



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE
GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

MODELO DE NEGOCIO CANVAS EN LOS EMPRENDIMIENTOS DE LA PROVINCIA DE
LOS RÍOS.

AUTOR:

JOMAYRA JACQUELINE CRUZ LLAMUCA

TUTOR:

Mgtr. DANIEL LEMUS

Babahoyo – Los Ríos – Ecuador

2021

DEDICATORIA

Dedico este estudio de caso a Dios, a mis padres y a mis hermanos. A Dios por darme la fortaleza y estar conmigo durante estos años de lucha constante, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, a mis hermanos por depositar su confianza en cada reto que me propongo con apoyo y amor. Puesto que por ellos he llegado a donde estoy actualmente.

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo fue realizado bajo la supervisión del Mgtr. Daniel Lemus y la Mgtr. Ana Herrera, a quienes me gustaría expresar mi más profundo agradecimiento por hacer posible la realización de este estudio de caso. Además de agradecer su paciencia, tiempo y dedicación que tuvieron para que esto saliera de manera exitosa. Fueron parte fundamental de la columna vertebral de mi estudio de caso.

A Dios por brindarme la oportunidad de vivir, por permitirme disfrutar cada momento de mi vida y guiarme por el camino que ha trazado para mí.

A la Universidad Técnica de Babahoyo, por el compromiso en formar profesionales de competencia, líderes e innovadores con valores éticos, con conocimientos que contribuyen en la transformación social y económica del Ecuador. Agradezco también a la Escuela de Comunicación Social y a mis docentes por impartir sus enseñanzas a lo largo de todos estos años, sembrando la semilla del saber y conocimiento en este proceso académico.

A mis padres por apoyarme en todo lo que me he propuesto, por ser un pilar fundamental durante mi carrera universitaria, ya que sin ellos no hubiese cumplido mis metas y sueños. Por darme un ejemplo y de esta forma enseñarme a seguir aprendiendo a pesar de las circunstancias y el tiempo.

A mis hermanos porque son uno de mis motores que me impulsan a ser mejor cada día, para que se sientas orgullo de mí.

RESUMEN

El incremento del emprendimiento dentro de la Provincia de Los Ríos, hace que los modelos de negocio se hayan transformado en un instrumento fundamental, puesto que conllevan elementos que influyen en el negocio y el mercado, así mismo son un punto de partida para crear iniciativas de innovación y así poder obtener notoriedad de la empresa a través del marketing de contenido y redes. El modelo de negocios Canvas, es un instrumento que admite desplegar habilidades adecuadas para que los negocios o emprendedores generen valor. El objetivo del estudio de caso es dar a conocer el modelo de negocios Canvas como un modelo de negocio acertado antes de comenzar la gestión del segmento de marketing digital, en conjunto del software Canva en los emprendimientos dentro de la Provincia de Los Ríos, presentando como cuatro casos de éxito en las que esta; Abc Technology, Fuente De Papel, Vitae Express Quevedo, Estilo Bohemio mediante el uso de esta metodología y sitio web. La metodología realizada en la investigación fue cualitativa, ya que solo se realizó una entrevista y ficha de observación, el llenado de la mismas, no probabilísticos, y el tamaño de la muestra fue de un grupo de emprendedores de la Provincia de los Ríos. Los resultados mostraron la factibilidad del proyecto por lo que se concluye que el modelo de negocios Canvas es una herramienta efectiva en la estructuración de los modelos de negocio, ya que considera todos los aspectos clave necesarios de un negocio, así mismo el software Canva es una herramienta de diseño sin costo con herramientas esenciales para manejar y crear contenido de calidad con éxito. Así mismo se vio la incidencia e influencia de las redes dentro de cada uno de los emprendimientos.

PALABRAS CLAVE: EMPRENDIMIENTOS, MODELO DE NEGOCIO, SOTWARE DE DISEÑO, MARKETING DIGITAL, PUBLICIDAD, REDES SOCIALES.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCION	5
JUSTIFICACION	8
OBJETIVOS	9
Objetivo General	9
Objetivos Específicos	9
SUSTENTO TEORICO	9
EMPREDIMIENTO	9
MODELO CANVAS	11
TEORÍA DE HAROLD D. LASWELL: “LOS MODELOS LINEALES”	14
MARKETING DIGITAL.....	16
MARKETING DE CONTENIDO.....	17
MARKETING EN LAS REDES SOCIALES	17
HERRAMIENTA DE DISEÑO PARA REDES SOCIALES	19
TÉCNICAS METODOLÓGICAS	20
Instrumento Diseñado	21
RESULTADOS	25
CONCLUSIONES	40
BIBLIOGRAFÍA	42
ANEXOS	47

INTRODUCCION

Podemos considerar que, con el incremento del emprendimiento dentro de la Provincia de Los Ríos, los modelos de negocio se han transformado en un instrumento fundamental a la hora de conocer elementos que influyen en el negocio y al mercado, puesto que lo mismo es un punto de partida para crear iniciativas de innovación y así poder obtener notoriedad de la empresa y de esta forma lograr un índice alto de demanda.

Se discurre que a partir de la necesidad de alcanzar aquello, se analizara el contexto de emprendimiento y los tipos, así mismo se recurre al Modelo Canvas, mismo que fue creado con el fin de establecer una relación lógica entre cada uno de los componentes de la estructura y todos los factores que influyen para que mediante esto se alcance obtener o no éxito. A su vez este modelo lo hemos querido argumentar con la teoría de Harold Laswell puesto que conllevan una estructura parecida en cuestión del modelo que tienen arraigado.

El trabajo que se presentará se centrara en el estudio de como el modelo Canvas, puede lograr hacer análisis y crear modelos de negocio de forma simplificada, logrando conocer ciertos elementos que nos harán conocer talentos que implican al negocio y que giran al entorno de la propuesta de valor, que se ofrece dentro en los emprendimientos de la Provincia de Los Ríos.

Así mismo veremos el paso siguiente que es aplicar esas ideas dentro de un marketing digital puesto que este presenta grandes beneficios, ya que por la interacción con el consumidor el proceso es más dinámico, así mismo nos centraremos en el marketing de redes y de contenido, puesto que son las que en la actualidad se han estado utilizando dentro de los emprendimientos y a su vez analizaremos el uso del software Canva, con el objetivo de explicar el proceso de cimentación y formación de la aplicación vinculada, se indicará el proceso de publicación, aceptación y el logro de la boga hacia el público en el transcurso de este proceso.

Conjuntamente puedo indicar que mi línea de investigación de la universidad se basa en la educación y sociedad, así mismo en relación a la facultad está en cuestión de comunicación intercultural y participativa, no olvidando que en cuestión de carrera va parametrizado en marketing, publicidad y emprendimiento.

JUSTIFICACION

Enfatizo que esta investigación es de gran relevancia, puesto que se lograra sintetizar y exponer puntos claves de las destrezas, componentes e instrumentos que se han utilizado dentro de los diferentes emprendimientos de la Provincia de Los Ríos, a través del modelo CANVAS dejando denotar su hábito como uno de los puntos claves para concretar o puntualizar los pro y contras de dicho modelo.

A través de esta recopilación y análisis se detallará desde la idea de negocio que han aplicado, hasta los diferentes componentes porque esto influirá al momento de ponerlo en marcha. Sin dejar atrás que debido a la importancia del siguiente paso que es aplicar las ideas innovadoras que se utilizaran en el segmento de marketing.

Una de las causas considerables que llevaron a esta investigación es el ayuda que podremos brindar a través de este escudriñamiento enfocándonos en variedades de puntos sobre el modelo, mismos que ayudaran a nuevos emprendimientos. No podemos olvidarnos que el modelo CANVAS va de la mano del software CANVA enfatizando que el gran apogeo del sitio web ha conllevado a encontrarlo incluso como aplicación móvil al alcance de todos logrando que esta llegue a ser más factible.

En el aspecto versado, este trabajo de estudio tiene como finalidad evidenciar que el modelo CANVA es de vital importancia dentro de los emprendimientos, puesto que esta herramienta serviría como estrategia y recurso por parte de los dueños de estos negocios, ya que pueden fortalecer su pensamiento creativo, innovador, y a su vez el de emprender nuevas habilidades y capacidades intelectuales, asimismo reconocer que gracias al modelo en mención, ayuda a que los nuevos emprendedores tengan múltiples habilidades y puedan incluir su imaginación al crear sus propias herramientas de aprendizajes, solucionando circunstancias complejas.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Detallar el modelo CANVAS como un modelo de negocio acertado antes de comenzar la gestión del segmento de marketing digital en los emprendimientos dentro de la Provincia de Los Ríos.

Objetivos Específicos

- Identificar los tipos de emprendimientos que existe en varios puntos de la Provincia de los ríos y observar que tipo de redes digitales utilizan.
- Indagar si el software CANVA es considerado como herramienta de creación de contenido para las redes sociales, que poseen los emprendimientos de la Provincia de Los Ríos.
- Distinguir las estrategias que utilizaron en su modelo CANVA para que llegue a ser propicio dentro de los emprendimientos de la Provincia de Los Ríos.

SUSTENTO TEORICO

EMPRENDIMIENTO

Dentro del documento de (Alda, 2017) hallamos los subsiguientes términos etimológicos, tanto emprendedor, empresa y el verbo emprender provienen del francés, entrepreneur, entreprise y entreprendre correspondientemente. A su vez, estos términos provienen de la misma raíz del latín vulgar (in, en, y prendere) cuyo significado es coger, atrapar, tomar.

Así mismo del Art. 53 dentro del (Codigo Organico de la produccion, 2018) esta la definición y Clasificación de las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código. Así mismo en otro párrafo revela que los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

A través de (Emma Yolanda Mendoza Vargas, Marco Fernando Villarroel Puma, & Wendy Diana Carranza Quimi, 2019) podemos distinguir que el emprendimiento se desenvuelve como alternativa para reducir el desempleo y la pobreza, sin embargo, no todas las organizaciones cuentan con las condiciones para tributar al desarrollo humano.

(El Mercurio, 2019) nos indica que:

“Ecuador es uno de los países con mayor tasa de emprendimiento de la región latinoamericana: alrededor del 30 % de la población posee un negocio nuevo o reciente. Este espíritu emprendedor tiene dos motivaciones principales: la oportunidad y la necesidad.”

Él (Prefecto de Los Ríos, Johnny Terán Salcedo, 2019) fue una de las autoridades que vio viabilidad al emprendimiento y anunció la creación de la nueva Dirección de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento, con el fin de canalizar proyectos que permitan la

reactivación económica de la Provincia y desde la que se brindará apoyo directo al sector empresarial y a los emprendedores.

Tipos de emprendimientos

Dentro de las opciones de producción el emprendimiento según (Flores, 2018) tiene una gama amplia de actividades:

Productiva: convierte materias primas en productos, como una zapatería.

De servicios: satisface necesidades aplicando conocimientos, como una peluquería o una mecánica.

De comercio: compra y vende productos, como un puesto de frutas o una tienda de víveres en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas naturales que hacen el comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de quienes participan en la actividad económica o simplemente una forma de identificación particular de la microempresa.

MODELO CANVAS

Se considera que es una herramienta para el análisis de ideas de negocio, desarrollada por el consultor suizo Alexander Osterwalder en el año 2004 en su tesis doctoral. Es una técnica que puntualiza de modo lógico la forma en que las instituciones crean, entregan y capturan valor. (Herrera, 2015)

Steve Blank en el 2013 nos indica que este modelo es un lienzo que deja al emprendedor la libertad de moldear su idea de negocio, que muy por el contrario de ser abstracta, termina siendo concreta siguiendo la técnica de buiding blocks como dice Blank, misma que permite observar los nueve bloques de negocio en una sola página, donde se pueden analizar las hipótesis de cada bloque del modelo.

A su vez (Cajas, 2018) indica que este modelo fue creado con la finalidad de implementar una relación lógica entre todos los factores que actúan en una empresa, para que esta tenga o no éxito en su desarrollo, mediante un lienzo que muestra la idea con la que se generará valor, así como gran parte de los factores a tomarse en cuenta para el desarrollo de esta idea

de negocio. El modelo intenta mostrar la efectividad de la idea de negocio estableciendo sus rasgos más importantes dentro de cada uno de los nueve bloques, puesto que, si no se logra completar los bloques, la idea simplemente pierde factibilidad.

Un Modelo de Negocios debe contener los siguientes elementos encontrados en el documento de (Marcelo Carretto, Macarena Harispe, & Federico Vaz, 2015) :

¿Cómo?	¿Qué?	¿Quién?
¿Cuanto?		

Fuente: Weill and Vitale (2001); Osterwalder, Lagha, and Pigneur (2002)

Elaboración Propia

¿Cómo?	Infraestructura operacional, recursos y red de aliados
¿Qué?	Productos y servicios ofrecidos
¿Quién?	Segmentos de clientes, medios de distribución y relación / experiencia
¿Cuanto?	Aspectos financieros del negocio
Flujos	Principales flujos de información, productos, servicios y dinero

Fuente: Weill and Vitale (2001); Osterwalder, Lagha, and Pigneur (2002)

Elaboración Propia

Según (Herrera, 2015) nos indica que tanto Osterwalder & Pigneur al igual que Clark & Alexander, hacen que se origine de las 4 áreas principales que constituyen las cuestiones fundamentales de la compañía y con la influencia de Norton & Kaplan, mismo que plantea que son como pilares de un modelo empresarial los siguientes aspectos : 1)Producto, 2) Perspectiva del cliente, 3) Gestión de la Infraestructura y 4) Aspectos Financieros.

En los siguientes párrafos se describirá, explicara e indicara lo que se debe hacer en los nueve módulos, según el punto de vista de la (Fundación Nantik Lum, 2017):

Segmento de Clientes/Mercado:

Es importante saber si el producto o servicio está conducente a uno o varios segmentos de mercado. Debemos considerar si es vital saber a qué público se va a orientar. Puesto que esto sirve tanto para satisfacer sus necesidades, como para emplear las mejores estrategias innovando y haciéndolo más competitivo y de la misma manera reduciendo costes. Entre lo que podemos considerar es la demografía, la psicología y comportamiento, valores, tradiciones, hábitos de consumo y por último la procedencia.

Propuestas de valor

Su objetivo es solucionar los problemas de los clientes y satisfacer sus necesidades mediante propuestas de valor. Este análisis es el que atrae a la clientela. Es indudable que hay elementos que la diferencian de la competencia y que provocan que te compren a ti, en lugar de a otro. Los aspectos que resaltan son el diseño, el trato, precio, innovación, tiempo.

Canales

Las propuestas de valor llegan a los clientes a través de canales de comunicación, distribución y venta. Lo más trascendental de este aspecto es saber cómo llegar al cliente, darle facilidades para que reciba el producto o servicio y procurar una buena experiencia posventa.

Relación con clientes

Lo más esencial para tener éxito en este y otros espacios, es ser un buen comunicador. Para ello estaba como recomendación que se establezca una diferencia de las relaciones con los clientes, en función de su segmento de mercado en la cuales puedes incluir las redes sociales. Es por esto que debemos remarcar que la atención en un lugar físico no se lo debe tomar exclusivamente como único medio en el trato personal, ya que la vía informática es a veces igual o más importante.

Fuentes de ingresos

La mejor forma de saber tus fuentes de ingresos, es mediante preguntas que te permitan analizar y reflexionar sobre tu caso. En las cuales podemos incluir las siguientes preguntas: ¿De dónde provienen tus ingresos?, ¿De qué segmento de clientes provienen la mayor parte de los ingresos?, ¿Qué medios de pago utilizarás y cuáles prefieren los clientes?

Recursos clave

Los recursos clave son los activos que crees más importantes para el mejor funcionamiento de tu negocio. Es significativo identificarlos para saber qué es lo que hay que cuidar con mayor interés. A su vez se debe Identificar los recursos claves los cuales inmiscuyen a los materiales, intelectuales, humanos, económicos.

Actividades clave

Es aquella acción o acciones que forjan mayor atractivo que hace que tu negocio marche bien. Estas son ineludibles para crear una propuesta de valor que cautive a los clientes y así poder vender, fidelizar e ingresar dinero. Así mismo se debe estar al corriente lo que el cliente demanda y lo que el negocio ofrece, hay que preservar mucho las actividades que atraen a esos compradores. Se debe apuntar a las actividades más significativos para saber en cuáles te tienes que fijar más. Se debe tomar en cuenta tanto si es fabricación como lo son ayudas.

Asociaciones clave

Hay una serie de personas u empresas con las que es vital llevarse bien y mejorar consecutivamente las relaciones comerciales. Desde una externalización de servicios, un socio comercial o un proveedor de productos, pueden hacer que tu negocio funcione, conciba ingresos y reduzca costes. Analiza las asociaciones clave de tu negocio y empieza por concebir un vínculo provechoso. Entre esas están los competidores, los no competidores, los proveedores y por ultimo las externalizaciones.

Estructura de costes

Analizar este aspecto habiendo estudiado anticipadamente las asociaciones, las actividades, los recursos clave, es relativamente fácil. Esto es porque al ser los motores del negocio y ser los que soportan los principales costes, es más fácil saber dónde se puede reducir y hacer sostenible la empresa.

En general, el modelo Canvas es un instrumento muy útil para “aterrizar tu idea de negocio” y instituir acciones y prioridades. Así mismo, puede ser el punto de partida ideal para la elaboración de un Plan de Empresa.

TEORÍA DE HAROLD D. LASWELL: “LOS MODELOS LINEALES”

A través de (Galeno, 2015) podemos divisar que en 1948 el profesor Laswell, de la Universidad de Yale en los Estados Unidos, publicó en la revista *The Communication of Ideas*, un artículo que tuvo el gran mérito de plantear claramente los elementos que están en juego en un proceso de comunicación. Laswell planteaba allí una fórmula de concatenación o encadenamiento lineal de cinco preguntas-programa:

¿Quién	dice qué	por	cuál	a quién	con	qué
		canal			efecto?	

Fuente: (Galeno, 2015)

Elaboración Propia

Podemos argumentar al igual, que las primeras exploraciones de Laswell proceden de los años 20, durante la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) se ocupó del análisis de la comunicación política. Examinó las fórmulas de Aristóteles y Quintiliano que tenían relación directa con la formación de oradores por tanto de emisores, estudiando los mecanismos de la propaganda se inspiró para crear su propia fórmula.

Significación de los elementos de la fórmula:

a) Quién: “Quién” es el emisor, de cierta forma, el origen, la fuente de toda comunicación. Laswell incluyó en esta denominación todas las categorías de emisores: desde el simple periodista que escribe una nota hasta las agencias internacionales periodísticas o publicitarias.

b) Dice qué: Se trata aquí del mensaje. Laswell se detiene primordialmente en el análisis de la información comprendida en el mensaje en términos estadísticos, esto es procediendo a una clasificación sistemática y cuantitativa de los datos informativos del mensaje.

c) Por cuál canal: Se trata de los medios usados para transmitir el mensaje. Laswell implantó la noción de análisis de medios, es decir, la indagación del o de los mejores canales competentes de vehiculizar el mensaje al o a los receptores.

d) A quién: En relación con el análisis de medios, el análisis de receptores es, para Laswell, sobre todo cuantitativo. Pondera calcular en términos de cantidad el universo a lograr aislar una o varias partes.

e) Con qué efecto: Se trata del impacto que Laswell concibe en forma global. En otros términos: el estímulo contenido en un mensaje dado, vehiculado por tal medio, encaminado a una población o segmento de mercado de tal volumen dando tal resultado.

MARKETING DIGITAL

Según (Juan Pablo Cangas Muxica & Marcela Guzmán Pinto, 2010), el marketing digital se delimita como la aplicación de tecnologías digitales para favorecer a las actividades de Marketing conducentes a lograr la adquisición de rentabilidad y retención de clientes, a través del reconocimiento de la importancia estratégica de las tecnologías digitales y del desarrollo de un orientación planificado, para optimizar el conocimiento del cliente, la entrega de comunicación integrada específica y los servicios en línea que concuerden con sus particulares parvedades.

El Marketing digital comenzó con la creación de páginas web, como canal de promoción de productos o servicios, pero con el avance tecnológico y las nuevas herramientas disponibles, sobre todo para gestionar y analizar datos recolectados de los consumidores, el Marketing digital ha tomado nuevas dimensiones, convirtiéndose en una herramienta indispensable para las empresas actuales.

Según (Arrieta, 2017) El marketing digital presenta grandes beneficios ya que por la interacción con el consumidor el proceso es más dinámico, se obtiene más información, al utilizar internet es masiva lo que genera una mayor audiencia a un costo menor, se reduce el tiempo y costo de ventas, se da la implementación de ventas en línea por medio de canales electrónicos y por último presenta ventajas ante una publicidad más rápida de ejecutar.

Si bien es cierto el Marketing digital en su mayor parte abarca muchas actividades que caen bajo el concepto de Internet Marketing, porque utilizan canales online, es importante destacar que también utiliza medios que no son exclusivamente online, como los mensajes SMS en celulares. Para efectos de este consolidado consideraremos las actividades del

Marketing de contenido y Marketing en las redes sociales, que como ya es de conocimiento constituyen parte de lo que se conoce como Marketing digital. Además, no podemos dejar de resaltar que las tecnologías están confluyendo cada vez más hacia Internet, por lo que es posible que en un futuro no muy lejano se hable de Marketing digital como equivalente a lo que es el Internet Marketing.

MARKETING DE CONTENIDO

El marketing de contenidos se basa sobre la idea de que al proporcionar contenido notable y de valor añadido, puesto que esto permite que estén posicionados en la mente del consumidor como líderes de pensamiento y expertos en la industria donde se opera, de esta forma induciendo un acercamiento a la marca y acompañando al usuario en cualquiera de las etapas del proceso que conlleven a realizar los objetivos. A través de (Wilcock, 2017) se puede divisar que la trayectoria estratégica del marketing de contenidos favorece al éxito de una organización en diferentes áreas, entre ellas, La generación de leads, la venta directa, la retención, el posicionamiento y la cobertura de la marca.

MARKETING EN LAS REDES SOCIALES

Como (Romeo, 2014) indica, el Social Media Marketing (SMM) o Marketing en redes sociales representa una oportunidad perfecta para que las empresas puedan afianzar el vínculo emocional con sus clientes y potenciar sus ventas. El Social Media Marketing es el conjunto de acciones que lleva a cabo una empresa, institución o profesional independiente, para promover sus productos y servicios, a su vez construir un vínculo con su público objetivo con la ayuda de las redes sociales y blogs.

Facebook

Según (Mendoza, 2014) el uso de plataformas sociales como herramienta de marketing por parte de las empresas cada vez es mayor, tras eso no hay duda de que el gran número de usuarios activos en Facebook ofrece magnas posibilidades para las empresas y marcas. Tal es el éxito de esta red social que el usuario no tiene necesidad de salir de la plataforma para desplegar su vida social, ya que en esta se puede comunicar, jugar, comprar, etc.

Esta misma aplicación permite a las empresas hacer uso de su plataforma como canal para instaurar una comunicación bidireccional con sus clientes actuales y potenciales, consiguiendo así información valiosa para su negocio, tal como las necesidades del cliente, sus preferencias, críticas. Podemos ver el cambio drástico que ha tenido la forma de comunicarnos, donde se hace necesario el uso de teléfonos móviles, computadoras portátiles y tabletas con conexión permanente a Internet, hacen de Facebook una herramienta de marketing que nos permita mejorar la visibilidad y productividad.

Instagram

Según (Romero, 2021) desde el origen de Instagram cuando llegó a nuestras vidas queda poco o nada. Apareció en 2010 como una red social cualquiera, más parecida a una galería de imágenes sin, al menos al primer instante, otro objetivo que subir fotos. Dando un paso hacia delante y plantándonos en la actualidad, el marketing digital no se entiende sin la presencia en Instagram.

Ahora mismo, Instagram es una app móvil, aunque también cuenta con la opción de Instagram web desde el ordenador que permite subir imágenes y vídeos. Tener una cuenta de Instagram de tu negocio es un plus que debes de incluir en la planificación de marketing. Permite compartir tus productos a través de publicaciones multimedia. Llegas a una gran audiencia gracias a la cantidad de usuarios activos en Instagram. Que crece cada día. Atraerás nuevos clientes e incrementarás las ventas.

5c de las redes sociales

Según (Pastuso, 2019) a través de los años ha ido evolucionando de distintas maneras hasta convertirse en algo inherente para el ser humano. Cada año la penetración de mercado en cuanto a redes sociales ha sido impactante, puesto que ha logrado influir en nuestras vidas aportando información, comunicación e incluso nos ha facilitado la toma de decisiones en diferentes temas, tal que el porcentaje de personas registradas en diversas plataformas ha crecido enormemente.

Es por esto que tomaremos La 5 C de una comunidad exitosa en redes sociales que se encuentra más razonable es la de (Chen, 2015) en el volumen III que se encuentra en ebook Biblia Social:**Contenido:** Tener contenido, quiere decir que se debe desarrollar una infraestructura informativa con ese contenido, o sea una plataforma que favorezca el desarrollo de la comunidad.

Contexto: Tiene una estrecha relación con el canal que estas utilizando, el contexto es el elemento vinculado en la producción del contenido que afecta la interpretación, la adecuación y el significado del mensaje.

Conectividad: El contenido que ofreces debe producir un nexo emocional con la comunidad, recuerda que las comunidades se forman alrededor de intereses comunes y los participantes buscan ese valor.

Continuidad: El trabajo y el aporte de contenido debe ser constante y enfocado, principalmente al inicio de la formación de una comunidad.

Colaboración: Una comunidad no puede ser considerada una comunidad si sus miembros no se apoyan o colaboran entre sí. Este elemento es lo que diferencia a un canal informativo en redes sociales y una comunidad en redes sociales.

HERRAMIENTA DE DISEÑO PARA REDES SOCIALES

Software CANVA

Según (Fernandez, 2020), Canva es una web de diseño gráfico y composición de imágenes para la comunicación fundada en 2012, y que brinda herramientas online para crear tus propios diseños, tanto si son para ocio como si son profesionales. Su método es el de ofrecer un servicio Premium, que puedes utilizar de forma gratuita, pero con la alternativa de pagar para obtener opciones avanzadas.

Sirve tanto para diseñadores u aficionados como para los más experimentados, conteniendo su propio banco de imágenes y una serie de instrumentos variados. Un diseñador experimentado podrá llegar a obtener muy buenos resultados de forma rápida y sencilla, y si eres un aficionado no requerirás conocimientos para alcanzar buenos resultados.

Entre una de las ventajas de Canva está que ofrece una colección de 8000 plantillas gratuitas para 100 tipos de diseño con múltiples fines. Además, te permite hacer tus propios diseños desde cero, agregando imágenes, otros elementos y textos. Para ello maneja una interfaz en la que sólo tienes que mover con el ratón los elementos del menú a la composición. Entre los diseños que puedes crear con Canva tienes logos, posters y tarjetas de visita. También puedes crear flyers, portadas, programas e invitaciones, así como folletos, calendarios, horarios, encabezados para correos electrónicos y publicaciones para redes sociales entre otras muchas cosas.

Pero esta web no sólo te admite crear los diseños, en el caso de que estés creando el diseño para algo público también te va a condescender comprar la impresión para que se te envíe lo que has diseñado. Por lo tanto, además de diseño también ofrece servicios de papelería.

Según (Gonzalvo, 2020) Canva es lo competentemente flexible como para hacer cosas simples como imprimir tus fotografías, aunque debes recordar que no es una herramienta de retoque fotográfico, sino de composición de imágenes para la comunicación.

TÉCNICAS METODOLÓGICAS

La preparación del actual trabajo, se ejecutó con la finalidad de analizar, el " Modelo de negocio CANVAS en los emprendimientos de la Provincia de Los Ríos.", misma que fue realizada bajo un enfoque cualitativo, misma que se aplicara a emprendimientos de la Provincia de Los Ríos, donde se aplicarán 4 entrevistas a 4 emprendimientos acerca del modelo, el marketing y el software, a su vez se llenara una ficha de observación con parámetros del modelo Canvas en base a los mismos emprendimientos.

En cuestión de argumentos hacia los instrumentos escogidos podemos indicar por parte de la entrevista, es una técnica para la recolección de información y datos, según (Solís, 2020) la misma es realizada a partir de una conversación cuyas orientaciones responden a propósitos concretos del estudio, afirmando a su vez que se le aplicara entre 9 y 10 preguntas a cada uno. Según (Núñez, 2005) la observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable del comportamiento o de la conducta manifiesta, la cual puede utilizarse en muy diversas circunstancias. Con los métodos o técnicas de observación el investigador participa mirando, registrando y analizando los hechos de interés. En esta ficha analizaremos los 9 segmentos que aplicaron en su modelo.

Instrumento Diseñado

Entrevista 1 y 2: Fuente De Papel - Abc Technology

1. ¿Cuál es el nombre del emprendimiento y que lo mociono a lanzarlo al mercado?
2. ¿Considera que aplicar un modelo de negocio dentro de su emprendimiento ayuda a una mejor gestión en el segmento de marketing?
3. ¿Qué tan factible encontró el modelo de negocio Canvas al iniciar su negocio y por qué?

4. ¿Cómo llego a tener conocimiento del Modelo Canvas?
5. ¿Considera que es recomendable realizarlo para todo tipo de emprendimiento?
6. ¿Cuáles son las ventajas de utilizar el modelo Canvas?
7. ¿El modelo Canvas le ayudo a posicionarse en el mercado?
8. ¿Después de su corta o larga trayectoria con este modelo de negocio, lo recomendaría?
9. ¿Qué recomendación les daría a los nuevos emprendimientos, con respecto a los modelos de negocio y el marketing digital?

Entrevista 3 y 4: Vitae Express Quevedo – Estilo Bohemio

1. ¿Cuál es el nombre de su emprendimiento y que lo motivó a lanzarlo al mercado?
2. ¿Considera que la planificación de contenido ayuda a los emprendimientos?
3. ¿Qué software de diseño utilizó al comienzo o siempre utilizó Canva?
4. ¿Cómo llego a tener conocimiento del software Canva?

5. ¿Considera que el marketing de contenido y el marketing de redes sociales es de suma importancia?

6. ¿Qué ventajas cree que le proporcione software Canvas al iniciar su emprendimiento, en el tema de creación de contenido?

7. ¿El software Canvas le ayudo a crear un contenido de calidad en el mercado?

8. ¿Qué redes utiliza para la publicación de contenidos?

9. ¿Qué estrategias considera que le sirvieron para generar u obtener notoriedad en el mercado?

10. ¿Qué recomendación les daría a los nuevos emprendimientos?

	SAN JUAN	BABAHOYO	QUEVEDO	URDANETA
Ficha de observación	FUENTE DE PAPEL	ABC TECHNOLOGY	VITAE EXPRESS QUEVEDO	ESTILO BOHEMIO
Segmento de Clientes/Mercado:				
Propuestas de valor				
Canales				
Relación con clientes				
Fuentes de ingresos				
Recursos clave				
Actividades clave				
Asociaciones clave				
Estructura de costes				

RESULTADOS

Entrevista 1

Ficha técnica de la entrevista

Nombre: Dhamar Alinee Bajaña Álava

Edad: 20 años

Emprendimiento: Fuente De Papel

Ciudad de origen del emprendimiento: San Juan

Fecha: lunes 6 de septiembre

Modo de entrevista: presencial

Ciudad: San Juan

Lugar: Heladería Fropro

Duración: 1 hora

Preguntas de la entrevista

1. ¿Cuál es el nombre del emprendimiento y que lo motivó a lanzarlo al mercado?

El nombre de mi emprendimiento es fuente de papel e inicié hace dos años, aproximadamente el 7 de abril del 2019, decidí crear mi emprendimiento porque me encantan los detalles y desde siempre he sido muy detallista, ya que mediante esto puedo transmitir felicidad y amor a alguien que se estima mucho, fue algo a lo que me dediqué desde el colegio haciéndolo para mis compañeras de clases a sus enamoradas e incluso ellas fueron las que me incentivaron. Poco tiempo después me di cuenta que era algo que me gustaba y que podía hacerlo un negocio. Escogí el nombre fuente de papel porque yo no quería utilizar mi nombre porque es difícil y en ciertas ocasiones no saben cómo escribirlo, fue así que escogí fuente de papel, porque es una fuente de inspiración y papel porque es la base de lo que realizo o de lo que empecé realmente haciendo.

2. ¿Considera que aplicar un modelo de negocio dentro de su emprendimiento ayuda a una mejor gestión en el segmento de marketing?

Si, considero que es importante porque ayuda más que nada, puesto que desde un comienzo debía segmentar cada cosa que quería, puesto que debía establecer, que es lo que

quería, a quien me iba a dirigir, que productos específicamente iba a ofrecer. De esta forma ya una vez que lo realice lo complementé con las redes. A su vez ya había establecido mi paleta de colores con la cual me iba a identificar. Cree mi logo, ya tenía fotos modelo de los productos a ofrecer. De esta forma fui complementando mi modelo de negocio con el segmento de marketing.

3. ¿Qué tan factible encontró el modelo de negocio Canvas al iniciar su negocio y por qué?

Si, considero que fue factible el modelo Canva, ya que al ser un modelo completo que en 9 segmentos me proporcionó todo lo que necesitaba, al momento de empezar mi emprendimiento ya que me ayudó a crear estrategias en todos los sentidos y a no limitarme para cumplir y llenar cada punto.

4. ¿Cómo llego a tener conocimiento del Modelo Canvas?

Cuando yo quería empezar mi emprendimiento decidí informarme y buscar que necesitaba para llevar de una buena manera mi emprendimiento, entonces encontré en internet que existían ciertos modelos y me llamó mucho la atención el modelo Canva, porque me resultaba el más completo, entendible y el más segmentado, el que decía esto necesitas y de esta forma puedes hacerlo, entonces decidí empezar con él.

5. ¿Considera que es recomendable realizarlo para todo tipo de emprendimiento?

Si, por que me parece que no es básico ni tampoco es tan extenso, de esta forma puedo decir que se puede acoplar fácilmente a cualquier emprendimiento e incluso conozco a amigos que lo utilizan y van desde tiendas a peluquerías. Entonces desde mi experiencia y lo que he podido observar considero que sí.

6. ¿Cuáles son las ventajas de utilizar el modelo Canvas?

Una de las principales ventajas que me da este modelo de negocio es reconocer cada elemento de mi emprendimiento, dándome cuenta cómo voy a iniciar y a su vez a través de un proceso corto, dejándome mejorar o cambiar ciertos aspectos. Teniendo conjuntamente como resultado ideas innovadoras.

7. ¿El modelo Canvas le ayudo a posicionarse en el mercado?

Sí, porque me permitió analizar mi negocio y el mercado como tal, en el sentido de que a través de esto pude generar alianza con distribuidoras en mi caso con globos payaso, pero también debemos ver que el camino no fue fácil puesto que debía experimentar y equivocarme en diferentes aspectos, y todo esto no hubiese sido posible si no lo hubiera aplicado, así mismo puedo afirmar que de la mano del marketing mi emprendimiento a pesar de haber atravesado una pandemia ahora está más fuerte.

8. ¿Después de su corta o larga trayectoria con este modelo de negocio, lo recomendaría?

Si, más aún si vas a empezar un negocio ya que este modelo te permite profundizar en tema que permite que tu negocio este estable, como la propuesta de valor, los canales, de cierta forma llegando a que tu negocio llame la atención.

9. ¿Qué recomendación les daría a los nuevos emprendimientos, con respecto a los modelos de negocio y el marketing digital?

Como recomendación personal, el modelo Canva me parece completo y que todos deberíamos utilizar, pero estaría bueno que cada uno investigue y se adapte al modelo de negocio que ellos considere que se adepto a su negocio, teniendo claro esto, empezar de la mano de estrategias digitales para causar un buena impresión en la audiencia y de eta forma ser notado, y crear un fidelidad con tu comunidad, hoy por hoy las redes sociales mueven muchísimo ya que te permite crecer, así mismo no olvidar que le modelo te permite ver déficit y soluciones para hacer de tu negocio algo mucho mejor.

Entrevista 2

Ficha técnica de la entrevista

Nombre: Antony Guillermo Salvatierra Moran

Edad: 21 años

Emprendimiento: Abc Technology

Ciudad de origen del emprendimiento: Babahoyo

Fecha: martes 7 de septiembre

Modo de entrevista: presencial

Ciudad: Babahoyo

Lugar: Centro Comercial Guillermo Baquerizo Jiménez

Duración: 1 hora

Preguntas de la entrevista

1. ¿Cuál es el nombre del emprendimiento y que lo mociono a lanzarlo al mercado?

Mi nombre es Anthony Salvatierra, propietario de Abc Technology, el nombre de Abc Technology proviene que este Abc quiere decir en el tema de reparaciones, por ejemplo cuando uno va a algún taller, yo digo que me haga un Abc completo a mi automotor es decir un revisión completa, asimismo le puse acá el nombre por lo que la mayoría de mis clientes que vienen me piden aquello para su teléfono, así mismo puedo decir que lo q me mociono es que me gusta la tecnología y sus manejo es por esto que mi emprendimiento comienza desde un año atrás exactamente por más o menos el 27 de julio de 2020, en casi inicio de la pandemia.

2. ¿Considera que aplicar un modelo de negocio dentro de su emprendimiento ayuda a una mejor gestión en el segmento de marketing?

Si, considero que se debe se aplicar un modelo de negocio dentro del emprendimiento por lo que me facilita diferenciar diferentes elementos de mi negocio así mismo mejorar y así poder brindar buenos precios, propuestas de valor y buscar nuevas fuentes de ingreso. Asimismo, con el transcurso del tiempo aplicarle lo que es el segmento de marketing y hacer

el tema de las redes sociales hacer las publicidades y publicar post con respecto a ofertas dirigidas a los clientes

3. ¿Qué tan factible encontró el modelo de negocio Canvas al iniciar su negocio y por qué?

El modelo Canvas se me hizo fácil porque éste me ayudaba a reconocer diferentes elementos en tan solo nueve segmentos acerca de mi emprendimiento a excepción de que otros modelos que no me ayudaron porque son un poco más complejos de utilizar.

4. ¿Cómo llego a tener conocimiento del Modelo Canvas?

Yo llegue a tener conocimiento del modelo Canvas porque me lo recomendó un amigo ya que el también tiene un emprendimiento y al momento de llenarlo se me hizo muy fácil de utilizarlo

5. ¿Considera que es recomendable realizarlo para todo tipo de emprendimiento?

Sí, es recomendable para todo tipo de emprendimiento ya que contiene desde los elementos más básicos hasta elementos fundamentales para todo tipo de emprendimiento ya que por medio de este yo puedo verificar las altas y bajas de dicho emprendimiento y así poder mejorar en cualquier cuestión y así poder obtener rentabilidad y sustentabilidad en mi negocio

6. ¿Cuáles son las ventajas de utilizar el modelo Canvas?

La ventaja del modelo Canvas para mí, es que es fácil es adaptable, completo y que no con lleva mucho tiempo y puede ser utilizado en todo tipo de emprendimiento

7. ¿El modelo Canvas le ayudo a posicionarse en el mercado?

Sí, me ayudó a posicionarme en el en el mercado porque mediante esto pude conseguir mejores proveedores con un precio accesible para ese vale brindarle el mismo precio y decirle a mi cliente y también me ayudó del marketing en tema de ideas innovadoras para las publicidades en redes sociales ya que con eso me permite darme a conocer a más clientes.

8. ¿Después de su corta o larga trayectoria con este modelo de negocio, lo recomendaría?

Sí, recomiendo mucho el modelo Canvas ya que mi larga trayectoria utilizando este modelo me ayudó a mejorar mi emprendimiento, me ayudó a facilitar la atención al cliente, me ayudó organizarme y encontrar mejores opciones tanto para mí como para mis clientes.

9. ¿Qué recomendación les daría a los nuevos emprendimientos, con respecto a los modelos de negocio y el marketing digital?

Le recomiendo que usen un modelo apropiado para su emprendimiento y asimismo utilicen de manera adecuada el marketing ya que en conjunto del contenido publicado y las redes lograran tener un auge positivo.

Entrevista 3

Ficha técnica de la entrevista

Nombre: Pedro Darío Cedeño Loja

Edad: 30 años

Emprendimiento: Vitae Express Quevedo

Ciudad de origen del emprendimiento: Quevedo

Fecha: martes 7 de septiembre

Modo de entrevista: virtual

Lugar: vía WhatsApp

Duración: 1 hora

Preguntas de la entrevista

1. ¿Cuál es el nombre de su emprendimiento y que lo motiva a lanzarlo al mercado?

El nombre de mi emprendimiento es vitae Express, porque también tengo otro emprendimiento llamado miel vitae y de allí deriva a este nombre, lo que me motiva a lanzarlo al mercado es en ese tiempo no tenía trabajo puesto que llegó la pandemia y la gente no salía concurridamente.

2. ¿Considera que la planificación de contenido ayuda a los emprendimientos?

Claro ayuda a mantener un orden, tanto en número de contenido como en hora de publicación y a su vez te ayuda a tener un emprendimiento más organizado. Ayudando a no perderte de ningún detalle y así mismo no dejar desapercibido nada.

3. ¿Qué software de diseño utilizó al comienzo o siempre utilizó Canva?

Este diseño me resulto bastante fácil porque me recomendaba plantillas para cada tipo de red social y así mismo me resulto rápido al momento de modificarlas y llega a plasmar lo que yo quería con los colores que me identificaban.

4. ¿Cómo llego a tener conocimiento del software Canva?

Llegué a tener conocimiento de Canva cuando estaba navegando en internet puesto que necesitaba hacer una presentación para la universidad, leí las instrucciones y me puse hacer y me resulto fácil, y tiempo después lo implemente para mi emprendimiento.

5. ¿Considera que el marketing de contenido y el marketing de redes sociales es de suma importancia?

Por supuesto que sí, ya que el marketing de contenido te ayuda a establecer ciertos parámetros para cada post, así mismo por parte del marketing de redes, te ayuda a establecer con que redes sociales se trabajara y de esta forma a través de las estadísticas pude denotar donde la gente se fideliza más.

6. ¿Qué ventajas cree que le proporcione software Canvas al iniciar su emprendimiento, en el tema de creación de contenido?

La ventaja que vi al momento de utilizarla, es las plantillas, la variedad de colores, las imágenes, herramientas, el poder personalizar el tamaño ayudando que se adapta a nosotros y a lo que buscamos plasmar.

7. ¿El software Canvas le ayudo a crear un contenido de calidad en el mercado?

El software Canvas crea un contenido de muy buena calidad para el mercado porque te da variedad de letras, elementos ya que las mismas son de gran notoriedad para las redes sociales de WhatsApp y Facebook y Instagram

8. ¿Qué redes utiliza para la publicación de contenidos?

Las redes que yo utilizo para mi contenido de publicidad o contenido son Facebook, Instagram y WhatsApp

9. ¿Qué estrategias considera que le sirvieron para generar u obtener notoriedad en el mercado?

Desde mi punto, la atención que le dábamos a los clientes, los precios accesibles y el ser constantes dentro de las redes sociales más que todo.

10. ¿Qué recomendación les daría a los nuevos emprendimientos?

Les diría que aprovechen el software Canvas que es muy bueno, fácil para diseñar, es funcional y te da algunas variedades de ideas para mejorar lo que tú tienes en mente hacer, así mismo que siempre traten de mejorar y de dar nuevas ideas tanto en lo que ofrecen, como en generar nuevas fuentes de ingreso.

Entrevista 4

Ficha técnica de la entrevista

Nombre: Aranza Liliana Sánchez Gavica

Edad: 24 años

Emprendimiento: Estilo Bohemio

Ciudad de origen del emprendimiento: Urdaneta

Fecha: miércoles 8 de septiembre

Modo de entrevista: virtual

Lugar: vía WhatsApp

Duración: 1 hora

Preguntas de la entrevista

1. ¿Cuál es el nombre de su emprendimiento y que lo motivó a lanzarlo al mercado?

Mi nombre es Aranza Liliana Sánchez Gavica, soy de la parroquia Ricaurte Provincia de los Ríos y tengo 24 años de edad, el nombre de mi emprendimiento es Estilo Bohemio, lo que me motivó a lanzarlo al mercado es la falta de oportunidades laborales, la falta de fuentes de trabajo y otra porque me encanta el mundo de la moda y siempre he querido tener una tienda física de ropa obviamente

2. ¿Considera que la planificación de contenido ayuda a los emprendimientos?

La planificación de contenido ayuda a un emprendimiento y es lo fundamental para que nuestra marca se posicione en el mercado de una manera adecuada.

3. ¿Qué software de diseño utilizó al comienzo o siempre utilizó Canva?

Desde los inicios de mi emprendimiento usé siempre el programa de diseño Canva porque era un programa que lo conocía desde muchísimo antes y es muy fácil de usar.

4. ¿Cómo llego a tener conocimiento del software Canva?

Llegué a tener conocimiento de software Canva o programa de diseño desde que estaba en el colegio porque me mandaban a hacer tareas y así es como lo conocí.

5. ¿Considera que el marketing de contenido y el marketing de redes sociales es de suma importancia?

Considero que el marketing de contenido y el marketing de redes sociales es muy importante y siempre tiene que ir correlacionado, porque yo siempre tengo que estar viendo de qué manera o qué es lo que voy a publicar y también en el marketing de redes sociales tengo que ver todo como está las estadísticas, las interacciones ya que todos estos puntos son importantes.

6. ¿Qué ventajas cree que le proporcione software Canvas al iniciar su emprendimiento, en el tema de creación de contenido?

Son muchísimas las ventajas que este programa de diseño Canva, puesto que me ha ayudado en mi emprendimiento a crear el contenido de una forma fácil, también me ayudó a crear mi logo, me ayudó a crear flyers para publicitar, portadas los reels, hacer portadas de Videos, en fin, es un programa súper importante, puesto que es como para personas que no tienen tanto conocimiento, pero sin embargo las herramientas que te ofrece son esenciales para crear todo tipo post para tus redes sociales.

7. ¿El software Canvas le ayudo a crear un contenido de calidad en el mercado?

Por supuesto Canva me ayudó a crear contenido de calidad, de hecho, es el que me ha ayudado con las publicaciones, con todas las portadas, con los flyers publicitarios, este software ayuda muchísimo a emprendedores que realmente no tienen como pagar servicios de diseño o comprar un programa más sofisticado, ya que todos sabemos que es algo muy es algo caro que como micro emprendedores o emprendedores no tenemos los suficientes ingresos para costear aquello.

8. ¿Qué redes utiliza para la publicación de contenidos?

Las redes sociales que más uso para publicidad y publicar los contenidos de mi emprendimiento principalmente son Instagram y también está Tik Tok y Facebook es algo un poco secundario, pero no deja de ser importante y también uso WhatsApp todo esto me ha ayudado muchísimo a mi emprendimiento.

9. ¿Qué estrategias considera que le sirvieron para generar u obtener notoriedad en el mercado?

Una de las estrategias que me han ayudado mucho para que mi emprendimiento y que sea más notorio, principalmente es la disciplina, la constancia, la perseverancia así mismo puedo resaltar que el proceso para que se vea que tu emprendimiento o marca sobresale es súper lento, entonces como estrategia yo te puedo decir que se debe ser disciplinado, constante y ya como estrategia más en el en el marketing de redes es que utilices que uses muchísimo formato video los cuales son reels y IGTV.

10. ¿Qué recomendación les daría a los nuevos emprendimientos?

Como recomendación a los nuevos emprendedores es que tengan paciencia ya que nada ocurre de la noche a la mañana y que todo lleva su proceso y todo tiene sus etapas, no te preocupes porque tal persona tenga muchísimos seguidores y tú tenga 100 seguidores o menos de 100 seguidores, porque así se empieza porque hasta las empresas o marcas más grandes empezaron así, la cuestión es que no se desanimen sigan y disciplinados de la mano de un buen modelo de negocio, un buen contenido y constancia en redes sociales.

	SAN JUAN	BABAHOYO	QUEVEDO	URDANETA
Ficha de observación	FUENTE DE PAPEL	ABC TECHNOLOGY	VITAE EXPRESS QUEVEDO	ESTILO BOHEMIO
de Segmento Clientes/Mercado:	Jóvenes entre 18 y 28 años con interés en obsequiar un detalle personalizado, con un nivel socioeconómico medio-alto.	Personas con la necesidad de obtener un servicio rápido y de calidad al momento de reparar los celulares. Personas que buscan los mejores productos tanto en accesorios como en repuesto.	Personas con necesidad de comprar por urgencia. No tienen tiempo. Buscan comodidad sin salir de casa u oficina.	Mujeres 95% Hombres 5% Jóvenes y adultos entre 18 – 35 años que deseen un estilo diferente y único.
de Propuestas valor	Detalle extra por algún servicio adquirido.	Accesorio y repuesto de celulares al mejor precio(descuentos). Envió a domicilio dentro de la ciudad al mejor precio y	Se les brinda Información del precio y repartidor. Existirá incremento de ventas a través de las redes sociales.	Diseños exclusivos bajo el concepto de la marca. Alta calidad en las telas, diseño y accesibilidad en los precios y pago en abonos

		Buen servicio de reparaciones.		
Canales	Redes sociales y envíos personales. Publicaciones en redes sociales.	Redes sociales y Publicaciones Envíos por servientrega y Entregas personales.	Publicaciones redes sociales, recomendación de otros negocios.	Envíos por servientrega. Entregas personales.
Relación con clientes	Promoción y sorteo en redes sociales. Muestras de los productos en catálogo.	Promoción en redes sociales. Servicio en el local de calidad. Fidelización y redes sociales.	Comunidad en redes sociales. Soporte de cliente y repartidor.	Redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp, Tik Tok)
Fuentes de ingresos	Venta de detalles personalizados.	Venta de accesorio, repuesto de celulares y servicio de reparación.	Tarifa por servicio efectuados.	Ingreso en efectivo o transferencia bancaria por la venta de los productos. Abonos del 50% a 10 días.
Recursos clave	Buena imagen y Maquinaria para personalizar, estampar.	Publicidad y buena imagen.	Buena imagen Gestión de marketing.	Físicos: Adecuación y diseño del espacio interior.

		Maquinaria y equipo de reparación con acceso a internet.		Intelectuales: Marca. Financiero: Capital.
Actividades clave	Negociación de ofertas con proveedores de productos primarios. Gestión de tienda online.	Negociaciones de oferta con proveedores de productos. Gestión de tienda online. Atención al cliente.	Gestión de Marketing. Atención al cliente.	Diseño y creación de colección de las prendas. Marketing y fotografía y contacto con clientes por medio de las redes sociales.
Asociaciones clave	Megatoninos (Distribuidor de cajas). Globos Payaso (Distribuidora de globos). Dulces delicias de Silvia (Tortas personalizadas).	Canguritos (Distribuidora de herramientas de trabajo) y MCJ LINE (Distribuidora de protectores y micas) Accesorios Lema (Distribuidora de cargadores y cables) y Tecnyshop (Distribuidora de display)	Repartidores con moto. Tiendas de conveniencias y restaurantes. Proveedores de mapa google maps y GPS.	Confección de ropa Taller de Denisse Zorrilla (Blusas). KHH fashion (Distribuidora de short).

<p style="text-align: center;">de</p> <p style="text-align: center;">Estructura</p> <p style="text-align: center;">costes</p>	<p>Mantenimiento de redes sociales.</p> <p>Compra de materiales.</p> <p>Servicios básicos.</p>	<p>Desarrollo y mantenimiento de redes sociales.</p> <p>Mantenimiento de herramientas de trabajo y alquiler de local.</p>	<p>Sueldo de empleados.</p> <p>Mantenimiento de moto.</p> <p>Servicio de limpieza.</p>	<p>Adquisición de los productos e internet. Pago de servicios básicos. Mantenimiento de computadora e impresora.</p>
--	--	---	--	--

CONCLUSIONES

A través de Fuente De Papel y Abc Technology se logró conocer su historia, su proceso y a su vez se logró puntualizar el modelo CANVAS por medio de su experiencia, la influencia que este modelo tuvo antes de comenzar la gestión del segmento de marketing digital, puesto que vimos lo adaptable y efectivo que pudo llegar a ser, el cómo los ayudo al comienzo de sus emprendimientos, como fue el proceso y el cómo llegó este modelo a sus vidas, conjuntamente el cómo lograron segmentar, mejorar y así mismo llegar a que su negocio se innovador y estable.

También se pudo conocer los tipos de emprendimientos que existen en varios puntos de la Provincia de Los Ríos, que van desde productiva misma que genera productos a través de materias primas, de servicio mismo que logra cubrir necesidades a través de los conocimientos que ya tienen arraigados y por ultimo de comercio que consiste en compra y venta de productos. Así mismo puedo indicar que los emprendimientos tomados en cuenta para este tipo de investigación fueron de carácter productivo, servicios por parte de Fuente De Papel, en el caso de Vitae Exprés Quevedo es servicio, por parte de Abc Technology es de comercio y servicio y por ultimo Estilo Bohemio de comercio, así mismo indicando que las redes de afluencia, eran Facebook, Instagram, WhatsApp y en un emprendimiento Tik Tok.

Conseguimos a través de Vitae Exprés Quevedo y Estilo Bohemio, verificar que el software CANVA es considerado como una herramienta fundamental a la hora de creación de contenido para las redes sociales, puesto que las misa ofrecen distintas ventajas, desde personalizar en tamaño como en plantillas ya listas para editar, la variedad de colores, elementos e imágenes. Incluso pude observar que lo manejaban muy bien, puesto que asumir un costo de diseñador u otros softwares de paga, se les resultaba complejo o no tenían como costearlo.

Se pudo logra divisar que en las estrategias que utilizaron en su modelo CANVA por parte de Fuente De Papel, buscaba innovar siempre, así mismo ofrecer nuevos servicios y dejar una huella a través de un detalle adicional, en Vitae Express Quevedo su punto a resaltar es

que buscaba transmitir seguridad y comodidad al momento de realizar el pago y posterior recibir su pedido, Abc Technology, buscaba adquirir más conocimiento a través de curso de esta manera tener una nueva fuente de ingreso o mejorar su servicio, Estilo Bohemio buscaba ser una marca reconocida a través de su estilo y precios. También debo indicar que todos los emprendimientos siempre se enfocaban en el marketing, en tener una buena relación con el cliente y tener una periodicidad en sus redes sociales y que la consideraban trascendental en esta época digital.

BIBLIOGRAFÍA

Alda, A. A. (Diciembre de 2017). *Deposito de investigacion de la universidad de Cevilla*. Obtenido de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/74177/EI%20concepto%20de%20emprendedor%20origen%2c%20evoluci%c3%b3n%20e%20introducci%c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Arrieta, G. V. (2017). *Repositorio de la Universidad Santo Tomás*. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/4523/VargasGivanni2017.pdf>

Cajas, C. J. (2018). *repositorio.uasb.edu.ec*. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6393/1/T2735-MBA-Carvajal-Implementacion.pdf>

Chen, C. (6 de Noviembre de 2015). *Formulas exitosas*. Obtenido de <http://formulasexitosas.com/2015/11/06/volumen-3-el-manual-del-community-manager/>

Codigo Organico de la produccion, c. e. (21 de Agosto de 2018). *Registro Oficial Suplemento 351 de 29-dic-2010*. Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>

El Mercurio. (16 de Marzo de 2019). *Elmercurio.com*. *Cerca del 30 % de emprendimiento en Ecuador surgen de la necesidad*, pág. 1. Obtenido de <https://elmercurio.com.ec/2021/03/16/cerca-del-30-de-emprendimiento-en-ecuador-surgen-de-la-necesidad/>

Emma Yolanda Mendoza Vargas, Marco Fernando Villarroel Puma, & Wendy Diana Carranza Quimi. (08 de Noviembre de 2019). Caracterización de los microemprendimientos de los sectores urbanos marginales de Quevedo. *Centro sur*

editorial, 1-2. Obtenido de <https://centroseditorial.com/index.php/revista/article/view/40/95#info>

Fernandez, Y. (25 de Mayo de 2020). *Xataka Basics*. Obtenido de <https://www.xataka.com/basics/que-canva-como-funciona-como-usarlo-para-crear-diseno>

Flores, J. (10 de Julio de 2018). *Derechoecuador.com*. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/microempresa>

Fundación Nantik Lum. (2017). *emprendimientoymicrofinanzas.com*. Obtenido de https://emprendimientoymicrofinanzas.com/wp-content/uploads/2018/05/3_Mi_modelo_de_negocio_canvas_y_plan_de_empresa.pdf

Galeno, E. C. (25 de Junio de 2015). *Documentos Ecuador*. Obtenido de <https://fdocuments.ec/document/galeano-ernesto-cesar-modelos-de-comunicacion-humana.html>

Gonzalvo, P. (9 de Octubre de 2020). *wordpress.com*. Obtenido de <https://peregonzalvo.wordpress.com/2020/09/09/canva-una-buena-herramienta/>

Herrera, D. C. (22 de mayo de 2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Dialnet*, 15. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6393/1/T2735-MBA-Carvajal-Implementacion.pdf>

Juan Pablo Cangas Muxica, & Marcela Guzmán Pinto. (2010). *Repositorio Universidad de Chile*. Obtenido de http://repositorio.uchile.cl/tesis/uchile/2010/ec-cangas_jp/pdfAmont/ec-cangas_jp.pdf

Marcelo Carretto, Macarena Harispe, & Federico Vaz. (2015). *www.fadu.edu.uy*. Obtenido de http://www.fadu.edu.uy/marketing/files/2013/04/BMC_2015.pdf

Mendoza, A. L. (12 de Mayo de 2014). *Blogs Universal*. Obtenido de <https://www.eluniversal.com.co/blogs/marketing-digital/facebook-como-herramienta-de-marketing>

Pastuso, R. S. (29 de Julio de 2019). *Marketing Digital*. Obtenido de <https://www.informabtl.com/las-5-cs-de-toda-estrategia-de-social-media-marketing/>

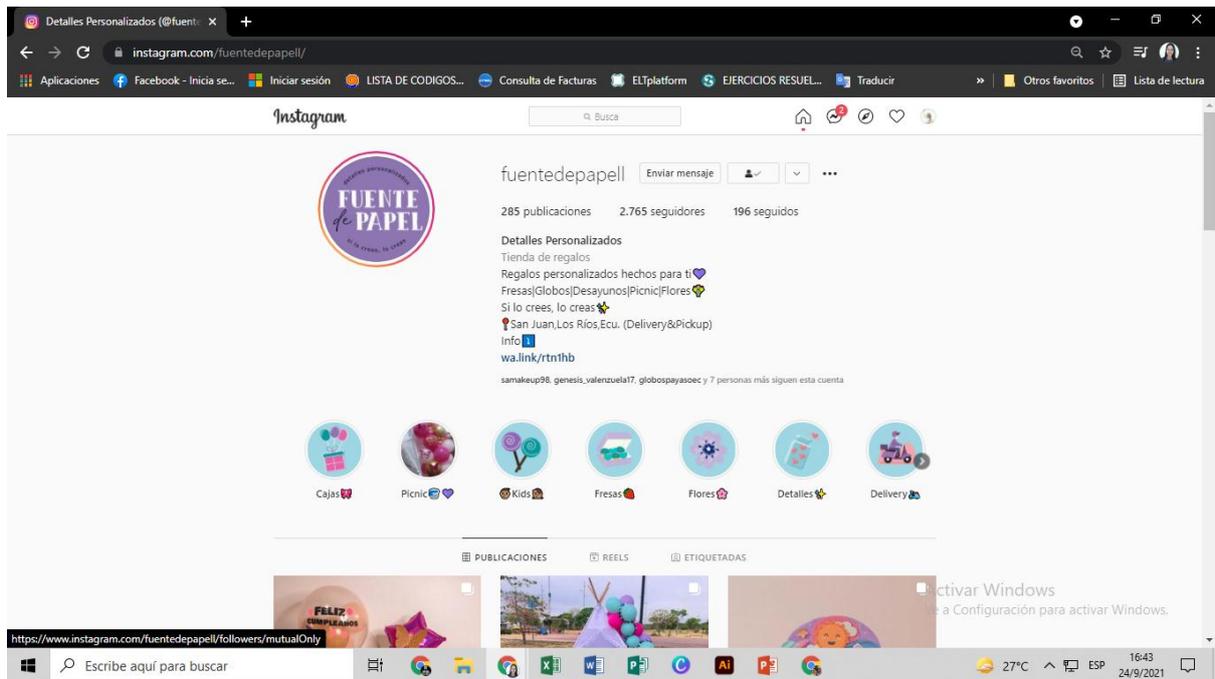
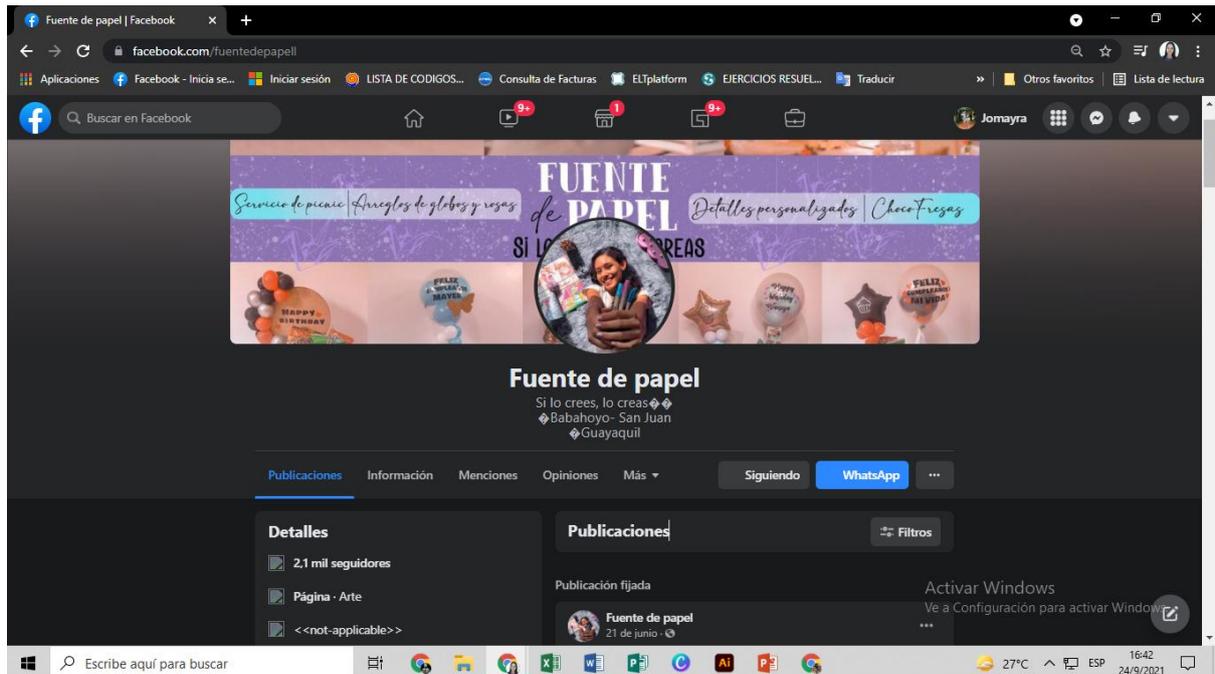
Prefecto de Los Ríos, Johnny Terán Salcedo. (5 de Septiembre de 2019). *Al Día*. Obtenido de <https://www.aldia.com.ec/prefecto-de-los-rios-anuncia-creacion-de-direccion-de-desarrollo-empresarial-y-apoyo-al-emprendimiento/>

Romeo, S. (7 de Marzo de 2014). *Doppler*. Obtenido de <https://blog.fromdoppler.com/social-media-marketing-que-es-y-como-implementarlo-exitosamente/>

Romero, I. (8 de Mayo de 2021). *Metricool*. Obtenido de <https://metricool.com/es/marketing-en-instagram/>

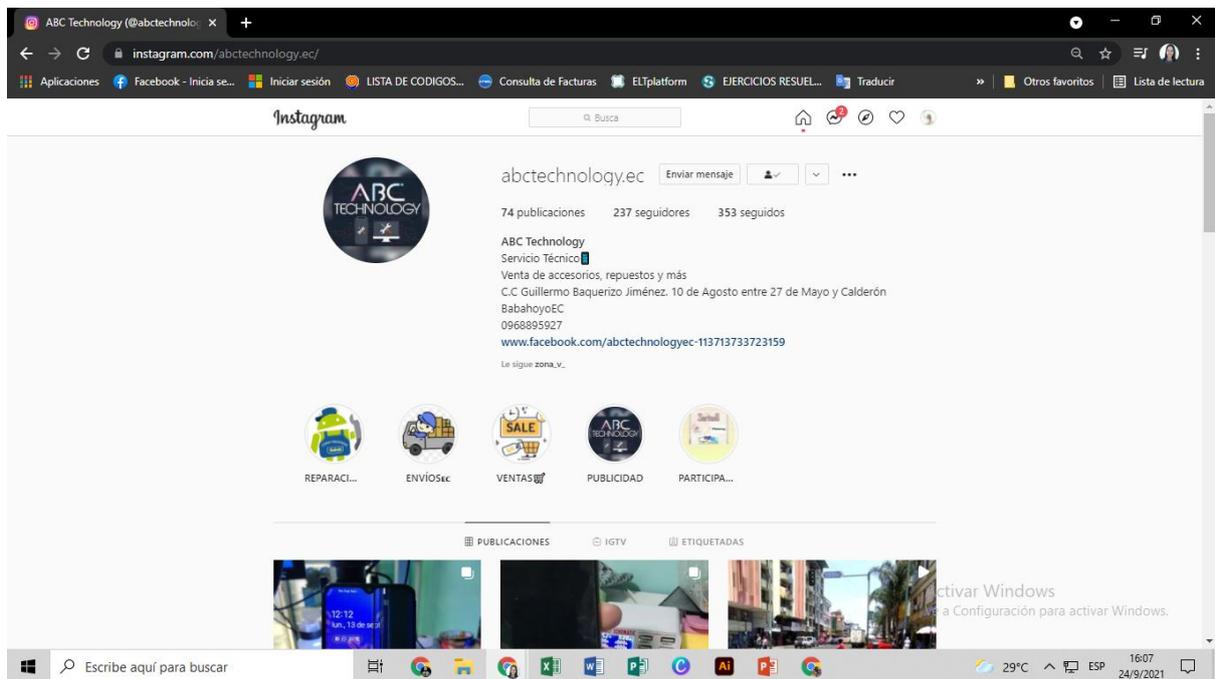
Wilcock, M. (2017). *Divisadero*. Obtenido de https://www.divisadero.es/wp-content/uploads/publicaciones/Marketing-de-Contenidos2_para_web.pdf

ANEXOS

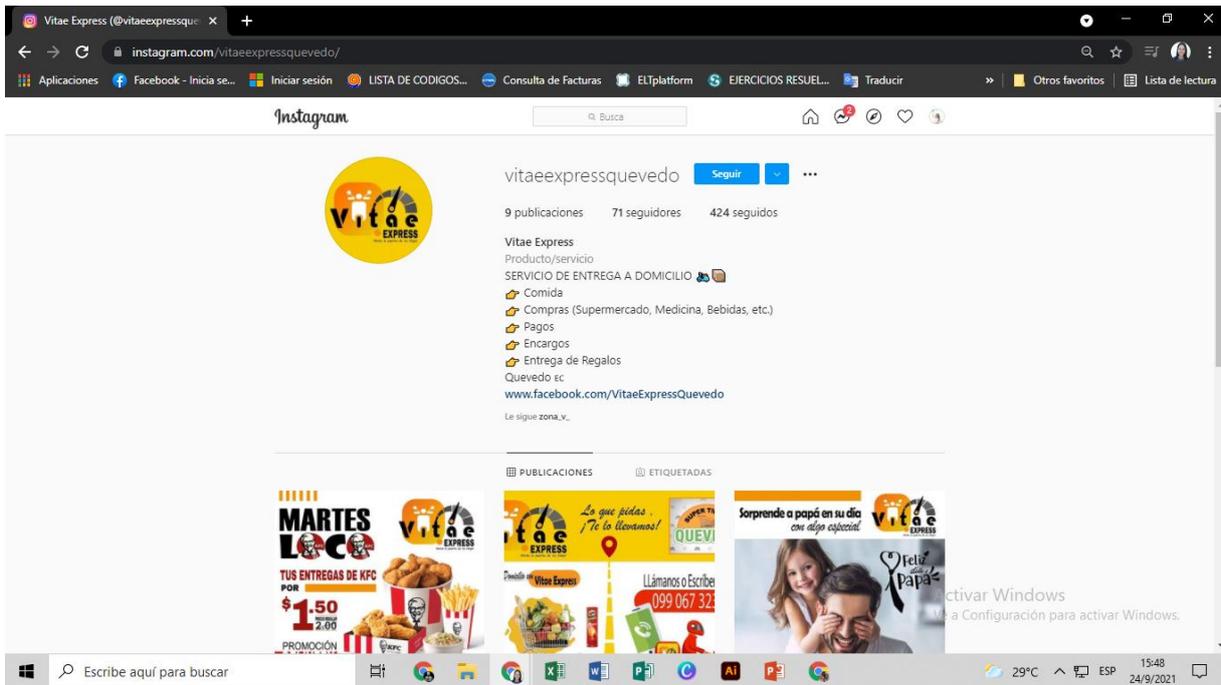
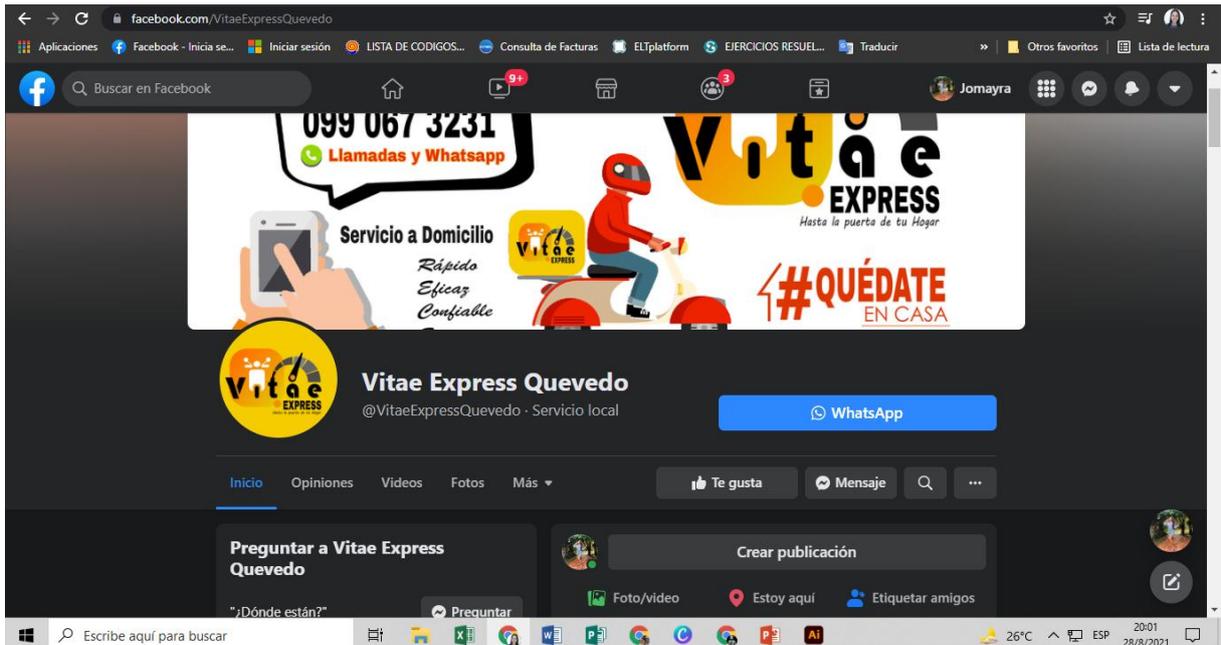


Redes sociales de Facebook e Instagram de Fuente de Papel.

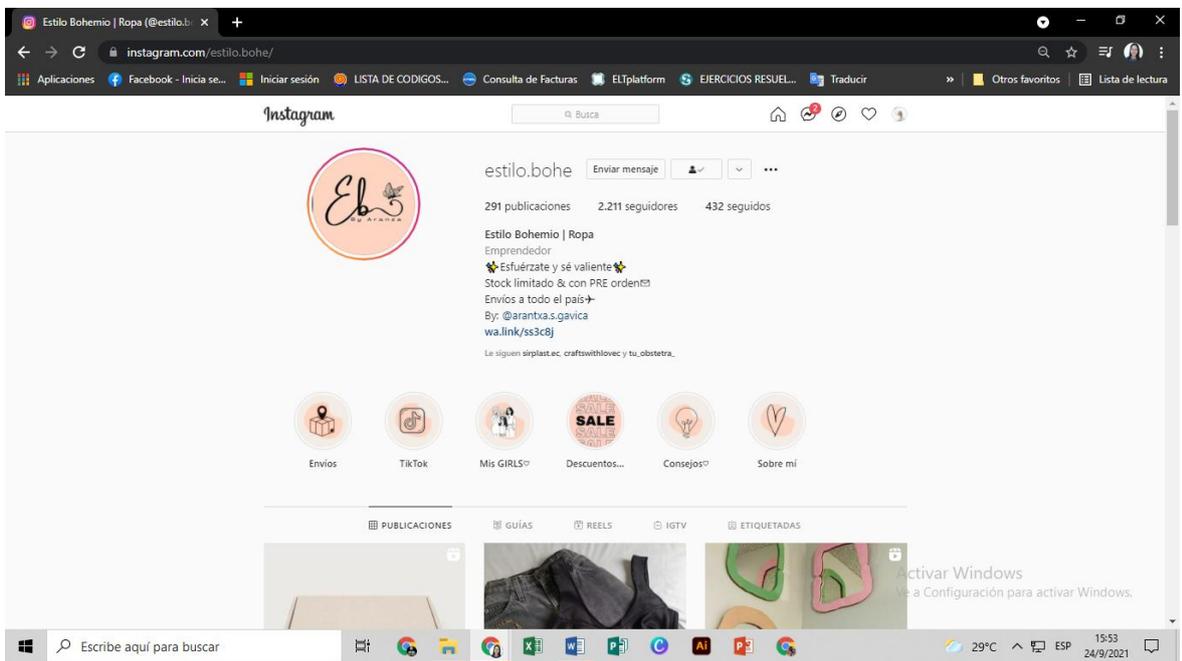
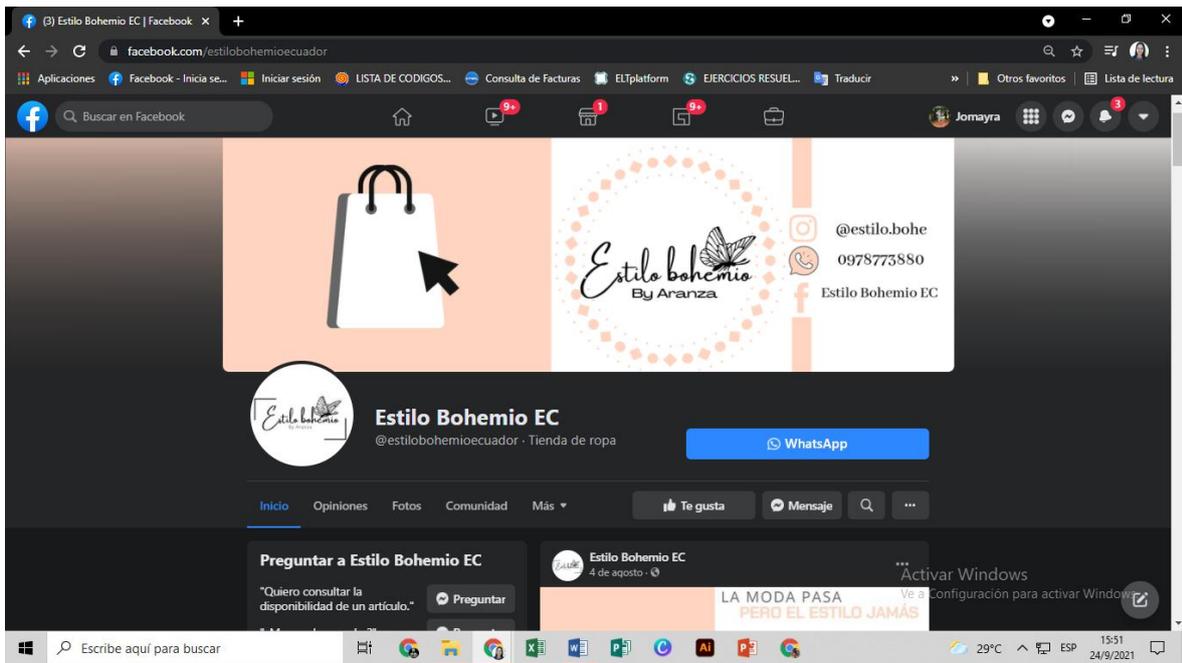
C



Redes sociales de Facebook e Instagram de Abc Technology.



Redes sociales de Facebook e Instagram de Vitae Express Quevedo.



Redes sociales de Facebook e Instagram de Estilo Bohemio Ec.



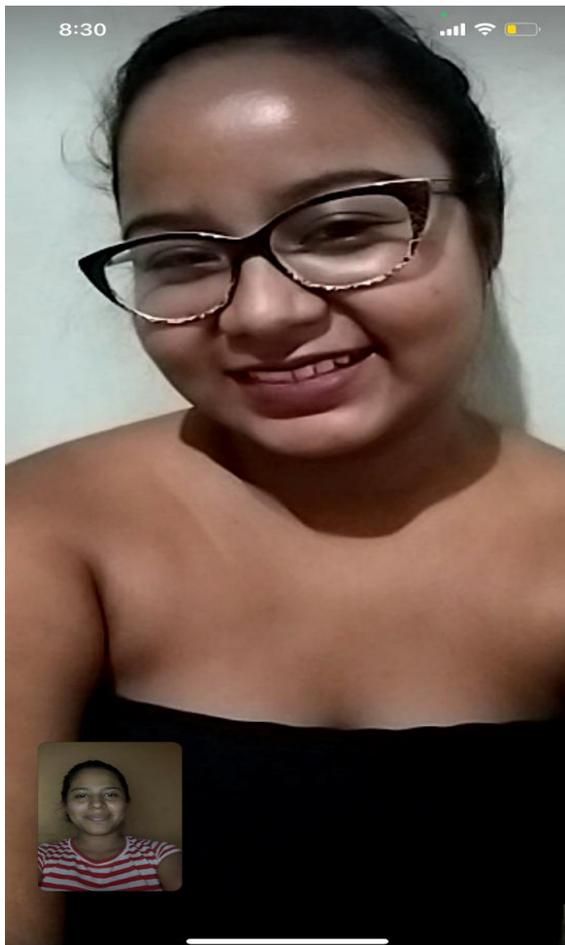
Entrevista con la propietaria de Fuente de Papel.



Entrevista con el propietario de Abc Technology.



Entrevista con el propietario de Vitae Express Quevedo.



Entrevista con la propietaria de Estilo Bohemio.