

# Milagro Emprende: creación de un medio digital para promover los emprendimientos del cantón Milagro

### **FABIAN SAETEROS**

MODALIDAD TRABAJO COMPLEXIVO

UNIVERSIDAD CASA GRANDE

# Maestría en Periodismo con Mención en Periodismo Digital y Gestión de Proyectos Multimedia

Septiembre – 2021

# Tabla de Contenido

CARATULA	1
1. CONTEXTO	7
2. BENCHMARKING - ESTUDIO DE BUENAS PRÁCTICAS	9
Tabla 1 Definición de variables	11
3. OBJETIVO	29
4. MARCO CONCEPTUAL	39
6. PROPUESTA DE PROTOTIPO O ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL	42
7. VIABILIDAD Y MONITOREO	57
8. PRESUPUESTO DE IMPLEMENTACIÓN	58
REFERENCIAS	60
ANEXOG	63

### ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla 1.- Definición de variables11
- Tabla 2.- Análisis Capitán Piña14
- Tabla 3.- Análisis guía de emprendedores Ecuador17
- Tabla 4.- Análisis Épico19
- Tabla 5.- Emprendimiento.ecu21
- Tabla 6.- Análisis red de emprendimientos ec24
- Tabla 7.- Funciones / apreciación y usabilidad28
- Tabla 8.- Experiencia de usuarios29
- Tabla 9.- Objetivos específicos30
- Tabla 10.- Foda56
- Tabla 11.- Presupuesto de implementación60

### ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1.- Diseño del benchmanking10
- Figura 2.- Objetivo 1 de investigación31
- Figura 3.- las necesidades que tiene los emprendedores al momento de querer difundir sus productos o servicios31
- Figura 4.- beneficios de los productos o servicios32
- Figura 5.- medio de promoción eficiente y accesible32
- Figura 6.- Objetivo 2 de investigación33
- Figura 7.- diseñar y producir un prototipo de medio digital33
- Figura 8.- calidad de la información33
- Figura 9.- creatividad en un medio digital34
- Figura 10.-Objetivo 3 de investigación34
- Figura 11.- Customer journey ma36
- Figura 12.- Análisis de aspectos negativos36
- Figura 13.-Mapa de empatía37
- Figura 14.- Diseño44
- Figura 15.-Marca Milagro Emprende45
- Figura 16.- Perfil principal instragram46
- Figura 17.- Ventana general Instagram47
- Figura 18.- IGTV48
- Figura 19.- Reels49
- Figura 20.- Página web emprende milagro49
- Figura 21.- Ventana de pestaña de registro50
- Figura 22.- Plan básico51
- Figura 23.- Plan premium51
- Figura 24.- Plan VIP51
- Figura 25.- Estructura Milagro Emprende55
- Figura 26.- Estudio de factibilidad58

### **RESUMEN**

Frente una crisis mundial, el internet y las redes sociales han revolucionado el mundo, ha sido posible la creación de emprendimientos, los cuales pueden ser administrados desde cualquier parte, de esta forma se va innovando el modelo de negocio, dejando atrás lo convencional.

Tomando en cuenta que el comercio y agricultura sostienen la economía del cantón, se creó el medio digital Milagro Emprende cuyo objetivo es darles visibilidad a los emprendimientos locales a través de la red y aumentar su productividad.

Para realizar este proyecto se hizo un estudio de medios digitales que efectuaban actividades similares haciendo un análisis de buenas prácticas, posterior a eso se plantearon objetivos acordes al target de mercado.

Se creó el diseño del prototipo, se estableció una propuesta de diferentes planes de promoción que pueden adquirir los clientes y de esta manera comenzar con el impulso y promoción de sus pequeños negocios.

### Palabras clave:

Modelo de negocio, internet, cantón Milagro, emprendimiento

### **ABSTRAC**

Faced with a global crisis, the internet and social networks have revolutionized the world, it has been possible to create ventures, which can be managed from anywhere, in this way the business model is being innovated, leaving the conventional behind.

Taking into account that commerce and agriculture sustain the economy of the canton, the digital medium Milagro Emprende was created whose objective is to give visibility to local enterprises through the network and increase their productivity.

To carry out this project, a study of digital media that carried out similar activities was carried out, making an analysis of good practices, after which objectives were set according to the market target.

The design of the prototype was created, a proposal was established for different promotion plans that customers can acquire and in this way start with the impulse and promotion of their small businesses.

### **Keywords:**

Business model, internet, Milagro canton, entrepreneurship

#### 1. CONTEXTO

Ecuador es un país de emprendedores, según un estudio realizado por la Universidad Técnica Particular de Loja, el 42% de la población se dedica al comercio, la misma que está considerada como una actividad secundaria, lo que sostiene es el 36.1% de producto interno bruto (PIB) (Zapata, 2016).

En la última década el internet se ha vuelto parte del diario vivir de las personas, en los hogares niños desde aproximadamente 12 años ya cuentan con un teléfono celular, incluso personas de la tercera edad están activos en redes sociales, es decir que existe un nicho para promover los emprendimientos (Cardozo & Saldaño, 2017).

Según un estudio realizado en la Universidad Espíritu Santo de Ecuador, el 35% de los ecuatorianos compran lo que ven en redes sociales, es decir que existe una gran cantidad de público dispuesto a hacer sus compras a través de las redes, el gran inconveniente es que todos estos usuarios no tienen un punto de convergencia donde puedan pedir todo lo que necesitan, sin necesidad de tener que navegar por horas en la red buscando en diferentes sitios los diversos productos que necesitan.

El cantón Milagro es un punto de referencia distrital, su economía está sostenida por el comercio y la agricultura, recibe a personas de cantones aledaños que frecuentemente hacen sus compras y adquieren servicios, según una radiografía económica realizada por Diario El Comercio, en Guayas, los cantones Guayaquil, Durán y Milagro son la principal potencia económica de la región y abarca el 95% de las divisas que genera el sector productor (Diario El Comercio, 2018).

Actualmente por la emergencia sanitaria que se vive mundialmente, se han implementado páginas que brindan servicio a domicilio de diferentes productos, sin

embargo, la falencia que se encuentra, es que no existen páginas que incentiven a consumir los productos y servicios locales.

Por lo explicado en párrafos anteriores, nace el Proyecto Milagro Emprende, el cual es un medio digital a través de la red social Instagram para promover a los emprendedores.

A su vez es un punto de convergencia, donde vendedores y consumidores puedan tener un espacio para interactuar y así poder satisfacer la demanda insatisfecha que se vive en la actualidad.

### Problemática

La localidad se ha visto afectada por el cierre temporal de los comercios, se ha tenido que tomar medidas emergentes, como despedir dependientes, cerrar tiendas físicas y solo laborar a través de las redes sociales; todo esto como consecuencia de la baja considerable en la venta de productos y servicios.

Crear un medio digital que fomente los emprendimientos en Milagro, es una oportunidad para generar crecimiento económico y fuentes de empleo para los habitantes del cantón.

El piloto digital permite combinar personas, negocios y metodologías innovadoras que dan paso a un nuevo modelo de negocio en los mercados y también permite el incremento de oportunidades para los profesionales dedicados a medios digitales. Para Patricia Galiana, investigadora de la Escuela Digital IEBS, en un par de años aproximadamente se verá más de 500 mil nuevos empleos relacionados con la economía digital (Galiana, 2019).

Por citar un ejemplo de crecimiento, en Estados Unidos el 93% de las empresas que usan las redes sociales como parte de su estrategia de marketing incrementan sus ventas en un 50 % y a más de eso tienen un engagement superior al de empresas que no usan la tecnología y las redes(Rodriguez, 2017).

El 72% de los usuarios de Instagram aseguran que cuando quieren recomendaciones sobre un producto o servicio siempre ingresan a la red social por consejos, ya que les genera confianza (Barrios, 2017).

Las redes sociales poseen una estructura que contribuye para que los emprendimientos sean exitosos, puesto que su interactividad y múltiples recursos son una fuente de oportunidades. Según un artículo escrito por Hernan Herrera de la Universidad de Eafit en Bogotá, "las redes crean reputación y constituyen una señal que el emprendedor envía a las fuentes de recursos con el propósito de reducir su percepción de riesgo y ganar legitimidad cognitiva y social para su actuación" (Herrera, 2009).

Según un estudio realizado por la Revista Semana en su versión digital, se encontró que los emprendedores usan la red social Instagram para satisfacer las necesidades de crecimiento de sus negocios, y es que el 59% de los pequeños empresarios están seguros de que usar la redes como medio de difusión son una oportunidad de crecer y darse a conocer en sus localidades (Revista Semana, 2020).

### 2. BENCHMARKING - ESTUDIO DE BUENAS PRÁCTICAS

Para el diseño del bencharking se usará los siguientes pasos

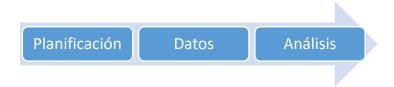


FIGURA 1.- DISEÑO DEL BENCHMANKING

### Planificación

En este apartado se definirán las variables que se usarán, las mismas que permitirán analizar a fondo diversas páginas que se dedican a impulsar los emprendimientos en el país, también se realizará una comparativa de las páginas, se hará observaciones sobre las mejoras que se podrían realizar y también reflexionar sobre qué recurso que usan en dichas páginas no sería de productividad para el medio digital que se busca crear.

### ¿Qué se medirá?

Lo que se medirá de los canales digitales será la usabilidad y apreciación, la experiencia de los usuarios e interacción.

### ¿A quién se medirá?

Luego de establecer lo que se analizará de los medios digitales es importante definir el nombre de cada uno de ellos.

- Capitán Piña
- Guía de emprendedores
- Épico
- Emprendimientos.ecu
- Red de emprendimientos Ec

### Definición de Variables

VARIABLES	INDICADORES
Apreciación y usabilidad	• Contenido
	• Funciones
	• Actualizaciones
	• Línea gráfica
	• Costos
	• Número de
	seguidores
Experiencia de los	Nivel de
usuarios	aceptación
	Claridad en los
	mensajes
	Apreciación y usabilidad  Experiencia de los

TABLA 1.- DEFINICIÓN DE VARIABLES

### **Datos**

Para recabar los datos de los medios mencionados se hará investigación propia y se usarán las herramientas en línea que están para uso público.

### • Capitán Piña

Capitán Piña es una página creada por un influyente milagreño de nombre David Cereg, ingeniero logístico de profesión.

Su contenido está dividido en diferentes secciones que se nombrarán a continuación:

Indicadores	Contenidos
Funciones	Realiza contenido
	donde se da a conocer
	diversos
	emprendimientos del
	cantón Milagro,
	también se sube
	memes y fotos
	personales del creador
	de contenidos.
Actualizaciones	Las actualizaciones de
	contenido son poco
	frecuentes, las
	publicaciones se las
	hace cada dos días
	aproximadamente.
	La línea gráfica está
Línea gráfica	constituida por los
	colores representativos
	del cantón Milagro y la
	piña, la cual es una
	fruta nacionalmente
	conocida por ser
	cultivada en tierras
	Actualizaciones

		milagreñas.
		capitan piña
	Costos	Reportaje cubierto por
		el dueño de la página:
		\$60.00
		Claquetas publicadas
		como publicidad:
		\$35.00
		Publicación en
		historias: \$20.00
	Número de seguidores	Hasta la fecha 1 de
		enero de 2021 la
		página cuenta con
		1.871 seguidores.
Experiencias de	Nivel de aceptación	A nivel de aceptación
usuarios		los memes publicados
		en la página tienen la
		mayor interacción se
		mantiene con una

	regularidad de 150
	likes.
	Los videos de
	promoción de los
	emprendimientos
	tienen un nivel bajo de
	aceptación con
	alrededor de 40 likes.
Claridad en los	Se realiza las
contenidos	publicaciones de los
	emprendimientos, en
	algunos casos se
	realiza videos y en
	otros se sube las
	claquetas, el contenido
	en este tipo de
	publicaciones es
	extenso y con baja
	calidad de diseño.

TABLA 2.- ANÁLISIS CAPITÁN PIÑA

# • Guía de emprendedores Ecuador

La Guia de emprendedores Ecuador es una página creada por Gabriela Vera, de profesión ingeniera social, en la red social Instagram cuenta con más de 17 mil seguidores, el registro en la misma es gratuito y permite promocionar productos y servicios de distintos emprendedores, su eslogan es" Alguien busca lo que tienes y alguien tiene lo que tú buscas".

Variable	Indicadores	Contenidos
Apreciación y	Funciones	Publicar
usabilidad		emprendimientos de
		todo el país que los
		productos sean
		conocidos.
	Actualizaciones	Por lo general postea
		tres poblaciones diarias
		de diferentes
		emprendimientos, las
		publicaciones son con
		fotografías que
		muestran los distintos
		productos.
		La línea gráfica es de
	Línea gráfica	color celeste, amarilla y
		negra con letras rojas.

		HIPRENICORES
	Costos	Publicar en esta página
		no tiene costo, los
		emprendedores envían
		sus fotografías y son
		compartidas en un post.
	Número de seguidores	17,700 seguidores hasta
		el 13 de enero de 2021
Experiencias de	Nivel de aceptación	Como referente en
usuarios		aceptación tiene
		alrededor de 49 likes en
		cada publicación y
		también cuenta con
		interacciones de los
		usuarios a través de los
		comentarios.
	Claridad en los	En cada publicación
	contenidos	realizada se publican
		fotografías de los
		productos que ofrecen

los emprendedores y se
coloca el usuario para
que las personas puedan
comprar los productos
que aquellos venden.

TABLA 3.- ANÁLISIS GUÍA DE EMPRENDEDORES ECUADOR

# • Épico

Esta página en la red social Instagram le pertenece al Municipio de Guayaquil, cuenta con más de 11 mil seguidores, en la descripción existe un enlace donde los emprendedores pueden registrarse y acceder a las charlas y cursos; a más de eso, publica los emprendimientos locales.

Variable	Indicadores	Contenidos
Apreciación y	Funciones	Épico es una página en
usabilidad		Instagram dedicada a
		impulsar a los
		emprendedores, los
		usuarios pueden
		registrarse y acceder,
		es también
		denominada una
		empresa de servicios
		públicos.

Actualizaciones	Sus publicaciones son
	frecuentes, en su
	mayoría toda claqueta
	subida lleva la línea
	gráfica de Épico, a
	más de subir las
	imágenes de los
	distintos
	emprendimientos
	también se dedica a
	dar consejos a los
	emprendedores y
	distribuir contenido
	para que sigan
	creciendo.
Línea gráfica	su línea
	gráfica es neutral, de
	colores azul, blanco y
	celeste, sin ningún
	logotipo.
Costos	Publicar en esta
	página no tiene costo.
<u> </u>	

	Número de seguidores	El número de
		seguidores es de
		11.600, en su mayoría
		los seguidores son
		marcas de
		emprendedores.
Experiencias de	Nivel de aceptación	Interacción a través de
usuarios		comentarios hasta la
		actualidad no hay, sin
		embargo, en cada
		publicación realizada
		el número de likes es
		de aproximadamente
		70 y tienes 800
		visualizaciones en cada
		video.
	Claridad en los	Los contenidos son
	contenidos	claros, con poco texto
		y siempre usan los
		colores de la marca.

TABLA 4.- ANÁLISIS ÉPICO

# • Emprendimientos.ecu

Emprendimientos Ecu es una página de Instagram dedicada a compartir, los nuevos emprendimientos; aunque es relativamente nueva, tiene un número de seguidores considerable.

Indicadores	Contenidos
Funciones	Es una página en
	Instagram dedicada a
	compartir productos y
	servicios de pequeños
	emprendedores.
Actualizaciones	Se publica contenido
	con regularidad, en un
	espacio de dos
	publicaciones cada
	cuatro días,
	aproximadamente.
	La línea gráfica es
Línea gráfica	sencilla, se usa el color
	azul oscuro y verde
	claro, con una imagen
	en forma de cohete.
	EMPRENDI EMPRENDI
	Actualizaciones

	Costos	Publicar en esta
		página no tiene costo,
		los emprendedores
		envían sus fotografías
		y son compartidas en
		un post.
	Número de seguidores	Actualmente la página
		tiene 5.235 seguidores
		y sigue a 7500.
Experiencias de	Nivel de aceptación	El nivel de aceptación
usuarios		es bajo, las
		publicaciones no pasan
		de 30 likes y no existe
		interacción en
		comentarios.
	Claridad en los	La resolución de las
	contenidos	imágenes es baja, sin
		embargo, la
		descripción de cada
		posteo es detallada,
		habla del producto y la
		forma de contactar al
		emprendedor.

TABLA 5.- EMPRENDIMIENTO.ECU

# • Red de emprendimientos Ec

Con más de mil seguidores, Red de Emprendimientos es una página dedicada a publicar los pequeños emprendimientos, su creador está radicado en Quito.

Publicar en esta página es gratis, su lema es "Personas que ayudan a otros a brillar, saben que hay lugar para todos".

Variable	Indicadores	Contenidos	
Apreciación y	Funciones	Es una página	
usabilidad		dedicada a publicar los	
		emprendimientos a	
		nivel nacional, aunque	
		su punto fijo es en la	
		ciudad de Quito, se	
		publican claquetas con	
		los datos de los	
		productos y los	
		emprendedores.	
	Actualizaciones	Las actualizaciones de	
		este año no son muy	
		frecuentes, sin	
		embargo, hasta	
		noviembre del 2020 las	
		publicaciones eran	
		frecuentes,	

		aproximadamente tres
		publicaciones por día.
		No posee una línea
	Línea gráfica	gráfica definida, las
		publicaciones se hacen
		tal como lo envían los
		emprendedores, posee
		un sello que
		escasamente se logra
		ver.
		Emphandiminal my  Tomolory  Merroma  Me
	Costos	El servicio en la página
		es gratuito.
	Número de seguidores	El número de
		seguidores es de 1722,
		y han realizado 317
		publicaciones.
Experiencias de	Nivel de aceptación	En nivel de interacción
usuarios		es bajo, no hay
		comentarios en las
		publicaciones y el
	ı	1

	número de likes no
	pasa de 10 por
	publicación.
Claridad en los	Se postean fotografías
contenidos	de los productos de
	diferentes
	emprendedores y en la
	descripción de la
	publicación se hace
	diferentes
	especificaciones.

TABLA 6.- ANÁLISIS RED DE EMPRENDIMIENTOS EC

### Análisis

Luego de haber analizado las distintas características que poseen cada una de las páginas dedicadas a impulsar los emprendimientos es necesario tomar en cuenta cuál de estas funciones se pueden tomar como buenas prácticas y qué se puede agregar para que exista una marcada diferencia y así también mejorar el presente proyecto.

### Apreciación y usabilidad

- Contenido
- Funciones
- Actualizaciones
- Línea gráfica
- Costos

### Funciones / Apreciación y usabilidad

	Análisis	Acciones y Mejoras
Capitán piña	Postea diariamente contenido	En aspectos a mejorar
	diverso, su eje principal es	se puede mencionar el
	difundir productos y servicios que	cuidado del contenido y
	se ofrecen en el cantón Milagro.	la línea editorial, ya
	La estrategia que usa es postear	que por ser muy
	videos en su perfil son una especie	diverso el público se
	de reportajes, en sus historias	tiende a hacer
	también llevan la secuencias de los	publicaciones
	reportajes o entrevistas que se	dispersas.
	hacen.	
	Dentro de los contenidos que se	
	realizan en esta página se	
	encuentran los memes de	
	coyuntura local y también el	
	creador de la página a través de	
	las historias de Instagram cuenta	
	anécdotas jocosas que le suceden	
	en su día a día.	
Guía de	El contenido de esta página se	Es importante hacer
emprendedores	basa en claquetas que envían los	énfasis en el uso
	emprendedores con su propio	adecuado de la línea
	estilo las cuales son publicadas y	gráfica, tener
	en la descripción de las	constancia en sus
	1	<u> </u>

publicaciones se adjuntan los
datos para que puedan ser
contactados. Por lo general no se
publican historias, los creadores
de esta página son fáciles de
contactar, ya que en el inicio está
su correo electrónico y su número
de teléfono. Como dato importante
el registro es gratuito.

publicaciones, son acciones a mejorar.

Épico

Su pilar es la organización, puesto que brinda toda la información necesaria a los usuarios. Bajo la línea grafica de Épico camparte los emprendimientos de los guayaquileños, ofrece información de cómo emprender y postea videos motivacionales para emprendedores. En su descripción del perfil de inicio, los emprendedores pueden acceder a los beneficios de la página por medio de un registro inicial, pueden postular al programa:

Guayaquil Empresarial,

Épico se puede
catalogar como una
buena práctica ya que
posee una línea gráfica
bien establecida, tiene
contenidos
audiovisuales de
calidad y una pestaña
donde los usuarios
pueden acceder a más
información adicional.

	suscribirse al canal de Youtube,	
	registrarse en el programa de	
	formación digital Conecta	
	Empleo, acceder al catálogo de	
	Emprendimiento del Centro de	
	emprendimiento EPICO.	
Emprendimientos	En esta página no se encuentra	Mejorar la calidad de
Ecu	información suficiente en el perfil	la imágenes, hacer uso
	principal, se hacen publicaciones	de todos los recursos
	frecuentes de distintos	que ofrece la red social
	emprendimientos, en algunos de	Instagram , hacer
	sus contenidos la calidad los	mayor énfasis en la
	pixeles de la imagen son bajos,	línea gráfica.
	hacen uso de las historias	
	destacadas cuando son marcas	
	más reconocidas.	
Red de	Uno de los puntos a favor que	Una buena práctica es
emprendimientos	posee esta red social es que sus	ofrecer información
Ec	creadores brindan el servicio	detallada, para que las
	gratuito, aunque su línea es	personas que desean
	grafica es distorsionada y la	adquirir los servicios
	calidad de los contenidos es baja.	de los emprendedores
	No usan las historias diarias ni la	puedan contactarlos
	destacadas, sin embargo, es fácil	con facilidad.

poder comunicarse con ellos ya	
que ponen su información en el	
perfil principal.	

TABLA 7.- FUNCIONES / APRECIACIÓN Y USABILIDAD

# Experiencia de usuario

	Análisis	Acciones y Mejoras
Capitán piña	Posee 1878 seguidores, el número	Continuar con la
	de likes en sus publicaciones es	interacción satisfaciendo
	bajo, existe interacción mediante	la demanda de los
	comentarios.	usuarios.
Guía de	El número de seguidores es de	Interactuar con los
emprendedores	17700 aproximadamente, las	usuarios y dar
	reproducciones en los videos son	respuestas a sus
	altas, llegan a 1500	incógnitas.
	reproducciones. No existen	
	interacción con los comentarios	
	que realizan los usuarios. En el	
	caso publicar fotografías suelen	
	llegar a 30 likes.	
Épico	Tienen 11.700 seguidores, han	Continuar con la
	realizado 461 publicaciones, su	interacción satisfaciendo
	aceptación es alta, el número	la demanda de los
	mínimo de likes por publicación	usuarios.
	es de 70, existe interacción entre	

	los usuarios y personal que	
	maneja la página.	
Emprendimientos	Poseen 5250 seguidores , han	Interactuar con los
Ecu	realizado 743 publicaciones, no	usuarios y dar
	hay interacción entre los	respuestas a sus
	usuarios, el número de likes es	incógnitas.
	bajo. El número de visualización	
	de los videos publicados asciende	
	a más de 100.	
Red de	El número de seguidores es de	Brindar mayor detalle al
emprendimientos	1720 , ha realizado 317	responder las preguntas
Ec	publicaciones, el número de likes	que hacen los seguidores
	es bajo, no hay interacción con	y contestar con rapidez.
	los usuarios de la plataforma, no	
	existe material audiovisual.	

TABLA 8.- EXPERIENCIA DE USUARIOS

### 3. OBJETIVO

Implementar un medio digital como punto de convergencia para que los emprendimientos del cantón Milagro sean visibilizados ofreciéndole a los usuarios una experiencia multimedia completa a través de la plataforma digital Milagro emprende.

# Objetivos específicos

Objetivos	Enfoque	Técnica	

1	Identificar las necesidades que	Cuantitativo	Encuesta(Google
	poseen los emprendedores al		From)
	momento de dar a conocer sus		
	productos o servicios en el		
	mercado local		
2	Diseñar y producir un prototipo	Cuantitativo	Encuesta
	de un medio informativo digital		
	con criterios de innovación,		
	calidad y creatividad que		
	permita difundir contenidos		
	multimedia con el fin de		
	beneficiar tanto a los		
	emprendedores como al		
	ciudadano común.		
3	Fomentar un vínculo de	Cualitativo	Observación
	retroalimentación entre los		
	usuarios de la red social		
	Instagram y las necesidades que		
	poseen.		

TABLA 9.- OBJETIVOS ESPECIFICOS

# Metodología (Pensamiento de Diseño)

# Empatía

Es fundamental comprender cuales son las necesidades de los usuarios y emprendedores, luego de eso es de vital importancia efectuar el siguiente objetivo planteado.

### Técnicas de Encuestas online

Se usará la técnica de la encuesta en línea hecha en la plataforma Google From, como parte del mapa de empatía, se realizaron 100 encuestas sectorizadas, dirigidas a ciudadanos que residen en el cantón Milagro entre las edades de 18 a 50 años.

### Objetivos de investigación

Identificar las necesidades que poseen los emprendedores al momento de dar a conocer sus productos o servicios en el mercado local.

FIGURA 2.- OBJETIVO 1 DE INVESTIGACIÓN

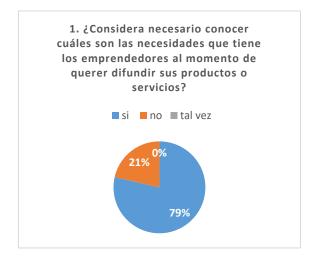


FIGURA 3.- LAS NECESIDADES QUE TIENE LOS EMPRENDEDORES AL MOMENTO DE QUERER DIFUNDIR SUS PRODUCTOS O SERVICIOS

El 79% de las personas encuestadas opina que es necesario conocer cuáles son las necesidades que tiene los emprendedores al momento de querer difundir sus productos o servicios.

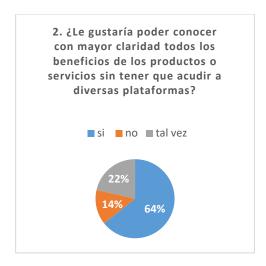


FIGURA 4.- BENEFICIOS DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

Así mismo, el 64% asegura que le gustaría poder conocer con mayor claridad todos los beneficios de los productos o servicios sin tener que acudir a diversas plataformas para informarse, ya que esto les ahorraría tiempo y dinero.

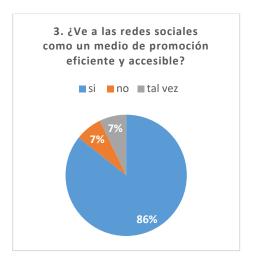


FIGURA 5.- MEDIO DE PROMOCIÓN EFICIENTE Y ACCESIBLE

Otra observación que se puede realizar es que el 86% de las personas ve a las redes sociales como un medio de promoción eficiente y accesible.

### Objetivos de investigación

Diseñar y producir un prototipo de un medio informativo digital con criterios de innovación, calidad y creatividad que permita difundir contenidos multimedia con el fin de beneficiar tanto a los emprendedores como al ciudadano común.

FIGURA 6.- OBJETIVO 2 DE INVESTIGACIÓN

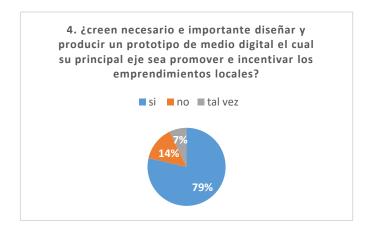


FIGURA 7.- DISEÑAR Y PRODUCIR UN PROTOTIPO DE MEDIO DIGITAL

Para este objetivo de la investigación se consultó si creen necesario e importante diseñar y producir un prototipo de medio digital el cual su principal eje sea promover e incentivar los emprendimientos locales, el 79% de personas opina que sí es importante.



FIGURA 8.- CALIDAD DE LA INFORMACIÓN

El 93% considera que la calidad de la información brindada marca la diferencia al momento de consumir una información y de igual forma a la hora de comprar un producto.

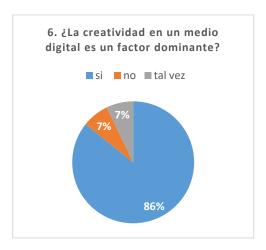


FIGURA 9.- CREATIVIDAD EN UN MEDIO DIGITAL

La creatividad en un medio digital es un factor dominante, así lo considera el 86% de las personas que contestaron la encuesta, puesto que siempre la innovación genera mayor credibilidad.

### Objetivos de investigación

Fomentar un vínculo de retroalimentación entre los usuarios de la red social Instagram y las necesidades que poseen.

FIGURA 10.-OBJETIVO 3 DE INVESTIGACIÓN

### Técnica Copresencial

Con esta técnica se usa la observación para identificar y recoger información de campo.

• Hacer un proceso de compra como usuario

- Analizar la accesibilidad a la información, a los productos y servicios.
- Observar el nivel de satisfacción luego de haber accedido a los productos que promociona el emprendimiento.

En el cantón Milagro las personas sí poseen el gusto por comprar a través de las redes sociales, sin embargo, se difícil encontrar un lugar en las redes donde se encuentren detallado varios tipos de productos, por lo general tienen que acceder a varias plataformas para encontrar todo lo que desean, gastando recursos y tiempo.

### **Customer Journey Map**

Para el Customer Journey Map permite focalizar las actividades que realizan los usuarios cuando acceden a una plataforma digital para comprar o analizar un producto de los emprendimientos locales.

 Identificar en qué momento se siente confundido o siente que está perdiendo su tiempo.

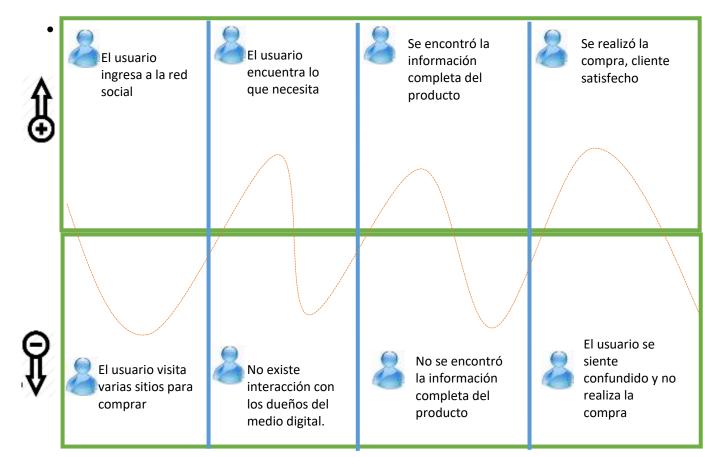
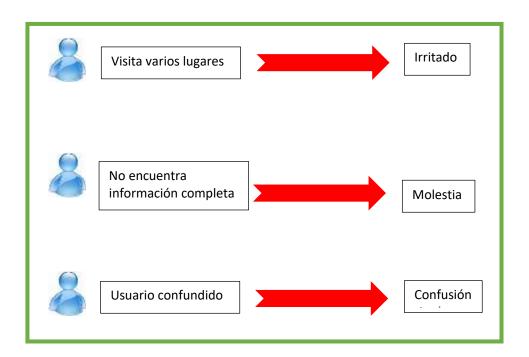


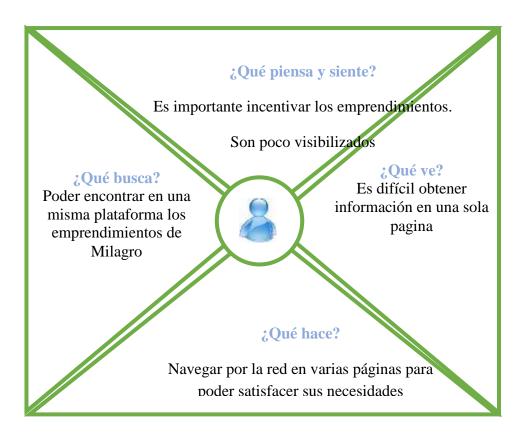
FIGURA 11.- CUSTOMER JOURNEY MA

Luego de analizar aspectos negativos que puede encontrar el consumidor, se puede delimitar las necesidades de la siguiente forma:



# Mapa de Empatía

Luego de conocer los datos porcentuales de las encuestas hechas en bases a los objetivos se realiza el siguiente mapa de empatía:



#### **Esfuerzos / Miedos**

- Le resulta difícil encontrar lugares confiables
- El ciudadano común pierde mucho tiempo en búsqueda

### Beneficios

- Poder encontrar todo en un mismo
   lugar con una línea editorial definida
- Tener una guía de información de los emprendimientos de Milagro

FIGURA 13.-MAPA DE EMPATÍA

#### **Adaptador Inicial (Early Adopter)**

El perfil del adaptador inicial es del milagreño es el de un emprendedor por naturaleza que, frente a los avances de la tecnología, el internet y las redes sociales siente en la necesidad de sumergirse en ellas para poder llegar a más personas y que puedan descubrir el tipo de productos y servicios que ofrecen.

Con los resultados obtenidos de las encuestas hechas a través de Google From a emprendedores del cantón Milagro sobre las necesidades que poseen los emprendedores al momento de dar a conocer sus productos o servicios en el mercado local, se tiene en conocimiento que el 96% de las personas que respondieron a la encuesta, ve a las redes sociales como un medio de promoción eficiente y accesible.

Por medio de una análisis cualitativo realizado por medio de la observación y la investigación de campo, se llega la conclusión qué para los milagreños es importante contar con una página como Milagro Emprende que les permita a los emprendedores de la localidad dar a conocer de manera integral sus productos o servicios con herramientas multimedia de calidad, los usuarios también se vería beneficiados porque evitarían confusiones, tendría un acceso rápido, se obtendrían beneficios bidireccionales.

Para de German Grande, redactor del sitio web Con Letra Grande, experto de manejo de Pymes, el gran problema que suelen tener los emprendedores es no adaptarse a las nuevas tecnología o crear productos que son de poco interés (Grande, 2020).

Luego de los resultados y análisis de las encuestas se usó el método Outliers School es un proceso de ideación ágil que resuelve retos específicos, permite a las organizaciones y a las personas atacar retos profesionales específicos creando innovación acelerada con el usuario en el centro del proceso; esta metodología permite establecer la perfilación de quienes sería principales usuarios y beneficiarios del servicio que ofrecerá el prototipo Milagro Emprende.

#### 4. MARCO CONCEPTUAL

### **Emprendimientos**

En un sentido amplio, por emprendimiento se entiende cualquier actividad que desarrolla un individuo por su propia iniciativa (Santos, Barroso, & Guzmán, 2013).

El Ecuador es el país con la TEA más alta en la región Andina según datos del GEM 2016, es decir,1 de 3 individuos han realizado gestiones para iniciar una actividad económica, por lo cual se considera una buena opción de carrera para la comunidad en general para poder emprender (Carranza, Cercado, & Solano, 2018).

Las tendencias del mercado exigen la existencia de negocios competitivos que apliquen estrategias diferenciadoras y creadoras de valor superior para sus clientes, que les aseguren la consolidación de relaciones redituables y duraderas con los mismos y el posicionamiento sus marcas (Vargas, Valle, Terán, & España, 2017).

#### Plataformas digitales

La llamada "Plataformización" representa un cambio relevante en un mundo como el nuestro, cada vez más digital en el que pasamos a acceder de forma eficaz y segura a bienes y servicios. Este cambio tiene mucho que ver con una visión vinculada a los jóvenes donde prima el acceso sobre la compra de bienes y donde la generación de confianza es fundamental para tejer redes globales entre desconocidos (Jiménez, 2018).

Son más de 10 000 emprendedores y pequeñas y medianas empresas (Pymes) que se agrupan en las distintas plataformas e iniciativas creadas durante la pandemia COVID-19 para salvar sus negocios (Universo, 2020).

Los hábitos de los millennials son el claro ejemplo de cómo las nuevas generaciones avanzan cogidas de la mano de la tecnología, el 50% de la fuerza de trabajo y que, inevitablemente, impondrá nuevas estructuras digitales en las empresas (Juan, 2019).

#### Las redes sociales

Las redes sociales hacen que las marcas lleguen a muchos lugares; crean vínculos y permiten la promoción de propuestas, y con esto se logra un efecto multiplicador. Cada vez más personas están haciendo negocios y tomando decisiones de compra basándose en lo que ven en las plataformas de redes sociales (Times, 2016)

En la región Costa, la red social que tiene mayor impulso para dar a conocer productos o servicios es Instagram, en el caso de la región Sierra, la más usada ha sido Facebook, pero las tendencia está tomando un ligero impulso a Instagram (Universo, El Universo, 2020).

Las redes sociales representan un medio publicitario accesible para cualquier persona y por lo tanto la inversión que el emprendedor debe realizar para introducir su marca es prácticamente nula comparado con la inversión en medios tradicionales como los medios impresos, TV o la radio. El coste de entrada es asumible desde la primera etapa de introducción en el mercado (Oirdobro, 20216).

#### Interactividad en las redes

La interactividad a través de Internet, está revolucionando el modo de relacionarse, de comunicase y de obtener información acerca de las personas. A menudo sus resultados son irrelevantes en la búsqueda de información sobre individuos concretos, pero pueden proveer de información importante sobre personas que navegan en la red y sus preferencias (Castillo, 2018).

Interacción se designa a aquella acción que se ejerce de manera recíproca entre dos o más sujetos, de acuerdo con Scolari, hay interactividad en las comunicaciones sujeto-sujeto pero también los intercambia entre un sujeto y un dispositivo tecnológico (Scolari, 2008).

### Emprendimientos en Milagro

Según el registro del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) 2010, el 80% de los capitales manejados en el cantón Milagro provienen del sector comercial, el %12 se dedica a realizar actividades relacionada con el agro y el %8 restante se dedica a la prestación de servicios (INEC, 2010).

En contraste con la información recabada por el INEC en el 2010, tomando con fuente al Servicio de Renta Internas, según el registro de los contribuyentes de enero a abril de 2021 se han recaudado \$ 6.179,146, proveniente de las microempresas (SRI, 2021).

# 6. PROPUESTA DE PROTOTIPO O ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL

La propuesta de Comunicación Digital de este proyecto es un prototipo denominado Milagro Emprende y se basa en la creación de un perfil en Instagram con el mismo nombre donde se subirá diferente tipo de contenido de acuerdo con las marcas de los emprendedores y lo que oferten a los potenciales clientes.

Aquí, las personas podrán acceder a información acertada sobre la ubicación de las tiendas físicas, así como las páginas en línea donde se muestra los productos, promociones, precios y recomendaciones sobre los emprendimientos de Milagro.

Una vez que ingresen al usuario @milagr0\_emprende, verán la página completa que detallará la información del proyecto, una pestaña seguir el perfil, uno para enviar mensajes directos y contacto para obtener el número de celular y correo electrónico.

Seguido se verán dos burbujas una llamada Emprendedores donde figurará las imágenes de los propietarios que acceden a nuestros planes; otra de las burbujas se llama Noti-Emprende, donde constará varias noticias referentes a los emprendimientos que hay en Milagro y la última denominada 100% Motivación, tiene varios mensajes que como la palabra lo dice motiva a nuestros emprendedores a continuar con su trabajo ofertando sus productos a los milagreños.

Continuando con el detalle de este proyecto, se mostrarán imágenes y vídeos ya sean largos o cortos sobre los diversos productos, promociones, ubicación, contactos y demás contenido llamativo de quienes contratan este servicio. Estos recursos ayudarán a alcanzar la meta deseada de llegar a más clientes potenciales que por lo llamativo de las publicaciones y diseños se verán incentivados a visitar los perfiles de los negocios,

convirtiéndolos a más de potenciales clientes, seguidores que incrementarán la posibilidad de llegar a más personas.

Adicional a esto, en la página de Instagram Milagro Emprende, específicamente en la parte de la información sobre este proyecto encontrarán el link o URL https://www.milagro-emprende.com que los trasladará inmediatamente a la página web de Milagro Emprende, donde los dueños de los negocios podrán registrarse de forma gratuita y acceder a una prueba, para comprobar el alcance que tendrán si optan por confiar en esta innovadora idea que los hará más conocidos en el mercado en línea, a más de alcanzar potenciales clientes.

Al inicio de esta página se mostrará en la parte superior izquierda el logo y nombre de este proyecto seguido de varias imágenes de los propietarios de negocios que han confiado en Milagro Emprende, luego se visualizará un botón azul con la palabra Emprendedores que al ingresar los llevará a otra parte de la interfaz para que se contacten con nuestro proveedor donde deberán ingresar el nombre, dirección de correo electrónico, número de teléfono y un mensaje que indique el tipo de negocio al que se dedican. También contarán con correo electrónico, número y usuario de la página de Instragram.

Adicional, verán un mapa que dará la ubicación y el horario de atención al público. Además, se encontrarán el objetivo de esta página que fomenta el emprendimiento permitiendo combinar personas, negocios y metodologías innovadoras que dan paso a un nuevo modelo de negocio.

Para concluir, en la página hay pestañas con el icono de Instagram y Correo Electrónico que los llevará directamente al perfil, a más de una pestaña para compartir

la página en las redes sociales de cada negocio que forme parte de nuestro increíble e innovador proyecto que contará de 3 planes el básico, plus y premium.

#### Diseño

En el diseño del proyecto, el usuario ingresa a la red social Instagram, navega en la red y puede acceder de manera fácil por medio del link https://www.milagro-emprende.com/. que se encuentra en la pantalla principal y llenar sus datos para ser contactado por uno de los asesores, el asesor correspondiente ofrecerá al cliente los distintos tipos de plan a los que puede acceder y las cualidades de cada uno, posteriormente se realiza el contrato.

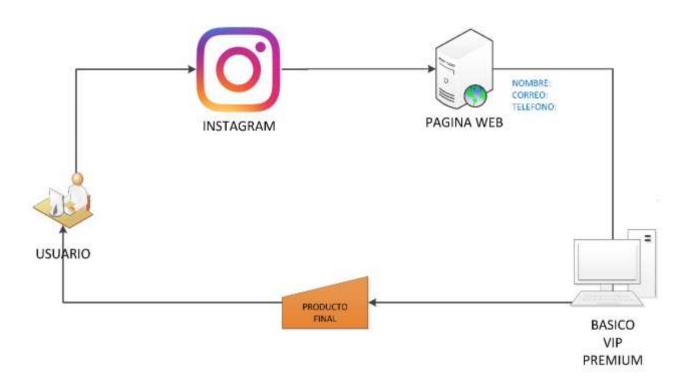


FIGURA 14.- DISEÑO

#### **MARCA**

El nombre del proyecto nace de la ciudad donde se realiza el medio digital, las letras plasmadas denotan sobriedad y fortaleza, el logotipo comienza con un semicírculo desde la parte inferior de las letras ME reflejado la unión de todos los emprendedores del cantón, también posee el arquetipo de un foco que refleja la luz de la creatividad y la esperanza.



FIGURA 15.-MARCA MILAGRO EMPRENDE

# Perfil principal

Los usuarios de Instagram podrán encontrar el perfil con el @milagr0\_emprende, en el mismo se brinda información que contextualiza el motivo creación de la página, la localidad en que se encuentra, un link de acceso a la página web, historias destacadas que harán que los clientes accedan de forma rápida a las diferentes temáticas que se manejan.



FIGURA 16.- PERFIL PRINCIPAL INSTRAGRAM

#### **Ventana General**

Aquí aparece todas las publicaciones, ya sean fotos, videos e historias;

en cada publicación que se realiza en la página se detalla el tipo de negocio y como se pueden adquirir los productos.



FIGURA 17.- VENTANA GENERAL INSTAGRAM

# **IGTV**

Unos de los formatos a usarse será el IGTV, puesto que permitirá realizar entrevista a los emprendedores por más de 10 minutos, permitiendo que la visibilidad, el alcance y el tiempo de exposición sean más altos.



FIGURA 18.- IGTV

# Reels

En esta pestaña se realizan videos cortos y dinámico permitirá editar contenido de los emprendedores, con esta herramienta se llegará a nuevas audiencias y generará engagement.

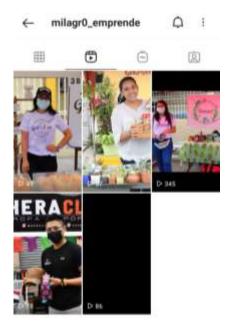


FIGURA 19.- REELS

# Página Web

La página web consta de dos pestañas, la principal donde hay una galería de fotos, posteriormente cuenta con un botón denominado EMPRENDEDORES, este permitirá



FIGURA 20.- PÁGINA WEB EMPRENDE MILAGRO



### Pestaña de registro

La pestaña de registro nos permite tener contacto directo con los clientes, captar sus datos reales y poder brindarle la información de nuestros planes de servicio, también nos ayudará a contar con una base de datos de clientes y futuros clientes, con los cuales se tendrá la posibilidad de mantener contacto frecuente por medio de llamadas y correos electrónicos.



FIGURA 21.- VENTANA DE PESTAÑA DE REGISTRO

# Plan Básico



FIGURA 22.- PLAN BÁSICO

### **Plan Premium**



FIGURA 23.- PLAN PREMIUM

# Plan VIP



FIGURA 24.- PLAN VIP

# Estrategia de comunicación

Milagro Emprende, es un perfil de Instagram que cuenta con una página WEB, con la finalidad de impulsar las marcas de los emprendedores milagreños.

#### Misión

Llegar a todos los rincones del cantón Milagro, para que conozcan los productos que ofertan los emprendedores, logrando captar la mayor cantidad de clientes que buscan satisfacer sus necesidades mediante compras en línea.

#### Visión

Ser un perfil innovador en línea que ofrece la mejor información sobre tiendas en línea o físicas y productos de mayor demanda, que se dedica a facilitar el proceso de compra y toma de decisiones de los clientes.

#### Valores

- **Compromiso:** Estamos comprometidos en llegar a cada rincón de esta localidad aprovechando el constante uso de las redes sociales.
- **Profesionalismo:** Brindar lo mejor de nosotros para tener un mayor alcance.
- Responsabilidad: Acatar firmemente y cumplir lo que ofrecemos a nuestros potenciales clientes.
- **Respeto:** A las decisiones y opiniones de nuestros clientes.
- **Dedicación:** A cumplir satisfactoriamente lo que ofrecemos en nuestros planes.

### **ADN**

### ¿Cómo es?

Perfil de Instagram y Página Web, que brinda facilidades a los emprendedores mediante planes a su conveniencia para lograr llegar y captar la mayor cantidad de clientes posibles con la finalidad de vender los productos que ofertan.

# ¿Cómo se presenta?

Original, innovador y de fácil acceso mediante nuestra página o perfil, esto los lleva a obtener información directa, a más de conocer toda la información sobre los negocios participantes.

### ¿Qué me hace sentir?

Orgullo, alegría y satisfacción de poder brindar una base para que los emprendedores milagreños sean conocidos en nuestro medio, sobre todo por la calidad y variedad de productos que ofertan

### ¿Cómo me hace parecer?

Una persona que está a la vanguardia y confía en la tecnología para fomentar el crecimiento de los diferentes negocios

# Estructura



FIGURA 25.- ESTRUCTURA MILAGRO EMPRENDE

# Plan de Marketing Digital

# Análisis de la situación DAFO

Análisis de la situación. Por medio del FODA vamos a analizar las fortalezas y oportunidades, que tiene nuestro proyecto para impulsar las marcas de los emprendedores; y las debilidades y amenazas que podríamos afrontar en caso no de alcanzar el público deseado.

	FODA
Fortalezas	Prueba gratuita por una semana.
	<ul> <li>Cuenta con su propia página web que tiene contacto directo con los emprendedores que soliciten el servicio.</li> </ul>
	Diseños modernos e innovadores de las marcas.
	<ul> <li>Disponemos de personal confiable y sus datos estarán seguros.</li> </ul>

	Los precios son accesibles y van de acuerdo con los gustos de los emprendedores.
	Exposición de ventas de productos 100% confiables.
Oportunidades	Día a día crecen los seguidores de la página y aumenta el público que conocerán los productos ofertados.
	Usa una aplicación que está al alcance de todos.
	Atrae una audiencia consumidora más amplia.
	Posibilidad de cancelar el plan cuando lo crean conveniente.
	Tomar en cuenta la opinión de nuestros clientes para aumentar sus ventas.
	<ul> <li>Llegar al público no solo de Milagro sino de cantones aledaños.</li> </ul>
Debilidades	Inaccesible para una cierta cantidad de personas.
	Se necesita de un pago para acceder a los diferentes niveles.
	Dificultad en capacitar a los clientes.
	Falta de herramientas o recursos.
Amenazas	Páginas que ofrezcan el mismo servicio a menor precio.
	Obstáculos para obtener los logros ofrecidos.
	Falta de ingresos para adquirir los productos.
	Operar con pérdidas para alejar a la competencia.

TABLA 10.- FODA

# Objetivos para la estrategia de marketing digital

- Posicionamiento en el mercado local
- Aumentar las ventas de los emprendedores milagreños

# Estrategias de Marketing

- Crear contenidos acordes con la red social Instagram, con las medida y extensión que permite la página.
- Revisar habitualmente los resultados de las publicaciones, números, tendencias y preferencias ce los internautas que visitan la página.

#### 7. VIABILIDAD Y MONITOREO

Es necesario conocer el impacto que causa el proyecto por medio de un estudio de viabilidad técnica; uno de los principales factores que incide en la viabilidad del proyecto es la actitud de los directivos y también de los usuarios.

Es importante poner en marcha las acciones previamente diseñadas en apartados anteriores, de esta manera se está satisfaciendo las necesidades de los potenciales cliente y consumidores.

Milagro emprende es una alternativa innovadora que desarrolla nuevos modelos de negocio y adaptándose al ambiente digital que lidera los mercados.

Para la creación de los contenidos se cuenta con un especialista en diseño gráfico comunicación digital, a más de eso con una persona encargada netamente de la parte tecnológica, permitiendo que exista un flujo de trabajo rápido, de poca inversión, pero resultados eficaces.

El contexto antes descrito vuelve viable el servicio aquí señalado.

Milagro emprende creará contenido multimedia de los emprendimientos que hay en el cantón, la idea principal es crear material gráfico innovador, con una narrativa que resalte las cualidades de los productos logrando una correcta promoción que beneficie a los comercios locales. Para desarrollar esto se crearon dos piezas audiovisuales principales, una galería de fotos, un portafolio de otros clientes, así como un banco de fotografías y textos que alimentaron el perfil creado en la red social Instagram.

# Estudio de factibilidad

# Organizacional

garantiza -Se la elaboracion utilizació n de la red social instagram mecanimos de comunicacion como whatsapp, correos electrinicos laáagina web Linktree.

# Técnica

- -Se cuenta con el equipo necesario para el diseño de preducto audiovisuales y personal capacitado para el apoyo tecnológico.
- -Acceso de materia prima hadware y software.
- -Disponibilidad de la tecnológia para satisfacer la nesecidades.

# Financiera

-Al principio del proyecto Milagro Emprende , será financiado como un aporte individual.

FIGURA 26.- ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

### 8. PRESUPUESTO DE IMPLEMENTACIÓN

El presupuesto de implementación del proyecto planificado a un año es de \$7.896, el mismo que está dividido en varios ejes focales que son de vital importancia como: Línea gráfica, talento humano, programas de diseño, publicidad, ruedas de prensa y materiales de oficina.

Los gastos están detallados en el cuadro que se presenta a continuación, el rubro asignado para cada apartado y el porcentaje que equivale cada gasto para el presupuesto general estimado.

Conceptos	Presupu esto	T1		T2		Т3		Total
	Total	Inversi ón	%	Inversi ón	%	Inversi ón	%	
Línea gráfica	1.000							
Branding		600	60%	200	20%	200	20%	100%
SUBTOTAL		600	60%	200	20%	200	20%	100%

Personal	1.400							
Programador		300	21,43%	100	7,14%	100	7,14%	
					7,1170			
Diseñador		300	21,43%	300	21,43%	300	21,43%	
Gráfico								
SUBTOTAL		600	42,46%	400	28,57%	400	28,57%	100%
Programas de	492							
diseño								
Licencia de		116	23,58%					
adobe								
Illustrator								
Licencia de		116	23,58%					
adobe								
Photoshop								
Licencia de		116	23,58%					
simplecise.co								
m								
Licencia		144	29,26%					
adobe								
lightroom								
SUBTOTAL		492	100%					100%
Publicidad	1.224							
Radio		300	24,51%	112	9,15%	112	9,15%	
Periódicos		200	16,34%	100	8,17%	100	8,17%	
Medios		100	8,17%	100	8,17%	100	8,17%	
digitales								
SUBTOTAL		600	49,02%	312	25.49%	312	25,49	100%
							%	

Relaciones	530							
Públicas								
Eventos		150	28,30%	100	18,87%	100	18,87	
públicos							%	
Ruedas de		60	11,32%	60	11,32%	60	11,32	
Prensa							%	
Subtotal		210	39,62%	160	30,19%	160	30,19	100%
							%	
Materiales de	3.950							
oficina								
Laptop de		2500	63,29%					
gama media alta								
Cámara de gama media		1200	30,38%					
alta								
I was many		200	5,06%					
Luces para fotografía		200	3,06%					
Micrófono		50	1 270/					
inalámbrico		30	1,27%					
		2.050	1000/					1000/
SUBTOTAL		3.950	100%					100%
TOTAL	8.596		100%					100%

TABLA 11.- PRESUPUESTO DE IMPLEMENTACIÓN

# **REFERENCIAS**

Barrios, J. (2017). *Repositorio Universida Complutense de Madrid* . Obtenido de https://core.ac.uk/download/pdf/83598774.pdf

Cardozo, C., & Saldaño, A. M. (10 de 05 de 2017). *Dialnet*. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6089345

- Carranza, Y. G.a., Cercado, M.a. J., & Solano, S. E. (06 de 03 de 2018). *Revista Publicando*. Obtenido de https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/1094
- Castillo, A. (2018). Repositprio OJI. Obtenido de http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/176168
- Diario El Comercio . (16 de 08 de 2018). Obtenido de https://www.elcomercio.com/pages/economia-provincia-guayas.html
- Galiana, P. (09 de abril de 2019). *IEBS*. Obtenido de https://www.iebschool.com/blog/oportunidades-digital-business-tech/
- Grande, G. (17 de 01 de 2020). *Con Letra Grande*. Obtenido de https://www.conletragrande.cl/mi-empresa/razones-fracasa-emprendimiento-como-superarlo
- Herrera, H. (2009). *Revista Unal*. Obtenido de https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/download/20959/36361
- INEC. (2010). *INEC*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0910\_MILAGRO\_GUAYAS.pdf
- Jiménez, M. F. (2018). *Dialnet*. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6778547
- Juan, C. (30 de 12 de 2019). *ieBS*. Obtenido de https://www.iebschool.com/blog/digitalizacion-emprendimiento-creacion-empresas-digital-business-digital-business/
- Mundo, B. (12 de junio de 2018). *BBC*. Obtenido de https://www.bbc.com/mundo/noticias-44438861
- Oirdobro, A. (11 de 07 de 20216). *INNOTICIA*. Obtenido de https://innotica.net/blog/articulo/importancia-de-las-redes-sociales-en-el-emprendimiento
- Primicias. (14 de mayo de 2019). *Primicias*. Obtenido de https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/ecuatorianos-redes-sociales-12-millones/
- Revista Semana. (03 de Marzo de 2020). Obtenido de https://www.semana.com/emprendimiento/articulo/como-crecer-un-negocio-solo-con-redessociales/282808/
- Rodriguez, M. (22 de marzo de 2017). *Impactum*. Obtenido de https://mkt.impactum.mx/blog/5-estrategias-probadas-para-vender-por-redes-sociales
- Santos, F. J., Barroso, M. d., & Guzmán, C. (2013). La economía global y los emprendimientos social. *Revista Economía Mundial*, 177-196.
- Scolari, C. (2008). *Revista UCM*. Obtenido de https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:h7VzetVpV6kJ:https://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/download/36726/35562/+&cd=12&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec
- SRI. (04 de 2021). *Sevicio de Rentas internas*. Obtenido de https://www.sri.gob.ec/estadisticas-generales-de-recaudacion-sri

- Times, R. H. (26 de 04 de 2016). *Ruiz Healy Times*. Obtenido de https://ruizhealytimes.com/sin-categoria/la-importancia-del-uso-de-las-redes-sociales-para-emprendedores/
- Universo, E. (04 de 09 de 2020). *El Universo*. Obtenido de https://www.eluniverso.com/noticias/2020/09/02/nota/7963651/redes-sociales-emprendededores-negocios-ventas-ecuador/
- Universo, E. (29 de 06 de 2020). *El Universo*. Obtenido de https://www.eluniverso.com/noticias/2020/06/25/nota/7884600/plataformas-digitales-negocios-emprendedores-ecuador/
- Vargas, E. Y., Valle, J. A., Terán, H. E., & España, G. H. (15 de 05 de 2017). *Revista de entrenamiento*. Obtenido de http://www.refcale.uleam.edu.ec/index.php/enrevista/article/view/2242/1175
- Zapata, C. (2016). *Repositoride de Universida Técnica de Loja*. Obtenido de https://www.coursehero.com/file/41615697/CarlosMarceloZapataCarpio-Practicum-32-PRIMERbimestredocx/

#### **ANEXOS**

Fotografía creando la línea gráfica de Milagro Emprende



Fotografía creando el material audiovisual



# Entrevistando a un emprendedor





# **ENCUESTA GOOGLE FORM**

Nombre:
Edad:
<ol> <li>¿Considera necesario conocer cuáles son las necesidades que tiene los emprendedores al momento de querer difundir sus productos o servicios?</li> <li>Si</li> <li>No</li> </ol>
Tal vez
<ul> <li>¿Le gustaría poder conocer con mayor claridad todos los beneficios de los productos o servicios sin tener que acudir a diversas plataformas?</li> <li>Si</li> <li>No</li> </ul>
Tal vez
3) ¿Ve a las redes sociales como un medio de promoción eficiente y accesible?
Si
No
Tal vez

4) ¿creen necesario e importante diseñar y producir un prototipo de medio digital el cual su principal eje sea promover e incentivar los emprendimientos locales?
Si
No
Tal vez
5) la calidad de la información brindada marca la diferencia al momento de consumir una información y de igual forma a la hora de comprar un producto
Si
No
Tal vez
6) ¿La creatividad en un medio digital es un factor dominante?
Si
No
Tal vez