* (Lima: OIT, 2021), 4. [https://webapps.ilo.org/wcmsp5/groups/public/--americas/--ro-lima/--sro-san\\_jose/documents/publication/wcms\\_755521.pdf](https://webapps.ilo.org/wcmsp5/groups/public/--americas/--ro-lima/--sro-san_jose/documents/publication/wcms_755521.pdf)

26 Ibid.

27 Banco Central de Reserva de El Salvador, *Informe de la situación económica de El Salvador: primer trimestre 2020* (San Salvador: BCR, 2020), 10. <https://www.bcr.gob.sv/bcrsite/uploaded/content/category/1619714848.pdf>

un agravante cada vez mayor en la situación. A pesar del panorama de incertidumbre, para el 2022 la tasa de desempleo registrada fue del 5.0 %, <sup>28</sup> simbolizando una aparente mejora en la empleabilidad de la población. En este contexto, es importante resaltar cómo actuales emprendedores y dueños de negocios perdieron sus empleos durante la pandemia, representando el 23.4 % de la muestra (18/77) y el 26 % no poseía un empleo durante ese periodo (20/77). A pesar de los datos, llama mucho la atención el porcentaje de emprendedores que no perdieron sus empleos durante la pandemia, siendo este de 32.5 % (25/77); de ellos, la población entre 26 a 35 años representa el índice más alto de empleabilidad en dicho periodo (16/77). Por otro lado, una cantidad menor de emprendedores ya poseían un emprendimiento durante la pandemia, representando el 18.2 % (14/77). En el siguiente gráfico es posible apreciar los datos desglosados por rangos etarios.

**Gráfico 1. Desempleo durante la pandemia**

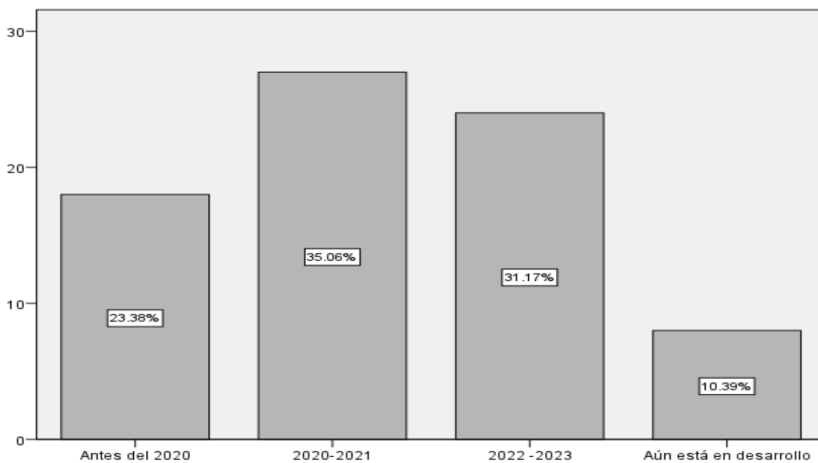


Fuente: elaboración propia.

28 Banco Central de Reserva de El Salvador, *Encuesta de hogares de propósitos múltiples 2022* (San Salvador: BCR, 2022), 26. <https://www.bcr.gob.sv/documental/Inicio/vista/0c0aa5ade233aa9a7345923e9329407a.pdf>

Por otra parte, los emprendimientos que ya operaban antes de la pandemia, se vieron: el 32.5 % de gravemente afectados a muy afectados y el 27,2 % de poco afectados a levemente afectados, evidenciando que dicha situación no solo afectó y dejó desempleadas a muchas personas que poseían un empleo formal, sino también a aquellas personas que emprenden su negocio propio en el sector informal, por lo tanto, poseían prestaciones, seguridad laboral, seguro social, entre otros. En el siguiente gráfico es posible observar cuándo iniciaron los emprendimientos de la muestra poblacional, siendo el porcentaje más alto el periodo 2020-2021.

**Gráfico 2. Inicio de emprendimientos en línea**

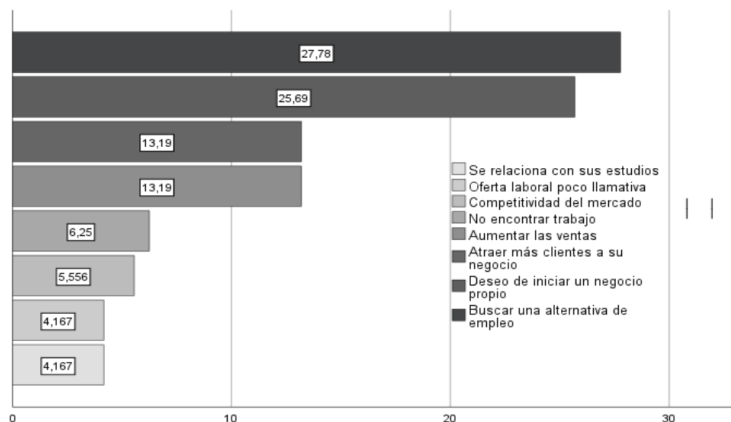


Fuente: elaboración propia.

En la siguiente gráfica es posible apreciar los principales motivos que llevaron a las personas a emprender y hacer uso de las plataformas digitales y redes sociales en sus negocios, dejando en evidencia cómo el iniciar un negocio propio es una alternativa de ingreso a la crisis económica generada por la pandemia.



**Gráfico 3. Motivos que llevan a las personas a emprender**



Fuente: elaboración propia.

## 2. Desarrollo de emprendimientos digitales en El Salvador

Aparentemente El Salvador es un país donde cada persona tiene acceso a al menos un teléfono celular *Smartphone*, con conexión wifi o plan de datos, que le permite navegar y utilizar las diferentes plataformas y aplicaciones, y entre estas actividades, comprar y vender por internet. Pero las cifras difieren un poco de lo aparente, en el Diagnóstico de país para El Salvador, publicado en 2022 por el Banco Mundial, se señala que El Salvador ocupa el puesto 107 entre 193 economías en el informe del Índice de Desarrollo de Gobierno Electrónico (EGDI, por sus siglas en inglés) de las Naciones Unidas (2020),<sup>29</sup> y que solamente alrededor del 63 % de los habitantes tienen acceso a Internet.<sup>30</sup> A pesar de que se proyecta que las cifras aumentan cada año, deja en evidencia la brecha digital existente en el país; para 2021 de los 6,314 millones de habitantes fueron únicamente 3,17 millones los usuarios de internet,<sup>31</sup> lo que no solo limita

29 “Transformación Digital en El Salvador, reactivando el crecimiento y la inclusión”, Banco Mundial, acceso el 17 de julio de 2023, <https://www.bancomundial.org/es/programs/de4lac/publication/digital-transformation-to-reignite-growth-and-equitability-in-el-salvador>

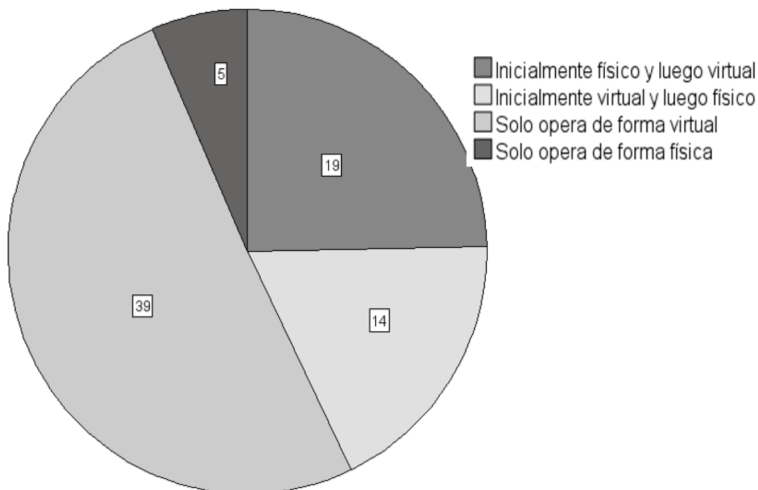
30 Ibid.

31 Rosella Badía, *Informe e-País: El comercio electrónico en El Salvador (San Salvador: ICEX España Exportación e Inversiones, 2021)*, 3. [https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/101/documentos/2022/03/documentos-anexos/DOC2022901378\\_2.pdf](https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/101/documentos/2022/03/documentos-anexos/DOC2022901378_2.pdf)

la cantidad de personas que tiene acceso a iniciar un emprendimiento digital, sino también la cantidad de usuarios que pueden comprar en las distintas plataformas y redes sociales, por lo que no todos los emprendimientos inician de forma digital.

Emprender no es una tarea fácil, requiere de múltiples habilidades y capital inicial para poner en marcha un plan de negocio o idea de emprendimiento; cada uno inicia y se desarrolla de forma diferente, ajustado a sus propias necesidades. De la muestra poblacional, el 24.7 % inició su emprendimiento de forma virtual y luego empezó a operar de forma física, un porcentaje del 18.2 % inició sus operaciones de forma física y luego amplió su presencia a las redes sociales y plataformas digitales, un porcentaje considerable del 50.6 % solamente tiene presencia de forma virtual, con una media de 2 perfiles o representaciones comerciales por cada emprendedor, y finalmente, un porcentaje más pequeño del 6.5 % solamente opera de forma física, utilizando redes sociales solamente para contacto con clientes, sin ningún perfil o cuenta comercial (como es el caso de WhatsApp).

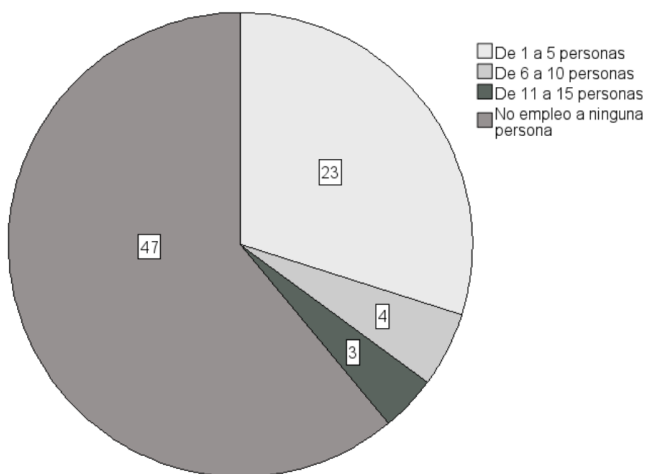
**Gráfico 4. Forma en la que inician los emprendimientos**



Fuente: elaboración propia.

En su mayoría, los emprendedores deciden desarrollar sus negocios de forma individual, representando un 71.4 %, esto se debe a motivos como la falta de apoyo de la familia o el deseo de alcanzar sus propios sueños, como lo manifestaron en las entrevistas realizadas; el 24.7 % manifestó poseer un emprendimiento familiar, en el que dos o más miembros de la familia se apoyaba de forma igualitaria para desarrollar el negocio, teniendo una mejor administración y control; y solamente el 3.9 % manifestó emprender en sociedad de algún tipo (a la vez, otros entrevistados manifestaron que trataban de evitar todo tipo de sociedades por los problemas que podría causar). De la muestra total, 47 emprendedores trabajan completamente individual, es decir, no emplean a ninguna persona; de la muestra restante, la media de empleabilidad es de 3.57, con una desviación estándar de 1.9.

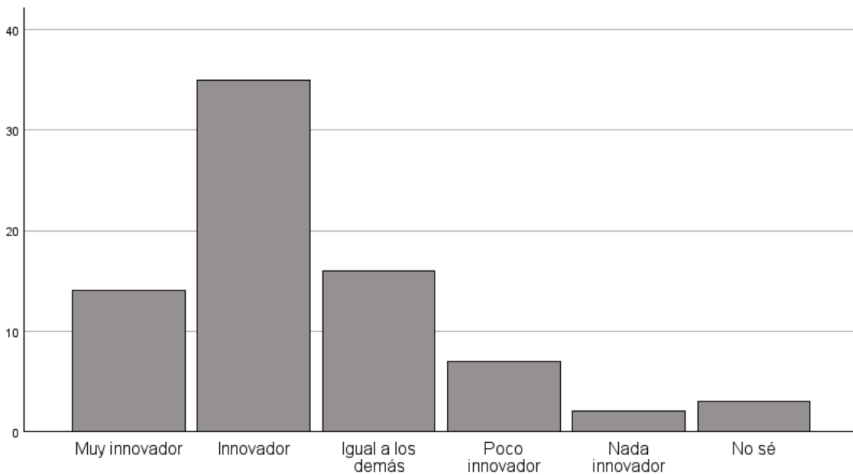
**Gráfico 5. Personal empleado por emprendedores**



Fuente: elaboración propia.

En este ambiente de comercio digitalizado, la diversificación e innovación es un tema importante, ya que para un comprador es muy fácil encontrar múltiples ofertas del mismo producto o servicio, por lo que los emprendedores deben no solo saber en qué rubro les es más favorable desarrollar su negocio, sino también buscar la forma de ofertar para sobresalir entre los demás. El 77.9 % de los emprendedores se dedica a la venta de productos varios en línea, un 9.1 % a la oferta de servicios, un 7.8 % vende alimentos y el 5.2 utiliza las redes con otros fines para su emprendimiento, como atraer a las personas a su tienda física, dar a conocer su marca o lo que hacen, entre otros.

**Gráfico 6. Grado de innovación de los emprendimientos frente a otros**



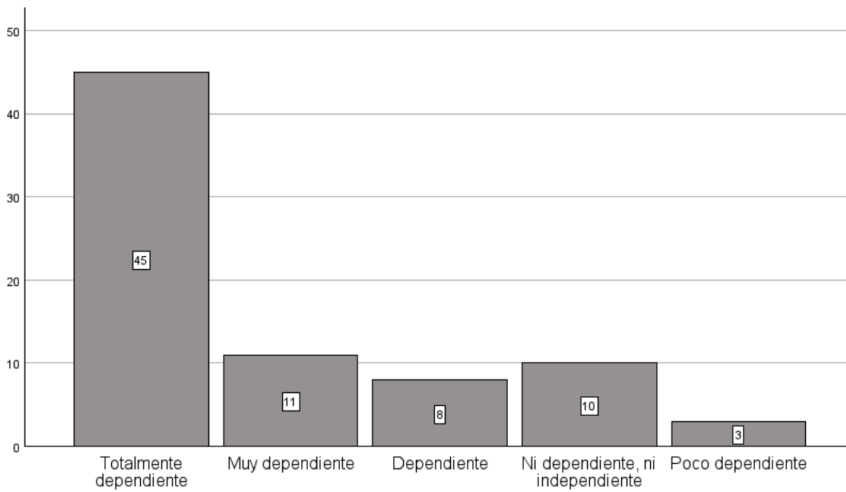
Fuente: elaboración propia.

### **3. Plataformas digitales y redes sociales como fuentes de ingresos**

La forma de comprar y vender ha ido evolucionando, pasando por las etapas de ventas en establecimientos, ventas telefónicas, ventas por TV o por catálogo, hasta llegar a lo que hoy se conoce como comercio electrónico. En cada uno de los avances y desarrollo en las ventas, las empresas, negocios y emprendimientos poco a poco tuvieron que irse adecuando a las nuevas realidades para no quedar obsoletos. Muchos de los negocios eran capaces de operar sin una tienda física, dependiendo totalmente del tráfico generado por sus canales de ventas, en este caso, las plataformas digitales y redes sociales.

Un emprendimiento puede llegar a ser altamente dependiente de las redes sociales y plataformas digitales para operar, al punto que, si estas llegasen a fallar, podrían experimentar grandes pérdidas o parar operaciones, ya que no poseen otro medio que les ayude a operar de forma híbrida. De la muestra total, más de la mitad de los emprendedores son totalmente dependientes de las redes sociales y plataformas digitales (58.4 %) y de ellos el 54.5 % no podría seguir operando sin la existencia estos canales digitales, y el 45.5 % de los emprendedores manifiestan que sus negocios pudieran seguir operando sin la existencia de estos, no obstante, el 88.4 % acepta que a pesar de que su emprendimiento puede seguir funcionando, sería menos rentable. Un dato importante obtenido durante la observación de campo, es que algunos emprendedores que operan de forma virtual y física, opinan que si las redes sociales y plataformas digitales dejarán de existir o presentaran fallas, sus negocios serían más rentables, debido a que la oferta de mercado sería menor y las personas comenzarían a buscar nuevamente las tiendas físicas; dicho acontecimiento, aunque no se descarta, es muy poco probable debido al gran entramado de seguridad y soporte técnico continuo que poseen las plataformas y redes.

**Gráfico 7. Dependencia de los emprendimientos a las redes sociales y plataformas digitales**

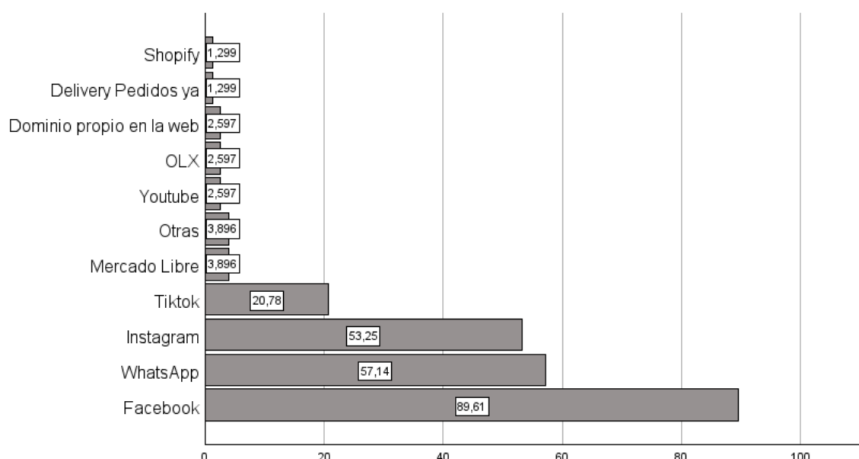


Fuente: elaboración propia.

### 3.1 Plataformas digitales de ventas

Existen muchas plataformas digitales y redes sociales destinadas y creadas especialmente para comprar y vender, cada una con un nivel de complejidad y accesibilidad distinto. A pesar de la existencia de tantos canales de ventas, el preferido por excelencia de la muestra es Facebook con un 89.6% de frecuencia de uso, seguido por WhatsApp con un 57.1 %, Instagram con un 53.2 % y TikTok con un 20.8 % (Gráfico 8). Esto se debe a que Facebook pertenece a Meta, quien se ha encargado de desarrollar espacios específicos y accesibles para que las personas puedan vender, ofreciéndose sus productos y servicios haciendo uso de herramientas desde sencillas publicaciones en grupos, publicaciones en Marketplace o un poco más complejas campañas publicitarias, facilitando el trabajo del vendedor en un espacio gratuito y libre.

**Gráfico 8. Redes sociales y plataformas digitales más utilizadas en emprendimientos digitales**



Fuente: elaboración propia.

El uso de redes sociales y plataformas digitales, según los datos recopilados por los emprendedores, es muy fácil, no requiere conocimientos previos ni especializados y la interfaz diseñada para los usuarios es muy sencilla (Gráfico 8); sin embargo, los datos apuntan a que el porcentaje de la muestra que utiliza plataformas digitales es considerablemente inferior a los que utilizan redes sociales (principalmente Facebook) para ofrecer sus productos y servicios. Si bien es cierto, la red *Meta* ha creado todo un sistema para negocios que simplifica el trabajo, esto no quiere decir que el resto de las redes sean igual de fáciles o generen los mismos resultados que *Meta*. En el caso de las plataformas digitales, ciertos usuarios reconocen la complejidad de estas, ya que a pesar de que los creadores tratan de diseñar una interfaz sencilla para el vendedor y el comprador, poseen funciones complejas o se encuentran en otros idiomas, lo que termina por abrumar al oferente.

Dichas plataformas, para ser efectivas no pueden operar por sí solas, necesitan ser enlazadas a otra red como *Meta*, para atraer público, esto se logra mediante distintas campañas publicitarias, ya sea para generar tráfico, ventas de productos o dar a conocer la marca, lo que puede ser muy costoso y poco rentable para un emprendedor; además de ello, esto requiere de cierta habilidad o conocimiento en marketing digital, uso de redes sociales y de otras herramientas de edición para generar campañas llamativas y efectivas. En el caso de los dominios propios, estos tienen a ser aún más complicados y costosos,<sup>32</sup> la creación de una página web con dominio propio requiere de un especialista en programación, lo que eleva más los costos de uso. No es posible realizar una categorización de qué plataformas o red social es mejor frente a otra, ya que cada emprendedor elige la que se ajuste más a lo que desee lograr, a su presupuesto y, por ende, genere mayores beneficios.

#### **4. Los emprendimientos virtuales y el monitoreo de proyectos**

Los proyectos destinados a emprendedores se basan no solo en ofrecer capital semilla para iniciar nuevos negocios, sino también en brindar conocimientos, técnicas y herramientas para que ellos puedan tomar decisiones empresariales, administrar sus negocios, innovar y ofertar de forma adecuada sus productos y servicios; pero actualmente eso no basta, debido a que el avance tecnológico ha modificado las formas de comercialización, no solo en El Salvador, sino que también en el mundo. Es por esto que los proyectos ya no solo deben estar destinados a reforzar las áreas anteriormente mencionadas, sino que también deben introducir temáticas como manejo de redes sociales, marketing y publicidad digital, uso elaboración de campañas publicitarias efectivas, segmentación y alcance de público virtuales, y todo aquello relacionado

---

32 Para cotizar el diseño de páginas web en El Salvador, véase “¿Cuál es el precio de diseño de páginas web en El Salvador?: Comparativa 5 Diseñadores”, BigRedes, acceso el 24 de junio de 2023, <https://bigredes.com/precio-de-diseno-de-paginas-web-en-el-salvador/>. Para cotizar el valor de un dominio web en El Salvador, el promedio es de \$ 88.00 a \$ 118.00 USD anuales. “Registro de Dominio en El Salvador”, Marcaria.com, acceso el 22 de junio de 2023, <https://www.marcaria.com/ws/es/dominios/el-salvador-registrar-dominio-sv>



con el uso de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación). El 79.9 % de la muestra manifiesta nunca haber participado en ningún tipo de proyecto destinado a emprendedores, pero a pesar de ello, el 93.5 % estaría en la disposición de participar.

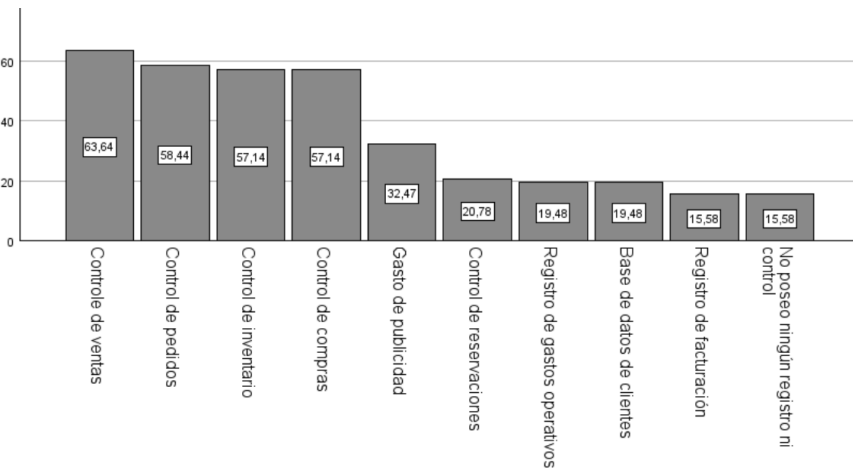
La plataformas de Shopify, MercadoLibre, apps de *delivery* y dominios propios en la web, permiten a los usuarios comprar y vender de forma rápida, algunas de ellas incluso aceptan pagos automatizados, respaldos de información, delimitar el alcance de ventas y ofrece datos estadísticos automatizados como lo son el alcance del perfil comercial, estadísticos de ventas, visualizaciones de productos, artículos en tendencia, simulaciones y estadísticos de ganancias netas, calificaciones del oferente, controles de reservaciones y tráfico de personas, entre otros. De esta gran cantidad de datos, el equipo MEAL tiene acceso a casi ninguno, ya que los datos son visibles únicamente para la cuenta del usuario y la protección de datos de estos no permite hacerlos de conocimiento público. Para que el equipo tenga acceso a los datos, debe de solicitarlos al emprendedor y no hay forma de verificar que éste los entregue de forma completa o sin alterar.

En el caso de las redes sociales como Facebook, Instagram, Meta Business (dependencia comercial de la red *Meta* para ventas en Facebook e Instagram), TikTok, YouTube son un poco más accesibles a la población en general, permiten promocionar productos por medios de publicidad, ofrecen una gran cantidad de herramientas automatizadas para comprar y vender, definir alcance ya sea local o internacional, contactar vía mensaje a los compradores, entre otros. Asimismo, ofrecen datos automatizados como alcance en publicaciones, alcance en publicidad y alcance orgánico, estadísticos de mensajes recibidos, mejores horarios para publicar, publicaciones con mejor rendimiento, gráficos de ventas y ganancias, rendimiento promedio del perfil comercial, estadísticos de seguidores, gráficos segmentados en poblaciones, aprobación o desaprobación de videos, entre otros. Al igual que en el caso de las plataformas digitales, el equipo MEAL tiene acceso nulo o limitado a

esta información, ya que es generada únicamente para el usuario, y si este no tiene un correcto manejo de la red, puede ser un poco complicado el encontrar la información.

Por su parte, la mayoría de los emprendedores tienen controles internos propios, además de los datos automatizados que generan las plataformas y redes. Esto representa una ventaja para el equipo MEAL, ya que son más fáciles de solicitar a la muestra poblacional que participe en el proyecto, pero es importante tomar en cuenta que estos datos pueden estar mal elaborados, estar incompletos o viciados, lo que puede representar problemas en el análisis de datos. En el siguiente gráfico se muestran algunos de los controles internos que poseen los emprendedores y el porcentaje respecto al 100 %.

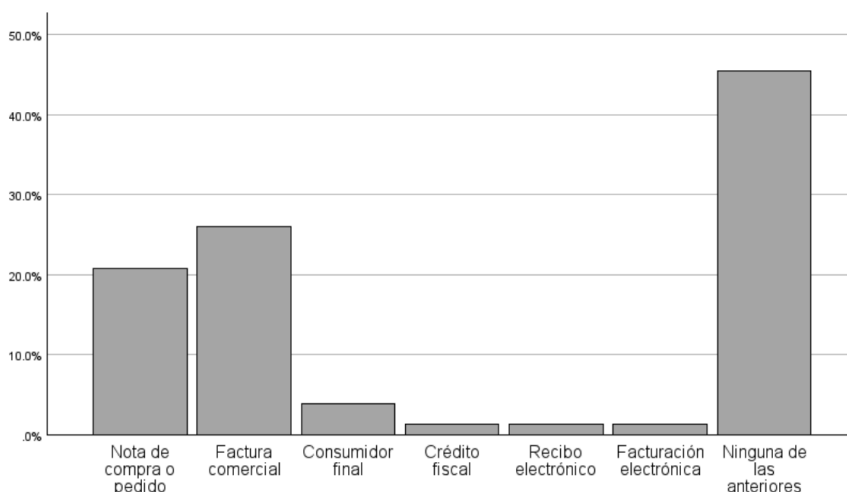
**Gráfico 9. Controles internos que poseen los emprendedores**



Fuente: elaboración propia.

En el siguiente gráfico es posible observar cómo la mayoría de los emprendedores no poseen comprobantes de ventas para ofrecer a sus clientes, dejando en evidencia que la mayoría operan de forma independiente:

**Gráfica 10. Métodos de comprobantes de venta usados por los emprendedores**



Fuente: elaboración propia.

Si bien es cierto que las redes sociales y plataformas digitales han venido a simplificar los procesos, creando espacios de compra y venta accesibles y al alcance de la mayoría de la población, para el equipo MEAL la obtención de información necesaria para toma de decisiones y gestión de proyectos se vuelve un reto cada vez más grande, debido a la protección de los datos que son visibles únicamente para los usuarios propietarios de las cuentas comerciales y la poca o nula información que las mismas comparten de forma pública. Es por esto que el equipo MEAL debe replantear sus estrategias para el monitoreo y análisis de emprendimientos digitales en El Salvador, así como es importante conocer hasta dónde es posible llegar y qué hacer con la limitada información obtenida.

Es trabajo del equipo MEAL buscar continuamente alternativas para recolectar información y a la vez garantizar la integridad de los datos; para complementar escasa información que se puede obtener mediante datos automatizados. Es posible hacer uso de encuestas diseñadas en función de lo

que se necesita saber, siguiendo el parámetro propuesto por la ANII<sup>33</sup> (Agencia Nacional de Investigación e Innovación de Uruguay), dividiendo en categorías que van desde la estructura interna del emprendimiento, hasta su impacto en el mercado; abonado a ello es posible hacer uso de la observación directa, si a naturaleza del emprendimiento lo permite. De esta forma será posible triangular todos los datos obtenidos desde los diferentes mecanismos, con el fin de descartar aquella información poco confiable y ampliar los datos importantes, cumpliendo con el objetivo de garantizar la integridad y calidad de los datos.

## V. Conclusiones

Es un hecho que el avance tecnológico ha causado cambios irreversibles en la sociedad, simplificando la forma de comprar y vender en El Salvador. A pesar de la accesibilidad de uso que pueden tener las plataformas y redes sociales, requieren de tiempo y dedicación para tener resultados visiblemente positivos y hacer de las ventas en línea un negocio próspero para los emprendedores. Sumado a ello, la inestabilidad social y económica causada por la pandemia por COVID-19, impulsó la proliferación de alternativas de empleo, llevando a las personas a emprender por medios digitales, y a los negocios y empresas que ya operaban de manera física, fueron llevados a hacer uso de los medios digitales para no quedar obsoletos.

Las redes sociales y plataformas digitales se están convirtiendo poco a poco en la base de la economía de muchas familias de El Salvador, debido a que muchas personas ven una oportunidad o alternativa de ingresos en las ventas en línea, siendo este su único medio de subsistencia. Sumado a ello, la mayoría de los emprendedores trabajan por sus propios medios, sin seguro médico,

---

33 “Pautas para la evaluación de proyectos emprendedores y empresas jóvenes”, Agencia Nacional de Investigación e Innovación del Uruguay, acceso el 29 de julio de 2023, <https://www.anii.org.uy/upcms/files/llamados/documentos/pautas-de-evaluacion-emprendedores-innovadores-y-empresas-jovenes.pdf>

prestaciones e incluso sin registros formales, lo que implica la inexistencia de una base de datos oficial en donde estén registrados sus emprendimientos.

A pesar de la gran cantidad de datos automatizados que generan las plataformas digitales y redes sociales, estos no están disponibles para entes externos, lo que representa un reto para el equipo MEAL al momento de la recolección de información. Los controles internos que poseen los emprendedores pueden ser escasos o incompletos, por lo que tampoco son una fuente confiable de información; por lo que el equipo MEAL debe replantearse la forma de monitoreo de emprendimientos digitales, generar estrategias para la obtención de información lo más completa y apegada a la realidad posible, así como conocer sus alcances y limitantes en cuanto a monitoreo y accesibilidad a la información. Ello permitirá tomar decisiones acertadas e impulsar proyectos mejor orientados a la nueva realidad y nuevas necesidades de la población.

El equipo MEAL puede usar a su favor la disposición de la población emprendedora para participar en proyectos. Apoyándose de socios estratégicos, es posible implementar programas y proyectos enfocados en brindar herramientas clave como formación técnica, cursos de formación de habilidades blandas, educación financiera y controles internos, apoyo para registrar sus negocios e incluso capital para mejorar su productividad, de esta forma beneficia directamente a los emprendedores y a la vez permite al equipo MEAL recolectar continuamente información necesaria que sirva de base para identificar sus debilidades, fortalezas y necesidades, con el fin de retroalimentar los procesos MEAL y generar mayores impactos con los proyectos a implementar.

## Bibliografía

- » “¿Cuál es el precio de diseño de páginas web en El Salvador?: Comparativa 5 Diseñadores”. BigRedes, acceso el 24 de junio de 2023. <https://bigredes.com/precio-de-diseno-de-paginas-web-en-el-salvador/>
- » “Pautas para la evaluación de proyectos emprendedores y empresas jóvenes”, Agencia Nacional de Investigación e Innovación del Uruguay, acceso el 29 de julio de 2023, <https://www.anii.org.uy/upcms/files/llamados/documentos/pautas-de-evaluacion-emprendedores-innovadores-y-empresas-jovenes.pdf>
- » “Registro de Dominio en El Salvador”, Marcaria.com, acceso el 22 de junio de 2023, <https://www.marcaria.com/ws/es/dominios/el-salvador-registrar-dominio-sv>
- » “Tienda Online”, Centro de Innovación y Soluciones Empresariales y Tecnológicas, acceso el 4 de julio de 2023, <https://www.ciset.es/glosario/490-tienda-online>
- » “Transformación Digital en El Salvador, reactivando el crecimiento y la inclusión”. Banco Mundial, acceso el 17 de julio de 2023. <https://www.bancomundial.org/es/programs/de4lac/publication/digital-transformation-to-reignite-growth-and-equitability-in-el-salvador>
- » Azqueta Díaz de Alda, Arantxa. “El concepto de emprendedor: origen, evolución e interpretación”. Ponencia dictada en el Simposio Internacional El Desafío de Empezar en la Escuela del Siglo XXI, 2017, 32-33. <https://idus.us.es/handle/11441/74177>
- » Badía, Rosella. *Informe e-País: El comercio electrónico en El Salvador*. San Salvador: ICEX España Exportación e Inversiones, 2021. [https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/101/documentos/2022/03/documentos-anexos/DOC2022901378\\_2.pdf](https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/101/documentos/2022/03/documentos-anexos/DOC2022901378_2.pdf)
- » Banco Central de Reserva de El Salvador. *Encuesta de hogares de propósitos múltiples 2022*. San Salvador: BCR, 2022. <https://www.bcr.gob.sv/documental/Inicio/vista/0c0aa5ade233aa9a7345923e9329407a.pdf>
- » Banco Central de Reserva de El Salvador. *Informe de la situación económica de El Salvador: primer trimestre 2020*. San Salvador: BCR, 2020. <https://www.bcr.gob.sv/bcrsite/uploaded/content/category/1619714848.pdf>
- » Bogdanowicz, Marc. *Digital entrepreneurship barriers and drivers: The need for a specific measurement framework*. Sevilla: Institute for Prospective Technological Studies, 2015. 14-15.
- » Camacho Calero, Tomas Eleazar. “Las plataformas digitales en el sector de las pequeñas y medianas empresas en el cantón Azogues”. Trabajo de grado, Universidad Católica de Cuenca, 2022. <https://dspace.uccue.edu.ec/items/cc887f15-6d28-4f4d-b21e-182a3c74bca3>
- » Celaya, Javier. *La empresa en la web 2.0: el impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial*. Barcelona: Gestión 2000, 2011.
- » Chiara, Milena Janet et al. “Plataformas digitales en Pymes mendocinas: gestión eficiente del Sistema de Información con Mercado Libre”. Tesina de grado, Universidad Nacional de Cuyo, 2021. <https://bdigital.uncu.edu.ar/16646>
- » Chicoine, Genevieve et al. *Manual de monitoreo, rendición de cuentas y aprendizaje (MEAL) del IRC*. New York: International Rescue Committee, 2022. [https://www.rescue.org/sites/default/files/2022-12/ES\\_MEAL%20Handbook\\_2022%20EXTERNAL.pdf](https://www.rescue.org/sites/default/files/2022-12/ES_MEAL%20Handbook_2022%20EXTERNAL.pdf)
- » Culligan, Mike y Leslie Sherriff. *MEAL DPro: Guía de monitoreo, evaluación, rendición de cuentas y aprendizaje para profesionales en proyectos de desarrollo*. Estados Unidos: PM4NGOs, 2019. <https://pm4ngos.org/methodologies-guides/meal-dpro/>
- » Reinoso-López, David Vinicio y Mauricio Quisimalín-Santamaría. “Plataformas Digitales: Diagnóstico de Aceptación del Comercio Electrónico en Pymes - Zona Urbana De Ambato”. *Dominio de las Ciencias*, vol. 8 n. 1 (2022): 734-739. <https://www.dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2520>
- » Inma Rodríguez Ardura et al., “Sistemas de venta en línea: un análisis de sus factores críticos para el pequeño comerciante”, *Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação*, vol. 4 n. 1 (2007): 95-108. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=203220233005>
- » Ministerio de Industria y Comercio. *Manual de Monitoreo y Evaluación - Programa Incubadora de Empresas*. Asunción: Gobierno del Paraguay, 2012. <https://es.slideshare.net/lichilui/manual-de-monitoreo-y-evaluacinborrador>
- » Molina, José Alberto. “Las redes sociales más utilizadas para promocionar y vender productos”. *El Economista* (10 de abril de 2023). <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/Las-redes-sociales-mas-utilizadas-para-promocionar-y-vender-productos-20230409-0029.html>

- » Organización Internacional del Trabajo. *COVID-19 y el Mundo del Trabajo: Punto de partida, respuesta y desafíos en El Salvador*. Lima: OIT, 2021. [https://webapps.ilo.org/wcmsp5/groups/public/--americas/--ro-lima/--sro-san\\_jose/documents/publication/wcms\\_755521.pdf](https://webapps.ilo.org/wcmsp5/groups/public/--americas/--ro-lima/--sro-san_jose/documents/publication/wcms_755521.pdf)
- » Paz y Desarrollo, “Guía de Procedimientos 2020-2024: Planificación, Monitoreo, Evaluación, Rendición de Cuentas, Responsabilidad y Aprendizaje”, [pazydesarrollo.org](https://www.pazydesarrollo.org/wp-content/uploads/2021/02/SISTEMA-DE-MONITOREO.pdf), acceso el 25 de junio de 2023, <https://www.pazydesarrollo.org/wp-content/uploads/2021/02/SISTEMA-DE-MONITOREO.pdf>
- » Sánchez Masferrer, Manuel. “El emprendimiento en El Salvador - Reporte GEM El Salvador 2019/2020”, acceso el 15 de julio de 2023, <https://esen.edu.sv/wp-content/uploads/2019/11/RESUMEN-GEM-2019.pdf>
- » Schumpeter, Joseph. *Capitalismo, socialismo y democracia*. Madrid: Aguilar Ediciones, 132.
- » Stevenson, Howard y Carlos Jarillo. “A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management”. *Strategic Management Journal*, vol. 11 (1990): 17-27. <https://www.jstor.org/stable/2486667>
- » Van Praag, Mirjam. “Some classic views on entrepreneurship”. *De Economist*, vol. 147 (1999): 311-335. <https://doi.org/10.1023/A:1003749128457>